

シビルマキシマムとは「個別性かつ柔軟性を持った自治体運営」と指摘することができます。個性とは「自分らしさ」や「よそにないもの」という意味があります。柔軟性とは「その時とその場所、その場合に合った適切な判断ができること」や「様々な状況に対応できること」になります。この時代においては、住民はライフステージに応じて、生活する地域を選択するかもしれません。

東大和市も、シビルマキシマムに変化しつつあると言えます。その第一歩として「東大和市ブランド・プロモーション指針」を策定しました。なお、今日では、既に多くの他自治体では「ブランド指針」や「シティプロモーション指針」という名称の行政計画を策定しています。しかし、東大和市のように「ブランド・プロモーション指針」と標記したのは、全国初と思います。読者には「ただか名称だけじゃないか」と言われるかもしれません。しかし、名称だけでも全国初となる意義は大きいと思います。これもシビルマキシマムに向かう第一歩の取り組みです。このコラムでは、私(牧瀬稔)がアドバイザーとして関わった「東大和市ブランド・プロモーション指針」に取り組んで思ったことを記したいと思います。行政計画に「コラム」が入っているのも、たぶん全国初と思います。

■どのように取り組むのか

…この指針の中では、市民アンケート、子育て世代アンケートや転入者アンケート、転出者アンケートなどの結果から浮かび上がってくることなどから、東大和市の「特徴＝東大和市に存在するすべての地域資源」から「強み＝数多くある地域資源の中で、東大和市が売れると考える地域資源」、そして「魅力＝東大和市が想定したターゲットに対して響く地域資源」などを抽出して、それらを磨き上げ(ブランド化し)、魅力を発信していく(プロモーション)取り組み指針が示されています。

…そして、今後のブランド・プロモーションの取り組みを進めるにあたっての基本的な方向性として以下の5つの段階が示されました。これらの段階は、状況によっては同時に進む場合もあるとのことです。

【第1段階】市のイメージの構築及び魅力の発掘

- ・ターゲットの明確化
- ・ターゲットに向けた市のイメージの構築及びブランド・メッセージの作成
- ・ターゲットに向けた魅力の発掘

【第2段階】職員の市のイメージ及び魅力の共有・情報発信「スタッフプライドの醸成」

- ・職員が市のことをより広く理解する
- ・職員が市のイメージや魅力を共有する
- ・職員一人ひとりがシティプロモーションの担い手として情報発信を行う

【第3段階】市内外への市のイメージ及び魅力の情報発信「認知度の向上」

- ・市内に対して、市のイメージや魅力をより広く認知してもらえるような情報発信を行う
- ・市外に対して、市のイメージや魅力の効果的な情報発信を行う

【第4段階】(市内向け取り組み)⇒転出の抑制 市民・関係団体等との連携・協力

- 「シビックプライド(個人が都市に抱く誇りや愛着)の醸成」
- ・市や地域に愛着や誇りを持ってもらい、住み続けてもらう
- ・市のイメージや魅力を理解してもらい、情報発信者になってもらう。

【第5段階】(市外向け取り組み) ⇒転入の促進 ターゲットに向けた市のイメージや魅力の戦略的情報発信「認知度の向上」

- ・市外の人に関心を持ってもらう
- ・市外の人に来てもらう
- ・市外の人に住んでもらう

…行政は民間企業と違い、顧客ターゲットを絞ることはできません。なぜなら市民全員が顧客だからです。しかし、今回の取り組みの最終目標(定住人口の減少の抑制)を達成するためには、ターゲットのない“ぼんやりとした”手法では効果が見込めないため転出抑制のターゲットは「市民全体」ですが、「転入促進のターゲット」については『住宅の購入を検討している世帯』『子供が小学校に就学する前の世帯』『30歳代の世帯』を特別にメインターゲットとして取り組むとのことです。

…また、市は H29 年度以降の具体的な取り組みとして、ターゲットに向けたブランド・メッセージを作成します。これは、例えば「住めば愉快だ 宇都宮」など、地域の価値や地域のビジョン、地域が持つ個性などを一言に集約して表現したスローガンとのこと。前述の検討会議でも、様々議論されていますが「もっと市民の意見を聞きたい」ということで、今現在、東大和市のブランド・メッセージは未定です。今後、完成したブランド・メッセージについては、市民が活用してくれるものを目指しているとのことです。

…この指針を読むと「存続、成長のために常に競争意識を持ち、顧客に向き合って創意工夫している民間企業」のような姿勢、意識が行政にも必要になっていることを痛感します。大げさですが、この取り組みによって東大和市の未来が左右されるとも感じます。まずは目標としているまちの実現のために職員の「スタッフプライド」をしっかりと根付かせ意識を変えることが大切。また、全 25P のこの指針を多くの市民に知ってもらうことが意見を集める第一歩。まずは、この指針のプロモーションから取り組んでほしいです。

市政、議会について「自然体」「ざっくばらん」にレポート。駅前で配布するレポートは毎回、最新号です。

「私たちの身近にある市政、市議会。伝えることがスタートだと思います。」
【ラフォーレ】



東大和市 市議会議員
和地 ひとみ

1970年 東京都北区生まれ。父の転勤で1歳から群馬県で育つ。幼稚園からカギっ子。リーダーシップを発揮し、小学校で児童会長、中学校でも生徒会長を務める。大好きな音楽を究めようと武蔵野音楽大学に進学、卒業。卒業後は群馬の山あいの小学校で臨時教諭として担任を2年勤め、新しい試みで授業を活性化させ「元気印の先生」として保護者・生徒から親しまれた。『学校』の外の一般社会で挑戦しようとベンチャー企業の(株)シートゥーネットワーク(※スーパーマーケットを経営。店頭公開から一部上場、外資系企業に転換)に社長秘書として入社。のち店舗現場に異動、同社で初の女性店長となる。その後、人材開発部長を拝命。『人を活かす』経営を学ぶため一念発起しカナダに留学。外から見た日本の将来に、漠然とした不安を感じる。帰国後は、不動産投資会社にて企画業務、税理士対応、広報などに従事。2011年4月、初当選。顔の見える議員として、日々奮闘中。

■ 連絡先 和地 ひとみ事務所 HP : <http://www.wachi1103.jp>
✉ wachi_hitomi@cocoa.ocn.ne.jp 【電話・FAX】 042-516-8546
〒207-0005 東大和市高木 3-274-2-102