

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7年度実施計画

令和7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7年4月から令和8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

指針の趣旨の浸透を図るため、研修や庁内通信などにより職員に働きかけます。

市民から募集した平塚のあたたかみや気づき・発見の「あったか」写真を市内数カ所で展示し、多くの方と平塚のあったかイメージを共有します。

イメージ調査を実施するとともに、ウェルカムガイドブックをリニューアルし、不動産業者へのPRにも力を入れていきます。

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) 指針の趣旨の浸透を図るための職員研修の実施 (2) 庁内ポータルを活用した職員の意識啓発 (3) 「あったかひらつか」を意識した取組へのきっかけ作り

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、 ロゴマークの浸透	(1) 市民及び市外に向けたスローガン・ロゴマークの積極的なPR (2) 市民団体、企業に向けたロゴマーク使用のPR (3) プロスポーツをとおしたロゴマークのPR (4) 各課で展開する取組への支援

戦略3 データや仮説に基づく戦略的事業展開

目 標	取 組
効果的な取組の実行	(1) イメージ調査の実施と分析 (2) ウェルカムガイドブックのリニューアルと不動産業者をとおしたPR