

プロモーションについて

これまでにいただいたプロモーションにかかる意見

項目	内容
①方向性	<ul style="list-style-type: none">・神戸のまちやひとの魅力などとともに、うまくプロモーションをしていって欲しい。・次期・基本構想の部分部分を使って活かしていけばよいのでは。・郷土愛に安堵するのではなく、その理由の深掘りが必要。神戸らしさという抽象的な表現で満足するのではなく、突き詰めて、まちの誇りや自慢を引き出してみてもどうか。品が良いというのも何を示すのか深掘りしたい。シビックプライドをどう見せていくのか、考えて欲しい。
②手法	<ul style="list-style-type: none">・基本構想をビジュアルで示してみてもどうか。例えばこのステートメントをチャットGPTに読ませてどんな絵ができるのか興味がある。言葉以外、例えばアートでの表現の仕方もあるのかもしれない。・大切なのは、世代・時代を問わず、意図や意味が通じること。子どもや障害のある方など、どのようにすれば分かりやすく伝えられるのかを考えていくべき。例えば、1段落目の背景は青、2段落目は緑、3段落目はオレンジといったように、各段落に色の違いを感じられるので、それぞれの段落にイメージカラーや作画のようなものがあれば、理解に繋がるツールになると思う。・これぐらいのフレーズなら、歌にしてみてもどうか。・神戸市の広報物は素敵なものが多いが、デザイン都市として伝えるということも力を入れて欲しい。皆さんが話題にしたくなるようなポップな感じのものを期待したい。

R5.6.12神戸市議会に報告した総合基本計画“策定方針”

全国的な計画策定の簡素化・集約化の流れの中、各計画の意義を端的かつ明確に示していくとともに、**計画策定自体を市民の市政参画への機運醸成を高める契機**としながら、次期総合基本計画の策定を進めていく。

計画策定プロセスや完成後の
総合基本計画の浸透を通じて

市政への関心と シビックプライドの向上

市民の皆さんに「まち」の将来を
“我が事”として捉えてもらう

市政参画の定着

神戸のまちづくりは、市民や企業
の参画が当たり前

神戸の未来への期待感の創出

期待感の創出により、市外から人
が集まり、「人口減少の抑制」や
「民間投資・参画」等を推進

検討中のプロモーションの例

R6夏頃に、神戸の魅力ある場所（海・夜景・坂道等）をテーマに“フォトコンテスト”を開催。収集した写真と、R5に寄せられた神戸の魅力と思う場所のエピソード等と組み合わせ、デジタルサイネージでの放映等によるプロモーションを予定。

R5に寄せられた
エピソード



R6に寄せられた写真
(フォトコンテスト)

基本構想
ステイトメント
(抜粋)



R6に寄せられた写真
(フォトコンテスト)

