

令和 7 年 11 月 12 日

守谷市議会議長 殿

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)</p> <p>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</p> <p>「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)</p> <p>富山市ではシティプロモーションの実施にあたり、明確なタ一定めており、指標等による効果検証を行う。</p> <p>(理由)</p> <p>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>

	ターゲット区分			
	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 (県外出身)	富山市についてあまり知らない
	市外①	市外居住 (富山市に 来訪経験 あり)	20～30 代 の女性	富山市らしい魅力について関心 がある
	市外②	市外居住	世代・性別を 問わず	過去に富山市との関わりがあり 富山市や市内に住む人を応援 したい気持ちがある
	ターゲットに応じた詳細な情報を発信していく			
	シティプロモーションの「目的」と「目標」			
	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			
	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			
	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			
	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。			
	直接的な指標(KGI)			
	・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			
	mGAP における各種意欲を参考			
	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>効果検証 市内 3年ごとの市民意識調査を活用 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いますがおよそ 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>