

せとまちブランディング戦略



せとまちブランディング戦略 目次

せとまちブランディング戦略の基本的な考え方	1
1 せとまちブランディング戦略とは	2
2 瀬戸の現状と課題	3
3 ブランディングのねらい	5
I 瀬戸のいま	7
1 瀬戸とは	8
2 瀬戸の現状	9
3 瀬戸のイメージ	11
II 瀬戸の魅力	15
魅力① 千年の歴史を育んできた「せともの」	18
魅力② 陶都を感じるまちなみ	20
魅力③ 個性的なまちぐらし	22
魅力④ 大都市に近い自然	24
魅力⑤ ツクリテが身近にいる	26
III ブランディング	31
1 コンセプト	34
2 ブランドメッセージ	35
3 ターゲット	36
4 ブランド形成に向けての取り組み	38
① 推進体制	39
② 具体的な取り組み（魅力を磨き、発信する）	39
③ みんながブランド形成の担い手	47

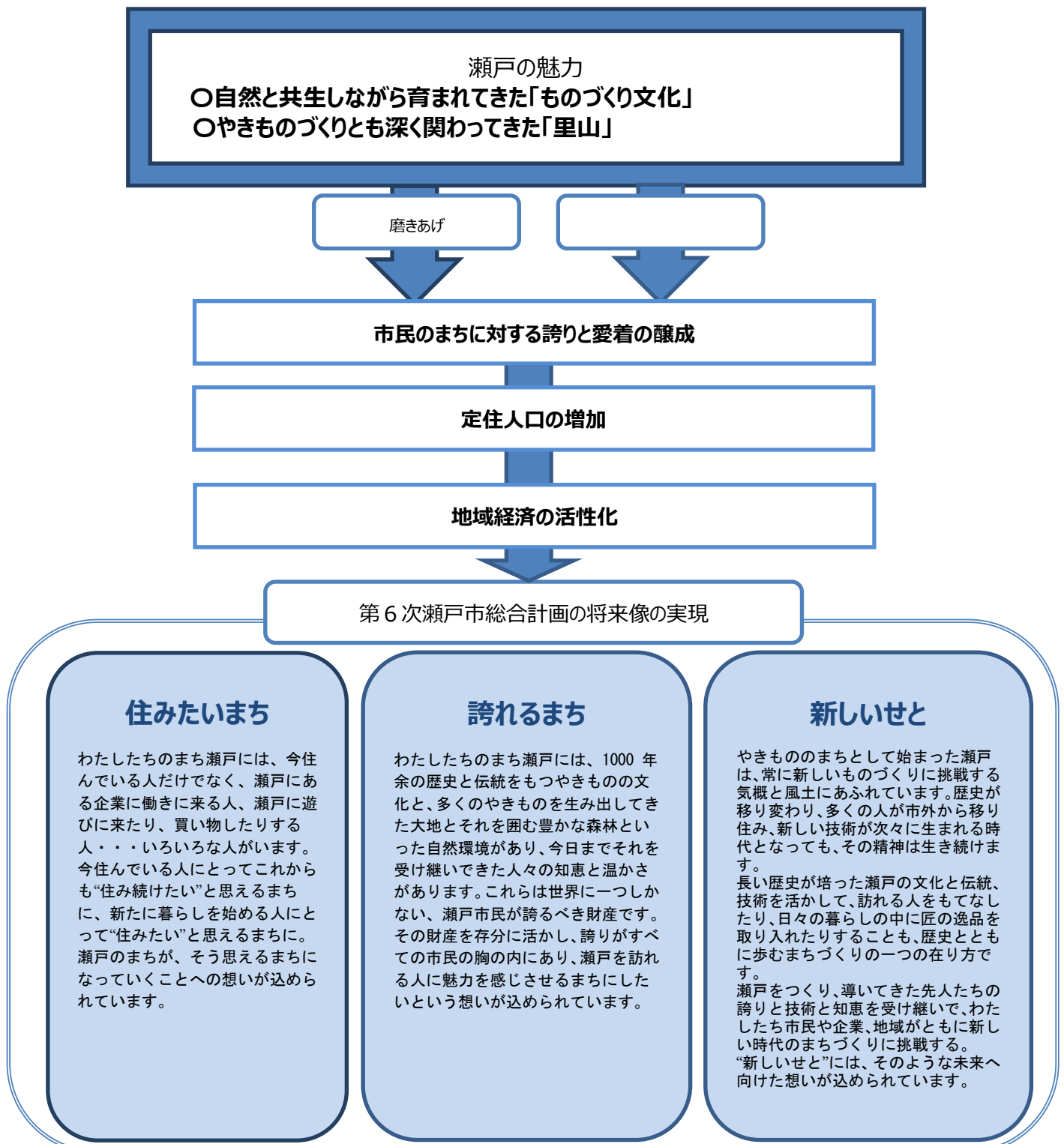
せとまちブランディング戦略の 基本的な考え方



1 せとまちブランディング戦略とは

せとまちブランディングは、新たな魅力をつくるだけでなく、瀬戸の既存の魅力を再発見、再構築することで、瀬戸の魅力を磨き上げ、広く発信することにより、「市民のまちに対する誇りと愛着の醸成」「定住人口の増加」「地域経済の活性化」を図り、第6次瀬戸市総合計画の将来像「住みたいまち 誇れるまち 新しいせと」を実現していくことを目指しています。

本戦略は、数多くある瀬戸の魅力を、以下の2点に絞り込みました。



2 瀬戸の現状と課題

①第5次瀬戸市総合計画の総括より

第5次瀬戸市総合計画では、「魅力に満ちた産業観光都市」を目指し、まるっとミュージアムの推進を展開してきました。

イベントの充実や観光施設の整備、マスメディアを活用した積極的な情報発信などにより、瀬戸への観光入込数が達成（目標：300万人、実績308万人：達成率102%）され、また市民活動や観光協会との協働・共催によるまちの魅力発信や、市民が文化・芸術に触れる機会の増加などの成果がありました。

一方、まるっとミュージアムを推進するおもてなしボランティアや観光ボランティアをはじめとする市民サポーター数は目標の達成に至らず（目標：1,600人、実績271人：達成率16.9%）、課題として施策の方針が市民の皆さんに十分伝えきれていなかったと分析しています。

また、観光入込数の増加が、経済効果や人口増加に結びついていない現状があり、平常時の賑わいの創出への取り組みがより一層必要であると分析しています。

②アンケート等からわかる現状と課題

現状（各データから）			ねらい
	強み	弱み	
歴史文化	市民の約7割が瀬戸の文化財・文化遺産に魅力があると思っている。	市民の約5割がやきものを、「生活で使う程度」との関わりである。	瀬戸の歴史・文化の魅力を発信し、市民がやきもののみならず、資源に触れる機会の拡大と市外での認知度の向上を図る。 （市民の誇りと愛着の醸成） （地域経済の活性化）
	市民の約5割が歴史的なまち並み・まち道に関心がある。	やきものに関わる仕事をしている人、している人は市民の約2割である。	
	市民の約6割が瀬戸の歴史文化を魅力があると思っている。	やきものづくりを体験したことがある市民は約3割である。	
子育て・暮らし	近隣市に住む子育て世代のイメージは、「自然の豊かさ」が最上位である。	近隣市に住む子育て世代のイメージは、「通勤の利便性の悪さ」が最上位である。	子育て世代のニーズを把握した魅力を市外に向け発信する。 （定住人口の増加） 生活の便利さを充実させ、市民が瀬戸を誇れるまちにし、住み続けたいと思う市民を増やす。 （定住人口の増加）
	市民の7割以上が瀬戸で住み続けたいと考えている	市民の約5割が子や孫、友人に瀬戸をおすすめできない。	
	住み続けたい理由の上位は「自然環境の豊かさ」「実家や親戚が近い」である。	住み続けたくない理由の上位は「公共施設が充実していない」「日常の買い物に不便」である。	

③推進体制の現状と課題

【現在のプロモーション体制】

	分野	担当課（H28年度）	計画等	主な業務内容
行政	観光振興	まるっとミュージアム課	せと・まるっとミュージアム推進プラン（H21年度～）	<ul style="list-style-type: none"> 市内5大イベントの開催（せとの祭り、せと陶祖まつり、招き猫まつり、お雛めぐり、窯めぐり） 市外での観光PR
	産業振興	産業課	瀬戸市地場産業振興ビジョン（H24年度～）	<ul style="list-style-type: none"> 瀬戸焼振興 ・企業立地促進 商店街振興 ・起業促進 農業振興
	歴史・文化	文化課 （新世紀工芸館・瀬戸染付工芸館）	瀬戸市歴史文化基本構想（H28策定）	<ul style="list-style-type: none"> 芸術、文化の振興 文化財の保護・活用
関係団体	観光振興	瀬戸市まるっとミュージアム・観光協会	まるっとミュージアム推進プランに基づいた	<ul style="list-style-type: none"> 観光まちづくりの推進 観光誘客催事などの企画や実施 瀬戸の魅力で新鮮な情報を発信
	まちづくり	瀬戸まちづくり株式会社	<ul style="list-style-type: none"> 中心市まち地活性化 各種イベントの企画、運営及びチケットの委託販売 商店街、商店の販売促進のための共同事業等、商業振興を図るための企画、運営、指導、及び情報提供 出版、観光案内、旅行斡旋、シャトルバスの運行委託 	
		市民活動団体	各々の目的に基づいた、市民主体の賑わいづくり 等	
	商工業振興	瀬戸商工会議所	<ul style="list-style-type: none"> 商工業の総合的な改善発達 	
		愛知県陶磁器工業協同組合	<ul style="list-style-type: none"> 陶磁器産業の振興 	
		瀬戸陶磁器工業協同組合		
		瀬戸陶磁器卸商業協同組合		
赤津焼工業組合				
品野陶磁器工業協同組合				
文化振興	文化振興財団 瀬戸市文化協会 瀬戸陶芸協会 瀬戸クラフト協会 瀬戸伝統陶芸会	<ul style="list-style-type: none"> 芸術、文化の振興 文化財の保護・活用 人材育成 		
事業者	交通	名古屋鉄道株式会社	<ul style="list-style-type: none"> イベント等のPR 関連イベントの開催 	<ul style="list-style-type: none"> manaca 活用PR
	交通	タクシー協会	<ul style="list-style-type: none"> 観光PR 関連事業との連携（旅タク） 	
	観光	旅行会社	<ul style="list-style-type: none"> 瀬戸市関連商品の企画・開発 	

【課題】

行政及び関係団体などが、瀬戸のアイデンティティであるやきものを核としたまちづくりや観光に関する様々な事業を展開している。協賛会や実行委員会を組織し、協働でまちの活性化実現に向けて事業展開を図ってきたが、行政の部署間または他団体との連携が十分ではない事業もあり、統一的なイベントコンセプトでの開催や情報発信ができていないなど、瀬戸の魅力が市内外に十分に伝えられていないことが課題であり、今以上に横断的な連携体制が必要である。

また、観光振興・産業振興以外の、教育・福祉においても「瀬戸の魅力」を積極的に取り入れた事業を展開しているが、瀬戸の魅力として認識されていない面がある。今後は、各種イベントとの連携や統一的な情報発信を行うことにより、本市の魅力を的確に伝えるとともに認知度を高めることが必要である。

3 ブランディングのねらい

瀬戸の魅力を磨き上げ、行政、市民、事業者が一体となって瀬戸の魅力を発信していくことにより、第6次瀬戸市総合計画の実現を目指しています。

① 認知度の拡大

魅力を発信し続けることにより、瀬戸が「愛知県」にあること、やきものの歴史や伝統、文化、自然など固有の魅力があるまちであることなど、瀬戸が市外の方々に認知されることにより、「住みたいまち」「訪れたいまち」として多くの瀬戸ファンになってもらうことを目指します。

② 市民の誇りと愛着（シビックプライド）の醸成

瀬戸に暮らす方に、瀬戸の魅力を再発見してもらうことで、瀬戸で暮らしていることを誇りに思い、「瀬戸で住み続けたい」「瀬戸でたくさんの人に住んでほしい」と思ってもらえることを目指します。

定住人口の増加

魅力を発信し続けることにより、すでに瀬戸に暮らす方々にとって、「住み続けたいまち」となることを目指します。また、市外の方に「住みたいまち」として、選ばれるまちとなることを目指します。

地域経済の活性化

瀬戸で暮らしたり、訪れる方が増えることで、市内で人×人、人×モノなどの交流が生まれ、地域経済が活性化することを目指します。

I 瀬戸のいま



1 瀬戸とは

■ 「ものづくり文化」と「里山」に育まれてきた やきもののまち

愛知県瀬戸市は自然と共生しながら育まれてきた「ものづくり文化」とやきものづくりと深く関わってきた「里山」によって、創られてきたまちです。

瀬戸のものづくりは、「人」だけで築きあげてきたのではなく、この地にしかない良質な土や森、山、川があったからこそ、窯が築かれ、まちを形成し、職人たちの手により世界的にも例を見ない千年以上も連続と続くやきものづくりが生まれ、「せともの」はやきものの代名詞になりました。

瀬戸のものづくりは、自然と共生し、自然の豊かさを再認識する中で育まれてきたのです。

中世日本における唯一の施釉陶器「古瀬戸」は鎌倉期に上級武士に愛されるなど全国に流通し、19世紀初頭から始まる磁器の生産・流通に伴い、陶器と磁器の両方を生産する世界でも稀有な産地として確立してきました。

明治中期から昭和前期にかけて、瀬戸でつくり出されるやきものは、飲食器にとどまらず、便器や瓦、タイル、碇子、ノベルティ、ファインセラミックスなど多種多様な製品が生み出され、瀬戸のものづくりが日本人の生活・文化を支えてきました。

陶磁器産業の隆盛に伴い、瀬戸には多くの人が集まり、窯道具を積み上げて作られた「窯垣」など瀬戸独特の美しい幾何学模様の景観がまちを彩り、「尾張の小江戸」と呼ばれるほど、ものづくり文化が息づく賑わいが創られてきました。一方、やきものづくりとも深い関わりのある里山も、薪となる木材の伐採により禿山になりましたが、人々の手による植林により、豊かな里山として再生させてきました。

千年以上続く歴史の中、ツクリテたちが時代の流行を敏感に感じ取り、イノベーションをくり返し築いてきたまち。それこそが、「瀬戸」です。

2 瀬戸の現状

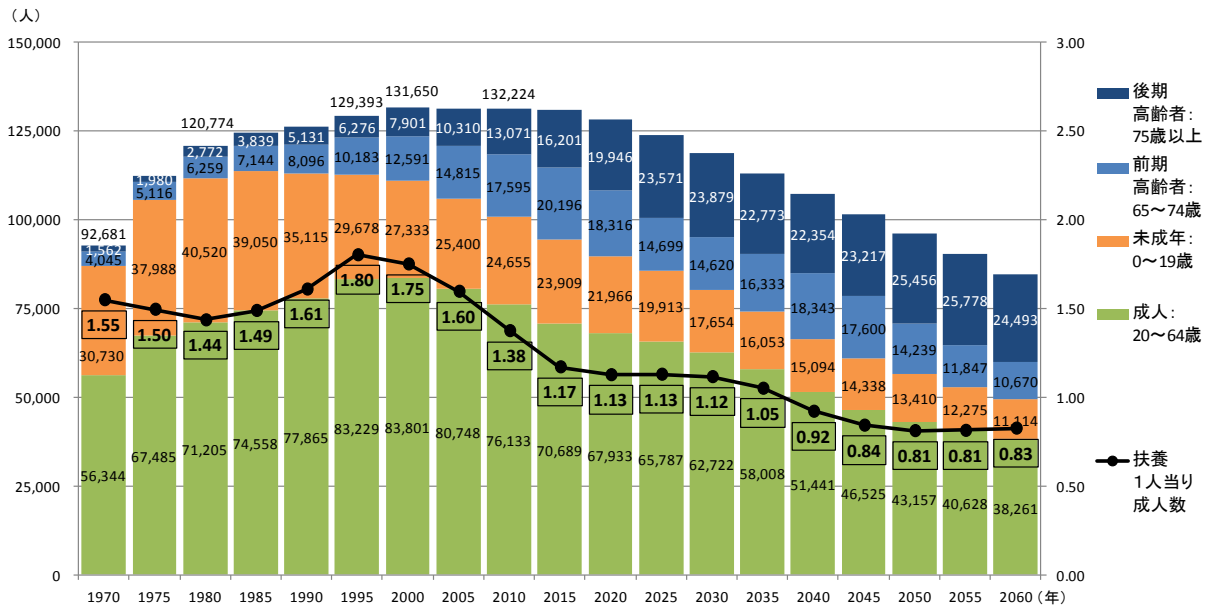
■人口が減少

全国で人口減少が顕在化する中、愛知県では自動車産業をはじめとする好調なものづくり産業や名古屋駅周辺の再開発によるオフィス需要の増加などにより人口が増加していますが、瀬戸市では人口減少が始まっています。

これまで瀬戸市では持ち家取得などに伴う子育て世帯の転入により人口を維持していましたが、近年はその傾向が薄れ、転出超過となったことが大きく影響しています。

今後、人口減少は加速化する見通しにあるとともに、成人一人が支える高齢者や未成年の割合は高まっていくことから、若い世代・子育て世代の転入を増やしていくことが大切になっています。

「瀬戸市」の人口 推移と推計

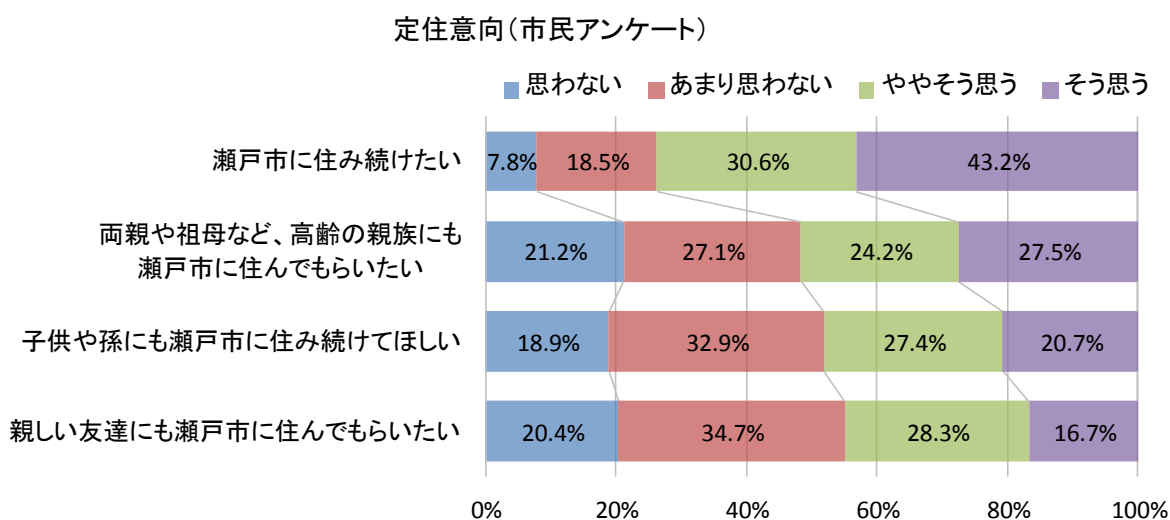


(資料) 瀬戸市人口ビジョン

■ 市民が瀬戸をおすすめできない

市民の7割以上が瀬戸市に住み続けたいと考えている一方で、約5割の人が子供や孫、あるいは親しい友人に対して瀬戸市に住むことをおすすめできないと考えています。

市民自身がおすすめできないようなまちに若い世代・子育て世代が転入したいと考えることは現実的でないことから、市民が誇れるまちに意識を変えていただくことが必要となります。

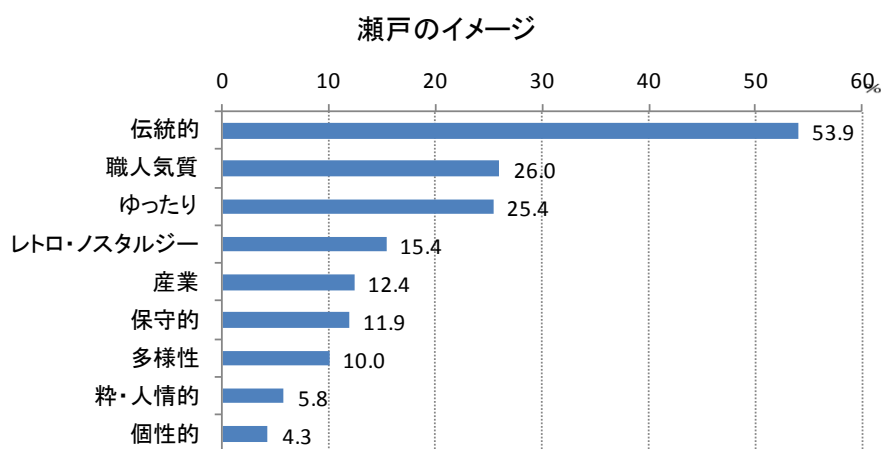


3 瀬戸のイメージ

瀬戸の魅力を再発見するため、市内外で実施したアンケート調査結果や第6次瀬戸市総合計画の策定にあたって実施したタウンミーティング「せと夢・まち未来輪談会」で市民の方からお聞きしたご意見を紹介します。

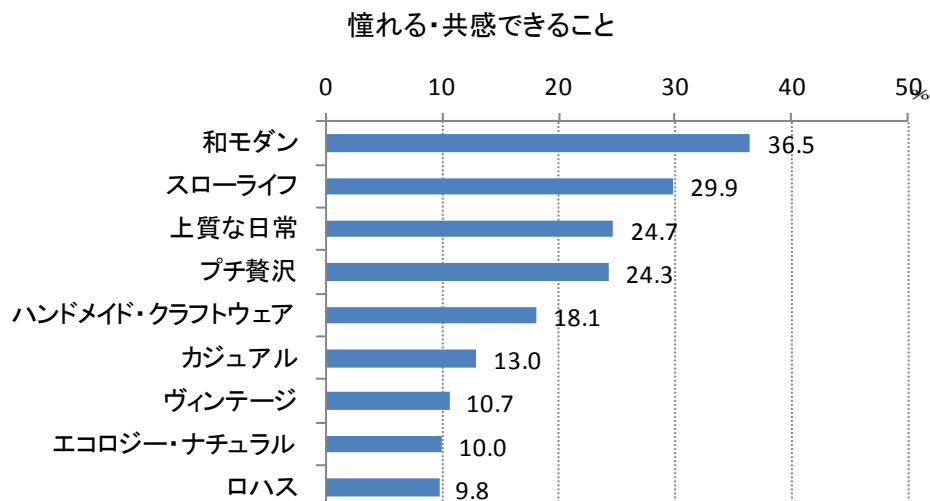
■ 瀬戸焼購入者のイメージ 「伝統的」、「職人氣質」、「ゆったり」

主に名古屋都市圏に住む瀬戸焼購入者は、過半数が瀬戸を「伝統的」とイメージしており、この他、「職人氣質」や「ゆったり」などが上位にあり、市独自の特徴としてとらえています。



(資料) ドームやきものワールド 2016 来場者アンケート (瀬戸焼購入者を対象とした独自調査)

主に名古屋都市圏に住む瀬戸焼購入者が憧れる・共感できることは、和モダンやスローライフ、上質な日常などであり、瀬戸のまちの魅力を強く打ち出すことにより共感を得られる可能性が高いと考えられます。



(資料) ドームやきものワールド 2016 来場者アンケート (瀬戸焼購入者を対象とした独自調査)

■ せともの祭来訪者のイメージ やきものに触れる機会が多い

せともの祭来訪者へのアンケートでは、市外の人が、瀬戸のやきもののみちとしての伝統や、市民も来訪者もやきものに触れる機会が多いことに魅力を感じていることがわかりました。

瀬戸の好きなところ・大事にしたいところ

- ・ 「せともの」のみちとして有名なので、小さい時からせとものに触れる機会があることが素晴らしい。大事にしてほしい（刈谷市・30歳・女性）
- ・ 子どもでも遊べたり、やきものに触れることができている（春日井市・8歳・男性）
- ・ 陶磁器産業とそのみち並み（金沢市・45歳・男性）
- ・ せともの祭があるところ。大事にしたいのは「やきもの」の伝統（名古屋市・11歳・女性）
- ・ 自然が多くて、子どもを遊ばせられるところが多いこと。市民活動が活発なところもおすすめ（尾張旭市・49歳・女性）

（資料）せともの祭 2016 来訪者アンケート（せとまちブランディングWGによる独自調査）

せとまちフェスタ来場者へのアンケートでは、「いもうどん」や「おこしもの」、「瀬戸弁」など一般的には脚光を浴びていない魅力資源を回答してくれる市民の方がいました。

瀬戸の魅力

- 【まちなみ・雰囲気】瀬戸川沿いの情緒、こじんまりしている、品がある
- 【食】ごも飯、瀬戸焼そば、焼肉・ホルモン、いもうどん、おこしもの、鬼まんじゅう
- 【自然】都会の近くなのに自然がいっぱい、岩屋堂
- 【せともの】生まれたときからある「やきもの文化」、瀬戸の器が大好き、セトノベルティ
- 【ひと】瀬戸の魅力は何と言っても人、人がやさしい、何事にもやる気のある人がいっぱいいる
- 【その他】瀬戸弁がとてもあたたかい、招き猫メイク、せともの祭、せと陶祖まつり

（資料）せとまちフェスタ来場者アンケート（せとまちブランディングWGによる独自調査）

タウンミーティング「せと夢・まち未来輪談会」では、市民の皆さんから転入者を増やす必要性や、魅力的なまちにするための方策など第6次瀬戸市総合計画の策定に向けて多数の前向きなご意見・ご提案をいただきました。

市民の意見

- ・ 瀬戸焼を中心とした観光、体験プログラムの充実、やきもの散歩道のルート検討
- ・ 転入者を増やす方策が必要、魅力向上
- ・ 陶芸家の育成（若手作家が拠点を持てる）
- ・ おしゃれな店が少ない（若者が集まれる店が無い）
- ・ 空き家の活用（地域の交流の場、陶芸関連者の長期滞在、観光への活用、子育て世帯の居住場所）
- ・ 特色ある教育での魅力づくり（キャリア教育、陶芸・誰でもロクロを回せる、まちを愛せる教育）
- ・ 農業担い手育成（若い人の新しい農業スタイルの支援、子どもの農業体験）

（資料）タウンミーティング「せと夢・まち未来輪談会」における市民意見

また、市職員に瀬戸の魅力に関してコメントを収集したところ、瀬戸がやきものまちであることや歴史、文化、自然、まちの雰囲気など瀬戸のまちに誇りを持ち、瀬戸での生活に魅力を感じていることがわかりました。

■ 市民のイメージ（インタビューキャラバン） 人が魅力



瀬戸の戸は「とびら」の戸 — 林ともみ（司会、ラジオパーソナリティー）

瀬戸は人と人とのつながり、市民力、一人一人の力が強いまちだと思います。

瀬戸の戸は「とびら」の戸。市民の方でも、まだ見ていない瀬戸がたくさんあると思うので、「とびら」を開けて瀬戸の魅力を発見して欲しいです。



どんな“やきもの”でも作れる — 斎藤貴子（まち結ぶコーディネーター）

日本の暮らしの中に必ず“瀬戸”があるんですよ。

茶の湯やセラミック、時代に合わせたつくり方に対応できた瀬戸はすごいです。

それだけの技術、材料、知識があったということで、瀬戸ではなんでもやきものが作れます。それは瀬戸にしかできないことでしょう。



ツクリテの熱量が直に伝わるまち — 新井一平（WEB マーケター）

瀬戸ではツクリテとツカイテの距離がすごく近いのが良いですね。

東京にいと誰が作って、どうやって自分のところへ来たのかわかりません。

自分の器も“せともん”ですが、ツクリテとの距離感が近いので熱量が直に伝わります。



自由な空気 — 西牟田早苗（飲食業）

瀬戸の魅力は人ですね。よそ者も新しいことを始める人も受け容れてくれます。

瀬戸には宝物がたくさんあって、それらを上手に見せればもっと人を呼び込むことができると思います。

瀬戸に来る人、興味を持つ人が増えれば、空き家を活かす道も広がるでしょう。



みんなでおもてなしできるまちに — 若杉スエ（観光ボランティア）

市民ひとりひとりが瀬戸について学んで、来訪者に瀬戸を紹介できるまちになったら、「瀬戸はすごい」と言ってもらえましょう。

そのためなら何でもお手伝いしますよ。頑張ります。



瀬戸のことをもっと好きになってほしい — 加藤恬（郷土史研究家）

定光寺は歴代尾張徳川家の精神的な支柱となった重要な廟で、瀬戸の二大巨人は陶祖・加藤藤四郎と磁祖・加藤民吉なんです。

文化遺産がたくさん集まった瀬戸のまちを知ることで、愛着を持って瀬戸を大事にしてもらいたいです。

妻からは春日井市に住んでいても心は年中、瀬戸のことを考えていると言われるます。

II 瀬戸の魅力



「瀬戸」の魅力とは

■市民にとってはあたりまえ、でも外の人からみるとすごい。

瀬戸は本当に「なにもない」「おすすめできない」まちでしょうか？

瀬戸は、「せともの」の由来となる やきものまち。瀬戸に暮らす多くの人々が、「ツクリテ」「ツカイテ」「ツナギテ」として一緒にまちをつくっています。

そんな暮らしは、瀬戸の人にとってはあたりまえ。しかし、外の人からみるとすごいこと。

ツクリテ

やきものなど地場産業等の振興や飲食の提供等を通じて、瀬戸の魅力を生みだし、地域経済・地域コミュニティの活性化を担う人たち

ツカイテ

もの、ひと、歴史、文化、豊かな自然等を、自身の暮らしに取り入れ、楽しむ人たち

ツナギテ

瀬戸の魅力を、自身の暮らしに取り入れたり、紹介する人たち

魅力① 千年の歴史を育んできた「せともの」

瀬戸では、世界的にも例を見ない千年以上も連綿と続くやきものづくりが行われています。飲食器にとどまらず、便器、瓦、タイル、碇子、ノベルティ、ファインセラミックスなど多種多様な製品で、日本人の生活・文化を支えています。やきもの製造に携わる人が多く、その土壌を背景として、やきもの以外のツクリテも各地から集まっています。

魅力② 陶都を感じるまちなみ

瀬戸は、やきものづくりの発展にあわせて、まちなみが形成されてきました。市内の各所には窯元の工房等が多くあり、窯道具を積み上げて作られた「窯垣」など瀬戸独特の美しい幾何学模様の景観や陶製の橋、建物を彩る陶壁があるなど、まちの随所にやきもの産地としての歴史や伝統、文化を感じることができます。

魅力③ 個性的なまちぐらし

千年以上続く歴史の中、ツクリテたちが時代の流行を敏感に感じ取り、その時代の最先端の技術革新を繰り返し築いてきたものづくりの空気が瀬戸の暮らしに息づいています。身近にあるものづくりや豊かな自然を背景として、自分らしい、上質な暮らしが実現できます。

魅力④ 大都市に近い自然 「里山」

名古屋の都心から電車で約40分あまりの距離にありながら、瀬戸には豊かな森林が広がっています（市域の約6割）。その森林は、1000年以上続くやきものの文化や歴史の中で、薪として活用され、先人たちによって再生を果たしてきました。瀬戸の森林には、集落に近く、人との関わりによって多様性を維持してきた「里山」があり、希少な生物たちも生息しています。

2005年に愛・地球博が開催された瀬戸には、そのテーマであった「自然の叡智」が大切に引き継がれています。

魅力⑤ ツクリテが身近にいる

瀬戸の暮らしの身近にツクリテがいます。陶芸家だけではなく、ろくろ師、絵付師、原型師、製型師、鋳込師などの専門職人がやきもの産業を支えています。また、やきものだけでなく、ガラスや木工、デザインなど幅広い分野で活動する多くのツクリテと出会えます。

魅力① 千年の歴史を育んできた「せともの」

□せともの

陶磁器の総称である「せともの」の語源にもなった「瀬戸」のやきもの。

19世紀初頭から、「瀬戸」では陶器と磁器の両方を生産する世界でも希少な産地として発展し、その後、ツクリテの高い技術により、全国さらには世界各地で使われたことが発端となっています。ツクリテが様々な釉薬や技法を駆使して生産した多種多様なせとものは、全国の家庭に彩りを与えています。

せとものは、瀬戸で採られた土をこね、手や型で形をつくり、天日で干され、職人たちによって生み出された釉薬をまとい、火で焼かれます。

せとものは、職人のチャレンジ精神と自然の恵みから生み出されています。



市民が語る魅力



瀬戸はやきもののメッカになれる — 加藤令吉（陶芸家、大学客員教授）

歴史が背景にあることに誇りがあったから、瀬戸でやきものをやっていて良かったと思います。瀬戸のポテンシャルがあれば、陶芸家の卵は瀬戸を目指すような、やきもののメッカにできるんじゃないでしょうか。

□千年の陶都

「瀬戸」のやきものは自然と共生しながら生まれ、千年もの歴史を刻んでいます。

それは、この地で良質な陶土が豊富に採れるためです。火に強く、加工しやすいために様々な釉薬や装飾方法を駆使した多種多様なやきものがつくられてきました。また、陶土の成分に優れていたため、古来から高貴とされる白いやきものをつくることもできました。「瀬戸」の良質な陶土は、「瀬戸」だけでなく、全国各地のやきもの産地でも使用され、「瀬戸」の土が日本のやきもの文化を支えており、全国のツクリテからも高い評価を得ています。

また、器だけを生産し続けたのではありません。他のやきもの産地と大きく違い、「瀬戸」のツクリテの技術革新と先見の明により、セトノベルティと呼ばれる置物や装飾品、衛生陶器、碇子、タイル、ファインセラミックスなど、日本の近代化を支える産業に必要な製品を生産してきたことも千年の歴史のなす強さといえます。

「瀬戸でつくれないやきものはない」といわれるほど、「瀬戸」のやきものは幅の広さと奥の深さがあります。こうしたやきもの発展の歴史が、今の「瀬戸」の人々の暮らしやまちなみ、文化の原点といえます。



市民が語る魅力



日本のやきものの歴史が瀬戸の歴史

— 鈴木政成（瀬戸まるっとミュージアム・観光協会会長）

日本のやきものの歴史そのものが瀬戸の歴史といっても過言ではありません。

大きな時代の変化は千年の中に何度もあったはず。

厳しい状況にあったとしても飲み込んでいかなければ。

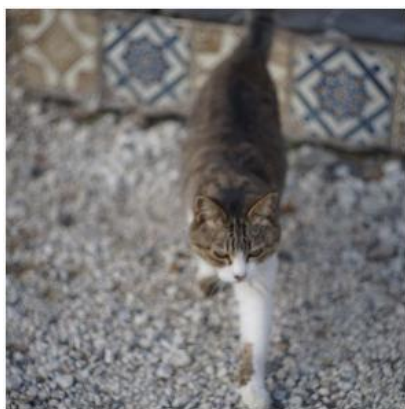
御亭山（おちんやま）から瀬戸川をとおして見渡せる風景が、やきもののみち瀬戸の原風景です。

魅力② 陶都を感じるまちなみ

□まちなかのデザイン

エンゴロやタナイタといった窯道具などの廃材をツクリテたちが石垣のように積み上げた擁壁や塀などは「窯垣」と呼ばれ、「瀬戸」でしか見ることができない唯一無二の美しい幾何学模様の景観を創り出しています。また、まちなかに架かる陶製の橋や、建物を彩る陶壁など、何気ない日常の風景に、高いデザイン性を感じることができます。

「瀬戸」では、窯元がひしめき合う昔のままの狭い路地が今も残っています。また、起伏の多い地形から坂道が数多く見られます。大通りから一步入ったその先に、日常の瀬戸の暮らしに出会うことができます。



□古さが新しい

「瀬戸」では、まちの至る所で「懐かしさ」を感じることができます。

尾張瀬戸駅は名鉄瀬戸線の始発駅であり、その周辺には、昔ながらの商店街のアーケードが残り、瀬戸川沿いにはせともの販売店が軒を連ね、やきもののみちを感じさせる景観を創り出しています。また、「瀬戸」には数多くの窯元の工房や窯垣があり、やきもの産地の歴史を感じさせてくれます。

歴史あるまちを感じさせる細い路地や建物が残る一方で、古いものの価値を活かしながら現代に合う形にリノベーションを行い、古民家カフェやアートスタジオなど新しい活動に挑戦する人たちも現れてきています。

古いものを新しい魅力として再生させる、それも瀬戸の魅力です。



市民が語る魅力



商店街をツクリテでいっぱいになりたい — 中井亜矢 (ナカイガラス制作所)

商店街のお店が閉店した話を聞くのは悲しいですね。商店街を少しでも賑やかにしたいという思いがあります。

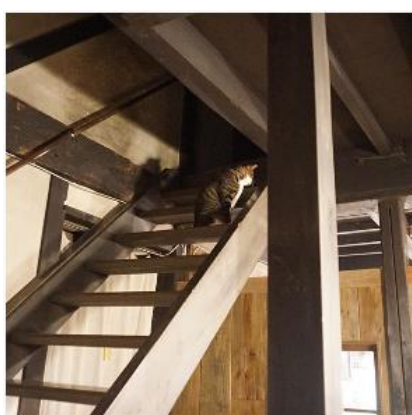
瀬戸での起業を希望する若者には「ぜひ瀬戸においで」と伝えたいです。手しごとの楽しさ、チャンスがここにはたくさんあると思います。

魅力③ 個性的なまちぐらし

□スローライフ

大量生産・大量消費の時代を終えた今、長い年月を経て人々の暮らしの中で親しまれ、使われ続けてきたものの価値が再認識されつつあります。「瀬戸」のやきものには、長く継承してきたデザインや技法で生産されたものが数多くあり、上質な暮らしを求めるやきものファンたちから高く評価されています。「瀬戸」には、何代も続く老舗に加え、「瀬戸」の空気感にあこがれて新たにオープンしたお店も増えてきました。「瀬戸」のツクリテや風土に魅了された人たちが、この地に着実に根付いてきています。

「瀬戸」では、一人ひとりとのふれあいを大切にしながら、丁寧に手作りのものと一緒に、ゆったりとした時間を過ごすことができます。



市民が語る魅力



ちょうど良いまちのサイズ感が好き

— 千葉麻衣子（自営業、飲食店）

住んでいても工場やその跡があって、やきものを作っていた風景が見えたり、ものづくりをしているまちの空気が良いと思います。

まちもあるし山や川もある。まちのサイズ感が好きです。

大きすぎず小さすぎず。全体的に自分で把握できるサイズ感。人の多さの加減、ちょうど良さが好きです。

□ 家族と地域が近くにある暮らし

「瀬戸」は家族経営のやきもの事業者が数多くあり、家族がとても近く、つながりが深いです。そして、やきものの技や伝統、家庭の味、家族の思い出も引き継がれていきます。

「瀬戸」では、地域活動が盛んで、新しく移り住んできた人と長年瀬戸で暮らす人々が、一緒に自分たちの暮らす地域を育てています。世話好きの人が沢山いて、子どもを面倒見てくれたり、相談にのってくれたり地域との支え合いもしっかりしているため、まちを歩けば、すれ違う子どもたちから、沢山の笑顔とあいさつをもらうことができます。

また、愛・地球博の開催を契機に、自分たちのまちを盛り上げる活動に積極的に取り組んでいる団体も増えてきました。



市民が語る魅力



寛容で親切なまち — 森宏子（乾物屋店主）

瀬戸には外からの人を受け入れられる土壌があります。すべてに関して寛容で、おせっかいなくらい親切なまちです。

困っている人を見ると「だいじょうぶ？」と手を差し伸べられるところが良いと思います。

魅力④ 大都市に近い自然

□自然の恵み 里山

「瀬戸」は、名古屋都心から電車で 40 分あまりの場所でありながら、豊かな自然に恵まれ、山と丘陵地に囲まれた地形から、人々の暮らしの近くに「里山」があります。

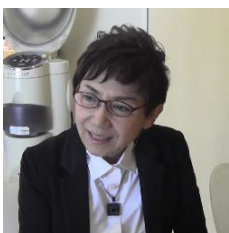
しもはだがわちよう じゃがほらがわ
下半田川町の蛇ヶ洞川にはオオサンショウウオ（国の天然記念物）が生息していたり、「自然の叡智」をテーマとした愛・地球博の会場にもなった海上の森^{かいしょ もり}では初夏には蛍が舞うなど、自然が大切に守られています。

「瀬戸」の人たちは、自然あふれる愛知高原国定公園内の定光寺や岩屋堂などに出かけ、緑豊かな環境で子どもを育て、季節の移ろいを感じながら暮らしています。

※海上の森は、平成 18 年 3 月に愛知県自然環境保全地域に指定されています。



市民が語る魅力



岩屋堂の素晴らしさ — 大竹路恵（美容室オーナー）

ぜひ岩屋堂に行って欲しいです。

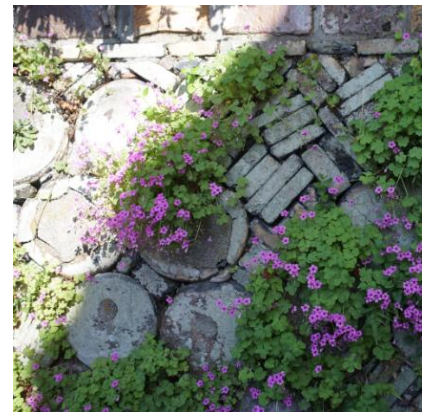
春は新緑のきれいさ、夏は川遊び、秋は紅葉、四季を通して良い。空気が違います。森林浴で気持ちも癒されるし、小さな子どもを連れて川遊びもできますよ。

□ものづくりと結びついた自然

「瀬戸」の暮らしは、自然の恵みから育まれたものです。

先人たちは、地元で採れた良質な陶土をこね、森から切り出した木材で窯を焚き、やきものをつくりました。やきもの産業の発展に伴い、かつては瀬戸川が白く濁ったり、^{すす}煤で洗濯物も黒くなる時期もありました。また、やきものづくりとも深い関わりのある里山も、薪となる木材の伐採により禿山になりましたが、人々の手による植林により、豊かな里山として再生させてきました。

現在でも、「瀬戸」の人たちは、自然の継承者として、引き続き川や森を大切にし、自然と寄り添いながら暮らしています。



市民が語る魅力



世界一の椿の森を創りたい — 田中博晶（瀬戸椿の会）

今はモノの時代から、自然などを求める時代です。
瀬戸中に椿の花を増やしていきたいと思えます。
そして瀬戸の地に「日本一」の椿の森を創ることで、日本中から人を呼び込みたいと思っています。

魅力⑤ ツクリテが身近にいる

□ツクリテ

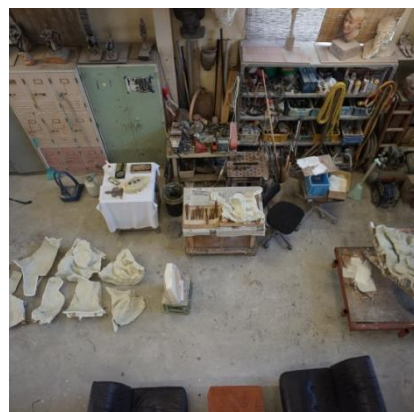
「瀬戸」ではやきもの製造に携わっている人がたくさんいます。

ろくろ師、絵付師、原型師、製型師、鋳込師などのやきものの製作過程ごとに、ドイツのマイスターのような専門職人がいます。ですから、「瀬戸」には、陶芸家だけではなく、高い技術をもった職人がたくさんいます。

「瀬戸」には、県立瀬戸窯業高校や新世紀工芸館、瀬戸染付工芸館、窯業技術専門学校など、次世代のツクリテを育てる様々な場があり、自立して創作活動を行える場もあります。新たに創作活動をする人たちを受け入れる土壌もできており、ガラスや木工、デザインをはじめ、CGなどIT分野まで幅広い分野で活動するツクリテが各地から集まっています。

さらに、やきもの産業とともにうなぎ料理や瀬戸のB級グルメである瀬戸焼そばなど、食分野のツクリテも数多くいます。「せと・しごと塾」でビジネスを学び、新たなツクリテとしてチャレンジする人も増えてきました。

「瀬戸」には、ツクリテを育てる環境があり、ツクリテたちが集う魅力があふれています。



市民が語る魅力



ものづくりをしている人に出会えるまち — 亀谷政代司（彫刻家）

何かしらものづくりをしている人に出会えるのが瀬戸のまちの魅力です。ここに住んで何かをつくって残したいという若者を呼び込みたいです。

様々な分野のツクリテが力を合わせて、瀬戸のまちのために何かつくることができたら良いですね。それが私の夢です。

□ツクリテが語る瀬戸について

瀬戸にはツクリテがたくさん身近にいます。
カッコいいツクリテたちがいるから、瀬戸のまちはカッコいい。
ものづくり文化を支えるツクリテたちが瀬戸の魅力。



瀬戸はものづくりをする場所であって欲しい — 水野雄介（陶工）

一番良いのは本物を見てもらうこと。
そこから発せられる力強さ、エネルギーは多くを語らなくても感じ取ってもらえます。
これからも瀬戸はものづくりをする場所であって欲しいです。



染付を作ることで瀬戸に貢献したい — 加藤真雪（染付職人）

職人として、染付を作ることで瀬戸に貢献したいです。

瀬戸にこんな良いやきものがあるということを日本の人にも海外の人にも伝えたいので、良い作品を作り続けたいです。



世界的に見ても技術力の高い職人のまち

— 岩木勇一郎（CGクリエイター）

瀬戸は世界的に見ても技術力の高い職人のまちです。
今でもまちに残る職人の地に足のついたメッセージに感銘を受けます。
今はものづくりが重要視されているので、それらがこの時代に意味を持つんです。



練り込み技法で瀬戸の良さを伝えたい — 水野智路（陶芸家）

SNSでも取材でも実演でも、最初は練り込み技法に興味を持ってくれますが、交流する中で瀬戸の良さを伝えることができます。

やきものはもちろんですが、ガラスや木工、色々なものづくりが盛んになれば、瀬戸のまちも自分も刺激を受けるでしょう。



瀬戸に根付いて作品を生み出したい — 植松ゆりか（美術家）

瀬戸の人は職人に慣れ親しんでいて、ものづくりをする人に優しいので瀬戸が好きです。

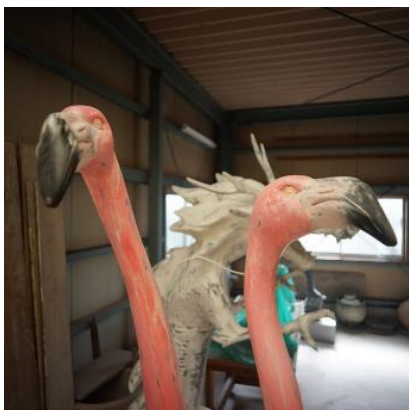
美術家として瀬戸に根付いて、このまちで作品を生み出していきたいです。



新たな発想が生まれてくる — 鈴木紹陶武（彫刻家）

これだけ作家が住んでいるまちは全国を見てもないと思います。

彫刻家として制約（ルール）がある中で創作しています。どうやってやろうかと色々な発想が新たに生まれてくるんです。

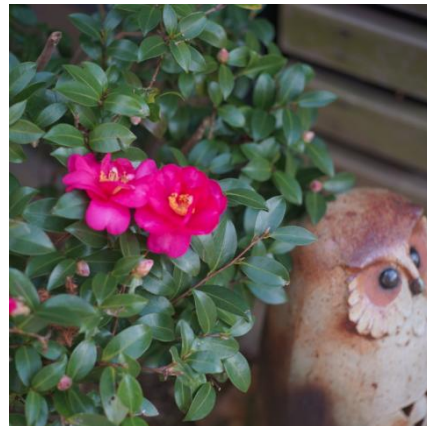


□ツクリテに近い暮らし

「瀬戸」には、ものづくりの文化と寄り添い、暮らしを楽しむ人が沢山います。

中心市まち地をはじめ品野、赤津、水野、洞など市内の広範囲にわたって窯元があり、多くの市民にとって、やきものは非常に身近な存在です。窯元はもちろん、一般家庭の多くが瀬戸焼を日常的に使い、暮らしに彩りを加えています。

また、数多くの上質なやきものに触れてきた「瀬戸」の人たちは、料理で器づかいを楽しんだり、お茶やお花を学ぶなど、上質な日常を楽しんでいます。



市民が語る魅力



瀬戸でしか感じられないものづくりの空気 — 水野教雄（陶芸家）

瀬戸は粘土の質が良く、また粘土、道具、釉薬、木箱など、やきものに関わる多くのものが集約されているので、陶芸家にとって素晴らしい環境なんです。

瀬戸にはツクリテがたくさんいるので、同じツクリテとして刺激がたくさんあるんですよ。ツクリテが右往左往している雰囲気を持ったまち。その空気を感じてもらえると思います。

Ⅲ ブランディング



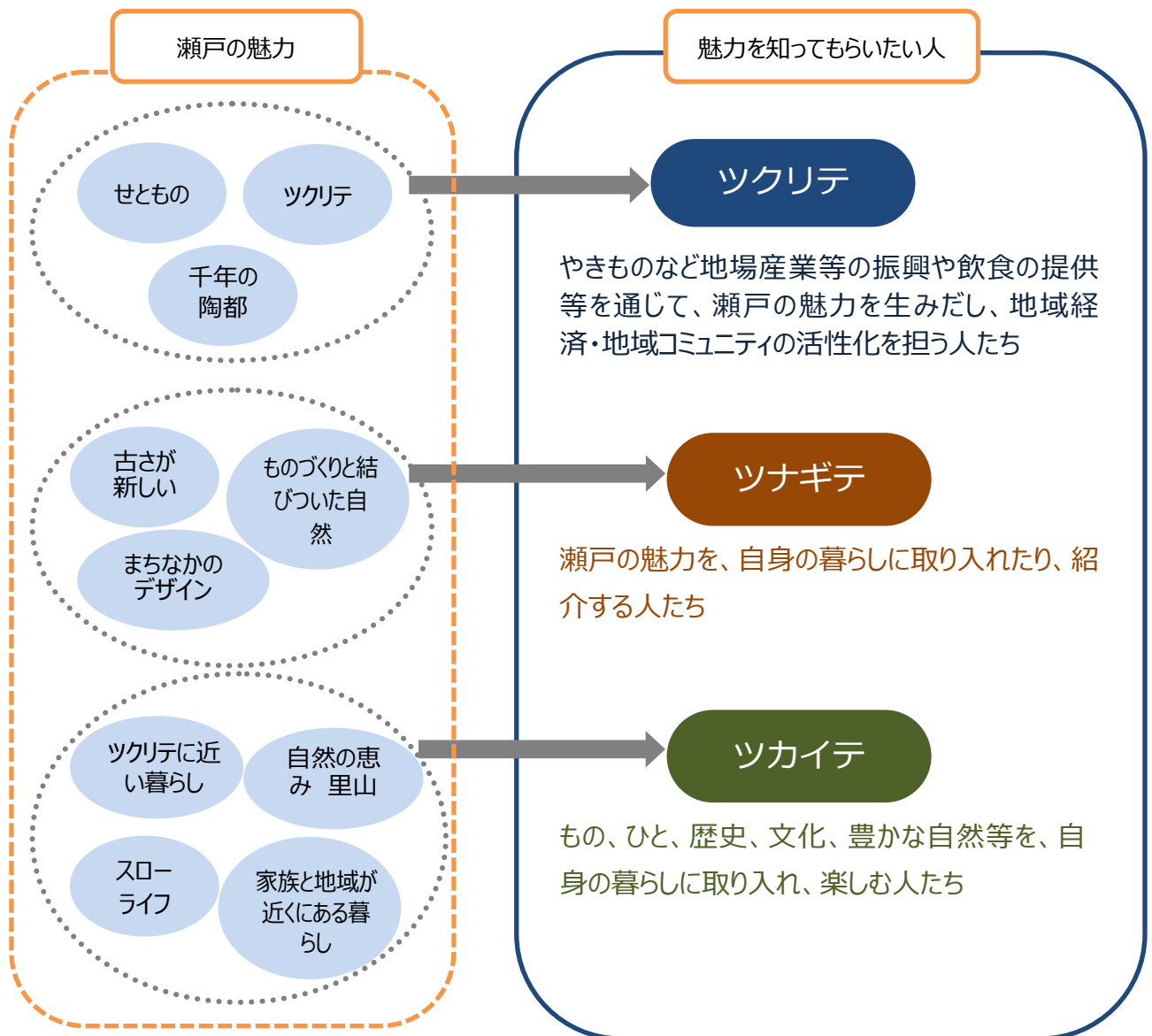
瀬戸の魅力をたくさんの方に知ってもらい、多くの人に素敵なまちだと思われるようにまちをブランディングしていきます。

新しいものを生み出し続ける「ツクリテ」を中心として、ツクリテの創作したものや豊かな自然と寄り添い、暮らしを楽しむ「ツカイテ」、また「ものづくり文化」や「里山」などの瀬戸の魅力を紹介する「ツナギテ」がいる。

これこそが、瀬戸のまちをブランディングしていく重要な要素（資源）です。

瀬戸の魅力を知り、学び、体験し、暮らしに取り入れてもらうことで、誰もがツクリテ、ツカイテ、ツナギテになれる。
それが瀬戸です。

瀬戸に住んでいない人たちに、こうした瀬戸の魅力を伝えることで、瀬戸の魅力に共感してもらいたい。
そのようなブランドづくりを目指します。



1 コンセプト

自然と共生しながら育まれてきた「ものづくり文化」

やきものづくりとも深く関わってきた「里山」

を魅せて、磨きあげ、

新たなライフスタイル（暮らし方）を、

瀬戸から提案・発信する。

コンセプト

瀬戸から提案・発信する新たなライフスタイル（暮らし方）

ツクリテがいて、ツカイテがいて、ツナギテがいる。
そして誰もがツクリテで、ツカイテで、ツナギテになる。
ものづくり文化と里山が身近に感じられる暮らし。

2 ブランドメッセージ

ツクリテ ツカイテ ツナギテ

長い歴史のなか「せともの」という言葉と
瀬戸独自のまちなみをつくり出し、
暮らし方も自由でクリエイティブなツクリテ。

そんなツクリテが身近にいることを誇り、
自分らしいこだわりを持ちながら、
穏やかな瀬戸のまちや自然、瀬戸焼を楽しむツカイテ。

そんなツクリテとツカイテの接着剤になって、
新しい人たちも気さくに受け入れ、
瀬戸のいいモノやいいコトを発信するツナギテ。

ツクリテがいて、ツカイテがいて、ツナギテがいる。
みんなの手で森をつくり、川を憩いの場として使い、
その森や川のきらめきを次の世代につなぐ。

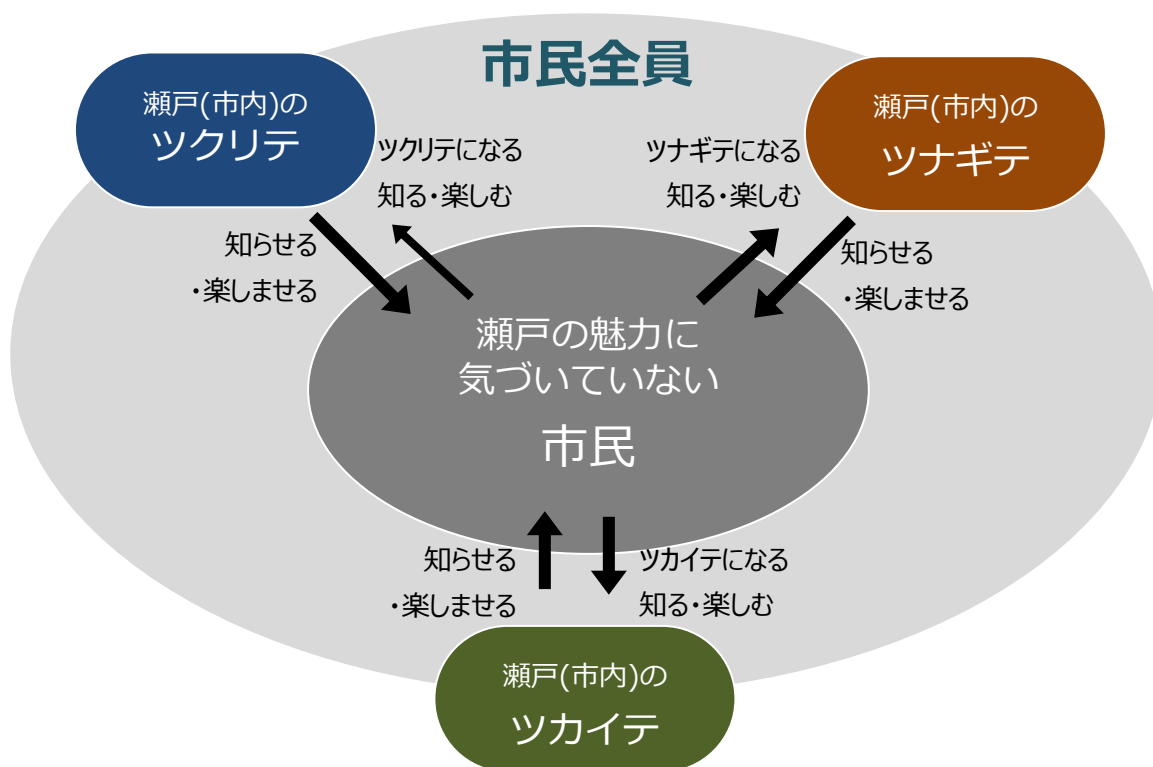
そして誰もがツクリテで、ツカイテで、ツナギテになる。
丁寧な暮らしをつくり、家族との時間を大切に使い、
古くて新しい瀬戸へとつなぎます。

3 ターゲット

①市民のみなさん

まずは、市民のみなさんに、瀬戸の魅力を再認識してもらうことで、まちへの誇りや愛着を育んでいきます。瀬戸に永く暮らしている方から、新しく瀬戸で暮らす方に瀬戸の魅力をつないでいく。

市民の誰もがツクリテで、ツカイテで、ツナギテになり、瀬戸の魅力を一層高めていきます。



②瀬戸で理想の暮らしを実現したい「子育て世代」

瀬戸の魅力はすべての人に伝わるものではないかもしれません。

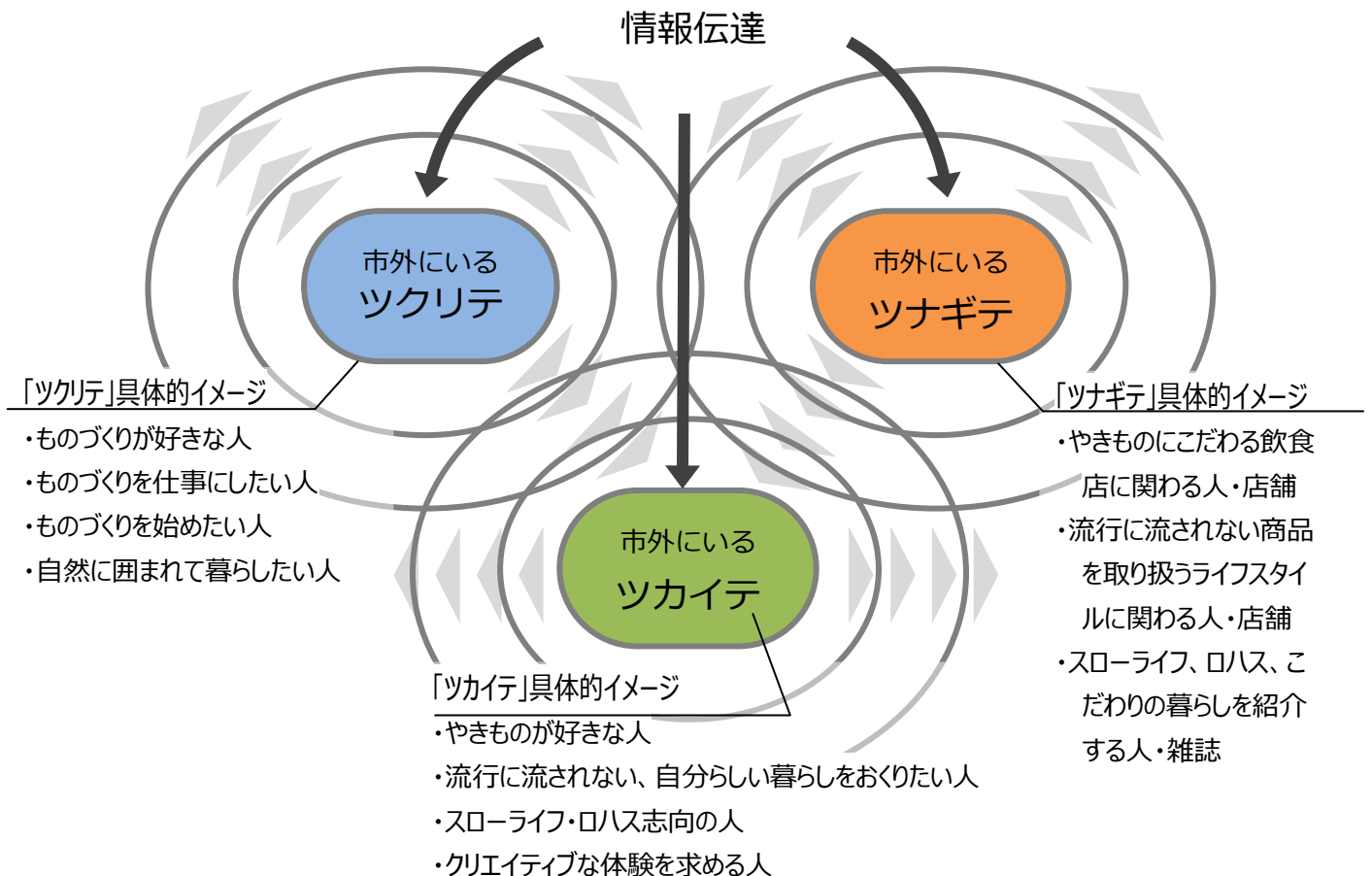
瀬戸の「ものづくりの文化」を基盤としたクリエイティブな環境の中で、仕事をしたり、子どもたちを育てていきたいと考えている子育て世代や、身近にある「里山」などの豊かな自然環境と寄り添いながら暮らしていきたいと考えている子育て世代の人たちに、瀬戸の魅力を発信していきます。

また、瀬戸でのこうした暮らしが、子育て世代の若い人々にとって「誇り」となり、新しい「瀬戸ファン」が増えていくことを目指していきます。

③瀬戸の魅力に共感する市外の人たち

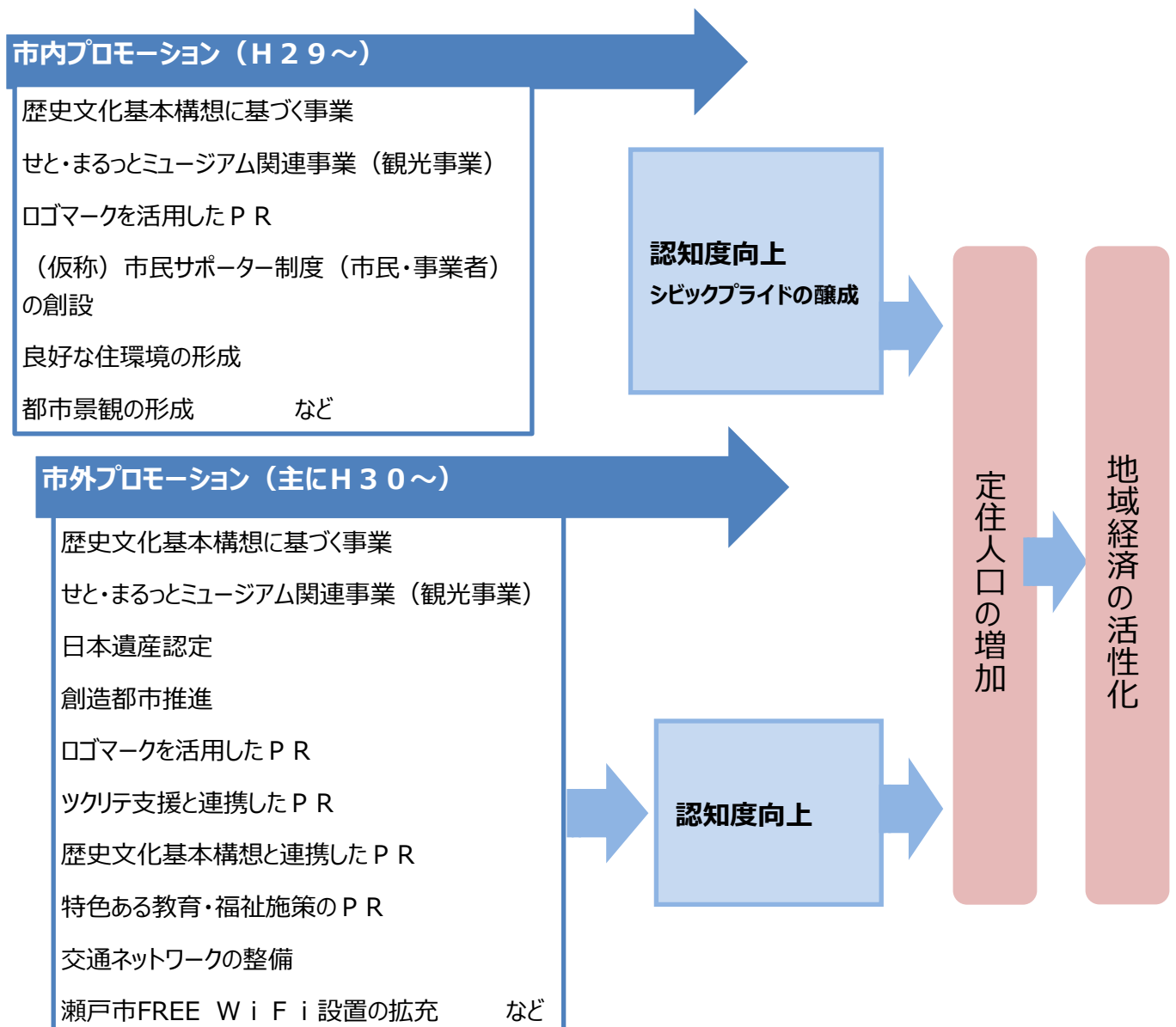
自分らしい生き方、暮らし方、働き方を求める人たちが増えてきました。そのような、まだ瀬戸を知らない「ツクリテ」「ツカITE」「ツナギテ」予備軍の人たちが瀬戸のファンになることで、徐々にその周辺にいる人たちにつなげていき、「瀬戸で暮らしてみたい」、「瀬戸に行ってみたい」と思う人を増やしていきます。

市外にいる「ツクリテ」「ツカITE」「ツナギテ」のイメージは以下のとおりです。



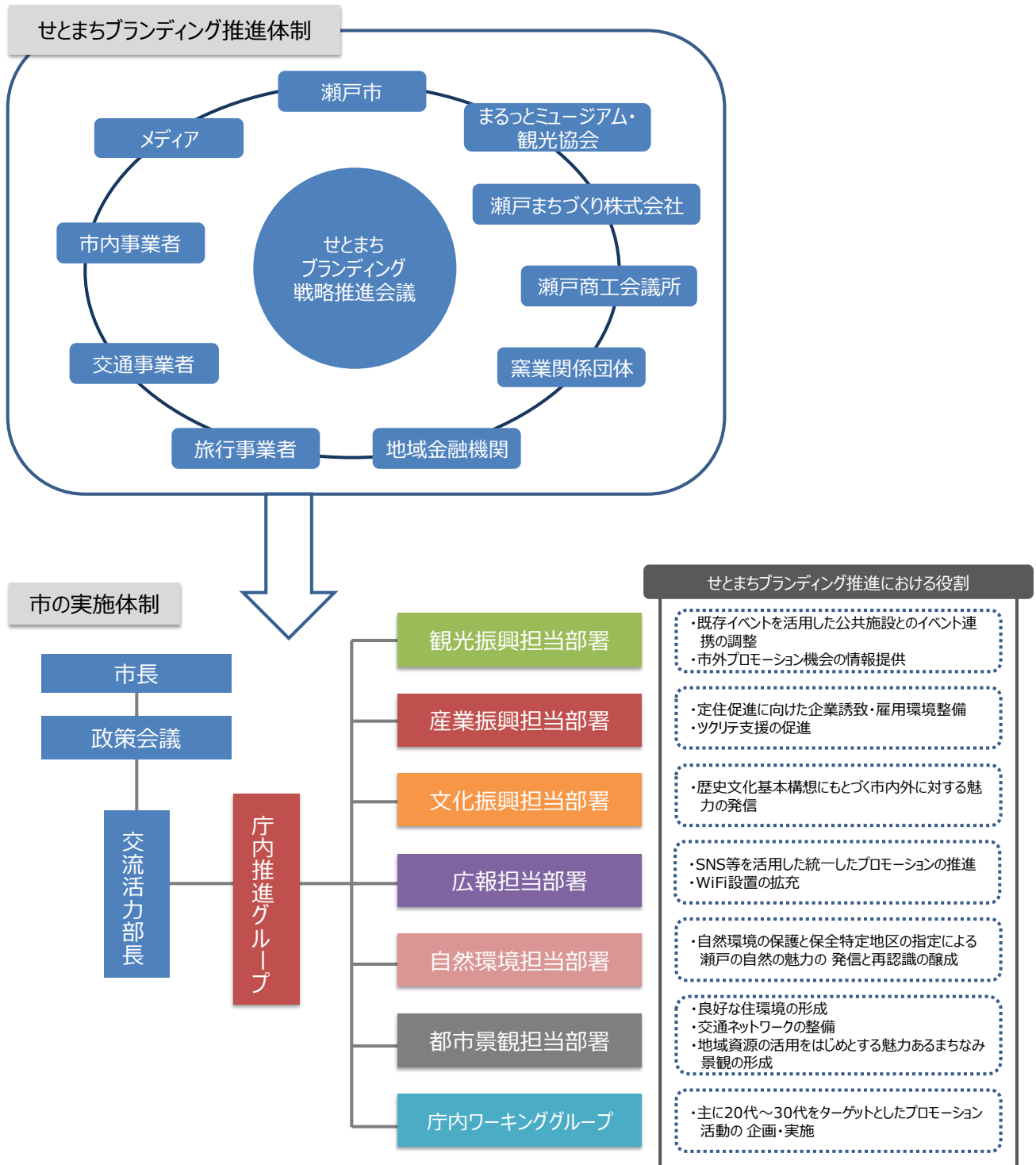
4 ブランド形成に向けての取り組み

瀬戸の観光政策として取り組んできたせと・まるっとミュージアム関連事業や瀬戸市歴史文化基本構想に基づく事業と連携し、観光視点にとどまらず『ものづくり文化と里山が身近に感じられるまち』を瀬戸のブランドとして情報発信することで、瀬戸の魅力・価値の向上を目指します。



① 推進体制

従来の推進体制で課題として考えられている、横断的な連携体制の確立を図り、情報発信、イベントの開催において、行政、市民、事業者一体となってそれぞれが主体的にプロモーションを行っていく体制を構築していきます。

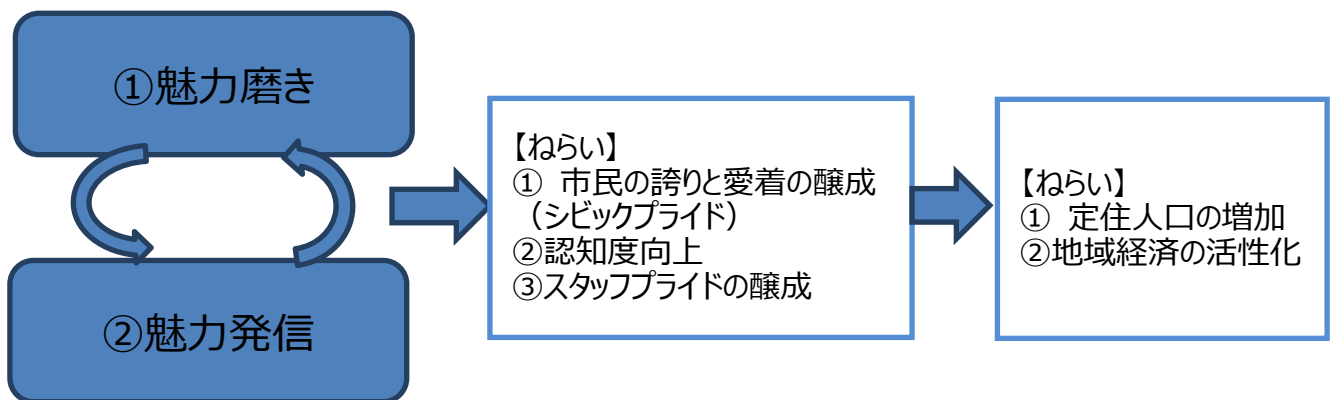


②具体的な取り組み（魅力を磨き、発信する）

ツクリテがいて、ツカイテがいて、ツナギテがいる。

まちの魅力を磨き、発信していきます。

瀬戸のブランド形成に向けて、「魅力磨き」と「魅力発信」の2つの取り組みにより、市内外の「伝えたい人」から共感を得ることを目指していきます。



ツクリテ・ツカイテ・ツナギテの役割

ツクリテ

やきものなど地場産業等の振興や飲食の提供等を通じて、瀬戸の魅力を生みだし、地域経済・地域コミュニティの活性化を担う人たち

- ・魅力的なモノづくり
- ・積極的な魅力の発信
- ・次世代のツクリテ支援
- ・ツカイテやツナギテとの交流
- ・メッセージコピーやロゴマークの活用

ツカイテ

もの、ひと、歴史、文化、豊かな自然等を、自身の暮らしに取り入れ、楽しむ人たち

- ・イベントや事業等へ参加
- ・瀬戸らしい暮らしの発見・認識
- ・主体的な魅力の発信
- ・ツクリテとの交流
- ・メッセージコピーやロゴマークの活用

ツナギテ

瀬戸の魅力を、自身の暮らしに取り入れたり、紹介する人たち

- ・メッセージコピーやロゴマークを活用した魅力の発信
- ・ツクリテとの交流
- ・ビジネスの創出
- ・マッチングイベント等への参加

1. 「瀬戸」の魅力の再認識と市民のまちへの誇りと愛着の醸成

市民のみなさんが、自分の暮らすまちの魅力を再認識することで、まちに対しての誇りや愛着を持ち、自分が暮らすまちをよくするための取り組みに関わる意識の醸成を図ります。

(1) 「瀬戸」の魅力の再認識する事業の展開

- ・ 歴史文化基本構想に基づく事業の開催（まち歩き、ワークショップ、学習会等）
- ・ ツクリテと交流し、高い技術に直接触れるイベント（工房見学、ものづくり体験 等）の開催
- ・ 若い世代へ向けた効果的なコンテンツの創出

(2) 「瀬戸」の魅力を高めるコンテンツの制作

- ・ ツクリテ、ツカITE、ツナギテの価値観やライフスタイル提案をインタビュー映像や画像として記録・公開します。

(3) ツクリテ

「瀬戸」で学んだ次世代のツクリテや瀬戸でものづくりを始めたいと考えている人に活躍できる場の提供などの支援を行うことによって、ツクリテのまちへの愛着の醸成を図ります。

併せて、まち自体の個性を伸ばし、新たな魅力の創出をします。

- ・ 空き家を活用した工房開設等の支援
- ・ （仮称）ツクリテ支援センターの開設
- ・ 公的養成機関の魅力的な育成プログラムの構築
- ・ 市内で開催されるイベントへの出展、プロデュースなど、創作活動の成果を魅せる場・機会の整備
- ・ 地元の高校・大学と連携したコラボレーション商品制作と事業化支援 等

(4) ツカITE

ものづくりの文化と寄り添い、瀬戸で作られたものを日常的に使いながら、近くにある豊かな自然環境の中で子どもを育てるなど、瀬戸の魅力を楽しむ暮らしをしているツカITEを増やします。

- ・ せと環境塾などを通して瀬戸の自然環境を学ぶ機会を提供
- ・ ツクリテとの交流機会の増加を図る。
- ・ テーブルコーディネートなど産業と連携した展示を市内で開催する。

(5) ツナギテ

瀬戸の魅力であるモノ・コト・ヒトをつなぎ、市内外に紹介するとともに新たな魅力の創造につなげるツナギテを増やします。

- ・ 「瀬戸」のツクリテの商品を扱う物販店・飲食店の創出支援
- ・ 他産地や異業種とツクリテをつなぐことで新商品の開発などのビジネスマッチングを推進

(6) 日本遺産認定や創造都市推進

文化庁が推奨する『日本遺産』認定やユネスコ「創造都市ネットワーク」加盟への取り組みなどの事業を通して国内外に向けて情報発信を行い、瀬戸のブランド力を高めていきます。

(7) 陶磁器産業のブランド化

産業界が推進している「瀬戸焼」と、生産地である「瀬戸市」とを併せて魅力を発信することで双方のブランド力を高めていきます。

(8) 新たな産業分野への展開

ものづくりのまちである特性を活かし、産官学金の連携により、I T 技術やデジタルコンテンツなどのソフトウェアやロボット工学など新産業分野とのマッチング機会を創出し、新商品開発につなげていきます。

(9) 「自然の叡智」の継承

2005年に愛・地球博が開催されたまちであることから、テーマであった「自然の叡智」を継承するプログラムを展開します。

- ・ 品野の森 里山サマースクールの開催。

2. シティプロモーションの展開

(1) 「瀬戸市」の紹介文・キャッチコピーの統一

冊子やポスター等を作成する際は、以下のとおり統一感を意識した発信を行います。

- ・ 瀬戸市の発行する冊子等において、目的や内容により、瀬戸市に関する記載のない冊子がありますが、せとまちブランディングを推進し、市民の誇りと愛着を醸成する観点から、市の発行する冊子について基本的に瀬戸市を紹介する文章を掲載することとします。
- ・ 「瀬戸市」の紹介に関して、以下のキャッチコピーや紹介文を使用し、統一した PR を行うこととします。
- ・ 行政以外の団体等が発行する冊子等において瀬戸の紹介を行う際は、積極的に以下の文を活用していただきます。

【「瀬戸」の表現内容について】

キャッチコピー	1000 年以上の歴史を誇る せとものまち 陶都・瀬戸
紹介文	以下の5つの文章を規定し、冊子の目的やレイアウトに合わせ、各文章を組み合わせて使用する（例：②+④+⑤で瀬戸市を表現）。各文章をつなぐための接続詞は、各担当部署において検討する。

	<p>【日本語】</p> <p>① 瀬戸市は、名古屋市の北東約20kmに位置し、周囲を標高100～300mの小高い山々に囲まれ、気候も温暖なまちです。</p> <p>② 「せともの（瀬戸物）」という言葉が、やきものの代名詞として広く知られています。</p> <p>③ 良質で豊富な陶土に恵まれたこの地で、先人たちは新しい技術や文化を柔軟に取り入れ、「せとものまち」を発展させてきました。</p> <p>④ 長年受け継がれてきたやきものづくりの卓越した技は、多種多様なやきものづくりに繋がり、陶器と磁器が共存する稀有な産地であるだけでなく、ノベルティ（置物・装飾品）、ファインセラミックスなどが生産され、今も新しいものづくりが続けられています。</p> <p>⑤ 先人たちより引き継がれてきた「歴史」「伝統」「文化」、そして豊かな「自然」が、今もなお、瀬戸の暮らしに息づいています。</p> <p>【英語】</p> <p>① Seto City is located in the northeast approximately 20 km from Nagoya City, surrounded by gently sloping mountains with the height of 100 ~ 300m. The climate is also mild in the city.</p> <p>① As the word "SETOMONO" is widely known as a synonym for ceramics.</p> <p>② This area blessed with high-quality and rich clay ,and our predecessors have developed this ceramic producing town by incorporating new technology and culture.</p> <p>③ Outstanding skills of making ceramics that have been handed down for many years lead to a wide variety of ceramics making ,and The place is not only the unique site where pottery and porcelain are both produced, but figurines called "novelty" and fine ceramics are also made. Still now new items are manufactured.</p> <p>⑤ We can feel history,tradition,culture which have been taken over from our predecessors and rich nature in the life of Seto.</p>
--	---

（２）メッセージコピーやロゴマークの作成と積極的な展開

市民のまちへの誇りと愛着の醸成を図るとともに、瀬戸の魅力を伝えるため、行政だけでなく市民や事業者も活用可能なメッセージコピーやロゴマークを作成し、グッズ制作や市内での露出を促進するなど統一的なイメージでプロモーションを展開します。

- ・ メッセージロゴの活用した商品の開発
- ・ 行政・市民・事業者が積極的に活用できる方法の検討
- ・ 陶磁器ブランドの商標等の活用法検討
- ・ メッセージコピーやロゴマークを組み込んだ標識や案内板の制作
- ・ メッセージコピーやロゴマークを活用した名刺制作
- ・ メッセージコピーやロゴマークを広く展開するポスターキャンペーンなどP Rの検討

(3) 市内外での交流機会の創出（瀬戸ファンの拡大）

①市内に点在する文化・観光資源や豊かな自然など「瀬戸」の魅力が感じられるイベントの開催やストーリー性のある観光ルートの設定など、回遊型、体験型の事業を推進することで瀬戸ファンの拡大を図ります。

- ・ 歴史文化基本構想に基づくイベントの開催（まち歩き、ワークショップ、体験イベント 等）
- ・ ツクリテと交流し、高い技術に直接触れるイベント（工房見学、ものづくり体験 等）の開催
- ・ 企業誘致につながる瀬戸の魅力とのマッチングイベントの開催
- ・ 「旅タク」など、交通事業者と連携した・地域資源を活かした市内回遊の促進。
- ・ 旅行事業者と連携した新たな観光商品の開発
- ・ 新たな転入者層が参加しやすい事業の検討

②目的ごとに統一感のあるイベントの開催（「点」から「面」でのイベント展開）

- ・ 瀬戸の魅力が訪れた方に確実に伝わるよう、既存のイベント等を検証・整理することでそれぞれ目的を明確にしたイベントを展開します。

瀬戸イベント一覧

開催月	観光	産業	文化	ノベルティ・子ども創造館	新世紀工芸館	瀬戸染付工芸館	市民活動 (H28 開催分)
4月	せと陶祖まつり	若手作家市 (陶祖まつり関連)		子ども向け体験教室		絵付け体験	春の水野窯めぐり JIMO 婚・ZO 婚 こま犬道中 (陶祖まつり関連)
5月			北川民次アトリ公開	大人向け体験教室	ガラス体験		赤津窯の里めぐり しなの工房めぐり
6月					ガラス体験 企画展	企画展 染付け体験教室	ぎん・ザ・えんにち
7月	せとなつ			夏祭り	ガラス体験 企画展	染付け体験教室	品野祇園祭 すえひろド祭り パーティせとで縁日
8月	せとなつ 瀬戸蔵ロボットアカデミー			夏祭り	企画展	染付け体験教室	遊ぼう！知ろう！商店街 招き猫フラッグコンテスト
9月	せともの祭 招き猫まつり			企画展 (せともの祭り関連)	ガラス体験 企画展 (研修生まねきねこ展) 企画展 (せともの祭り関連)	まねきねこ染付け体験教室 企画展 (せともの祭り関連)	すえひろ秋祭り
10月					ガラス体験 アーティスト・イン・レジデンス	企画展 染付け体験教室	せとまちフェスティバル 赤津焼体験教室 すえひろハロウィン ギンザ夜カフェ
11月	ゆるり秋の窯めぐり 定光寺・岩屋堂もみじまつり			秋冬プログラム	ガラス体験 企画展	企画展 染付け体験教室	オータムフェスティバル in 瀬戸 パーティせとでマルシェ
12月	瀬戸蔵ロボットアカデミー			秋冬プログラム	ガラス体験 企画展	染付け体験教室	サンタの巻き寿司をつくろう みんなで集うクリスマス
1月		テーブルウェアフェスティバル (東京ドーム)		陶芸体験 企画展	器の使い方セミナー 研修生修了作品展	染付け体験教室	「初苺びす」七福神行列
2月	お雛めぐり				器の使い方セミナー 研修生修了作品展	企画展 染付け体験教室 (お雛めぐり関連)	
3月	お雛めぐり 瀬戸蔵ロボットアカデミー				展覧会 (お雛めぐり関連) 陶芸体験 (お雛めぐり関連) 研修生修了作品展		椿まつり

瀬戸蔵ミュージアム企画展
随時開催

第 1・3日曜日に陶芸
体験開催

箸置き体験は常時
開催

(4) 情報発信

①(仮称) 市民サポーター制度の創設

- ・ 観光ボランティアやおもてなしボランティア、市民活動団体と連携しつつ、主にSNS等を活用した魅力発信をともに行っていただける市民・事業者を新たに募集し、(仮称) 市民サポーター制度を創設します。

② PR大使の任命

- ・ 瀬戸の魅力を外に広く発信してもらうため、瀬戸にゆかりのある方をPR大使に任命します。

③メッセージコピーやロゴマークを使用した、統一的なプロモーション

- ・ ホームページなどウェブサイトの構築
- ・ スマートフォンアプリ「せとまちナビ」と連動した情報発信
- ・ (仮称) 市民サポーターによる情報発信
- ・ SNS 活用のノウハウを学ぶ機会の創出 等

④統一感のある広報戦略

- ・ インスタグラムで「#瀬戸」を活用するなど、統一感のあるプロモーションの実施を図ります。(各課に広報担当職員の配置 等)。
- ・ 「色」「フォント」など統一した広報戦略を行う。

⑤産業振興と連携した広報戦略

- ・ 地場産業振興ビジョンに基づいた事業の展開。
- ・ 産業界が参加する全国イベント等において、瀬戸市(産地)の魅力発信を併せて行う。
- ・ 伝統産業とIT技術を中心とした新産業とのマッチング機会の創出。

⑥幼児からお年寄りまで、いつでも“ものづくり”が身近にある暮らしのPR

- ・ 幼児期から土や自然にふれるなど、教育・福祉分野での「瀬戸らしい」施策・事業を広く市内外にPRし、幼児期からものづくりに触れるなど、子ども向け体験プログラムの充実

(事業の内容)

瀬戸の魅力	事業内容
やきもの	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保育所や学校での給食の食器は、陶磁器を使用している。 ・ すべての小学校に「窯」があり、教育プログラムで活用している。 ・ せともの祭りで、中学生の陶器作品を販売。 ・ 福祉・健康づくりにやきもの体験を取り入れる。 ・ ノベルティ・こども創造館において、幼児期から瀬戸の誇る「土」「粘土」に触れる機会を創出している。
創造力の育成	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保育園・小学校・中学校において、作陶体験を取り入れ、幼児期から職人や作家との交流の機会を創出している。 ・ キミチャレやCGキッズプログラムなど、子どもたちの自主性や創造性を活かした教育プログラムを展開している。 ・ 保育のカリキュラムに、粘土や積み木を積極的に取り入れ、創造性を高める保育を実施している。

3. 魅力あるまちなみ景観の形成

市内に点在する歴史的・文化的価値の高い建築物等の地域資源を、周辺の商業施設や観光文化施設、あるいは空き家・空き店舗の利活用と組み合わせることで瀬戸の魅力を高め、経済の活性化につなげます。

- ・駅前観光案内所の設置
- ・中心市まち地など、まちの玄関となる地域を「ものづくり文化」と「里山」を生かした景観整備の検討。（統一バナーの作成、案内看板の設置 等）
- ・地域資源を活用した市内回遊の促進につながる整備の検討
- ・空き家を活用したツクリテたちの工房開設等の支援

4. スタッフプライドの醸成

行政職員のまちに対する誇りと愛着を一層深め、全職員がシティセールスマンとして、日々の業務を通して、また様々な機会を捉えて瀬戸の魅力を発信していきます。

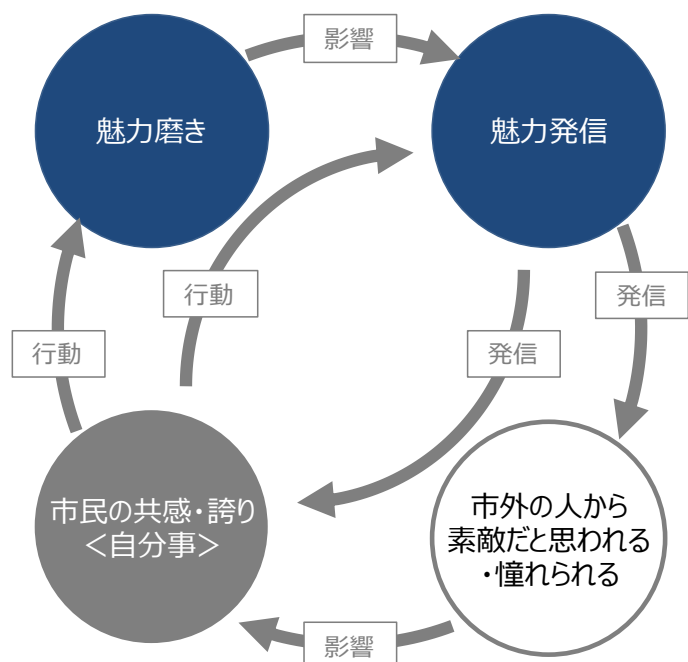
- ・ワーキンググループの活動を拡充する。
- ・せとまちブランディングを意識して各事業を推進する。
- ・イベントや事業の情報を共有し、横断的なPRを行う。
- ・「瀬戸の魅力」を職員研修に盛り込む。 等

5. ツクリテ・ツナギテ・ツカイトの好循環によるブランド形成

市外の方に共感してもらい、市民の自信につなげ、市民の誇りと愛着を醸成します。

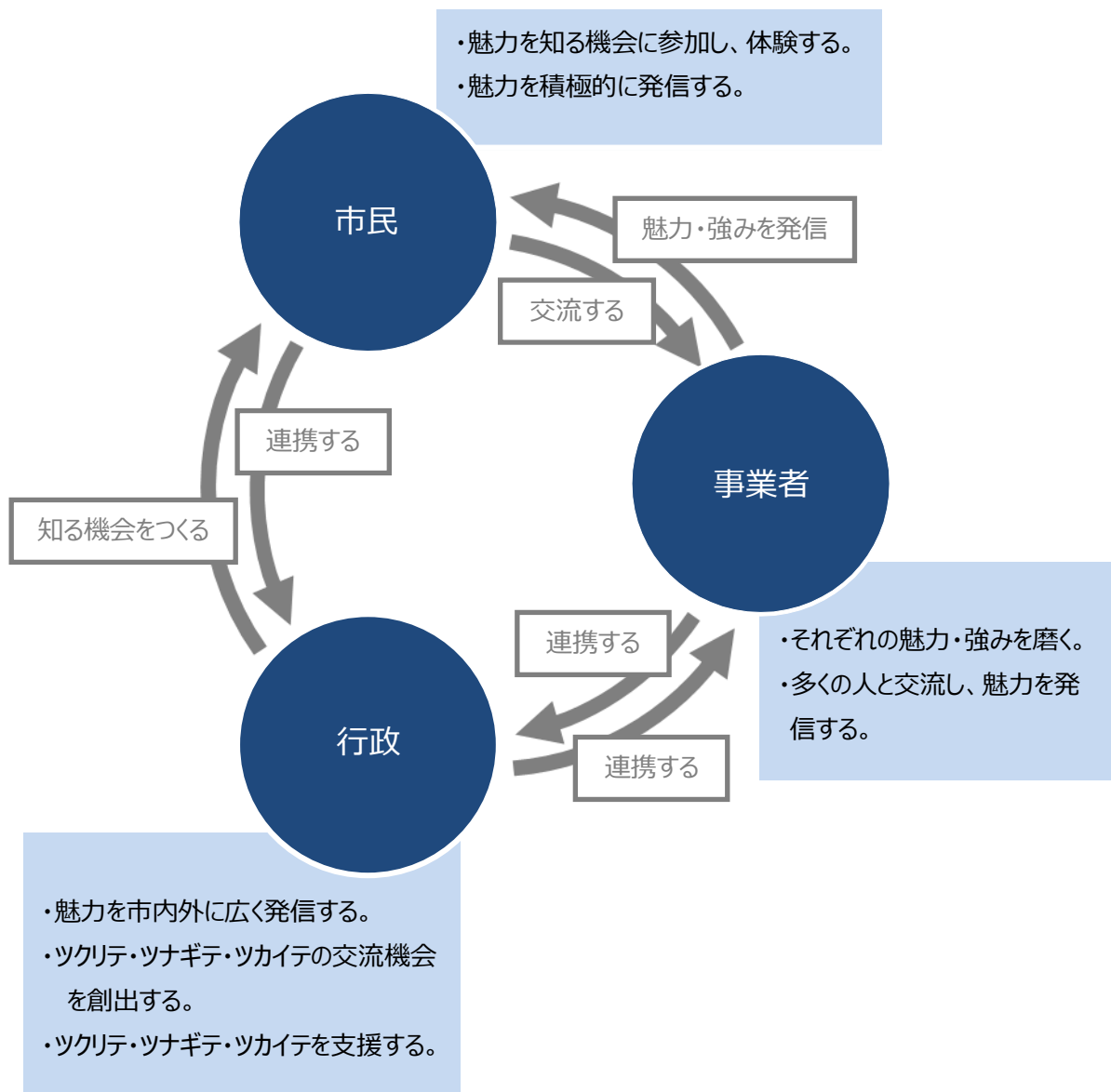
以下のロジックによる好循環を生み出すことで、ブランドとしての価値を高めていきます。

- ①魅力発信を行う。
- ②共感した市外の人から素敵だと思われる、憧れられる
- ③市民の誇りが高まり、自分事になる
- ④魅力磨きに繋げる
- ⑤新たな魅力の発信を行う



③みんながブランド形成の担い手

ブランドを形成するには、市民や事業者、行政職員が連携し、「瀬戸」を拠点に活動するそれぞれが自分のできることを考え、それぞれの強みを活かして、効果的なプロモーションを行っていくことが重要です。また、一人ひとりがその魅力に触れ、語っていくことで、「瀬戸」の魅力に広がりや深みが増していきます。



せとまちブランディング戦略

平成29年3月

瀬戸市

せとまちブランディング推進プロジェクトチーム
