

シティセールス戦略プラン 体系図

プロモーション戦略

戦略の基本方向

対外的な認知度と都市イメージの向上

「訪れて楽しい」「住んでみたい」と思えるような都市イメージの構築をめざし、戦略的な情報発信を行う

市民の「誇り」と「一体感」の醸成

魅力ある資源を市民の財産として共有できる取り組みなどにより、市民の「誇り」や「一体感」の醸成をめざす

【1】 対外的な情報発信のためのメディアの活用

千葉市が有する魅力の認知度を高めるため、行政だけでなく、民間との連携を含めた種々のメディアを活用し、積極的な情報発信を行う。

【3】 市民、民間団体、企業などとの連携による魅力づくりや情報発信

地域を構成する市民、民間団体、企業などと連携し、本市ゆかりの人材、各種団体、施設などを活用した魅力づくりや情報発信に取り組む。

【2】 市民による魅力の再発見

多様な情報発信により、市民が魅力ある情報を共有し、市民自らが魅力を再発見し、地域への関心を高めてもらう取り組みを進める。

【4】 地域特性を活かした新たな魅力や活力の創出

独自性や地域特性を活かし、市民、企業、行政等が一体となって、名産品・グッズなどの商品開発などに取り組む。

重点プロジェクト(期間:平成19年度～22年度)

シティセールス推進のために、千葉市が重点的に情報発信していくプロジェクト

【1】 「花・緑・水辺」プロジェクト

- ・「花の都・ちば」に向けた取り組みとの連携
- ・大規模公園等の情報発信
- ・水辺環境の整備と情報発信

【2】 「ホームタウン」プロジェクト

- ・ホームタウンチームと連動した情報発信
- ・交流事業の充実

【3】 「フィルムコミッション」プロジェクト

- ・フィルムコミッションを活用した魅力情報の発信
- ・フィルムツーリズムの推進

シティセールスにつながるまちづくり

シティセールスの効果的な推進のためには、都市づくりの基礎となる「安全・安心」、「健康・福祉」、「環境」、「経済・産業」、「道路・交通」など、市民の生活に密着した施策の充実が重要となる。そのため、第2次5か年計画などに基づいて、シティセールスのために必要な関連施策を着実に推進する。

個性ある資源を活かした都市イメージの向上による千葉市ブランドの確立

