

「練馬ブランド戦略」の検討状況について

1 検討開始の経緯

「練馬区基本構想」および「練馬区長期計画（平成 22～26 年度）」において、「『ねりま未来プロジェクト』の有機的な連携を図ることにより、練馬区の特色を最大限に活かした『新たな練馬ブランド』の検討に取り組む」として検討を開始。

(1) 「練馬ブランド」検討のコンセプト

「『ねりま未来プロジェクト』相互の有機的な連携を図るとともに、練馬区の特徴的な資源を最大限に活かし、区の魅力を『練馬ブランド』として日本国内外に発信することにより、区の活性化と区民の区への愛着と誇りを醸成していく。」

(2) 「ねりま未来プロジェクト」の概要

資料 6 参照

(3) 「練馬ブランド」のイメージ

資料 7 参照

(4) 期間設定

「練馬区基本構想」に掲げる「おおむね 10 年間」を視野に入れ、区を取り巻く状況の変化等にも対応し、モデルイベント等の実践も行いながら検討を進める。

2 これまでの検討状況

(1) 平成 22 年度

- ・ 検討開始
- ・ 関係職員対象の「ブランド講習会」開催
- ・ 庁内組織「練馬ブランド検討部会」設置（計 4 回開催）
- ・ 現況の情報発信物調査実施
- ・ 他自治体事例調査実施

(2) 平成 23 年度

- ・ 練馬ブランド調査実施
- ・ 「練馬区行政改革推進プラン（平成 23～26 年度）」において「シティセールスの観点からの情報発信の充実」を取組項目とする。

3 今後の進め方

(1) 平成 24 年度

練馬のブランド力を向上させるために、これまでの調査結果の検証や他自治体事例を参照して検討を行い、「練馬ブランド」の「目標（ゴール）」の設定と、目標達成のための施策・事業の方向性などの「練馬ブランド基本計画」を定める。

(2) 平成 25 年度以降

「練馬ブランド基本計画」に基づき、「モデルイベント」等を実践しながら、「練馬ブランドの見える化」の検討など、事業具体化の検討に着手する。