

総務委員会県外行政視察報告書（3日目：平成28年7月15日）  
調査テーマ：シティプロモーションの推進について～魅力ある半田の情報発信～  
委員氏名 沢田 清

3 大阪府和泉市

【 A：視察先の特徴的な事業・印象に残った事業・取り組み方法など自由にご記入ください。】

・平成24年度に「選ばれる都市」となることを目指しシティプロモーションに市長の発案で取り組んだ。25年度は戦略策定。

26年度から主な事業が始まる。(株KADOKAWAと連携)

①動画策定委託 ②いずみ魅力発信業務委託

平成27年度

①いずみ魅力発信ラジオ番組放送 ②推進事業（関西ウォーカー）

- ・最終的には戦略策定は市主導で行った。
- ・他市との比較の中で市の強み（PRポイント）ばかりでなく弱みについて調べたことは印象的。
- ・地域ごとのゾーニングはないが、ターゲットを絞りPRポイントを設定していた。
- ・和泉市ファンクラブ制度を設けて定期的に市のPR誌を送付している。
- ・推進委員会の下部組織で検討チーム、サポートスタッフ・市民のワークショップで意見徴収。

【 B：Aに対する意見、問題点など】

- ・各事業に取り組む意識が半田市と和泉市に差があると感じた。
- ・

【 C：今後、半田市に活用したい点（事業）、展望・課題など提言を踏まえてご記入ください】

- ・ラジオ番組放送は、半田市でも行いたい。
- ・ファンクラブ制度も、魅力的。（観光事業で始めた）1500人
- ・おもてなしをする気持ちが市内に行き渡っていることは真似るべき。（職員の意識改革）
- ・シティプロモーションを恋愛にたとえた武雄市長の話は印象に残った。

※ 提出期限：7月26日（火）

総務委員会県外行政視察報告書（3日目：平成28年7月15日）  
調査テーマ：シティプロモーションの推進について～魅力ある半田の情報発信～  
委員氏名 成田吉毅

3 大阪府和泉市

【 A：視察先の特徴的な事業・印象に残った事業・取り組み方法など自由にご記入ください。】

市長の意向で 和泉アピール課が生まれた（広報広聴、シティプロモーション、観光推進）

H24 から取り組む

H26 シティプロモーション係発足 観光推進事業も含まれる

発案者＝市長

選ばれる都市を目指して、定住促進、来訪促進、ビジネス促進を図る

H25年3月 シティプロモーション戦略策定

⇒選ばれる都市をめざして

一年間戦略があったが、どんな事業をするか決まっていなかった 始めながら作っていった

<26年度>

●職員人材育成事業

職員全員がおもてなし活動、営業活動できないとダメ

接客接客の研修、おもてなしマニュアル作成（どういう風に情報発信していくか PR 方法）

和泉市のことを知らない職員に知ってもらう（市外からの職員多い）

朝礼をしている（季節による和泉市の良いところを伝えたりする機会）

●市内組織力強化事業

シティプロモーション推進会議（関係部署課長級会議）

プロジェクトチームの設置 3つ

○接客接客に特化したプロジェクトチーム

○営業グループ（20～40代女性ターゲット）ターゲット世代の女性職員が中心のワーキンググループ

○市政60周年の記念事業グループ（9月に60周年）2年前から和泉市アピールの検討グループ

●和泉 Walker の実現

KADOKAWA と連携 職員の熱意とコストコのオープンなどで実現（計画的にやったわけではない）

シティプロモーション事業に関する支援協定を締結

●プロモーション動画の作成

定住促進の動画作成（吉本興業）随意契約 和泉市出身

和泉市出身の著名人を利用して PR

●カップリングバスツアー

若い世代、和泉市を知らない人が来た（観光）

●市民 CM 動画募集

<27年度>

●ラジオ番組 広域の FM ラジオ番組（近畿地方）

曲の間に情報を流す

H27年10月～H28年3月 毎週金曜日 午前8:20～8:40（20分間）全26回

ラジオで流した情報を動画作成（ユーチューブで流す）聞けなかった人も聞ける

出演してもらった事業者にも渡す

継続して 28 年度も行う

20 代から 50 代 リスナーからのコメント⇒知らない情報が知れた

特典を出したら来てくれた（パン屋先着何名様、道の駅粗品プレゼント）

事業者プロポーザル

スポンサー製作費とスポンサー料（⇒FM スポンサー料なしでできることになった）ステッカー配布等  
通勤通学の時間帯

庁内で流せる

●関西ウォーカーへの情報掲載、ニコニコ動画・ユーストリーム

●観光振興戦略プランの作成（和泉市の強み・弱み：地方創生交付金）

少しでも和泉市に来てもらう戦略で

<28 年度>

●ラジオ番組

●市制 60 周年で様々な事業展開

●定住促進パンフレット

女性をターゲットに作成

●ふるさと納税に力を入れている

オリックスと連携（限定商品）、ミズノと連携、近畿日本ツーリストと連携、

松坂牛・マンゴー（弱い食をカバー）

<その他>

武雄市長（シティプロモーションは恋愛と同じ、好きな子に知ってもらいたい、気を引くのと同じ）

**【 B : A に対する意見、問題点など 】**

職員情熱推進型（民間事業者と連携、庁内組織の意識改革 トップダウン型＝市長）

**【 C : 今後、半田市に活用したい点（事業）、展望・課題など提言を踏まえてご記入ください 】**

○シティプロモーション戦略策定

<庁内>

推進委員会（戦略策定と推進）：関係部課長

検討チーム（市内外からの意見聴取）：関係課などの職員

サポートスタッフ（推進委員会と検討チームの活動を支援＝意見聴取とデータ提供など）：関係課職員  
数名＋希望職員

<市民>

魅力発掘・魅力創造ワークショップ（検討チームと意見交換）：市民、事業者、大学など

パブコメ・アンケート等

○職員人材育成事業

職員全員がおもてなし活動、営業活動できること（職員一人一人がプロモーター）

○庁内組織力強化事業

シティプロモーション推進会議

プロジェクトチームの設置

○大手出版業界などとの支援協定

○ターゲットにヒットする和泉市の PR ポイントを設定（ゾーニングはしていない）

○シビックプライドの醸成

後発的に生まれてくるもの 自発的に生まれてくる（直接的な事業ではなく）

市民が市の良いところ言えるように、悪いことをとくと広まる

良いと言えることを広めていくことが課題 ⇒土台として市役所の職員

じっくりと意識醸成を図っていく必要がある

○市外居住者に和泉市ファンクラブ制度を設け、定期的に市の PR 誌を送付

○良いまちづくりとシティプロモーションは両輪 ⇒双方で効果が高まる

※ 提出期限：7月26日（火）

### 3 大阪府和泉市

【 A：視察先の特徴的な事業・印象に残った事業・取り組み方法など自由にご記入ください。】

- ・いずみアピール課の設置・・・市長が主導
- ・角川書店との連携・・・「和泉Walker」の発行
- ・プロモーション動画の作成・・・よしもとが全面協力
- ・和泉市観光戦略プランの策定
- ・ラジオ番組の放送・・・FMにて広報活動
- ・和泉市ファンクラブ制度の設置・・・市のPR誌を送付
- ・市内出身者の有名人を、観光大使として任命
- ・インターネットやSNSを活用した広報活動・・・職員がニコ生やユーストリームで活動
- ・ららぽーとやコストコ等、人気の商業施設がある
- ・カップリングバスツアーの実施

【 B：Aに対する意見、問題点など】

- ・よしもととの連携は羨ましいが、半田市では難しい
- ・お金を掛けた広報活動が多い
- ・大阪市や堺市のベットタウンとして、成長中の自治体だからこそ出来る事業がある

【 C：今後、半田市に活用したい点（事業）、展望・課題など提言を踏まえてご記入ください】

- ・正直、大きく魅力的な観光資源が無い中で、市主導で多くの施策を実施している
- ・子育てしやすい街として認識される事業展開をしている（例：小中一貫校の建設）
- ・「和泉Walker」を発行して完売したことは、大きな成果である
- ・市内出身者の有名人を、観光大使として任命するべきではないか
- ・インターネットやSNS、またラジオを活用した広報活動の実施
- ・よしもとは難しいが、改めてプロモーション動画の作成を考えるべきである

### 3 大阪府和泉市

【 A：視察先の特徴的な事業・印象に残った事業・取り組み方法など自由にご記入ください。】

- ・和泉市を積極的に売り込む活動を行う「いずみアピール課」を設置している。
- ・職員全員がプロモーターの意識を目指し、職員研修を行っている。
- ・和泉市出身のよしもと芸人を活用したPR動画を130万円で作成している。
- ・(株)KADOKAWAに、いずみ魅力発信業務を297万円で委託し、和泉Walkerの発刊や関連誌への情報掲載や、市発行ポスター、チラシ等の改善や職員研修の実施などを行っている。
- ・市の強み（PRポイント）と弱みについてしっかり調査している。
- ・テレビ、ラジオを活用して市の魅力発信を行っている。

【 B：Aに対する意見、問題点など】

【 C：今後、半田市に活用したい点（事業）、展望・課題など提言を踏まえてご記入ください】

- ・本市を積極的に売り込む専門課の設置。
- ・職員全員がプロモーター意識の醸成を図るための研修の実施。
- ・市の強みと弱みをしっかり調査し政策に活かす。
- ・はんだ魅力発信業務を実績のある専門業者に委託する。

### 3 大阪府和泉市

【 A：視察先の特徴的な事業・印象に残った事業・取り組み方法など自由にご記入ください。】

- ・美術館と学問のまちでブランド化に取り組む。
- ・20代から30代の女性をターゲットとしている。
- ・和泉ウォーカー300万円4万部は完売している。
- ・民間事業者との連携を重視している。角川、宅建協会、町内会など。
- ・吉本とプロモーションビデオを作った。①公園、②給食、③小中一貫教育、④野菜と果物、⑤シティプラザ、⑥トリヴェール和泉などが強みとして紹介されている。
- ・プロモーションの効果検証は難しい。
- ・市民にどう誇りを持って頂けるかがポイントである。
- ・説明する2人の職員は説明が詳しい、よく勉強をしているが、30歳台の職員で若い。ターゲットを考えると同世代となるのだろう。
- ・その他は調査票の回答参照。

【 B：Aに対する意見、問題点など】

【 C：今後、半田市に活用したい点（事業）、展望・課題など提言を踏まえてご記入ください】

- ・半田市役所がプロモーションに取り組むのであれば、仮にターゲットを子育て世代とするならば、30歳前後の若手職員が責任者となってプラン作りをやるべきである。部課長クラスでは無理と思う。
- ・半田市の場合は、今後は更新まちづくりが主となる。まずはそのまちづくりの戦略を考える必要があるのではないか。その後にそれをアピールするプロモーション戦略の策定であろう。
- ・プロモーションの分かる職員の人材育成をどう行うか。計画を作るだけでは駄目ではないか。
- ・約4割の半田市職員が半田市外に居住している。半田市民や市外へ流出した住民にどうのこの言う前に、まず自分たちの組織からどう半田市内へ居住を増やすことができるかを考えるべきではないか。そこはどのように取り組むのか。
- ・三つの自治体は国に従って人口増を目標としている。そもそも人口減はどう考えても避けられない状況の中、人口増を目標としていること自体、間違った戦略ではないか。人口減にどう具体的に対応をしていくかと言う戦略の方が妥当と考える。

※ 提出期限：7月26日（火）

### 3 大阪府和泉市

【 A：視察先の特徴的な事業・印象に残った事業・取り組み方法など自由にご記入ください。】

- ・ 20～40歳代をターゲットにして事業展開
- ・ 子育てしやすいまちランキング全国18位
- ・ いづみ魅力発信ラジオ放送（2,499千円）20～50歳代がリスナー
- ・ 関西ウォーカーテレビへの出演
- ・

【 B：Aに対する意見、問題点など】

・

【 C：今後、半田市に活用したい点（事業）、展望・課題など提言を踏まえてご記入ください】

- ・ 半田市民の人たちが紹介取り組みをして半田市へ定住させた場合のインセンティブを！
- ・ ラジオでもSNSでもなんでもよいが、一方通行の情報発信だけでなく、双方向の情報やりとりが有効的かな？なにかないかな？

※ 提出期限：7月26日（火）



総務委員会県外行政視察報告書（3日目：平成28年7月15日）  
 調査テーマ：シティプロモーションの推進について～魅力ある半田の情報発信～  
 委員氏名 石川 英之

<b>3</b>	<b>大阪府和泉市</b>
	<p>【 A : 視察先の特徴的な事業・印象に残った事業・取り組み方法など自由にご記入ください。 】</p> <p>キャッチコピー「ココロ トリコ イズミ」        市長発案で戦略作り        吉本・KADOKAWA に協力依頼        検討チーム(3チーム)        サポートスタッフ        いずみ魅力発掘・魅力創造ワークショップ        人口増加中だったため、まわりからいろいろ言われた        考える前にやれることからやろう        和泉市ファンクラブ制度</p>
	<p>【 B : Aに対する意見、問題点など 】</p> <p>熱心に取り組む姿が印象的だった</p>
	<p>【 C : 今後、半田市に活用したい点（事業）、展望・課題など提言を踏まえてご記入ください 】</p> <p>やれることからやる</p> <p>総じて、専門的に行う課を配置し取り組ませなければ成功は無いと確信。</p>

※ 提出期限：7月26日（火）

### 3 大阪府和泉市

【 A：視察先の特徴的な事業・印象に残った事業・取り組み方法など自由にご記入ください。】

シティプロモーション戦略ビジョンの策定  
職員の意識醸成と向上  
まちづくりとシティプロモーションは協働

【 B：Aに対する意見、問題点など】

【 C：今後、半田市に活用したい点（事業）、展望・課題など提言を踏まえてご記入ください】

企業コラボレーション戦略と「トリヴェール和泉」  
ファンクラブ制度

三市合わせて（いい処どり）がらがらポンかな、全市的展開の必要性を再認識をする中、やはりきっかけは行政かなと感じました