

ITOSHIMACITY INFORMATION

いとしまブランド推進計画を策定

問い合わせ 糸島市ブランド推進課 ☎(332) 2096
糸島市公式HPより [ブランド推進計画](#) [検索](#)

多くの自治体が、地域のPRや特産品の販路開拓、新商品の開発に取り組み、地域の経済活性化を図っています。これが『地域ブランドの推進』と呼ばれるものです。

糸島市でも、地域ブランド推進のため、5年間の行動戦略をつくりました。

基本戦略 「人々が訪れてみたい場所になる」

糸島市は、福岡市との交通の利便性や豊かな自然・歴史・文化、おいしい農林水産物に恵まれています。メディアでの紹介が急増したこともあり、市外から多くの人々が訪れています。

地域ブランドの推進には、さまざまな方法があります。糸島市は、この注目の高さを生かし、現在よりも「人々が訪れてみたい場所になる」ことを基本戦略とし、観光・交流に重点を置いた取り組みを行います。

そして、市のイメージを向上させ、地元産品の販路拡大や企業誘致などの促進、定住促進へと結び付けます。

9項目の方針

基本戦略と方向性を実現する上では、観光・交流の推進の他、課題の解決、さらなる将来に向けた準備などを同時進行する必要があります。

そこで、9項目の方針を掲げました。

この方針を基に、具体的な活動を展開します。

ブランド推進はみんなのため

地域のブランド化は、市内の事業者や生産者の所得アップに大きく寄与します。そのため、一部の人たちの問題だと思われがちです。

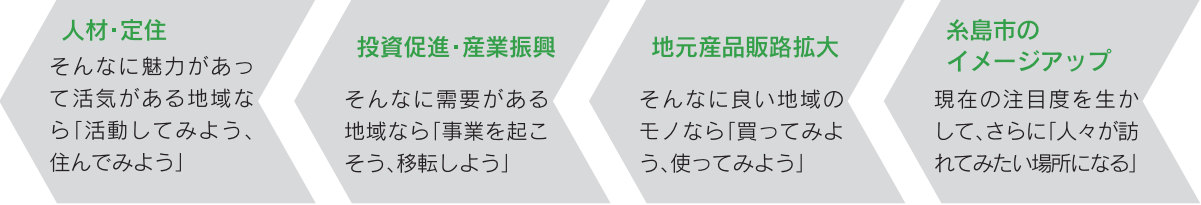
しかし、本当のブランド推進は、市民全体が共に取り組み、暮らすことに誇りと喜びが感じられるものでなければなりません。すなわち、訪れる人々に、多様なライフスタイルを提供できる仕組みができれば、市民にも同じ環境ができるということです。

将来、必ずみなさんの財産となると考えています。

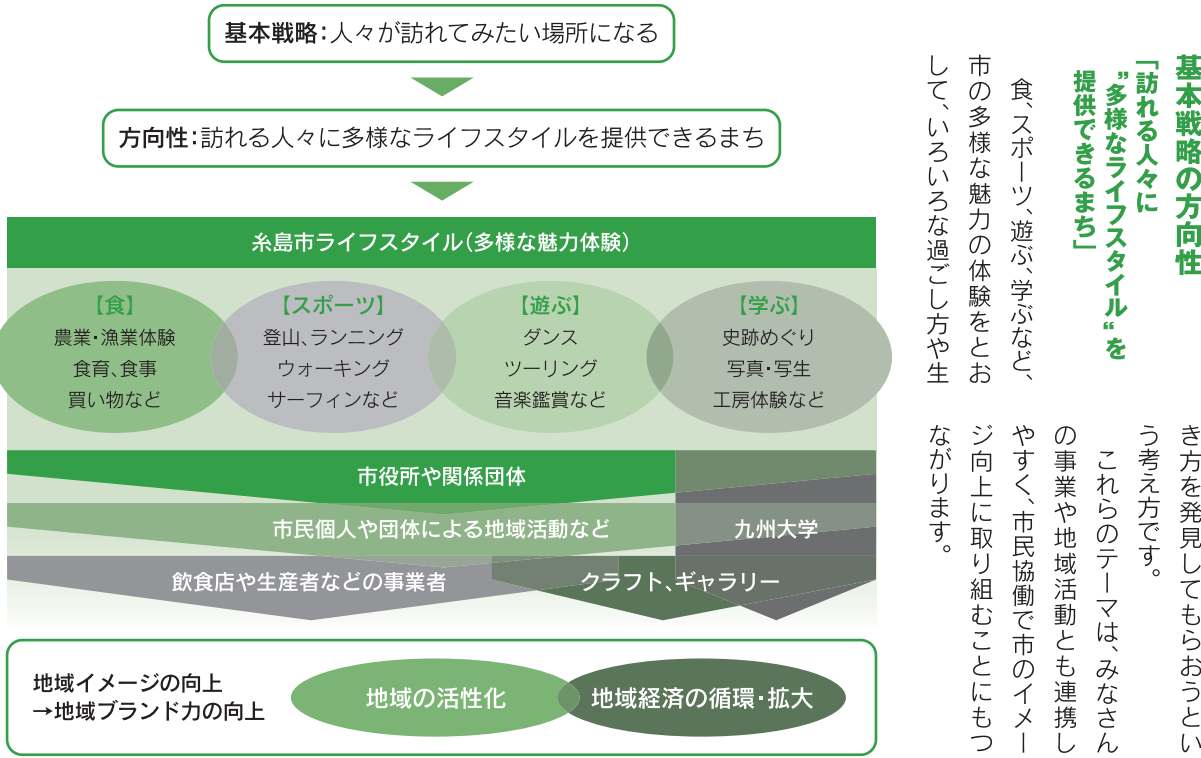
9項目の方針		主 旨
①	今まで積み上げてきた資産(歴史・文化)を見つめ直す	歴史・文化は“糸島ならではの”要素を見つけるためのヒントの宝庫です。これらの題材を掘り起こし、糸島ブランドの背景をつくります
②	市民の地元に対する愛着の醸成や相互のネットワークづくりを促す	地域ブランド推進の主役は市民のみなさんです。“糸島ブランドと一緒に育てている”と共感できる雰囲気づくりを行います
③	観光振興は経済的効果より社会的効果を重視する	観光客との交流や地域イメージの向上など、観光振興における社会的な効果をより重視して、計画的に“人々を迎える”環境の整備をします
④	糸島市ブランド推進は管理よりも連携を重視する	当面の本市ブランド推進は、ブランド認証制度などによる管理ではなく、現在の注目を生かして個々の要素の連携強化を重視します
⑤	ブランド化に向けて個別産品に磨きをかける、その環境を整える	個別産品のブランド化に向けて取り組む実務者の育成や、ブランド確立の経験・技術を地域に蓄積できる環境を整えます
⑥	地域ブランドづくりは、少子高齢化、安全・安心なども重要ポイントとする	例えば“リサイクル率日本一”も強力なブランドです。ブランド推進の観点からも、さまざまな国民的課題に対して、市民協働で取り組める施策を検討・実施します
⑦	全国、海外に向けて、本市産品などの販路を拡大する	糸島産品が全国・海外へ広がっていくために、ネット販売の仕組みづくりなど、販路拡大に取り組みます
⑧	学術研究都市としての魅力発信のために、九州大学との連携は「日常性」をキーワードにした情報交換と触れ合いや交流の要素を追加する	九州大学との連携は学術的なものととどまらず、市民と大学がもっと身近に触れ合い、交流できる施策を展開します
⑨	福岡都市圏向けと首都圏を中心とする全国向けのタイプが異なるプロモートを同時進行する	福岡都市圏には既存の魅力に「新たな要素」を加え、全国向けには「はじめまして、糸島市です」という2つの広報・情報発信を同時に進行します

※ブランド推進計画書は市の情報公開コーナー、ホームページで公開しています。

〈基本戦略のイメージ〉



〈基本戦略の方向性の具体的なイメージ〉



基本戦略の方向性
「訪れる人々に、多様なライフスタイル」を提供できるまち」
食、スポーツ、遊ぶ、学ぶなど、市の多様な魅力の体験をとおり、いろいろな過ごし方や生き方を発見してもらおうという考えです。
これらのテーマは、みなさんの事業や地域活動とも連携しやすく、市民協働で市のイメージ向上に取り組むことにもつながります。