

地域推奨意欲、地域参加意欲、地域感謝意欲は、「あなたは、守谷市をどれくらい知人や友人におすすしたいですか（推奨）」「あなたは、守谷市をよくするための活動に参加しようとする意欲はどれくらいありますか（参加）」「あなたは、守谷市のために頑張っている人に対して感謝しようとする意識はどれくらいありますか（感謝）」の設問に対して、10段階評価でその意欲を選択してもらいます。そのため、0-4の選択肢は低意欲、5はどちらでもない、6-10が高意欲と判断されます。

守谷市シティプロモーション活動方針（令和7年3月策定）

年代別にそれぞれの傾向を見ると、いずれの世代も単年度での増減はあるものの、全体的に比率が増加していることがわかる。

特に、直近の2年間（2023、2024 年）の子育て世代である30代・40代は、他の世代に比べても各数値が高いことから、まちへの想いや意欲の高い子育て世代が増えることで、まちの担い手としての活動の場が広がり、持続的に発展させていくことが見込める。

		(単位：%)											
年度	年代	地域推奨意欲			地域参加意欲			地域感謝意欲			市に満足	住み続けたい	住み続けたい
2018	10代	10.0	35.0	55.0	20.0	20.0	60.0	5.0	20.0	75.0	55.0	25.0	
	20代	8.4	14.1	76.2	28.1	26.8	43.6	4.2	11.3	83.1	70.4	39.6	
	30代	9.6	15.8	74.5	18.7	33.9	47.2	5.4	15.2	79.5	61.8	50.3	
	40代	8.7	20.9	69.5	21.4	37.8	39.8	4.0	12.8	80.6	59.7	51.0	
	50代	12.3	27.3	59.3	11.7	36.9	51.3	1.6	13.4	85.1	58.9	57.2	
	60代	11.5	31.5	55.8	12.7	39.9	46.4	5.1	16.3	77.2	62.9	71.0	
	70～	5.2	41.7	51.2	12.0	48.0	37.2	2.8	15.1	79.0	69.1	86.5	
2019	10代	13.6	27.3	59.1	31.8	27.3	40.9	4.5	9.1	86.3	45.5	18.2	
	20代	11.1	18.9	70.0	26.7	32.2	41.1	7.8	15.6	75.6	64.4	35.6	
	30代	11.1	18.5	69.8	18.5	38.3	42.6	7.4	10.5	81.5	62.3	51.9	
	40代	13.5	31.1	56.4	16.0	42.0	43.0	3.6	10.9	85.5	58.0	51.8	
	50代	5.9	31.7	62.4	11.4	46.5	42.1	4.0	13.4	82.7	63.4	61.4	
	60代	5.9	34.4	59.1	10.8	41.3	46.8	4.3	17.7	75.8	58.1	76.9	
	70～	3.1	47.2	46.2	11.0	52.0	29.9	0	22.8	68.5	70.1	83.5	
2020	10代	0	26.1	73.9	13.0	43.5	43.5	0	13.0	82.6	78.3	60.9	
	20代	3.2	15.8	81.1	25.3	32.6	42.1	2.1	17.9	76.8	73.7	49.5	
	30代	9.2	17.4	73.3	22.1	32.3	45.6	4.1	11.3	80.0	65.2	50.8	
	40代	7.1	19.2	73.3	21.1	27.8	50.8	4.5	8.6	82.3	71.1	56.8	
	50代	5.9	28.2	65.9	13.2	38.6	48.2	2.3	12.7	79.2	66.8	57.8	
	60代	5.9	31.4	62.3	13.6	39.5	46.8	2.3	14.5	71.8	72.7	75.5	
	70～	3.4	38.4	55.4	12.2	48.3	37.1	3.1	12.9	63.9	73.5	87.4	
2021	10代	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	20代	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	30代	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	40代	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	50代	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	60代	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	70～	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
2022	10代	0	0	100	5.9	29.4	64.7	5.9	5.9	94.1	82.4	58.8	71.4
	20代	0	0	100	0	14.0	86.0	0	2.3	97.7	67.4	83.7	
	30代	0	4.5	95.5	2.3	22.7	75.0	2.3	0	97.8	95.5	79.5	
	40代	5.3	0	94.7	0	0	100	0	0	100	94.7	94.7	
	50代	14.3	0	85.7	14.3	0	85.7	0	0	100	100	100	
	60代	0	0	100	16.7	0	83.3	0	0	100	100	100	
	70～	1.5	7.7	90.8	15.4	21.5	63.1	4.6	9.2	86.2	-	-	
2023	10代	5.6	5.6	88.9	11.1	27.8	61.1	0.0	5.6	94.4	-	-	
	20代	2.8	6.5	90.7	7.5	34.0	58.5	1.9	9.4	88.1	-	-	
	30代	1.9	7.8	90.3	8.8	27.5	63.7	2.9	6.9	90.2	-	-	
	40代	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-	
	50代	0.0	31.3	68.8	0.0	31.3	68.8	0.0	13.3	86.7	-	-	
	60代	0.0	8.3	91.7	0.0	8.3	91.7	0.0	0.0	100	-	-	
	70～	7.9	11.1	81.0	17.5	19.0	63.5	7.9	3.2	88.9	-	85.7	
2024	10代	16.0	16.0	68.0	16.0	28.0	56.0	8.0	12.0	80.0	-	72.7	
	20代	1.7	8.6	89.7	6.9	17.7	75.4	1.1	4.6	94.3	-	83.9	
	30代	2.1	7.1	90.7	6.4	18.6	75.0	2.9	7.2	89.9	-	84.8	
	40代	9.2	10.5	80.3	9.2	10.5	80.3	0.0	6.6	93.4	-	81.0	
	50代	8.3	15.3	76.4	8.3	15.3	76.4	1.4	5.6	93.1	-	83.0	
	60代	17.8	20.0	62.2	20.0	17.8	62.2	6.7	4.4	88.9	-	89.2	
	70～	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

※赤字は前年度と比較して減傾向となった数値

2.転出入者推移

転出者数は2010年以降、毎年3,000人前後で20代から40代が8割以上を占めており、この傾向は男女で変わらない。

転入者数は2014年までは3,000人前後で転出者と拮抗していたが、2015年以降は3,500人前後の推移に転じた。転入者は20代から40代までが多い。

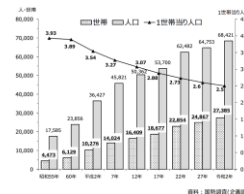
単位：人・件

年次	増減総数	自然動態			社会動態			結婚	離婚
		出生	死亡	増減	転入	転出	増減		
昭和45年	405	183	102	81	760	436	324	-	-
50年	670	251	94	157	1,110	597	513	272	15
55年	659	243	114	129	1,133	603	530	217	28
60年	1,164	250	117	133	1,785	754	1,031	175	28
平成2年	2,655	362	169	193	3,947	1,485	2,462	293	46
7年	1,097	443	239	204	3,509	2,616	893	255	42
12年	753	425	246	179	3,273	2,699	574	269	95
17年	1,183	456	294	162	3,778	2,757	1,021	269	97
20年	1,374	597	302	295	3,865	2,786	1,079	347	110
21年	1,976	637	315	322	4,417	2,763	1,654	388	77
22年	1,438	698	327	371	3,781	2,714	1,067	376	109
23年	379	687	381	306	3,186	3,113	73	318	115
24年	419	680	348	332	3,112	3,025	87	299	102
25年	395	661	372	289	3,087	2,981	106	328	106
26年	547	652	401	251	3,249	2,953	296	319	107
27年	519	619	383	236	3,355	3,072	283	326	103
28年	838	558	382	176	3,622	2,960	662	316	90
29年	671	609	465	144	3,637	3,110	527	324	100
30年	712	610	397	213	3,542	3,043	499	318	82
31年	864	539	456	83	3,800	3,019	781	305	83
令和元年	894	573	455	118	3,568	2,792	776	270	67
2年	574	518	458	60	3,293	2,779	514	228	80
4年	448	524	560	△36	3,405	2,921	484	257	86
5年	245	501	595	△94	3,124	2,785	339	235	81

03 市の現状(人口推移)

1.総人口推移

2005年（平成 17 年）のつくばエクスプレス開通以降の急激な人口増加は、2011年以降増傾向に転じていたが、コロナ禍となった2019年（平成 31 年）から2020年（令和 2 年）においては前年比800~1,000人以上の増加となっている。



守谷市シティプロモーション活動方針（令和7年3月策定）

04 今後の方針

1. インナープロモーションとアウトタープロモーション

多くの自治体が外向けのPRをシティプロモーションと据えているが、転入者増や関係人口増などの結果が出ている事例が少ないのが実態です。守谷市では、近隣自治体やつくばエクスプレス沿線自治体からの転入が多くを占める。シティプロモーション戦略プランに伴う平成30年度からの取り組みにより、まちへの想いや意欲を持つ人が増え続けていることから、今後もインナープロモーションを中心にを行い、地域の内側から地域外の近隣に守谷市の良さを伝播させていくことが有効であると考えます。市民の守谷市に対する推奨意欲を高めることで、まちへの参加意欲、まちへの感謝が生まれ、プロモーションだけに留まらない持続可能なまちを育てる効果も生み出していきたい。

さらに今後は、新たにアウトタープロモーションとして、ふるさと納税寄附者へのアプローチやヤクルト球団と連携した事業を展開し、関係・交流人口を獲得していくことで、地域の発展を目指していく。

最後に、引き続き、インナープロモーションを中心に事業を推進していくが、本市の状況も日々変化する中で、「現状の方向性以上のことを具体的に計画として盛り込むことは適切ではないのではないか」という懸念も踏まえ、本活動方針については、必要に応じて定期的に見直すことを前提とする。

2. 来年度以降実施するインナープロモーション施策案

1. 市民ワークショップで守谷市民のリアルな声を収集

紙/Webのアンケートでは見えてこない、守谷市民のリアルな声を拾っていくことで、魅力を可視化・理解した上でアンケート設計を行い、紙/Webアンケートにてより多くの市民の声を可視化させる。

2. mGAPを活用したアンケート実施

東海大学・河井教授が推奨する「地域参画総量」の計測指標「mGAP（修正地域参画総量指標）」を採用し、「地域参画総量」が増えているかを確認。計測に当たってはホームページやMorinfo、アンケート調査等を活用（現在も実施中）。

3. 上記で可視化された魅力を発信するプラットフォームの構築

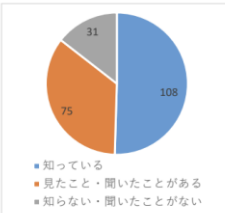
可視化された魅力を編集し、発信することで、より多くの市民（さらに市外に暮らす人）が本市の魅力を見ることができる機会を作る。

- 市民記者「もりやPR社」による発信の拡充
- プロモーションウェブサイト、SNS、広報紙を通じた暮らしの魅力情報発信の強化
- イメージキャラクター「こじゅまる」認知拡大による市への愛着心醸成

3. ブランドメッセージ「守谷は、未来におせっかいです。」の継続

守谷市のブランドメッセージ「守谷は、未来におせっかいです。」は、令和6年に実施した「Morinfoによるシティプロモーションアンケート」の結果から、市民に浸透していることが伺え、まちづくりの方向性と合致することからも、引き続き市民の誇りや愛着を醸成していく手段のひとつとして、ブランドメッセージを活用していくこととする。

■守谷市のブランドメッセージ「守谷は、未来におせっかいです。」を知っていますか。



回答期間：令和6年11月7日（木）から11月30日（土）

回答数：214名

Q.ブランドメッセージ「守谷は未来におせっかいです。」認知度

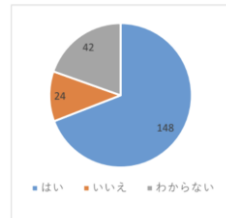
知っている：108名

見たこと、聞いたことがある：75名

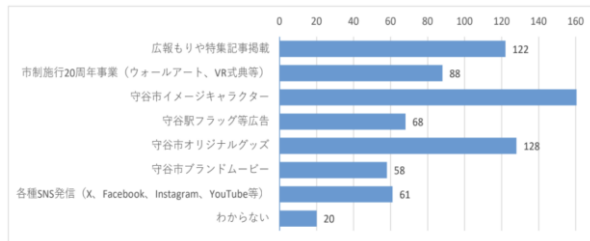
知らない、聞いたことがない：31名

【参考：その他のアンケート回答結果】

■守谷市のシティプロモーションに関する情報は届いていますか。



■これまで守谷市が取り組んできたシティプロモーション事業を知っていますか。



■守谷市の住みやすさはいかがですか。

