

さあ。100年間、
愛される地元を
つくろう。

I LIVE IN TSUKUBAMIRAI.

この街の名前の中には未来という言葉がある。
東京のベッドタウンとして
今まで宣伝されてきたつくばみらい市。
働く場所は東京で、帰る場所としての街。
けれど、もともとこの街で生まれ育った人がたくさんいる。
東京から離れて豊かな暮らしのために移り住んだ家族もいる。

この未来という名前の街で
学び、働き、食べて、笑って、ゆっくり寝る。
つくばみらいらしい暮らしが生まれ始めている。
少しずつ、人が増えた。会社も増えた。家族も増えてきた。
今日生まれる子どもたちが、ずっとここで暮らしたくなる。
これからの未来の100年間愛される地元をつくろう。

すでに未来は始まっている。
I LIVE IN TSUKUBAMIRAI.

I LIVE IN TSUKUBA MIRAI.

私はつくばみらいに住んでいる。

100年間、愛される地元をつくるための
つくばみらい市の新スローガンです

つくばみらい市は昨今の地方自治体ではめずらしく、市の人口や子どもの出生率が微増している街です。しかしこの現状は2005年のつくばエクスプレス開業を発端とした特需景気のようなもので、社会の成り行きによっていつ暗転するのかわからない大都市に依存した成長であると言えます。

移住促進に向けたプロモーションを行うため、市の魅力を探る中、初めに直面した課題は、市職員をはじめ、市民のみならずの地元への愛着が薄いことでした。市になってからの歴史が浅く、目立った観光資源も少ない。つくばエクスプレスに頼る形で育ってきたこの街は「利便性」以外の取り柄が少なく、「魅力のない街だけど、何をプロモーションするんですか？」と口にする市民もいるほど、身内からの愛が薄い街でした。

いや、そんなことはないぞ。いきなり何を言うんだ。と、憤りを感じた方もいると思います。それはつくばみらい市に深い愛着を抱いているからこそその反応で、心から嬉しく思います。少し強い言い方になったかも知れませんが、日々のプロモーション活動で感じたことを正直に伝え、出生率や人口増の現状に甘んじることなく、市民のみならず一緒にこの街の将来を考えていきたいと思っています。

今回、市が新たなシティプロモーションを手がけるにあたり、「100年間、愛される地元をつくらう」というコンセプトのもと「I LIVE IN TSUKUBAMIRAI」というキャッチコピーを作成しました。これはまず、市民のみならずにつくばみらい市民としての誇りを持ってもらいたいという気持ちからです。

これからの100年で、もし、革新的なベッドタウンが他の街にできなかったら。もし、東京で働く必要のない時代が来てしまったら。この街は、どうなってしまうのだろうか。今日生まれる子どもたちは、笑顔で生きていけるだろうか。私たちが、この街の未来をつくらう。子どもたちのために、責任を果たそう。

街の内側から熱気が起こり、市民が主役となって、日常が活気に満ちていく。自分たちの力で心躍る毎日を創り出すことができる。そんな自発的な街になれば、子どもたちも、笑顔で生きていくことができると思うのです。

「I LIVE IN TSUKUBAMIRAI」

市民のみならずがこの言葉を胸を張って語り、この言葉に憧れる人々が移住してくる。そういう未来をつくばみらい市は目指しています。

市民をモデルにした グラフィックを市内各所に

市では、市への移住・定住促進を大目標としたシティプロモーションとして、さまざまな施策に挑戦していきます。

7月から10月にかけては100人の市民をモデルとしたポर्टレート撮影を行いました。11月1日には、撮影したポर्टレートグラフィックを中心に掲載した、WEBサイトを公開しました。

グラフィックは、市民の足として長年その生活を支えてきた関東鉄道(株)の協力の元、同社の常総線「小絹駅」「守谷駅」を中心に300枚を超えるポスターを駅舎や電車内に掲載(12月1日まで)。そのほか、市内の公共施設などを合わせ500枚以上を今後、市内に展開していきます。



【写真】
1 小絹駅の改札口／2 守谷駅改札前／3 常総線の車内／4 水海道駅のホーム／5 取手駅連絡通路／6 伊奈庁舎駐車場内看板