



夢をかなえるノート

市内の中学生が様々な職場を取材してまとめた「夢をかなえるノート」。第2弾まで発行し、冊子製作に参加してくれた中学生から「将来は地元で仕事をしたい」「須賀川で夢をかなえたい」といった声が集まりました。



須賀川事典(三部作)



YouTubeを活用し、須賀川の魅力を発信してきました

をかなえるノート」を作成し、市内の小・中・義務教育学校、高校に配布することで、地元への誇りや愛着の増進を図つてきました。また、テレビでの特別番組の放送や、YouTubeでの動画配信、SNSなどを活用した広告掲載、すかがわ魅力創出補助金など、様々な方法で市内外に魅力を発信してきました。

これらの成果が移住者数の増加など、目に見える形で現れるまでには時間が必要ですが、シティプロモーションに対する反響や、事業を進める声から、着実な手応えを感じ

市民の皆さんと共に



市民団体や民間事業者などが行う情報発信を
すかがわ魅力創出補助金で支援



市では、令和2年度から市内外に地域の魅力を広め、イメージの向上や移住・定住来訪などにつなげる「シティプロモーション」に集中して取り組んできました。これまでの取り組みを紹介します。

「消滅する可能性がある」との報告が、民間の有識者で作られる「人口戦略会議」から発表され、大きな話題となりました。

本市は、この「消滅可能性自治体」には含まれていませんが、2005年をピークに人口減少が続いており、その傾向は今後も続くと予想されています(下の図のとおり)。

若い世代の人口が減少する一方で、総人口に占める高齢者の割合は増加しており、地域活力などへの影響が懸念されます。

「まちだけではなく
自分自身も好きになる」
本市のシティプロモーションのキヤッチフレーズである「好きです わたしの すかがわ」には、まちを思う心だけでなく、本市に関わる一人ひとりが、自分自身を好きになりました。このキヤッチフレーズの下「まちへの愛着や誇りの醸成」「認知度の向上」「定住・関係人口の増加」を目標に、情報発信してきました。

まちだけでなく
自分自身も好きになる

年	参加者数
2005	12,603
2006	51,686
2007	16,075
2008	80,364
2009	—

シティプロモーション

