

山口市におけるシティプロモーション事業の変遷

<第1次山口市シティプロモーション事業>

■平成27年度～平成29年度

山口市では、平成27年度に市の認知度向上を目的としてシティプロモーション事業を開始した。最初の3年間は、名古屋市に広報分室を設け、委託業者が専任広報担当者を配置し名古屋圏のマスメディアとの関係構築・強化に努め、山口市を取材してもらうことで認知度の向上につなげる取組を行った。また、同時並行でWebサイト「YAMAGATA BASE」を立ち上げ、平成29年度には年間100万回を超える閲覧数を獲得することができた。広報分室については、プレスリリースの手法、マスメディアの関係構築ができたことから、広報分室の役割は市の広報担当者で行っていくこととなり、平成29年度を持って閉鎖した。

■平成30年度～平成31年度

平成30年度からは、認知度向上だけでなく、「YAMAGATA BASE」を中心とした事業展開に切り替え、平成29年度に導入したアンバサダー制度やSNSでの情報発信に力を入れ、交流・関係人口の増加に注力してきた。

■令和2年度

令和2年度からは「しごと」を通じた関係人口の増加及び市民の郷土愛の醸成を図ることを目的に取り組み、山口市に仕事で関わった人が、市内の人や地域資源を題材に情報発信していく中で、やがて市内に自らの事業所(拠点:リアル山県ベース)を展開することになり、市内からさらに情報発信するという関係人口拡大のモデルケースを構築した。

■令和3年度

リアル山県ベースへの支援を引き続き行い、市内外起業家を紹介し魅力発信を行った。また、市内特産品のブラッシュアップ支援にも取り組んだ。

■令和4年度

引き続き山県ベースにてブラッシュアップした商品や開発等に取り組む人に焦点を当て情報発信をしたほか、今後の商品化を見据えたマロンエールプロジェクトの推進、リアル山県ベースや魅力ある市内スポットを活用したイベントを行った。

<第2次山口市シティプロモーション事業>

■令和5年度

第2次シティプロモーション事業として、定住人口の増加を見据えた事業展開を目的とし、市外の方を実際に山口市へ誘致する体験型の企画を実施。山口市の市内各所をめぐり、地域課題について考える「イナカム・ツアー」や、トレーラーハウスを活用した山奥での宿泊体験事業などを展開。