

目的と位置づけ

進学や就職で市外に出た若者が、県外の大学や職場で「香川県から来ました」ではなく、



東かがわ市から来ました

と胸を張って話せる。

本戦略は、市外に向けた情報発信だけでなく、



東かがわって、やっぱりいいな



と、市民の皆さんが愛着を感じられるきっかけを増やし、まちの魅力を見つけ、育て、伝えていくための道しるべとして、市民の皆様と一緒に取組を積み重ねていく計画です。

ブランドメッセージ

『ただいま 手袋のまち』

デザインコンセプト



ただいま 手袋のまち

本市のどこにも負けない一番の魅力としてアンケートや座談会からも意見として出された「**手袋のまち**」を軸に、「**誰からも“ただいま”と言ってもらえる手袋のまち**」略して、『**ただいま 手袋のまち**』を目指して、シティプロモーション戦略を展開していきます。

本市に住んでいる人、本市に帰ってきた人、本市のことをいいなと思って訪れてくれた人…たくさんの方が「ただいま」と言いたくなるような、あたたかさで魅力で包み込むまちを目指します。

『ただいま』が育つまで

本戦略のブランドメッセージ「ただいま 手袋のまち」を具体的に実現していくため、本戦略では「ただいま」が育っていくプロセスを一つのサイクルとして回していきます。



プロモーション意欲の波及

市職員

まずは自分たちがブランドを理解し、使い、語れる存在になる市民の一步を支え、サイクルが回り続ける環境を整える役割

市民

暮らしの中で感じた魅力を、関わりや発信につなげる主役「ただいま」を育てる中心的な担い手

市外の人

発信をきっかけに知り、応援や交流を通じて関わり、輪を広げる存在
住んでいなくても、まちの仲間になれる担い手

メインターゲット

①東かがわ市で幼少期を過ごしている子ども

〔集中型ターゲット〕子育て世帯（概ね小学生まで）、学生（中学生～大学生）、若者（概ね35歳まで）、独身者（概ね49歳まで）
→人生の節目において、本市との関わりを持ったり定住につながる可能性を持つ層

②東かがわ市に関心のある人

目標数値

地域愛着心

65.7% (R4)

▲ 上昇 (R12)



ときめき実感指標

5.2 (R7)

▲ 上昇 (R12)



『ただいま』を育てるために

1 子ども向け事業

本事業は、幼少期から地域との接点を意識的に設けることで、将来にわたる地域との関係性の土台を形成することを目的とします。一人ひとりの小さな気づきや経験を積み重ねることで、地域全体に共感と関わりが広がる好循環を生み出すことを目指します。

2 シティプロモーション特設サイト事業

本事業は、関わりを持ってくれる人の創出や「ファン」の拡大を目的として、本市の魅力や暮らし、担い手の姿を発信するシティプロモーションWEBサイトを構築・運用します。

3 情報発信事業 ～ツール・SNS編～

本事業は、SNSや各種発信ツールを活用して東かがわの魅力や日常を継続的に発信し、まずは本市を知ってもらう機会を広げることを目的としています。市民や来訪者による発信を促すことで、まちへの共感や親しみを育み、関わり方の創出につなげます。

4 情報発信事業 ～イベント・対面編～

本事業は、本市の特徴である「手袋のまち」というブランドの発信強化と、「東かがわ市」の認知度向上を目的としてイベントを実施します。イベントを通じて形成された交流を継続的な関係づくりへとつなげ、地域への関心喚起を図ります。

5 人と人をつなぐ事業

本事業は、市民や関係者がシティプロモーションに主体的に関わる体制を構築するため、人と人をつなぐ仕組みを整え、取組を支える担い手を確保することを目的としています。コアメンバーや市民ライター、ファン等の関わりを段階的に広げることで、市民によるシティプロモーションの自走化を図り、本市に関わり、発信する人の継続的な増加につなげていきます。