

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8年度実施計画

令和8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8年4月から令和9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

3 取組の概要

指針の趣旨のさらなる浸透を図るため、引き続き研修や庁内通信などにより職員に働きかけます。

企業・団体が参画するあったかひらつかサポーター制度の新設や、小学生へのPRにより若い世代へも「あったかひらつか」を広く行き渡らせ、スローガン、ロゴマークの浸透・定着を図ります。

イメージ調査を分析した結果をもとに、平塚市の特徴や魅力、認知されていない強みのPRに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) プロジェクトチーム提案の取組を実施し職員へ共有

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) あったかひらつかサポーター制度の新設 (2) 小学生に向けたロゴマークのPR (3) 市民及び市外に向けたスローガン・ロゴマークのPR (4) プロスポーツをとおしたロゴマークのPR (5) 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) イメージ調査から見えてきた課題に対する取組