

高松ブランドの向上（施策3-2-1）

【目指す姿】

市民が本市に誇りや愛着を持ち、魅力を積極的に発信しています。また、本市の都市イメージが向上し、国内外から訪れたい、住んでみたいと思う人が増えています。

《取組方針》

シティプロモーションの強化 3211

本市の魅力を最大限に引き出し、本市の住みやすさ、にぎわいに更なる磨きをかけるため、瀬戸内海の美しい自然環境や讃岐うどんを始めとする食文化などの地域資源と映像コンテンツやSNS等の各種媒体を活用し、市民や企業と連携を図りながら、市内外への情報発信に取り組みます。

関係人口の創出・拡大 3212

本市出身の人や市外から本市で開催されるイベントに継続的・スポット的に参加する人など、色々な形で継続的に関わる関係人口の創出・拡大を図るため、高松ファンが集うファンコミュニティの運営やコミュニティに向けて本市の情報発信などに取り組みます。

また、多様なスキルや知見を有する市外の人が、それぞれの状況に応じて、担い手不足に悩む地域の活動に関わることができる仕組みを構築します。

特産品の育成・振興 3213

盆栽、漆器、石製品を始めとする本市の特産品の更なる振興を図るため、デジタル技術を活用した新たなビジネスモデルの創出や販路の拡大、現代のニーズにマッチした商品開発に対する支援を行います。

また、特産品の新たな商品の開発や伝統的ものづくりの更なる促進、市内外に向けた積極的な情報発信を推進し、後継者の確保・育成に取り組みます。

【成果指標】

指標名	現況値	目標値(R8)	目指す方向
地域ブランド調査における「魅力度」	110位 (R5)	92位	↑
交流拠点施設「高松盆栽の郷」における売上高	48,000千円(R4)	72,000千円	↑

【主な取組事業】

◎ シティプロモーション推進事業

本市の認知度向上とシビックプライドの醸成を図るため、本市の魅力を紹介する映像コンテンツの活用、東京圏を始めとした大都市圏でのプロモーション活動、官民連携による情報発信などに取り組みます。

◎ 東京事務所運営事業

本市が、多くの人が集まり、まちが元気になり、活力にあふれる、その好循環を繰り返すまちとなるよう、ヒト・モノ・情報が一極集中している東京において、多数の民間企業等と日常的に交流を図りながら、効果的な官民連携やシティプロモーションに取り組みます。

◎ 関係人口創出・拡大事業

東京圏を始めとした大都市圏からの交流人口、関係人口、移住者の増加につなげるため、関係人口コミュニティの運営、地域イベント等における関係人口の受入体制の構築などに取り組みます。

◎ 特産品・伝統的ものづくりブランド化推進事業

本市の特産品や伝統的ものづくりが高松ブランドとして、国内外に認知されるよう、普及・啓発や販路の拡大、未来の担い手の確保・育成などに取り組みます。

◎ 高松盆栽産地ブランド確立事業

高松盆栽の振興・ブランド化を図るため、担い手・愛好者の育成や盆栽事業者と連携した高松盆栽のPR、盆栽の生産振興、輸出拡大による販路の拡大などに取り組みます。



インフルエンサーによる情報発信



特産品の育成・振興(高松盆栽)