

《東京事務所・首都圏における堺の魅力発信事業》 ～コワーキングスペースを活用したシティプロモーションの展開について～

【目的】

「東京・さかい交流会(※)」活動の推進に加え、人・モノ・情報の一極化が進む首都圏において、コワーキングスペースを活用することで、さらなる戦略的かつ効果的なシティプロモーションを展開し、堺の認知度及び都市イメージの向上を図る。

※「東京・さかい交流会」

首都圏を中心とした堺にゆかりのある方や関心がある方を対象としたネットワーク(いわゆる堺のふるさと会)で、個人・法人あわせて700名程度の会員数(R2.1月時点)



【コワーキングスペースのイメージ】→

【導入の意図・経緯】

- イベント開催による一方向の情報発信のみならず、双方向の情報交換・情報発信等が必要である。
- 都市間競争が激化する今日、首都圏での活動は今後さらに重要となるが、年々予算・人員等が限られる中で、より効率的にシティプロモーションを展開する必要がある。
- コワーキングスペースであれば、安価なコストで都心の一等地に堺の情報発信・交流拠点を設けることができ、スタートアップ企業から大企業まで様々な事業規模や業種のメンバーで形成されているビジネスコミュニティに参加できる。

【想定される効果】

- 首都圏における堺の認知度及び都市イメージの向上
- 新たな関係人口の創出による「東京・さかい交流会」のネットワーク強化
- 幅広い人脈の構築や鮮度の高い情報の獲得
- 市内産業の販路拡大やビジネスマッチング
- 本庁関係部局の首都圏での情報発信・交流拠点としての機能
- イベント・セミナー等を開催する際の予算(会場借上料等)の抑制

＜他都市の事例＞

政令指定都市である静岡市、名古屋市、神戸市、熊本市等も既にコワーキングスペース(wework)を活用し、観光案内や特産物等の販路拡大、企業誘致等、様々なシティプロモーションを展開している。