

守谷市議会議長 殿

令和 7 年 11 月 12 日

委員長：田中 啓一 印

報告者：海老原博幸 印

総務教育常任委員会視察・研修報告

標記の件について、次のとおり参加したので報告します。

視察・研修日	令和 7 年 10 月 27 日(月)13:30～15:00	
視察・研修場所	富山市役所会議室	
視察・研修項目	シティプロモーションの推進について	
参加者	守谷市側	田中啓一、山本広行、高橋典久、長谷川信市、青木公達、 海老原博幸 市長公室長:浜田耕志、議会事務局係長:恩田耕介
	相手側	議会事務局 本郷由佳次長、高野夏希主査 広報課 浅野哲平係長
視察・研修目的	富山市のシティプロモーションについての視察	
視察・研修内容	<p>富山市基礎データ</p> <p>① 人口 401,797人(令和 7 年 11 月 1 日現在) ② 一般会計予算 1,955 億 7,292 万円(令和 7 年度)</p> <p>1. 富山市のシティプロモーション推進指針 「第 2 次富山市総合計画後期基本計画」及び人口減少・超高齢化への対応として定めた「第 2 期富山市まち・ひと・しごと総合戦略」の成果向上と連動しており、上位計画の内容に合わせて必要に応じて見直す体系となっており、市の方針に準拠した形で施策が実行されている。</p> <p>2. 活動方針(方向性) 富山市ではシティプロモーションの実施にあたり、明確なターゲットを定めており、指標等による効果検証を行う。 (理由) 財源・人材など限られた資源を有効に活用するとともに、取組の効果を検証することにより継続的な改善につなげ、確立が高くかつ持続性のある取組とするため</p>	

	<p>ターゲット区分</p> <table border="0"> <tr> <td>区分</td><td>地理的</td><td>人口統計的</td><td>心理的</td></tr> <tr> <td>市内①</td><td>市内在住</td><td>30～40代</td><td>富山市の未来への期待が高い (参加意欲がある)</td></tr> <tr> <td>市内②</td><td>市内在住</td><td>学生・若者</td><td>富山市についてあまり知らない (県外出身)</td></tr> <tr> <td>市外①</td><td>市外居住</td><td>20～30代</td><td>富山市らしい魅力について関心 (富山市に の女性 がある 来訪経験 あり)</td></tr> <tr> <td>市外②</td><td>市外居住</td><td>世代・性別を 問わず</td><td>富山市や市内に住む人を応援 したい気持ちがある</td></tr> </table> <p>ターゲットに応じた詳細な情報を発信していく</p> <p>シティプロモーションの「目的」と「目標」</p> <p>目的 富山市や地域への想いを持って「住み続けたい」「帰ってきたい」「貢献したい」と考える人を増やすこと</p> <p>目標 市民等の意識(各種意欲/推奨意欲・参加意欲・感謝意欲)の向上を目指す</p> <p>結果して多くの人々の「積極的選択」の結果として将来にわたって富山市が「選ばれるまち」となる</p> <p>指標の設定 シティプロモーションの目的を達成するための指標を設定し、継続的な検証・改善を行う。なお指標は直接的な指標(KGI)と、間接的な指標(KPI)に区分して設定します。</p> <p>直接的な指標(KGI)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市民の各種意欲の定期的な計測 (「推奨意欲」「参加意欲」「感謝意欲」) ・市民以外で本市に関わりのある人々の「推奨意欲」の計測 <p>mGAPにおける各種意欲を参考</p> <p>間接的な指標 取組ごとにKPIを設定して計測 「総合計画」、「まち・ひと・しごと総合戦略」のKPIを引き続き計測</p>	区分	地理的	人口統計的	心理的	市内①	市内在住	30～40代	富山市の未来への期待が高い (参加意欲がある)	市内②	市内在住	学生・若者	富山市についてあまり知らない (県外出身)	市外①	市外居住	20～30代	富山市らしい魅力について関心 (富山市に の女性 がある 来訪経験 あり)	市外②	市外居住	世代・性別を 問わず	富山市や市内に住む人を応援 したい気持ちがある
区分	地理的	人口統計的	心理的																		
市内①	市内在住	30～40代	富山市の未来への期待が高い (参加意欲がある)																		
市内②	市内在住	学生・若者	富山市についてあまり知らない (県外出身)																		
市外①	市外居住	20～30代	富山市らしい魅力について関心 (富山市に の女性 がある 来訪経験 あり)																		
市外②	市外居住	世代・性別を 問わず	富山市や市内に住む人を応援 したい気持ちがある																		

	<p>効果検証</p> <p>市内 3 年ごとの市民意識調査を活用</p> <p>市外 外部企業による首都圏在住者へのアンケート調査(SNS)</p> <p>これまでに実施した主な取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ANA グループと連携したプロモーション 本市と ANA グループとのシティプロモーションに関する連携協定に基づき、キャビンアテンダント(CA)である常駐の「地域づくりマネージャー」が SNS などを通じて本市の魅力を発掘・発信するとともに、機内モニターでの動画放送や国際線機内紙等での記事掲載、首都圏での PR イベントなどを通じて、主に市外向けに本市の魅力を発信。 ・オリジナルキャラクターによるプロモーション 私立探偵であるペロリッチが本市の魅力を発掘紹介・するコミカルなショートアニメのほか、人気キャラクターとのコラボレーションや SNS での発信などを通じて、主に若者向けに本市の魅力を発信。 ・シティプロモーション認定事業 市民の自主的な取組を後押しするため、市のキャッチフレーズ「立山あおぐ特等席。富山市」を表示した包装紙の制作や富山市 PR イベント出店等への補助を行う。 <p>富山市のシティプロモーション事業費は事業内容の変化により年度ごとで違うがおよそ 1 億円規模である。</p>
視察・研修総括 (今後の取組み等)	<p>富山市のシティプロモーションは「富山市総合計画」と連動し目的・目標が明確となっており、事業ごとのターゲットを明確にし、最終的に効果測定の検証まで行われていた。PDCA のサイクルが機能するシステムとなっていた。</p> <p>守谷市のシティプロモーション事業費は令和 7 年度予算で約 950 万円と富山市の予算の十分の一であるが、PDCA のサイクルを活用される仕組みは参考にすべきであろう。</p> <p>特に守谷市のシティプロモーションの効果測定は SNS 等の視聴回数等の変化に留まっており、市民意識調査等を活用した定点観測は導入すべき事例と考える。</p>