

2-2 いわきブランディング・プロモーションP J

■ 取組みの目標

- ・本市が取り組むべきシティセールスの方向性や考え方等を定めた「市シティセールス基本方針」に基づき、「市民」「企業」「行政」等、様々な主体が連携した共創の推進体制により、各種取組みを進め、市内外にいわきの魅力を伝えます。
- ・市内外の人々が「行きたい」「住みたい」「応援したい」と感じる“選ばれるまち”となるために、「都市イメージの明確化」と「都市ブランド力の向上」に取り組む、関係人口・観光交流人口の拡大につなげます。
- ・いわき市に住んでいる人が、いわき市への愛着をより深く持っていただき、「住み続けたい」と思っただけの“自信と誇りに満ちたまち”を目指し、いわきへの定住を促進します。

■ 事業主体

県、市、高校、大学、商工団体、市内外企業、NPO、市民、市民団体等

■ 構成する施策

① 地域資源・魅力の磨き上げ、ブランディング

フラを切り口とした都市イメージのブランド化に取り組むことで、市外からの「人の流れ」と市内での「稼ぐ仕組み」を作ります。また、温泉、食、スポーツ、歴史など、本市が有する多様な地域資源や魅力の磨き上げを行うことで、他地域との差別化を図ります。

② 戦略的なプロモーションの実施

移住や定住、観光など、目的ごとに年代や性別、国籍などターゲットを明確にしたうえで、各々のニーズに合った効果的なプロモーションを実施し、市外からの「人の流れ」を創出します。

③ 稼ぐ仕組みの創出

市内の様々な主体の共創によりシティセールスに取り組むため設立した「市シティセールス推進協議会」を中心に、「フラシティいわき」や地域資源を活用し、企業や事業者、高校生等と連携して商品開発や販路開拓を行うなど、「稼ぐ仕組み」を創出します。

④ インバウンド対策及びアウトバウンド展開の充実・強化

アフターコロナを見据え、海外との交流や外国人観光客を意識した取組みを進めるとともに、これまで培った海外との繋がりを強化し、連携した事業等に取り組むことで、インバウンド対策やアウトバウンド展開の充実・強化を図ります。

⑤ 市内での意識醸成

フラシティいわきのロゴやデザインを市民や地域の事業者等に活用いただくとともに、市職員も業務の中で積極的に活用することで、市内における「フラシティいわき」の認知度向上及び意識の醸成を図ります。

■ SDGs



■ スケジュール

項 目	R3	R4	R5	R6	R7
地域資源・魅力の磨き上げ、 ブランディング	フラを切り口とした都市ブランディングの推進				
	五感に訴える モデル事業の 検討・実施		実装		
戦略的なプロモーションの実施	他自治体等と連携したプロモーションの検討・実施				
稼ぐ仕組みの創出	共創による商品開発の検討・実施				
	開発した商品等の販路開拓支援				
インバウンド対策及び アウトバウンド展開の充実・強化	海外との連携事業の検討・実施				
	外国人向けワーケーション等の検討・実施				
市内での意識醸成	SNS等による情報発信				
	「フラシティいわき」の活用				

K P I		
	現状値	目標値
フラシティいわき関連商品の累計売上額	33,480,000 円 (2021 年 1 月末)	100,000,000 円
観光入込客数（年間）	7,555,942 人 (2019 年)	9,000,000 人
旅行消費額（宿泊を伴う旅行者一人当たり）	27,158 円 (2019 年)	36,430 円
外国人延べ宿泊者数（年間）	6,535 人 (2019 年)	9,000 人

ブランドメッセージ

フラシティ いわき

ロ ゴ

