

平成29年（2017年）12月14日

日光市議会議長 田村耕作 様

総務常任委員会  
委員長 齋藤伸幸

委員会調査報告書（所管事務調査）

総務常任委員会は、所管事務調査として「定住促進につながるシティプロモーションの取り組みについて」の調査・研究を行い、その結果を取りまとめましたので、日光市議会会議規則第109条の規定に基づき、下記のとおり報告いたします。

記

- 1 調査事項 「定住促進につながるシティプロモーションの取り組みについて」
- 2 調査目的 定住を促進する手段としての「シティプロモーション」の可能性について、調査研究を行う。

3 調査活動の経過

期 日	会議及び調査内容	場 所
H28.6.3	定住自立圏について	委員会室
H28.8.3	定住促進につながるシティプロモーションの取り組みについて（現状調査）	委員会室
H28.9.7	定住促進支援事業について	委員会室
H28.9.16	定住自立圏について	委員会室
H28.10.11	定住促進につながるシティプロモーションの取り組みについて（今後の進め方）	委員会室
H28.10.25	シティセールス戦略(都市イメージ戦略)について	埼玉県戸田市
H28.10.26	全国シティプロモーションサミット参加	福井県坂井市
H28.10.27	三国湊町家活用プロジェクト現地視察	福井県坂井市
H28.11.15	定住促進につながるシティプロモーションの取り組みについて（中間まとめ）	委員会室
H28.11.22	議会報告会 「足尾地域の定住促進（人口減少）について」	足尾庁舎
H28.12.5	時間外勉強会「住まいとしての『日光』」参加	第4庁舎
H28.12.19	行政視察報告	委員会室
H29.2.1	定住促進につながるシティプロモーションの取り組みについて（中間まとめ）	委員会室

期 日	会議及び調査内容	場 所
H29.2.24	①日光市シティプロモーション実行計画について ②定住促進支援事業について	委員会室
H29.3.22	①日光市シティプロモーション用映像について ②インナープロモーションの方向性について	委員会室
H29.4.24	定住促進につながるシティプロモーションの取り組みについて（今後の進め方）	委員会室
H29.5.29	インナープロモーションに対する意見のまとめについて	委員会室
H29.7.10	JOIN の活動「地域おこし協力隊」について	一般社団法人 移住・交流推進 機構（JOIN）
H29.7.12	シティプロモーション事業について	鹿児島県霧島市
H29.8.18	①行政視察報告 ②定住促進につながるシティプロモーションの取り組みについて（まとめ）	委員会室
H29.9.21	①「地域おこし協力隊について」 （活動報告及び意見交換） ②定住促進につながるシティプロモーションの取り組みについて（まとめ）	委員会室
H29.12.4	定住促進につながるシティプロモーションの取り組みについて（まとめ）	委員会室

#### 4 調査の結果

地域の魅力を高め、それらを地域の内外に発信することによって、その地域へ、人・物・金等呼び込み、地域の振興や地域の活性化を図る手段として、シティプロモーション活動が行われている。主な目的として、次のような視点で考えることが出来る。

- ① 知名度や認知度の向上
- ② 観光などの来訪による交流人口の増加
- ③ 転入者の呼び込みなど、移住の増加
- ④ 現在居住している住民の愛着心の向上（インナープロモーションによる定住促進）
- ⑤ 企業誘致などによる地域内活動や地域経済の活性化等

これらを満たすような活動は時間や費用がかかる一方で、シティプロモーションの目的が曖昧であったり、ただ認知度を向上させるだけでは、持続性や発展性、あるいは費用対効果の面で問題がある。

全国の自治体では、このシティプロモーション活動を行うため、「部」「課」「室」などの名称に、「シティプロモーション」という冠をつけて、地域の魅力を積極的に発信している。

また、最近徐々に活性化してきた地方創生の流れの中で、人口減少対策、地域経済の活性化の取り組みとして、今後ますますシティプロモーションの動きが活発化してくると予想される。

本委員会では、調査事項に関係する重要な事業である「定住自立圏」、「定住促進事業」について執行部より数回にわたり説明を受け、具体的な内容を研究した。また、シティプロモーションについて、執行部等との意見交換や聞き取り調査を行い、現況を把握するとともに、先進地への視察を実施し、調査・研究を行った。

平成28年度は先進地視察の新しい試みとして、第4回目を迎えた、福井県坂井市が開催地となった「全国シティプロモーションサミット2016」に参加し、2日間にわたり調査・研究をした。全国から100近い自治体や議会の参加があり、大変有意義であった。特に、パネルディスカッションは、弘前市・尼崎市・品川区・女川町・地元坂井市の5つの自治体がパネラーとなり、それぞれの自治体の抱える問題点、他自治体との連携と情報の共有、都市間競争にどう対応するか等活発な発言があった。また、今後の取り組みの中での共通点課題として、交流人口の拡大・活動人口の獲得・定住人口増・将来的な人口減少を見据えた多様な世代の定住の向上等が挙げられた。

本年7月に視察を行った鹿児島県霧島市では、今後の事業の推進に向け、市民が主体的にまちの魅力を知り、磨きをかけ、PRしていける仕掛けづくりから始まり、最終的には、市外住民が「霧島市に住んでみたい」と思うような、移住人口増を目指していた。説明の中で、「子ども達は、将来、自分が嫌な思いをした故郷には戻ってこない。子ども達に、どのようにまちを好きになってもらえるのか、愛着をもってもらえるのか。」

「霧島の子ども達は、霧島の魅力を知らない面もあるので、遠足で地元を回れたらと考

えている。」など、将来を担う子ども達への思いと故郷への思いが感じられた。

本年9月には、日光市の地域おこし協力隊の活動報告及び意見交換を行った。日光市の隊員の任期終了後の定住状況は、平成28年度が55.6パーセント、平成29年度は36.4パーセントである。全国の隊員の中で任期終了後も同じ地域に住み続けている方は約59パーセントにのぼり、定住促進対策に取り組んでいる自治体にとっては大変興味ある調査結果である。

## 5 まとめ

シティプロモーションが、全国的な広がりをみせつつある中、日光市においても新たな視点を持って取り組んでいく必要がある。

まず、アンケートや各種調査による結果を徹底して分析し、そこから見えてくる市民の意識や地域の特性からターゲットを絞り込むなどの戦略につなげていくことが重要である。

日光市が取り組んでいる各種の事業の中で、特に、子育てに関係した支援施策は、県内はもとより、全国でもトップクラスであるが、市民のみなさんへの周知が不足している。子育て中の方を含め若い世代に向けた定住促進対策を進め、この世代が定住してくれるようなインナープロモーションを期待したい。

また、自分の地域を意識してもらい、地域の魅力発信や住民の郷土愛の醸成につなげていくインナープロモーションも大切である。例えば、市民のみなさんが、日光のよさ、魅力を知り「日光に住んでよかった、これからも住みたい」と思う取り組み、更によりよいまちづくりに積極的に参加するようなシビックプライドの醸成につながる具体的な取り組みと、誰もが分かりやすく参画しやすい「キャッチフレーズ」を基に、さらなる一体感の醸成を図ることも大切である。

取り組みとしては、定住促進サイトの充実・メインターゲットへの的確な情報発信・ブランド資源を活用したイベントの開催等の情報の発信やイメージ戦略も有効な手段である。更に、移住を希望している方や「Uターン」を検討している方の実態調査を行い、その背景や不安点を把握することは、今後の人口減少対策や定住に向け

での推進施策の基礎資料となり活用できる。

地域おこし協力隊員は、平成29年度には全国で5,000人規模（総務省発表）となり、観光振興や農業分野さらには起業等さまざまな分野で活動をしている。日光市では、現在10名の地域おこし協力隊員が様々な分野で活動をしている。すでに定住を宣言している隊員もおり、若い隊員の今後に期待したい。

地域ブランド調査2017における日光市のランキングは、魅力度12位、認知度19位、情報接触度20位、観光意欲度20位、居留意欲度182位である。居留意欲度以外の評価は非常に高いが、居住関係の評価が低く大きな課題である。

以上のことから住民のニーズを把握し、このような課題の解決を図ることはもちろん、シティプロモーション部門と定住促進部門の取り組みなどを一体化し、より効果的な施策展開をしていく必要がある。