

第2次平塚市シティプロモーション指針（令和6年度～令和9年度）

令和6年度実施計画

令和6年3月 広報課

令和6年（2024年）3月策定の第2次平塚市シティプロモーション指針では、**市民の市への愛着の醸成、対外的なイメージの向上**を目的に掲げています。

実施計画では、指針の目的及び目標を管理するため、より具体的かつ実情に即した取組を毎年定めます。

1 期間

令和6年4月から令和7年3月までの1年間

2 ターゲットエリア

平塚、東京、川崎、横浜、県央エリア

3 取組の概要

指針の初年度であるため、特にインターナルプロモーションの強化に力を入れます。職員が指針やスローガンを理解できるよう研修等を行い、スタッフプライドの醸成を図ります。

また、スローガンにあったロゴマークを策定し、市民や職員に浸透させて次年度以降の事業展開につなげます。

4 取組

戦略1 インターナルプロモーションの強化

目 標	取 組
スタッフプライドの醸成	(1) 部長級、課長級職員に対し、会議や研修をとおして、指針の趣旨、今後の方向性を理解していただく。 (2) 庁内ポータルを活用し職員の意識啓発を図る。 (3) 朝礼などでスローガンを唱和する。 (4) 職員アンケートにより、指針やプロモーションの理解度、事業展開を確認する。

戦略2 スローガンと連動した事業展開

目 標	取 組
スローガンの浸透	一般公募により、スローガンを表現したロゴマークを作成する。

戦略3 データや仮説に基づく戦略的事業展開

目 標	取 組
効果的な取組の設定	各種ランキング調査の分析をし、次年度の取組を検証する。

