

板橋区ブランド戦略の策定方針（案）について

1. 策定の主旨

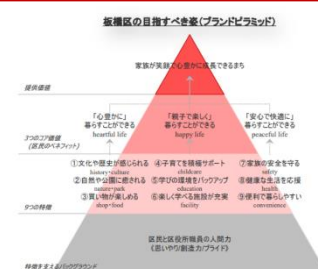
「板橋区シティプロモーション戦略」（平成27年3月策定）の追録版である「板橋ブランド戦略」（令和2年12月策定）の戦略期間が令和7年度をもって満了する。板橋区では「絵本のまち板橋」や「SDGs 未来都市」等、板橋ブランドを推進する取組を進め、ユネスコ創造都市ネットワーク（UCCN）への加盟をめざしている。区の魅力発信をさらに効果的に推進するため、「板橋区ブランド戦略」を策定する。

2. 現行戦略のまとめ

（1）板橋区シティプロモーション戦略（平成27年3月策定）

生産年齢人口の増加や定住化を促進するため、区民の区に対する誇りと愛着の醸成や定住意向の向上を促すとともに、区外の住民からも板橋区に「住んでみたい」「訪れてみたい」と感じてもらえるよう、戦略的にコントロールされた魅力発信を展開するための戦略として策定。

- ①戦略ターゲット：30～44歳の女性
- ②めざすべき姿：・ブランドステイメント
・ブランドピラミッド
・板橋区の特徴を支える事実
- ③戦略ターゲット向けスローガン：暮らしやすいが、叶うまち。
- ④基本方針：3つの基本方針に基づき、具体的な取組を実施



（2）板橋ブランド戦略（板橋区シティプロモーション戦略 追録版）（令和2年12月策定）

板橋の魅力をこれまで以上に受け手の心に響かせ、共感を得られるよう発信するため、SDGsの展開や絵本のまちなど、板橋区の独自性や先駆性を打ち出すとともに、大学・研究機関や企業とのさらなる連携、庁内横断的な取組を行い、「板橋ブランド」として戦略的に発信していくための戦略として策定。

①「板橋ブランド」の整理

地域イメージとしての「板橋都市ブランド」（≡ブランドステイメント）と実感できる「板橋地域資源ブランド」に整理し、2つの「板橋ブランド」の相乗効果・好循環をめざす。



②「板橋ブランド」の相乗効果・好循環に向けた基本方針：4つの基本方針に基づき、各種計画の重点事項、または各主管課が重点的に取り組んでいる事業について、ブランド化を推進する。

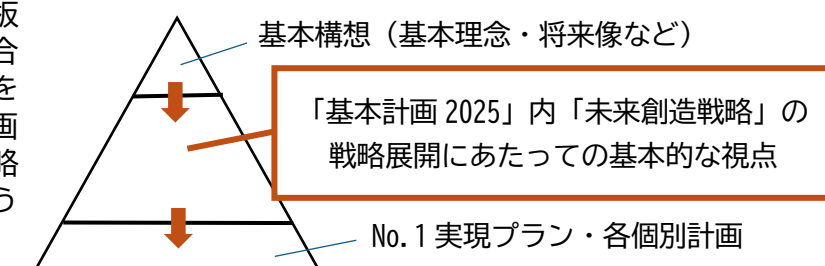
【重点事業例】

- 1) 「絵本のまち板橋」プロジェクト
・区民まつり「絵本のまちひろば」の展開 ・UCCN加盟申請に係る取組 等
- 2) SDGs ローカライズプロジェクト
・SDGs プラットフォームの構築 ・「いたばしさんぽ」を活用した普及啓発 等



3. 現行戦略の基本計画内の位置づけ

板橋区シティプロモーション戦略は、板橋区基本構想の実現に向けた、区政を総合的・計画的に推進していく方向性と目標を示した施策体系である「板橋区基本計画2025」内の「未来創造戦略」において、戦略展開にあたっての基本的な3つの視点のうちの1つとしている。

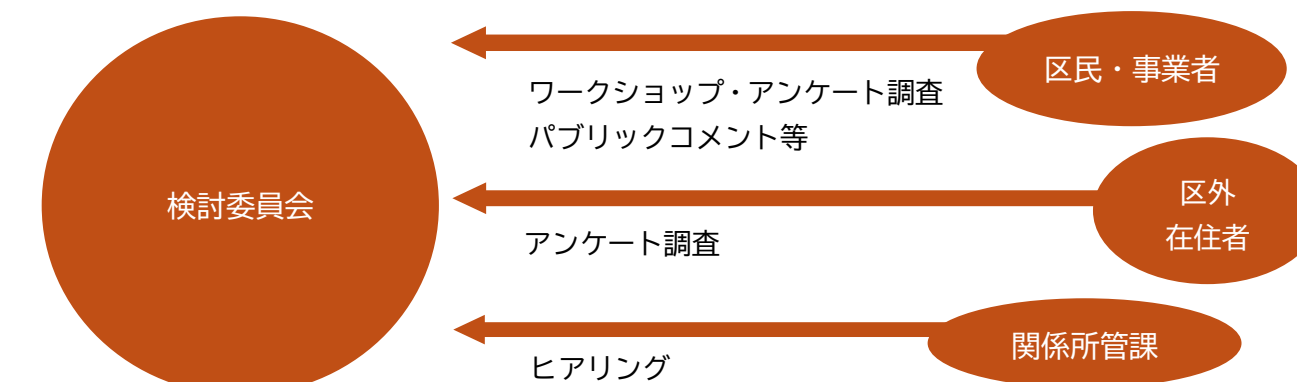


4. 新戦略策定に向けた主な論点

新戦略の策定にあたり、下記3つの論点を検討する必要がある。

- ①新戦略の「見せ方」
CI マニュアル改定に伴う令和8年度以降の統一したビジュアルを含めたブランディング戦略を実施する。
- ②板橋ブランド構成要素の統合
絵本のまち板橋やSDGs、創造都市等について、板橋ブランドを構成する要素として統合する。
- ③区民・事業者と共創する策定プロセス
区民の「誇り」の醸成につなげるため、策定段階から区民・事業者と共創する。

5. 検討体制及び策定方法



（1）検討委員会の開催

庁内関係部課で構成する検討委員会を開催し、次期ブランド戦略を検討する。ブランディング・シティプロモーションや、板橋ブランドを構成する分野の有識者の参画等も検討していく。

（2）ワークショップの開催

（3）基礎調査の実施（4～6月）

（4）区民・区外在住者に対するアンケート調査の実施（6～8月）

（5）パブリックコメントの実施（12～1月）

6. 今後の主なスケジュール

- 令和7年11月 中間のまとめ（骨子案）
- 令和7年12月 素案作成・パブリックコメント実施
- 令和8年3月 原案作成
- 令和8年4月 戦略策定