



坂井市のブランドメッセージ・ロゴ・キャラクターを制作する 市民向けワークショップを開催します！！

～東海大学河井教授の提唱する mGAP を北陸エリアで初めてシティプロモーションの成果指標として導入し、坂井市に暮らす人々がより積極的に地域とかかわりを持つ未来を目指します。～

◆日時：令和5年5月9日（火）18：30～ ◆場所：株式会社松川レピヤン本社

坂井市では令和5年度、ブランディングをシティプロモーションの手法のひとつと捉え、坂井市民および関係人口をターゲットとし、坂井市に関わろうという意欲を高めることを目的として、坂井市ブランディング推進事業を実施します。本事業では、市内在住の若者を対象に6回のワークショップ（SakaiDeepSessions）と3回のフィールドワーク（SakaiDeepCaravan）を開催することにより、坂井市のブランドメッセージ・ロゴ・キャラクターの3点を制作します。参加要件や今後のスケジュールは別添資料をご覧ください。



▲令和5年3月25日にプレ開催したワークショップの様子

本ワークショップは、東海大学の河井孝仁教授をファシリテーターとして依頼しており、同氏が提唱するシティプロモーションの成果指標「mGAP（エムギャップ・修正地域参画総量指標）」を北陸エリアで初めてシティプロモーションの成果指標として導入します。これにより、坂井市に関わろうという意欲を客観的に評価し、本指標を定住施策に活用します。

mGAP とは、シティプロモーションの成果としての、

- ① 市民およびターゲットとする域外住民の地域推奨意欲の向上
- ② 市民の地域活動への参加意欲の向上
- ③ 市民による地域活動への感謝意欲の向上

をそれぞれ定量化し、総合化するものです。



II
段階評価

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

— として計算

+ として計算

《地域内》
定住人口

× ① 地域推奨量 50

× ② 地域参加量 -25

× ③ 地域感謝量 200

《地域外》
ターゲット人口

× ④ 地域推奨量 -60

算出例 (地域推奨量)

Q. □□市を知人友人に
推奨する気持ちは
どの程度ですか。

8~10 35%

0~5 25%

定住人口 5万人

10 × 5 = 50
(35-25) (万人)

合算 mGAP **165** ポイント

この数値の上昇を目指す

参照：ジチタイワークス WEB



河井孝仁

公共コミュニケーション研究所代表／東海大学文化社会学部広報メディア学科教授

博士 (情報科学・名古屋大学)。静岡県職員、静岡総合研究機構研究員を経て現職。専門は、地域マーケティング、行政広報論、シティプロモーション、地域情報論。公共コミュニケーション学会会長理事、日本広報学会常任理事、総務省地域情報化アドバイザー、総務省地域力創造アドバイザー、(社)日本広報協会広報アドバイザーなどを務める。

著書に「新・シティプロモーションでまちを変える」(彩流社)がある。

また、キャラクターコンサルティングを株式会社パンクチュアル(高知県須崎市)の守時健氏に依頼しており、キャラクターファンを巻き込んだワークショップの開催なども今後予定しております。



守時 健

株式会社パンクチュアル 代表取締役社長

地方創生請負人。高知県須崎市の市役所職員としてゆるキャラ「しんじょう君」を誕生せ、'16年にゆるキャラグランプリ王者に輝く。その後、須崎市のふるさと納税を SNS&ゆるキャラ戦略で 1000 倍に増やし、地域活性に貢献。2020 年市役所から独立し、株式会社パンクチュアルを設立。SNS マーケティングを使った特産品の情報発信を仕掛ける。
著書に「日本一バズる公務員」(扶桑社)がある。

【第 1 回 SakaiDeepSessions 開催概要】

- ◆日時 令和 5 年 5 月 9 日 (火) 18:30~20:30
- ◆場所 松川レピヤン本社 (坂井市丸岡町舩田 20-5-1)
- ◆参加者 坂井市に在住もしくは出身もしくは勤務・通学する 10~40 代の若者約 30 名 (高校生、大学生を含む)
東海大学文化社会学部広報メディア学科教授 河井孝仁氏
株式会社パンクチュアル 代表取締役社長 守時健氏
- ◆内容 坂井市のブランド (価値) とは何なのか? 魅力を整理するところから始めます。
- ◆ご取材いただける内容
 - ・ワークショップの様子
 - ・参加者コメント

【本件に関する報道機関の方からのお問い合わせ先】

坂井市総合政策部移住定住推進課シティプロモーション推進担当: 小玉 TEL.0776-50-3034