

様式第2号（第3条関係）

平成29年7月20日

篠山市議会議長 様

会派名 公明党
代表者名 隅田 雅春
又は会派無所属議員の氏名



政務活動報告書

この度の政務活動を下記のとおり報告します。

記

1. 活動の種類： 視察調査 ・ 研修 ・ 広報広聴活動
その他（ ）
2. 活動期間： 平成29年7月18日（火）
3. 場所： 大阪府立大学中百舌鳥キャンパス
4. 活動者： 隅田 雅春、園田 依子
5. 活動の概要： 別紙参照
6. 考察： 別紙参照
7. 活動に要した費用：

費目	詳細	金額	備考
研究研修費	旅費	4,560	篠山口駅～大阪駅
〃	旅費	1,280	梅田～なかもず
〃	その他	3,050	土産代

平成 29 年 7 月 20 日


地域ブランドに関する政務調査

会派公明党 隅田 雅春
園田 依子

【きっかけ】

今年の 4 月、J A 丹波篠山、丹波篠山観光協会、篠山市商工会などより、丹波篠山の混乱がひどいので市名変更をとの要望を受けました。ブランドが混乱、棄損しているのであればブランドの再構築に力を注ぐべきと考え、地域ブランドに詳しい橋爪紳也大阪府立大学教授の指導を仰ぎに訪問しました。

【橋爪教授の視点】

- ・ブランド構築のその先を見つめなければいけない。市民との一体感、市民の喜びがあるかどうか。—シビック・プライド—→わが町が誇りだ、と言ってもらえるかどうか。
- ・例えば I a msterdam (アムステルダム) —オランダの有名な街の名前です。直訳すれば私はダムを作る人。低湿地帯のオランダをうまくイメージさせています。そして I を取ると、アムステルダムとなります。アムステルダムに住む人、来る人、関わる全ての人がアムステルダムを表現する存在であるというメッセージが含まれている。
- ・B  —これはヨーロッパのある街のシンボルマークです。町への愛を強く表現しています。
- ・最近の都市ブランドについていうと、都市名を強く発信するというよりは、「日本に京都があつてよかった」というような発信となっている。
- ・ブランディングについては市役所内の共有が大事。観光担当が一生懸命ブランドや、ロゴなどを作っても他の部署は一切知らないということが多々あります。最近、ご当地出身タレントを市のアピールに活用しているが、市民と一体となって街を売り出すには、市民を前面に、専門家やタレントは後ろにいるのがよい。
- ・高石市では、今あるものを売るのではなく足りないものを表に出すようにしている。ないものを嘆くのではなく逆手に取る。例えば大都會の便利さはないが、緑豊かな山があり、蜚が飛んでいる。などをアピールする。
- ・彦根市では、「ひこにゃん」ができて 10 年がたち、お城の登城客が激減していることに強い危機感を抱いている。「ひこにゃん」に次ぐマスコットを作る、をテーマとした動画を作っている。

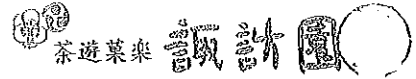
- ・帯広市では寒い冬季には観光客がいなかったが、弱点を利用して－20度の冬に屋台を開き成功し、海外に波及効果が出ている。
- ・博多市では、宿泊客を増やすため、早朝カフェを開いている。
- ・水都大阪をアピールするため、巨大アヒル（中はアドバルーンと同じ）を水路に浮かべ集客している。このアヒルは尾道市など各地に貸している。巨大アヒルには、追っかけのファンがいる。今までの流れではなく視点を換えることが大事。

【考察】

「篠山市は、日本遺産2つ、伝統的建造物群2か所、ユネスコ登録など多くの顕彰されたものを持っているがその喜びが市民と共有できているかが大事であり、故郷を愛する市民の思いを発信することができる政策、努力が求められている」などの指摘がありました。

政策を行うにあたって、市民一体となって篠山の魅力を発信していくことが大事と認識させられました。これからいろいろな政策を行う際、これは市民の力を統合できるのかを自問することが大事と考えさせられました。

領収書



本店 兵庫県篠山市味間奥1463
 TEL. 079-594-0855・2545
 篠山店 TEL. 079-552-6308
 伊予一店 TEL. 079-594-2226

会沢公明様

平成 29年 7月 18日
 下記のとおり領収致しました。

合計金 ¥ 2,050

品名	(記)	数量	単価	金額	摘要
商品代					
小計					
			税額		

収入
印紙

品物には万金を尽しておりますが、もしご不信な点がありましたらご連絡下さい。

