

私たちが大切にしたいこと

日光ブランドを実現するため、私たちはどのようなことができるのでしょうか。戦略プランでは、実践ガイドラインとして「日光ブランド・18の約束」を定めました。

日光ブランド・18の約束

◆関わる人々のあるべき姿

- ①日光を愛する私たちは、日光ブランドを大切にします。
 - ②日光を愛する私たちは、郷土への誇りや愛着を育みます。
 - ③日光を愛する私たちは、日光を知らない人々に、その魅力を、わかりやすく伝え、期待される存在になります。
 - ④日光を愛する私たちは、全ての人の対して、日光を大切にしたいと思ってもらうようにします。
- ↓日光は地域資源の宝庫です。いこころ・素晴らしいところを皆さんで探してみましよう。そして、友人などにも日光の良さを伝え、「日光っていいところだね」「また来たいね」と思ってもらえるようにしましよう。

◆資源と成長のあるべき姿

- ⑤日光を愛する私たちは、多様な自然との共生や未来の環境社会を担います。
 - ⑥日光を愛する私たちは、貴重な歴史と育まれた文化を多くの人々に伝えます。
 - ⑦日光を愛する私たちは、日光ファンを支える食と安全を守り、その健康に貢献します。
 - ⑧日光を愛する私たちは、種々の産業とその技術を継承・発展させて、未来につなげていきます。
 - ⑨日光を愛する私たちは、時代の変化を捉えつつ、先人たちの営みを後世に伝えます。
- ↓日光には、自然や環境、歴史、文化、食、健康、産業、技術、生活、風習など、さまざまな地域資源があります。これらを守り、語り、発展させ、そして次世代につなげていきましょう。

◆共感と市場のあるべき姿

- ⑩日光を愛する私たちは、人々の共感に基づく評価を大切にします。
- ⑪日光を愛する私たちは、細やかな地域の価値をお互いに大切にします。

⑫日光を愛する私たちは、国内における日光の評価を維持、高めるようにします。

⑬日光を愛する私たちは、わが国を代表して、海外における日本の評価を維持、高めるようにします。

↓「日光っていいね」「日光っていいものがたくさんあるね」と、市民の皆さんはもちろんです、日本中そして世界中から愛される、そんなまちにしていましよう。

◆情報と発信のあるべき姿

- ⑭日光を愛する私たちは、情報虚偽、誇張等なく正しく伝えます。
 - ⑮日光を愛する私たちは、情報の伝達において、誰もが理解できる社会福祉的視点(※1)をもちます。
 - ⑯日光を愛する私たちは、日光の価値を、言語や文化的価値観(※2)を越えて伝えるようにします。
 - ⑰日光を愛する私たちは、これらの情報の伝達を通じ、日光の価値全体を高めます。
 - ⑱日光を愛する私たちは、常に発信した情報を検証します。
- ※1：社会福祉的視点

I ♥ 日光

～みんなで日光を見ようよ、聞こうよ、話そうよ。そしてウキウキワクワク、楽しもう!!～



日光ブランド戦略室
室長(中) 石川良則
主査(左) 田中晃司
主査(右) 篠原義典

日光ブランドを楽しもう!!
4月から、日光ブランド戦略プランがスタートします。「戦略」というと、大変なことを始めるんだなと思うかもしれませんが、難しく考えなくても大丈夫です。簡単に言えば、「日光のいろいろな地域資源を、みんなで発見して、情報交換して、楽しもうよ!!」という作戦です。

市内には、私たち職員でも、まだまだ知らない資源がたくさんあります。すばらしいもの、美しいもの、おいしいもの、そういった日光の「宝物」を、市民の皆さんや観光などで訪れる日本・世界の皆さん、つ

まり日光を愛する人たちが共有し、楽しむことが、日光ブランドをより輝かせるための重要なポイントです。そして、家族や友人、知人との、家庭や学校、職場などでのちよつとした会話の中で、「日光の●●ってすごいんだよ!!」とか、「実は日光って●●なんだよ!!」といった会話が自然に出てきたら、きっと日光はもっともつとすてきなまちになると思いますよ。

私たちの日光市を、楽しくて、面白くて、ウキウキワクワクする、そんなまちにするため、皆さんがそれぞれ日光ブランドに親しみ、その情報を発信していきましょう。

日光ブランド認定制度が始まります

4月から、市内にあるさまざまな地域資源を、日光ブランドとして認定する「日光ブランド認定制度」が始まります。これは、日光ブランドで市のイメージを高め、地域活性化につなげることを目的としています。最初は、自然・歴史・文化・風習の4分野の地域資源を募集します。募集期間は4月1日(月)～5月2日(木)です。その後、ノミネート審査、インターネット・はがきでの投票、

認定審査を行い、10月頃に決定する予定です。

日光ブランド認定制度の詳細は、新聞折り込みチラシ、または日光ブランド認定制度ホームページ(<http://system.nikkobrand.jp>)をご覧ください。

※認定制度の開始に先立ち、世界的なブランドである、世界遺産「日光の社寺」とラムサール条約登録湿地「奥日光の湿原」を、日光ブランドに認定しました。

詳しくは広報5月号でお知らせします。

