



北区の シティプロモーション

令和2年9月12日（土）

政策経営部シティプロモーション推進担当課



突然ですが...

北区のこと、好きですか？



シティプロモーションとは
何をやるのか？



北区の最重要課題

- 地域のきずなづくり
- 子育てファミリー層・若年層の定住化

人口減少社会

景気の後退

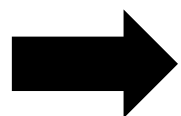
新型コロナウイルス



子育て施設・施策

都市インフラ

地域の担い手づくり



これって北区だけの問題??

それでは改めて、

シティープロモーションとは
何をやるのか？



北区のシティプロモーション方針（抜粋）

区民には北区の魅力をあらためて認識する機会を増やしていくとともに、北区に住んでいることを誇りに感じたり、北区への愛着をより感じられるような「まち」を目指す。

また、子育てファミリー層や若年層への戦略的・効果的な情報発信に取り組み、北区を住み続ける「まち」、暮らしやすい「まち」というイメージを醸成し、北区＝住みよいまちを目指し、定住化につなげていく。子育てするなら北区が一番を効果的にPRし、子育てしながら働く世帯を応援する北区の強みにもつなげていく。

生まれ・育ち・住んで良かったと思えるふるさと北区の実現に向けて、これらが世代を超えたつながりの礎となり、地域がより活性化し、地域のきずなづくりへと発展していくことを目指していく。

要は

→ 北区「ファン」をいかに増やすか

イイネ！

北区の「イイネ！」

北区ならではの



本質的な分野
(役所がやって当然)



シティプロモーションが
担っていく分野

こんなことやりました (その1)

デザインマンホール



こんなことやりました（その2）

東京北区渋沢栄一プロジェクトの始動

2021年 大河ドラマの主人公に！

2024年 新一万円札の肖像に！



埼玉県深谷市との展示会



関係団体との協定



プロジェクトポスター

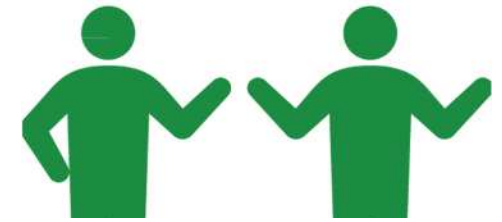


グループワーク

北区の魅力を教えてください！！



グループワーク



①北区の魅力を考える（個人）

北区の魅力について、「ヒト」「モノ」「トコロ」「コト」の項目に分け、各項目1つ以上を考え、1枚の付箋に1つの魅力をマジックで記入する。

項目	例	付箋の色
ヒト	渋谷栄一、〇〇屋の店主、	ピンク
モノ	桜、電車、cafe〇〇のショートケーキ	黄色
トコロ	旧岩淵水門、田端〇丁目の坂道	緑
コト	赤羽馬鹿まつり、〇〇町会の餅つき大会	青

グループワーク



②グループ内で共有（グループ）

模造紙に十字で線を引き、「ヒト」「モノ」「トコロ」「コト」の枠を作ってください。

付箋に記入した魅力をお一人ずつグループ内で共有していただき、模造紙に貼って行ってください。グループ内で追加の魅力が挙げられ、適宜足していただいて差し支えありません。

③発表（全体）

各グループで話題に挙げた北区の魅力について、ご紹介いただきます。

