

足利シティプロモーション基本方針

平成28年 3月



足利市

目次

1	足利シティプロモーションの背景と考え方	2
	(1) 足利シティプロモーション推進の背景	2
	(2) 足利シティプロモーションの考え方	2
2	足利シティプロモーションの目標とターゲット	3
	(1) 目標	3
	(2) ターゲット	4
3	「足利市シティプロモーション推進事業」の取り組み	5
	(1) シティプロモーション推進事業の基本的考え方	5
	(2) 平成27年度シティプロモーション推進事業の取り組み	5
4	足利の「強み」と「課題」	10
	(1) 足利の「強み」	10
	(2) 足利の「課題」	11
5	シティプロモーション推進の基本方向	12
6	足利の「ありたい姿」としてのステートメント	14
	(1) ステートメントとは？	14
	(2) ステートメントの構成	14
	(3) ステートメント作成にあたっての考え方	15
	(4) 足利の「ありたい姿」ステートメント	16
	(5) 「ありたい姿」ステートメントの共有と発信	17
7	「ありたい姿」実現のための事業アイデア	18
8	今後の展開	19
9	足利シティプロモーションの推進体制	20
資料1	足利市シティプロモーション推進協議会 検討・審議記録	21
資料2	「まちなかインタビュー」実施概要	22
資料3	「アシカガグラム」実施結果	23
資料4	「アシカガグラム」受賞作品	24
資料5	「ステートメント」の事例	29

1 足利シティプロモーションの背景と考え方

(1) 足利シティプロモーション推進の背景

足利市は、日本最古の学校であり、日本遺産にも認定された「史跡足利学校」や足利氏ゆかりの「鏝阿寺」をはじめとする数々の歴史・文化遺産と、北部の山並み、南部の広大な関東平野、中央を流れる清流・渡良瀬川などの美しい自然環境、「あしかがフラワーパーク」等の観光拠点施設など、様々な地域資源を活用したシティセールスとまちづくりを進めてきました。

また、市民アンケートの調査結果をみると、市民の満足度の上位には、「市外からの誘客」をはじめ「生活習慣病や介護の予防」「高度医療、救急救命体制」「大規模災害時対策」「小・中学校での学習指導活動・環境」が挙げられ、福祉・医療・防災・教育面における取り組みが高く評価されており、これらも足利市が他市に誇れる地域資源であるといえます。

このように多くの地域資源が存在するまちの特性と個性を最大限に活かし、それらを総合的に活用したシティプロモーションに取り組むことで、市民一人ひとりが「自慢できる」まちづくりを進めていく必要があります。

人口減少と少子高齢化が進む地域社会において、5年後、10年後、さらには50年後のわがまちがどうあるべきか、そのまちの姿を見据えながら、「市民の力」を推進力としてまちの活性化を図っていきます。

足利市が持続的に発展していくための手法のひとつとして、都市ブランドイメージを基礎とした戦略的なPR活動により、交流人口と定住人口の拡大を図ると共に市民の郷土への関心・愛着・誇りを醸成し、地域への参画を促すための基本的な考え方を示す「足利シティプロモーション基本方針」を策定します。

(2) 足利シティプロモーションの考え方

「足利シティプロモーション」は、市民と行政が一体となって、足利の強み・特長・個性などを再発見・再認識し、それらを強く自覚し、市内外に継続して発信していくことで、足利の新しい活力を生み出していこうとするものです。

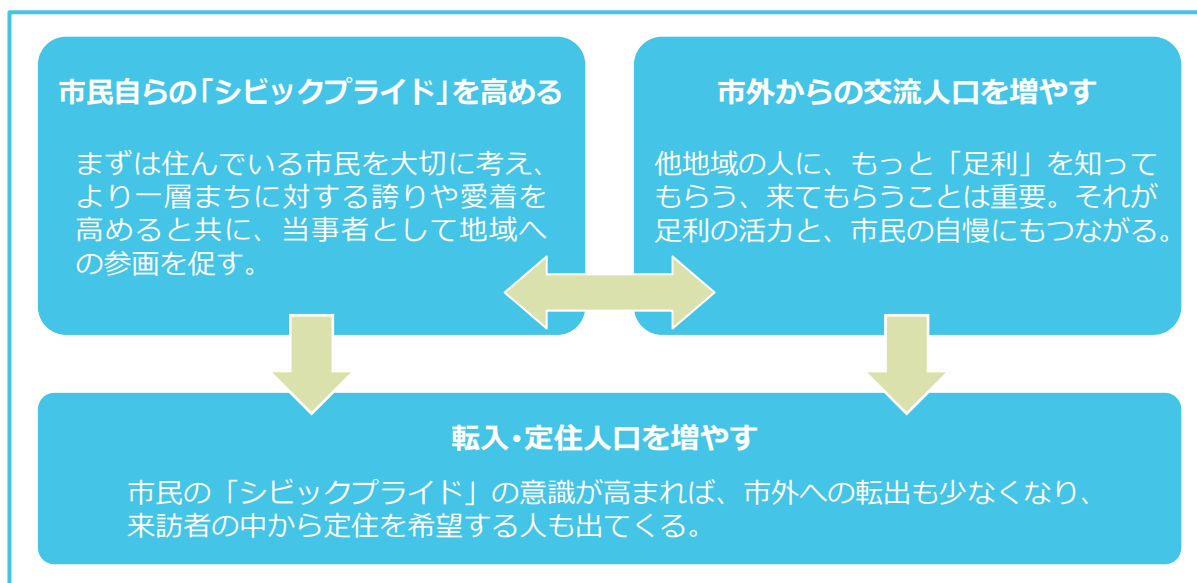
「足利の強み・特長・個性」とは、単に観光パンフレットに載っているようなものでなく、産業、福祉、子育て・教育環境、安心・安全に至る優位性はもちろん、市民のみなさんが足利で暮らすなかで感じる魅力もその大切な要素です。

他の都市にはない「足利らしさ」とは何であるかを再度考え、未来へ向けての「ありたい姿」を表現し、それを市内外に認知共有させる取り組みとして「足利シティプロモーション」を推進していきます。

2 足利シティプロモーションの目標とターゲット

(1) 目標

足利シティプロモーションの目標は、観光客や通勤、通学をはじめとする交流人口や足利市に住み続けてくれる定住人口を増やすだけでなく、市民自らの「シビックプライド（注1）」を高め、地域への参画を促すことで、まちの活性化を図ることを目標とします。



(注1) 19世紀のイギリスの都市で生まれたものと言われ、個人個人がまちに抱く誇りや愛着のことを言います。市民の一人ひとりがまちを構成する一員であるという当事者意識を持って自発的にまちづくりに参加すること、まちをより良いものにするための取り組みに積極的に関わることを大切にする考え方です。

第7次総合計画基本計画における指標（参考）

指 標	基準値(平成26年度)	目標値(平成33年度)
【市民アンケート】本市に愛着を持つ市民の割合	—	+1ポイント(前年比)
移住相談会等の参加者数	—	40人
移住体験ツアー等移住促進事業の年間参加者数	—	100人

(2) ターゲット

足利シティプロモーション事業が重視していくターゲットは、以下のとおりです。

市民自らのシビックプライドを高めるために

- ▶ 足利に在住・在勤するすべての人（年代や職業・嗜好などは問わない）
- ▶ 足利に住んでいなくても「足利を好きな人」、「足利に関心がある人」

市外からの交流人口を増やすために

- ▶ 若い世代（首都圏生活者、特に現状での来訪者の年齢が高い（下表参照））
- ▶ 日本への旅行が初めてでない海外からのリピーター
- ▶ 地域ごとの独自性の高い、日本の自然・文化・風土などの発見を求めている人

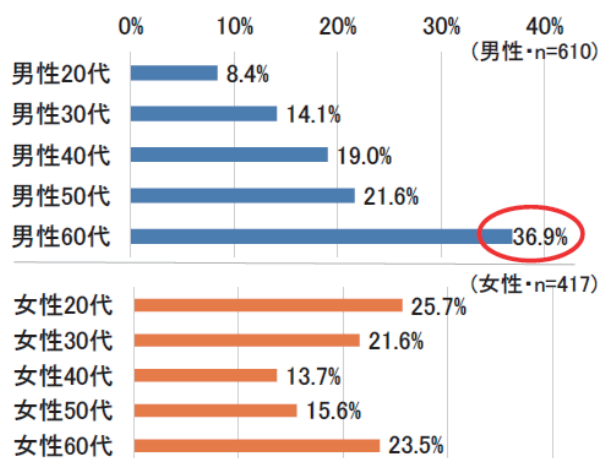
転入・定住人口を増やすために

- ▶ 足利出身で、他市で暮らしている人
- ▶ 足利出身者に限らず、都会的利便性だけでなく、心にゆとりある暮らしを求めている人
- ▶ 個性的・創造的な事業の起業を考えている人
- ▶ 足利の自然環境や、安心・安全に魅力を感じている人

(参考)



足利市来訪者の性別・年代
(2014年12月 足利市調査)



3 「足利市シティプロモーション推進事業」の取り組み

(1) シティプロモーション推進事業の基本的考え方

シティプロモーションの目標に向かって進んでいくためには、行政はもとより、市民、個人事業者、企業、団体などの様々な主体が連携して取り組むことが何より重要です。

足利の「強み」や「課題」を自ら考え、共通の目標をあげて、それぞれの立場でできることに取り組むことで、大きな力が生まれます。

足利市では、様々な主体が積極的に関われる仕組みにより、シティプロモーションを進めてきました。

(2) 平成27年度シティプロモーション推進事業の取り組み

シティプロモーション推進事業における平成27年度での取り組みとして、以下の3つを実施しました。

取り組み

①

足利市シティプロモーション推進協議会

足利のことを考え、行動している実務家による討議

取り組み

②

写真投稿サイト「アシカガグラム」

市民や来訪者が「これぞ足利」と思う写真とコメントの募集

取り組み

③

「まちなかインタビュー」

市民や来訪者からの足利に対する感想や意見を収集

取り組み① ― 足利市シティプロモーション推進協議会

「足利市シティプロモーション推進協議会」（以下「協議会」という。）は足利の地域資源や様々な魅力を広く発信し、足利の都市ブランドイメージを高めるための方法を、市民と行政が一体となって考えるための組織です。

メンバーは、個人、企業、団体などの若手の実務家と公募委員を含む11名で構成されます。

日々の活動において、足利のことを考え、行動している実務家を招聘している点が最大の特長で、柔軟、新鮮、かつ実務経験を背景とした意見集約ができることに加え、委員一人ひとりが「足利人としての感覚や意識」を持ち合わせています。

推進協議会ミーティングの様子



取り組み② ―― 写真投稿サイト「アシカグラム」 (P23「資料3」参照)

多くの方に足利の魅力発掘に関わっていただき、基本方針の策定に活用することを目的として、インターネット写真投稿サイト「アシカグラム」を開設しました。

足利の風景や名所のほか、日常の光景や好きな店、グルメなど、市民一人ひとりが「足利らしさ」「足利ならではの」を感じる写真に想いを込めたコメントを添えて募集をすることで、写真だけでなく市民が自覚する「足利」についての感性や意識もより広く収集することができました。

アシカグラムで応募の多かったテーマ

観光名所	<p>渡良瀬川・橋 (35件) ※全景の写真でも、コメント欄に渡良瀬川や橋のことが書かれている場合はカウント。橋のみの写真でもカウント。 最も多く応募された写真風景。幅広い年齢層から支持があり、特に日の出や夕日、花火など空と写っている写真が多かった。</p> <p>鏝阿寺 (33件) 男女ともに全年齢層からの支持があり、足利市外（栃木市、桐生市、太田市、佐野市）からの応募も多数あった。また、桜や紅葉、大銀杏、雪景色などの写真が多く、四季を通じて撮られた様々な表情の鏝阿寺の応募があった。</p> <p>織姫公園・足利織姫神社 (18件) 割合的に、女性からの支持が高く、年齢層も幅広かった。また、観光名所の中では20代男性からの支持が最も高かった。</p> <p>史跡足利学校 (13件) 40代から60代の男性からの支持は高かったが、女性からの支持は低かった。着物や銘仙を着ている姿と合わせて撮られている写真が多かった。</p> <p>あしかがフラワーパーク (13件) 女性からの支持が高く、他の観光名所に比べて市外（宇都宮市、桐生市など）からの応募数が足利市民からの応募数に比べて多かった。</p> <p>ココ・ファーム・ワイナリー (6件) 女性からの支持が高かった。他の足利市内の観光名所と比較すると応募は最も少なかった。</p>
その他	<p>応募の多かった写真として、食べ物では「パンチュウ」(6件)と「足利シュウマイ」(4件)が目立ち、その他では「桜」(19件)、「夕日、夕暮れ」(16件)、「ハイキング・トレッキング」(7件)、「花火」(6件)、「松田川ダム」(5件)、「渡良瀬ゴルフ場」(5件)などの写真が多く応募された。</p>

取り組み③ — 「まちなかインタビュー」 (P22「資料2」参照)

基本方針の策定に活用することを目的として、足利市民や足利への来訪者に対し「まちなかインタビュー」を実施しました。

「足利の満足度」への市民の評価は総じて高く、これは「足利が好き」「好きだから住んでいる」「住んでいるまちのことを悪くは言えない」という意識が基底になっていると考えられます。「もっと活力感がほしい」という声はありましたが、それも現在の「足利らしさ」に活力や賑わいが加わった姿を望んでいて、大きな変化・変革は期待していないように感じられました。

市外からの来訪者の評価では、個人差はありますが、足利の特長・個性・良さを理解し、それを求めて来た人にとっては満足度が高くなっています。

一方で、一般的な地方都市・観光都市に求めるものを基準にして来訪している人にとっては、市外からの交通アクセスや市内の交通状況などに不満があることがわかりました。

足利市に対する総合評価の点数ごとに、主な意見は以下のとおりです。

100点～95点と評価した方の意見

良い点	減点の理由
<ul style="list-style-type: none">・若い人が盛り上げようと頑張っている。(大分県出身、足利市在住)・昔のまま(足利市出身、埼玉県在住)・友達や家族がいる。(足利市出身、埼玉県在住)・少しずつ変わっている。(大分県出身、足利市在住)・自分の生まれ育った街だから。(足利市出身、大阪府在住)・キッズピアは室内で赤ちゃんも連れて行きやすい。(太田市在住)・食べ物が美味しい。(太田市出身、足利市通学)・自然が豊か(埼玉県岩槻市在住)・足利学校や道路が整備されている。(埼玉県岩槻市在住)・人が優しい。(太田市出身、足利市通学)・史跡があって歴史の勉強になった。(太田市出身、足利市通学)・歴史のあるところ(栃木市在住、足利在勤)・歴史的遺産がすぐそばにある。(足利市出身、在住)・水が美味しい。(足利市出身、太田在住)	<ul style="list-style-type: none">・土日に家族で出かけるところがない。(足利市出身、在住)・道が入り組んでたり、細かくて分かりづらい。(栃木市在住、足利在勤)・太田市の方が児童館とか子育て支援センターが多いイメージ 子育てに優しいのは太田の方なのかなと思う。(太田市在住)・街が古くて、シャッターが閉まっているので、賑わって欲しい。(太田市出身、足利市通学)

90点・80点と評価した方の意見

良い点	減点の理由
<ul style="list-style-type: none"> ・建物が素敵 (フランス在住、足利での在勤歴あり) ・フラワーパークはいつ行っても違う雰囲気がある。 (桐生市在住) ・平和(足利市出身、在住) ・田舎過ぎない。(足利市出身、在住) ・道が広がった。(みどり市在住) ・全国でもう一度行きたいところ選ばれた。 (足利市在住) ・どこに行くのも一時間で行ける。(足利市在住) ・災害がない。(足利市在住) ・地平線が見える。(大阪府在住、足利市出張) ・ゆったりとした時間が過ごせた。(佐野市在住) ・観光施設がある。(佐野市在住) 	<ul style="list-style-type: none"> ・電車での交通面が悪い。 (沖縄県出身、東京都江戸川区在住) ・ハイキングする山は魅力的だけど、 電車とタクシーでは行きづらい。(栃木市在住) ・レンタカーがない。 (沖縄県出身、東京都江戸川区在住) ・車を走らせないとないもない。 (足利市出身、在住) ・足利学校の周りのお店が減った。(桐生市在住) ・足利学校周辺の駐車場が少ない。(桐生市在住) ・活性化されてない。(足利市在住) ・若者が働くところがない。(足利市在住) ・工場の誘致活動が遅い。(足利市在住) ・交通の便が悪い。(宇都宮市在住)

75点・70点と評価した方の意見

良い点	減点の理由
<ul style="list-style-type: none"> ・物価が安い。(足利市出身、在住) ・東京行くのに便利(足利市出身、在住) ・天災が少ない。(足利市出身、在住) ・自然があつていい。(足利市在住) ・人がいい。(足利市在住) ・静かで落ち着いた街(足利市出身、在住) 	<ul style="list-style-type: none"> ・良いところがあるのに活かされてない。 (足利市出身、在住) ・過疎が進んでるから、人が集まるようなことを してほしい。(足利市在住)

65点以下と評価した方の意見

良い点	減点の理由
<ul style="list-style-type: none"> ・個人でやってる人同士のコミュニティができた。 (群馬県伊勢崎市出身在住、足利市在勤) ・店主同士のつながりができた。 (群馬県伊勢崎市出身在住、足利市在勤) ・自分の街より便利 (群馬県伊勢崎市出身在住、足利市在勤) ・観光まではいかないけど、歩いてみると雰囲気 のいいところがある。(桐生市在住) ・古き良き建物がある。(桐生市在住) 	<ul style="list-style-type: none"> ・公共バスがもう少し走ってるといい。 (群馬県伊勢崎市出身在住、足利市在勤) ・個別にイベントをやっている。 (群馬県伊勢崎市出身在住、足利市在勤) ・イベントを一定期間に集中し過ぎ。 (群馬県伊勢崎市出身在住、足利市在勤) ・物価が高い。(群馬県出身、足利市在住) ・電車のアクセスが悪い。(宇都宮市在住) ・高速道路インターはできたけど、使わない。 (群馬県出身、足利市在住)

4 足利の「強み」と「課題」

推進協議会で「強み」と「課題」について検証しました。

(1) 足利の「強み」

「強み」では、自然・史跡・イベント・名産品などの「事実」「モノ」「コト」だけでなく、足利人の気質・気風に関する個性が多くあげられたことが特徴的で、これはシティプロモーションの基本方針の策定にあたっての重要な視点になります。

→ ①モノ・コト・事実

自然 <ul style="list-style-type: none">・ 渡良瀬川・ 夕日がきれい・ 新緑、紅葉・ 水がおいしい・ 空気がおいしい・ 平地、山、川・ 豊富なハイキングコース・ 広大な田園風景	立地・住みやすさ <ul style="list-style-type: none">・ 都心から90分・ 災害が少ない・ 充実した公民館機能・ 充実した医療拠点・ 北関東自動車道・ 新産業団地・ 待機児童ゼロ・ 河川敷の活用	歴史・伝統 <ul style="list-style-type: none">・ 足利学校・ 鏝阿寺・ 足利織姫神社・ 樺崎寺・ 足利氏発祥の地・ 神社仏閣が多い・ 足利という地名・ 論語・ 数ある古墳	施設・イベント <ul style="list-style-type: none">・ あしかがフラワーパーク・ ココファーム・ ワイナリー・ キッズピアあしかが・ 足利花火大会・ 節分鎧年越・ 足利尊氏公マラソン・ 市民発のイベント・ 恋人の聖地
人 <ul style="list-style-type: none">・ 市民力・ あしかが輝き大使・ 足利友愛議団・ アートに関わる人々・ 留学生	食・名産品 <ul style="list-style-type: none">・ そば・ 和菓子・ ワイン・ 大麦・ パンチュウ・ 足利シュウマイ・ ポテト入りやきそば・ ソースカツ丼	産業 <ul style="list-style-type: none">・ こだわりのモノづくり・ 職人氣質・ 栃木県産いちご発祥の地・ あしかが美人・ 5 Sの街・ プラスチック・ 金属・ 輸送用機械・ トーションレース	文化 <ul style="list-style-type: none">・ 映像のまち・ 八木節発祥の地・ 屋台文化・ 喫茶、カフェが多い・ ギャラリーが多い・ 足利銘仙・ 足利ミュージカル・ オーケストラ・ 路地裏

→ ②人間的気質

気質・気風 <ul style="list-style-type: none">・ 自由度が高く一人ひとりの個性を重んじる・ 自由な働き方をしている人が多い・ 個性的な人が多く、それを受け入れる・ 興味の無いことにはあまり関わらない・ 人に干渉しない・ 野次馬根性が低い・ 義理堅い・ 適度な距離感を好む・ 人とのつながりを大事にする・ 体面を重んじる・ おしゃれや流行りに敏感・ 粋な大人が多い・ 祭り・イベント好き、派手好き・ 道楽
--

(2) 足利の「課題」

「課題」では、交通面や都市機能への指摘が多くあげられました。
また、「自由度が高く一人ひとりの個性を重んじる」足利人の気質が、目標を掲げての一丸となった行動や、イベントなどでの関わりへの意識を薄くしているのではないかという意見もありました。

→ ① 活力拡大へ向けた、市民意識のベクトル合わせ

目標を掲げ、共有し、それに向かって一丸となって行動する機運を高めたい

イベントひとつひとつの効果を追及し相互の連携の意識を高めたい

→ ② 短期的に、成果が目に見える「にぎわい」づくり

若い人が集まる、若い人が楽しめる「若者のまち」としてのイメージを高めたい

休日や夜も、もっと交流や賑わいのあるまちでありたい

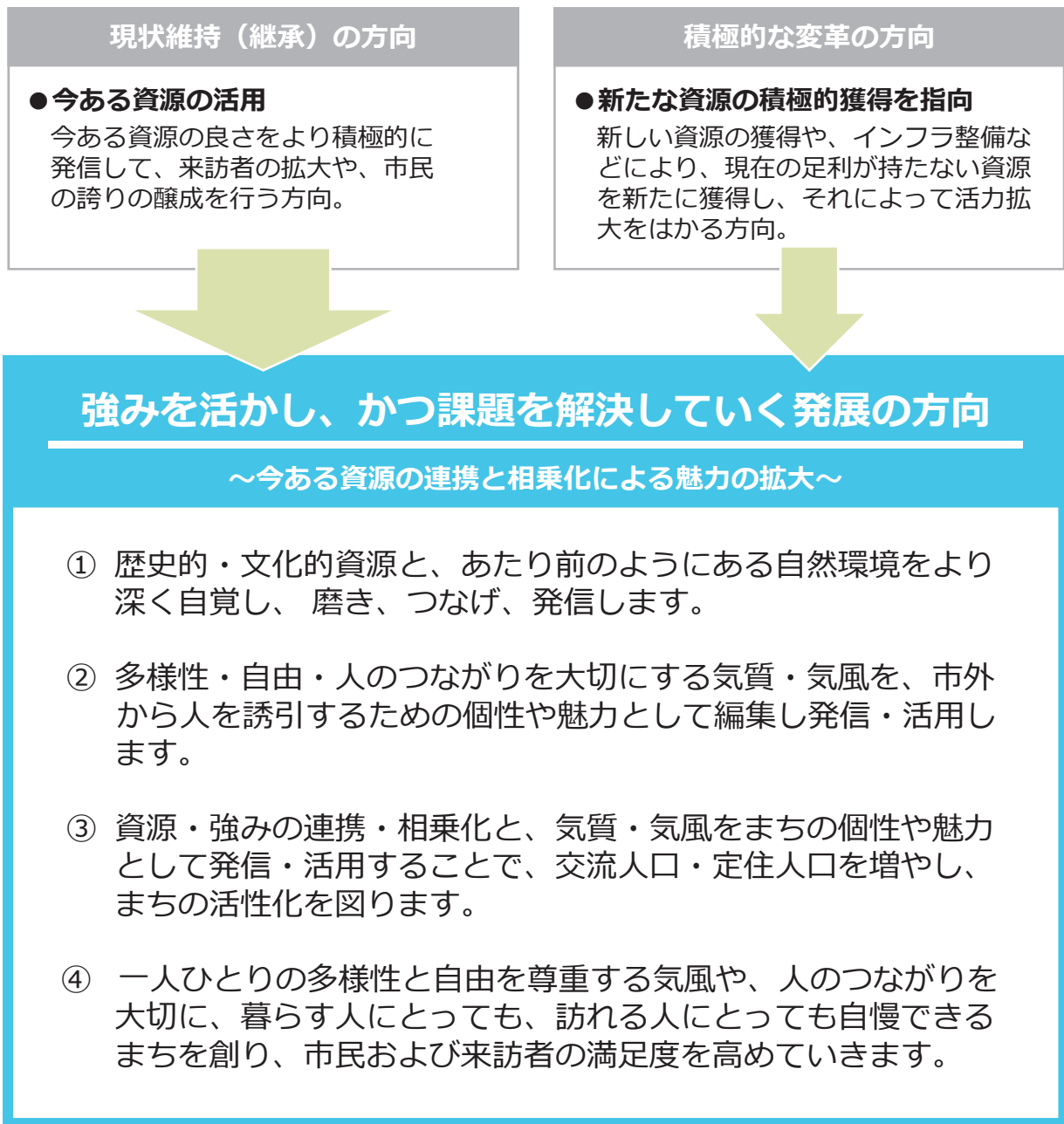
→ ③ 中長期的に、より豊かな都市基盤や観光インフラ整備への挑戦

市内の交通状況と市外からの交通アクセスをもっと便利にしたい

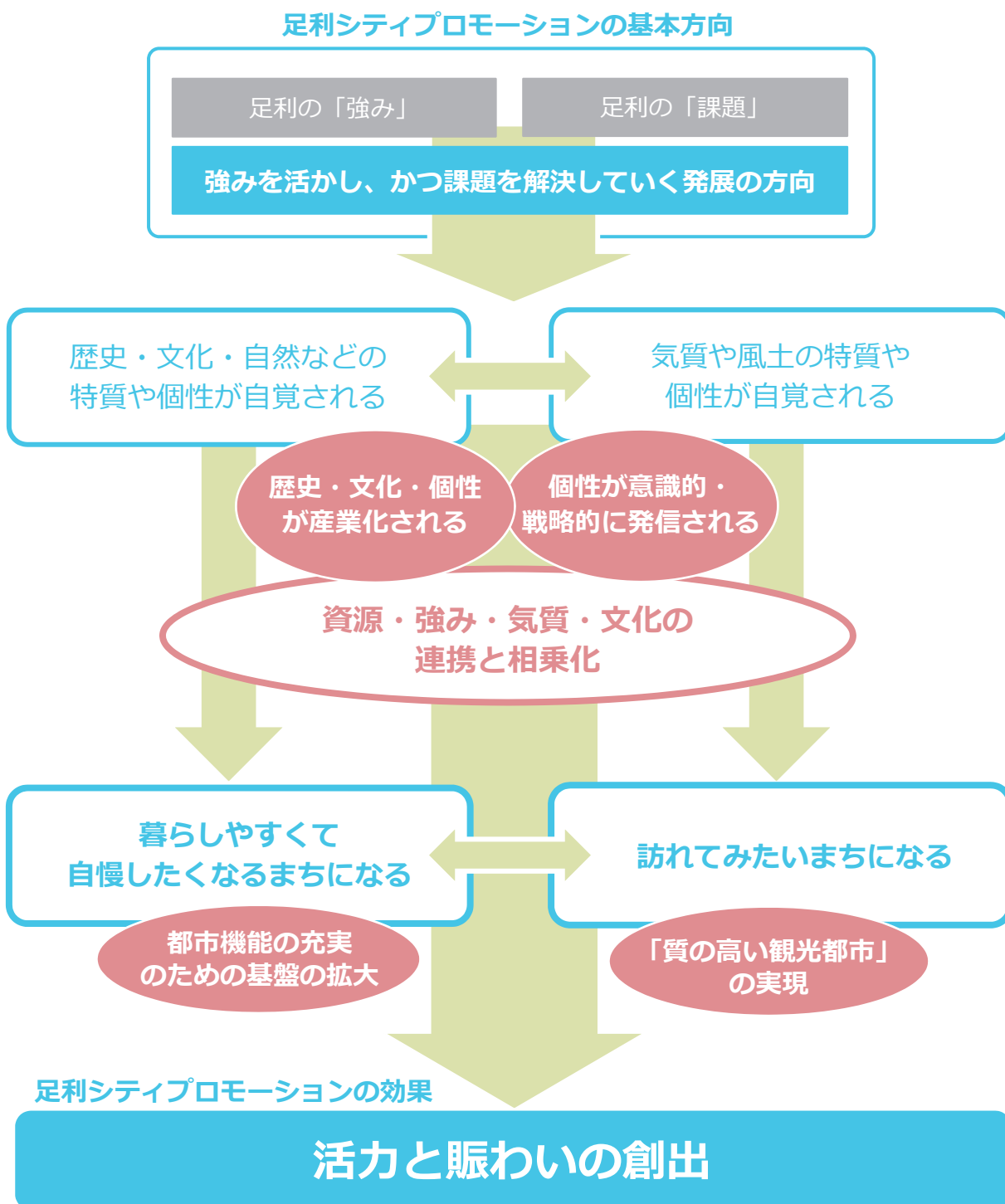
都市機能をもっと豊かにするための施設を創造・誘致したい

5 シティプロモーション推進の基本方向

足利シティプロモーションを推進していくうえで、「強み」を活かした「継承」の方向か、「課題」を解決し「変革」の方向に向かうのかは重要な分岐点となりますが、本市では、二者択一ではなく、それぞれを活用した「発展」の方向で進めていきます。



足利シティプロモーションがもたらす効果（展開イメージ）



6 足利の「ありたい姿」としてのステートメント

シティプロモーションの目標像をより明確なものにし、様々な主体が共有するために足利の「ありたい姿」を表現する「ステートメント」を検討・作成しました。

(1) ステートメントとは？

ステートメントとは、目指す姿・ありたい姿を数行のわかりやすい文章で書き表したものです。広報用キャッチフレーズのように、短い言葉に象徴化させる必要はなく、市内外に伝えたいこと、伝えるべきことを率直に、豊かに表現することを目指します。

※ステートメントの事例は、P29「資料5」参照

(2) ステートメントの構成

足利の「ありたい姿」を表現するステートメントは、以下の要素によって構成しました。いずれの要素についても、足利ならではの個性あるアプローチとしました。

Value

(価値)

足利の強み、資源、個性、特長を表現する部分です。市民が共通に自覚し、共感できるものであるとともに、市外の人へ自信をもって発信していくものです。この中には、歴史や文化などの無形のものも含まれます。

Mind

(気質・気風)

足利人の気質、気風、こころざしを表現する部分です。自分自身や他者、人と人とのつながりに対する気持ちなど、単に継承されてきた気質、気風だけでなく、将来にわたって「こうありたい」という意志を示すものです。

Vision

(目標)

バリューとマインドを基盤として描かれる足利の目指す姿、ありたい姿を記述する部分です。市民や来訪者、将来の転入者に提供できる将来像の方向性を示すものです。

(3) ステートメント作成にあたっての考え方

→ ① 足利市らしい、個性的なステートメントの作成

- ・「暮らしやすいまち」「来て楽しいまち」「また来たいまち」といった目標を設定するにあたり、どこのまちにでも言えるような一般論としてではなく、「足利ならではのこと」「足利だけに言えること」にこだわる。
- ・「なぜ、暮らしやすいのか」「なぜ、来て楽しいのか」「なぜ、また来たいのか」という「理由」にこだわりながら、個性的な内容と表現にしていく。

→ ② すべての市民が自慢できるステートメントの作成

- ・市民や来訪者にも共感される、やわらかい表現にする。
- ・足利の文化や気質を感じさせる、格調と個性のあるものにする。
- ・子どもから高齢者まで、明るく、希望の持てる目標像にする。
- ・足利に魅力を感じた人にとって、自分らしさを再発見できるような暮らしを提案できるものにする。

→ ③ 協議会委員の声と感覚を反映させたステートメントの作成

- ・「足利が好き」で、足利の強みも弱みも知っている協議会委員の感覚や表現の背景を汲み取る。

協議会での検討では、委員全員が足利の「強み」や「課題」、そして強みを活かし、かつ課題を解決していくための「ありたい姿」の構成要素を出し合い、議論し、構成していく中で「足利らしさ」を踏まえた、個性的なステートメントを作成しました。

(4) 足利の「ありたい姿」ステートメント

一人ひとりが「素」的に輝くまち・足利

足利のValue (価値)

豊かな自然と、深い歴史を持つ足利は
多種多様な文化が融合し
様々な人や物との出会いが「縁」を生むまちです。

足利のMind (気質・気風)

今までも、これからも、足利人は
個性やこだわりを尊重し
なにげない日常にふとした心地よさを見出します。

足利のVision (目標)

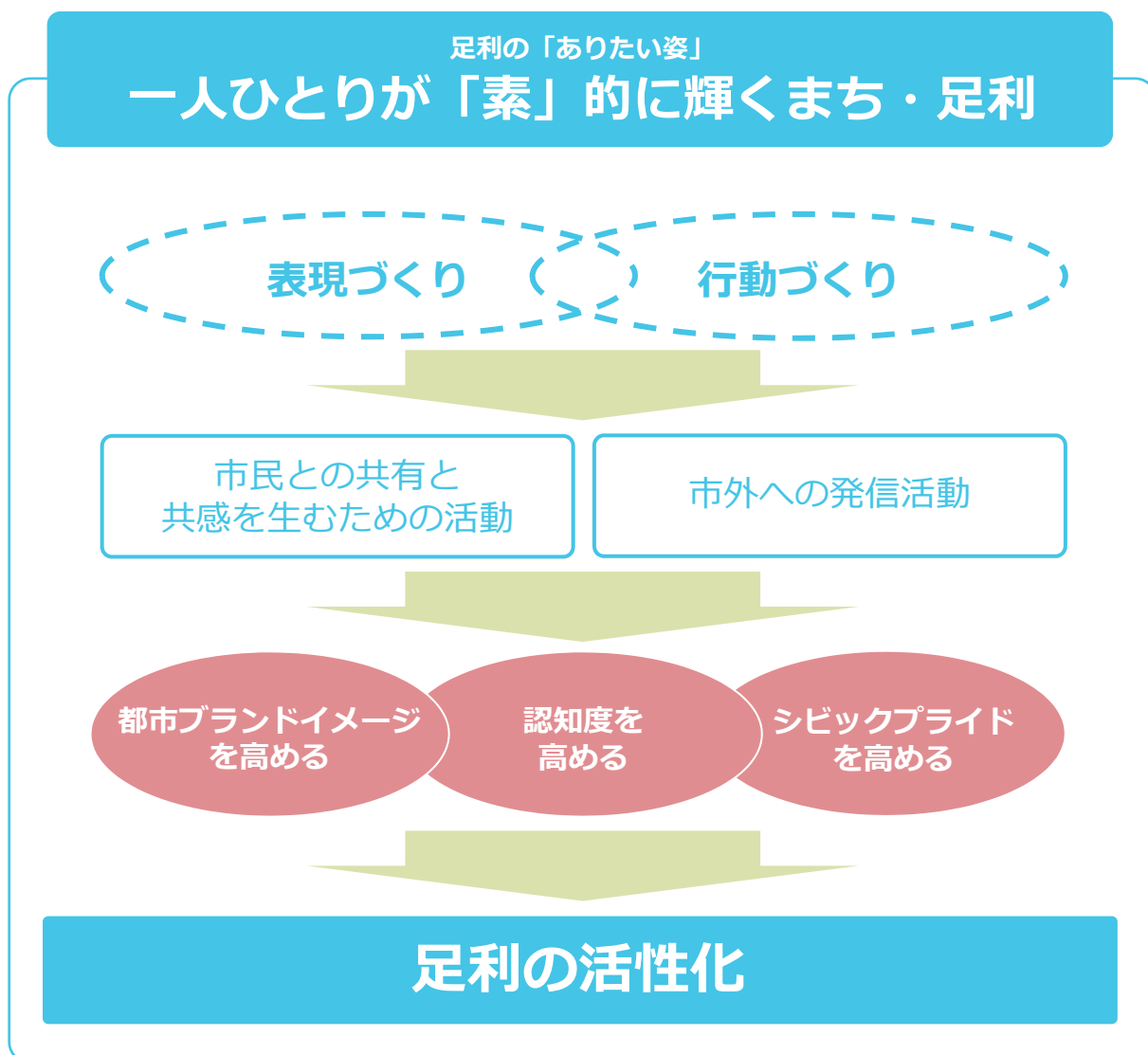
一人ひとりが自分らしく「素」的に輝き
そこで暮らすこと、そこを訪れることが
自慢になるようなまちを目指します。

(5) 「ありたい姿」ステートメントの共有と発信

作成された「ありたい姿」ステートメントは、シティプロモーションによって実現していくべき目標像として、今後の活動の拠り所となっていくものです。

市民が共感できない価値観に、移住者や来訪者は共感することはできません。「足利らしさ」を共有し持続させるためには、明文化したステートメントを市民が広く共有できるように努めていくとともに、市外への発信も強めていく必要があります。

そのためには、ステートメントに表現された内容を市内外に効果的に伝えていけるような、表現づくり、行動づくりに取り組んでいきます。



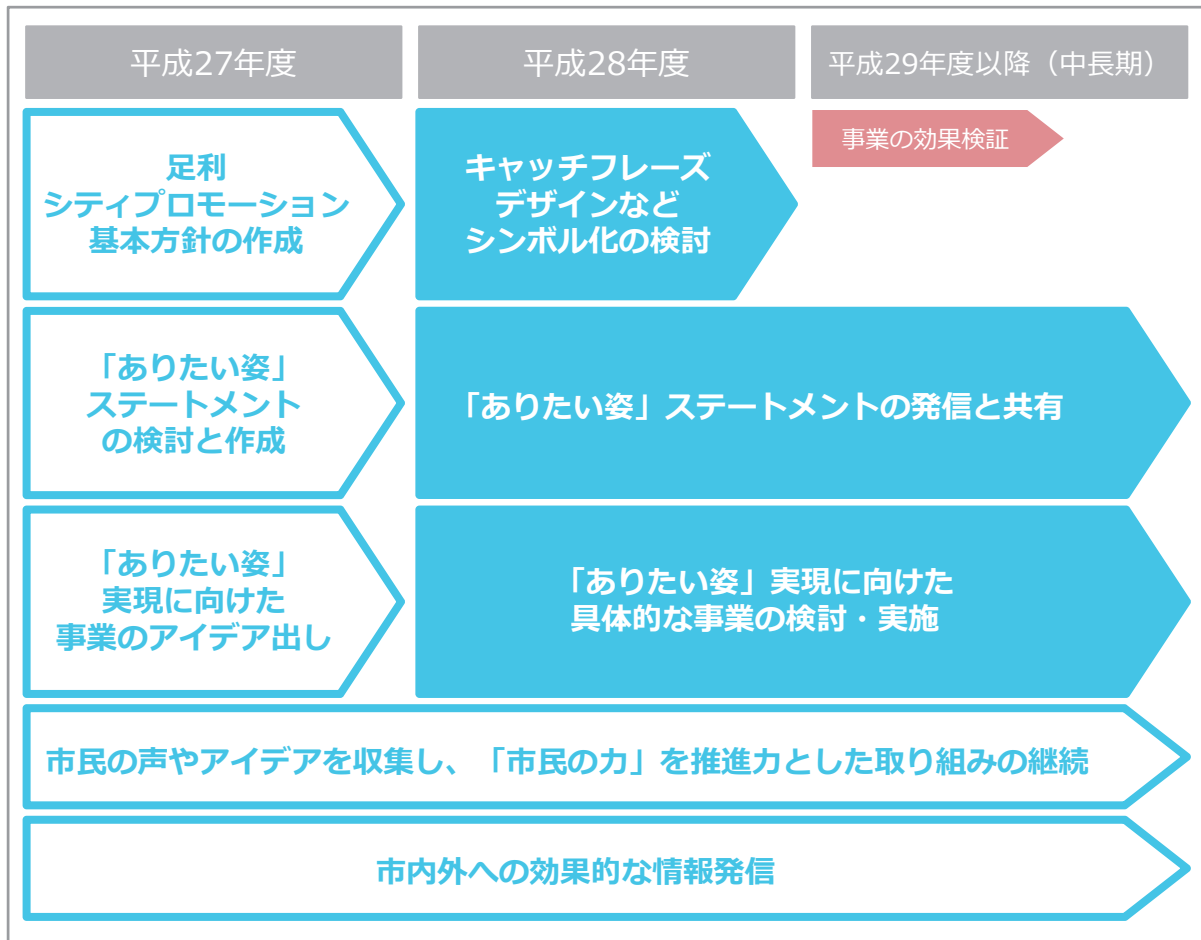
8 今後の展開

平成27年度は、足利シティプロモーションの目的や基本的な方向を検討しつつ、シティプロモーションの目標像となる「ありたい姿」ステートメントを作成しました。

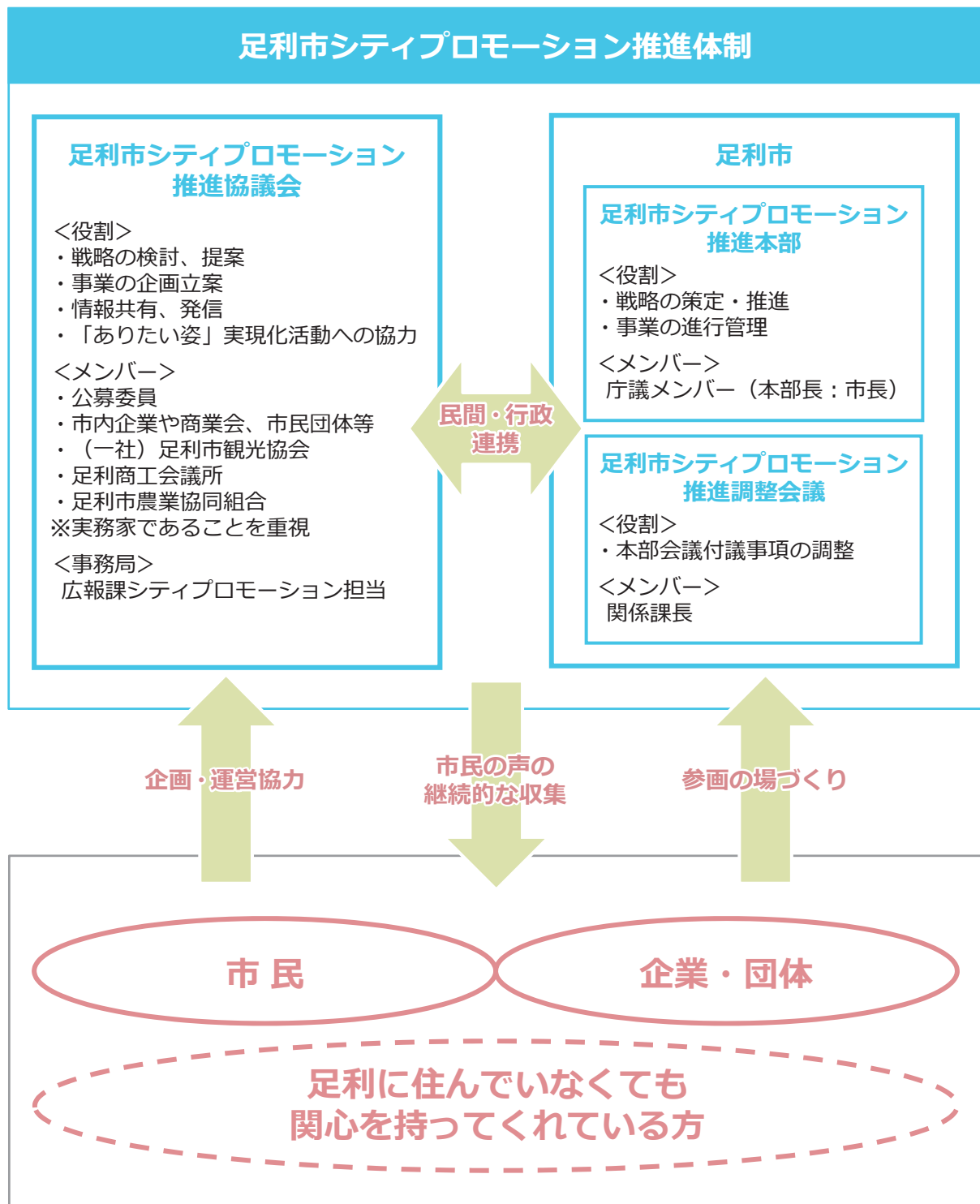
平成28年度以降は、以下を想定します。

- (1) 平成27年度事業における検討内容の要旨と、「ありたい姿」の市民への発表
- (2) 「ありたい姿」をより端的に、短く表現したフレーズや、デザイン化の必要性を検討
- (3) 「ありたい姿」の発信と共有を目的とした事業展開
- (4) 市民の声やアイデアを収集し、「市民の力」を推進力とした取り組みの継続
- (5) 市内外への効果的な情報発信

これらを進めることで、足利シティプロモーションへのより一層の市民参加と、実現化に向けた推進力の創出を目指します。



9 足利シティプロモーションの推進体制



資料1 足利市シティプロモーション推進協議会 検討・審議記録

<p>第1回 協議会 (キックオフミーティング)</p> <p>平成27年5月21日 (木) 18:00～ 足利市生涯学習センター 会議室</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・目的、組織体制、年間スケジュールなど ・平成27年度事業計画 (案) の確認
<p>第2回 協議会</p> <p>平成27年6月9日 (火) 19:10～ カフェラボ・ハマダ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・今年度の重点的な取り組みについて ・事業の委託について ・年間スケジュールについて ・意見・情報交換
<p>シティプロモーション勉強会</p> <p>平成27年7月29日 (水) 17:45～ 足利観光交流館 あし・ナビ</p>	<p><講師> 東海大学文学部広報メディア学科 河井孝仁教授</p> <p><テーマ> 地域への参画を目的とするシティプロモーションの必要性</p>
<p>第3回 協議会</p> <p>平成27年9月2日 (水) 19:00～ 足利市民プラザ 会議室</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・今後の進め方について ・「アシカガグラム」について
<p>第4回 協議会</p> <p>平成27年10月6日 (火) 18:30～ 足利市役所 本庁舎会議室</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・アシカガグラムの進捗状況共有 <p><グループセッションテーマ> 足利をシンボライズできる、ファクトや資源 = 「強み」 や「他のまちにない個性」について</p>
<p>第5回 協議会</p> <p>平成27年11月24日 (火) 18:30～ 足利市役所 本庁舎会議室</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「まちなかインタビュー」の検証 <p><グループセッションテーマ> 足利の課題・必要なもの・あったらいいもの</p>
<p>第6回 協議会</p> <p>平成27年12月8日 (火) 18:30～ 足利市役所 本庁舎会議室</p>	<p><グループセッションテーマ> 「足利のありたい姿」「足利のシンボル」について 考える</p>
<p>第7回 協議会</p> <p>平成28年1月14日 (木) 18:30～ 足利市役所 本庁舎会議室</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「足利のありたい姿」方向性総括 <p><グループセッションテーマ> 「足利のありたい姿」を短いフレーズにする</p>
<p>第8回 協議会</p> <p>平成28年1月30日 (土) 12:30～ 足利市役所 本庁舎会議室</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「ありたい姿」ステートメントについて ・「ありたい姿」の実現に向けたアイデア出し ・「アシカガグラム」特別賞の選考

上記のほか、各協議会ごとに事前課題を各自検討し、SNS上でも意見交換を行いました。

資料2 「まちなかインタビュー」実施概要

(1) 実施日時

平成27年10月27日(火) 10:00～18:00

(2) インタビュー実施場所

- ① 鑿阿寺・足利学校周辺
- ② ココ・ファーム・ワイナリー
- ③ あしかがフラワーパーク
- ④ キッズピアあしかが
- ⑤ 東武足利市駅周辺

(3) インタビュー実績

- ① 足利市在住の人： 女性6名 男性5名
このうち、出身も足利市なのは女性3名 男性3名、他県出身の人は女性2名
出身を答えなかった人が男性2名、女性1名
 - ② 足利市に在勤・在学、または在勤経験のある人：男性2名、女性2名
 - ③ 足利市出身で、現在は他市・他府県に住んでいる人：女性2名
 - ④ 他都府県在住で、観光・仕事などで足利市を訪れていた人：女性6名、男性7名
- ※年代はそれぞれ、10代から60代ぐらいまでの幅があった。



資料3 「アシカガグラム」実施結果

アシカガグラムの応募状況および入選作品数

■ 応募期間：
平成27年10月30日(金)～
平成28年1月4日(月)

■ 応募総数：377件
第1回：88件
第2回：109件
第3回：180件

年齢別応募者数（人）

	男	女	合計
～10	6	3	9
10代	5	4	9
20代	17	15	32
30代	19	11	30
40代	75	26	101
50代	32	20	52
60～	63	11	74
不詳	46	24	70
合計	263	114	377

各回の応募数（人）

	応募数
第1回	88
第2回	109
第3回	180
合計	377

男：263
女：114

■ 入選作品総数：300件
第1回：69件
第2回：101件
第3回：130件

※大人が子どもの代わりに
応募している場合は大人の性別

■ 入選者への賞品

応募の際に送って頂いた顔写真をもとに似顔絵を作成し、WEB上にてプレゼント。



資料4 「アシカガグラム」受賞作品（アシカガグラム・アワード）

「アシカガグラム・アワード」グランプリ / 準グランプリ

グランプリ



作品名：I LOVE NAKABASHI ♡

わたらせばしもいいけれど…
地元で暮らしていて、いちばん魅力的で
素敵な橋は「中橋」
私はNAKABASHIに恋してます♡



きいちゃんさん

準グランプリ



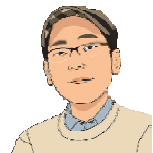
作品名：麦秋

視界に広がる麦畑、緩やかに起伏する
山並み、真ん中を横切る東武電車。



りょうさん

準グランプリ



まちなか探検隊！
TAKO-ASHIさん

作品名：おもてなしのいしだたみ通り

国宝鑿阿寺、日本遺産足利学校、周辺のいしだたみ通り。個性あふれるお店が並び、春、秋の観光シーズンには足利銘仙を着た女性が往来します。

「アシカガグラム・アワード」特別賞

絶景で賞



作品名：雪の行道山



立野 公克さん

何度でも来たくなるで賞



作品名：モネの庭



アイラさん

ふるさと回帰賞



作品名：おばあちゃんち



ちえさん



作品名：おかえり



ヒロさん

まちなか賞



作品名：無人図書館



ゆくさん

美味しいで賞



作品名：ハフハフしながら…



アイラさん

「アシカグラム・アワード」特別賞

足利を彩るで賞

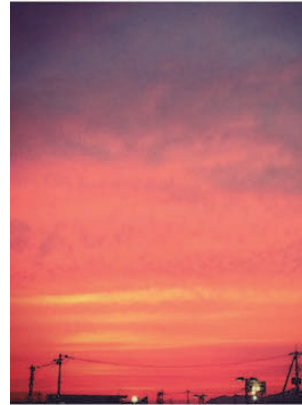


作品名：サクラの散歩道



ヒロちゃんさん

夕日がきれいいで賞



作品名：夕日が綺麗な街



ともさん

八重黒龍とはさすがで賞



作品名：八重黒龍藤



アイラさん

SF (ソウルフード) 賞



作品名：足利のソウルフード♡



るんちゃんさん

頑張り！オール足利賞



作品名：応援してまっせ〜



ace403さん

「アシカグラム・アワード」特別賞

新たな発見！で賞



作品名：異国情緒



のんさん

大人の一杯で賞



作品名：cafe aragin



とちまるくんさん

初めて知りました！で賞



作品名：しあわせの架け橋



ともきちゃん

西の足利人はグッとくるで賞



作品名：鹿島橋からの「酒は六七」



YATHさん

足利発祥（賞）



作品名：とちおとめ



みゆさん

足利市民の自慢で賞



作品名：
「来年もまた見に来ようね！」



おいちゃんさん

「アシカガラム・アワード」特別賞

春の風景も素敵で賞



作品名：渡良瀬橋



しもちゃんさん

こちらのえびす講も賑やかで賞



作品名：福居のえびす講



のんさん

子どもたちに大人気で賞



作品名：真夏のフリーホール



川田 順一さん

日立グループ 2001年1月「Inspire the Next」導入時

HITACHI

Inspire the Next

「社会が変わる、日立が変える」

私たちの理念は、
知識と情報技術を中心とした先端技術によって、
常に、新たな価値と可能性を持った
製品、システム、サービスを提供し続け、
豊かな人間生活とよりよい社会の実現を目指すことです。

私たちの使命は、
社会とお客様の求めるものを敏感に察知し、
自らの目標を定め、それを達成することです。
従来の概念にとらわれず、
新しい技術の開発・応用をします。
特に、情報・サービス分野に注力します。
未知の事業分野にも果敢に挑みます。
よき企業市民として、環境保全と経済的成長が
両立する活動を行います。

私たちが、提供し、守り、高めていく価値は、
お客様と社会の信頼に必ず応え、責任を全うすることです。
複雑で多岐にわたるシステムにも知識と技術で対応します。
部分的に見た際に最も優れているだけでなく、
社会やシステム全体を視野においたときに、
また、将来を見こしたときに、
最も適した方法、本質的な解決策を用います。

社会が変わるとき、変えるのは日立でありたい。
日立は、社会とともにこれからも変わっていきます。

※平成12年4月19日 株式会社日立製作所 企業情報 ニュースリリース「日立ブランドプラットフォーム」より

(ブランド・コンセプト)

伝統と革新が交差しながら、
常に新しいスタイルを生み出すことで、
多様な楽しさを約束する街。

(ブランド・ステートメント)

東京。
ここには日本の変わらぬ伝統がある。
この街が生み出すユニークな文化がある。
おもてなしの心から生まれる洗練された時間がある。
最先端の技術がかなえる快適な日々がある。

今日も東京は、全ての人々が主人公となって、
あらゆるモノやコトを革新し続けている。
そこから生まれる様々なスタイルと
未来につながる暮らしが、新しい体験を創り出す。

東京、それは訪れる度に想像を超えた感動に出会える街。
そして自分だけの東京を発見する喜びを味わえる街。

※平成27年3月31日 東京都産業労働局 報道発表資料「東京のブランディング戦略」より

足利シティプロモーション基本方針

発行 / 足利市

編集 / 政策推進部広報課

〒326-8601 栃木県足利市本城3丁目2145

TEL : 0284-20-2222 (代表)

E-mail : office@city.ashikaga.lg.jp

URL : <http://www.city.ashikaga.tochigi.jp/>

平成28年3月