

小金井市シティプロモーション基本方針

— 概要版 —



ほどよく都会。



ほどよく田舎。



令和元年5月
小金井市企画財政部
企画政策課・広報秘書課

1 シティプロモーションとは

● 基本方針策定の背景

全国的に少子高齢化が進み、人口減少局面に入中、本市の人口は現在でも微増傾向にありますが、近い将来、人口減少が見込まれ、少子高齢化が進んでいくことが予想されているところです。

少子高齢化により医療・福祉などの社会保障関連経費は増加し、生産年齢人口の減少により地域経済や税収は縮小され、地域活力が低下してしまうことが強く懸念されます。今後も持続可能なまちとするためには、交流人口の増加を図り、定住化を促進させる取組みであるシティプロモーションがとても重要です。

● 定義及び策定の目的

本市のシティプロモーションは、市内外へ地域の魅力を積極的に発信することに取り組んできましたが、数ある自治体の中から選ばれるまちとなるためには、市としての方向性を定め、それに従って繋がりを持つような発信が効果的です。

そこで、シティプロモーションの定義を「明確なビジョンを持って市の魅力を市内外に発信し、市民に対しては地元への誇りや愛着を醸成し、対外的には認知度の向上を図ること」とし、これを戦略的・継続的に推進することを目的として、小金井市シティプロモーション基本方針（以下「基本方針」という。）を策定することとしました。

● 基本方針の位置付け

この基本方針は、第4次小金井市基本構想・後期基本計画の4つの柱と横断的に関わるとともに、小金井市まち・ひと・しごと創生総合戦略に掲げる基本目標1に向けた基本的方向2に基づく施策の進め方を具体的に示すものと位置付け、第4次小金井市基本構想の将来像においてめざしている「市民が「住みやすい」「住み続けたい」と思い、「住んでみたい」と思われるまち」、そして、小金井市まち・ひと・しごと創生総合戦略で目標に掲げている、「小金井の魅力を発信し、交流人口の増加を図ることにより、地域の活性化につながるまち」の実現へ向けて推進していきます。

2 本市の現状と課題

● 人口動態

本市の人口は過去10年においても増加していますが、過去20年間においては老年人口の増加が顕著で、平成27年時点での高齢化率は約20%となっています。また、将来人口についての3つのパターンの推計比較では、国立人口問題・社会保障研究所の推計では平成32年に122,758人、日本創生会議の推計では平成42年に124,459人、小金井市第4次基本構想における推計では平成35年に120,012人となり、いずれもそれをピークに減少するとしています。

(小金井市人口ビジョン(平成28年3月策定)より)

● 転入・転出の状況

転入の状況を年齢別に見ると、若年層である20～34歳の転入が多いことが特徴です。特に20～24歳においては大きく転入超過になっています。一方、転出の状況を見ると25～29歳の転出が最も多く、多くの転入者がいるにも関わらず、それを上回る転出者がいることが課題です。

● 定住意向

対象者の異なるそれぞれの調査結果から市民の定住意向を見ると、18歳以上の市民を対象とした調査ではおよそ8割が定住の意向を示していますが、年齢別の集計結果によると、課題にあげた若年層のうち、定住意向を示したのは7割となっています。本市と連携協力に関する協定を締結している大学・専門学校(6校)の学生を対象とした調査では、市内在住の学生の3割弱しか定住意向を示しておらず、市外在住の学生の転入意向は1割未満となっています。

市民意向調査：18歳以上の市民2,000人を対象 [回答数629]

(平成30年度実施)

学生アンケート：協力関係にある学校の学生1,400人対象 [回答数850]

(平成30年度実施)

3 基本的な考え方

● ターゲット（誰に）

転入・転出の状況や定住意向に関する調査結果や、定住を検討し始める年代等を踏まえ、20歳台後半及び30歳台までの若年層をターゲットに、転入の維持と転出の抑制を図ることと、学生に卒業後小金井市に住み続けてもらうための働きかけを行うことにより、生産年齢人口の維持や増加はもとより、将来を担う年少人口の増加を目指していくことが必要と考えます。

● 内容（何を）

市民意向調査及び学生アンケートの結果から、“ほどよく都会、ほどよく田舎”であることを本市の特徴としてPRするとともに、環境に係る取組みや安全・安心に係る取組みに係る情報等を積極的に周知していくことが、転出の抑制や転入の促進につながってくるものと考えます。

● 発信方法（どのように）

現在本市が行っている情報発信の方法は、市報、ホームページ、ツイッターの主に3つのツールがあり、これに加え必要に応じてパブリシティを行っています。

【市報】

定期的な手続、制度変更、イベントの開催等広く市民に伝えるべき情報

【ホームページ】

市報等で発信した内容に関するさらに詳細な情報

一時的な変更等、随時お知らせすべき情報

イベントや会議の結果等の個別的・追加的な情報

【ツイッター】

イベントの開催、申し込み状況など随時変化する情報

【パブリシティ】

市内外に広く周知したい情報

他自治体と比べて特徴的な事業や制度に関する情報

市としてはじめての事例や新たな取組に関する情報

4 推進体制

● 庁内の推進体制

シティプロモーションを効果的に推進していくためには、情報源である各部署と庁内調整やPRすべき方向性を定める企画部門及び情報発信を行う広報部門との連携が必要です。他にも小金井市の魅力として発信できる内容があれば全庁で共有し、積極的に発信します。新たに始めた取り組みや他の自治体と比較して特徴的なものなどがあれば、広報秘書課への情報提供を行い、広報秘書課と企画政策課とで連携しながらその情報を集約し、時期や内容に応じて適切なツールによる情報発信を行います。

● 観光大使制度のさらなる活用

本市では、市の魅力を広く市内外に発信してイメージアップを図るとともに、多くの市民が愛着と誇りを持てる市とすることを目的として、小金井市観光大使を設置しています。観光大使の方々には、市が主催するイベント等に参加していただくほか、ご自身の活動の中でも小金井市の魅力をPRしてもらっています。PRしていただく情報は市が提供することとなっており、その内容は広報秘書課で作成しています。観光大使の方々をイベント等にできるだけ来ていただくことはもちろんのことですが、ご自身の活動の中でPRしてほしい情報を積極的に提供することも、この制度の活用の仕方の一つです。

● 関係団体との連携

観光まちおこし協会や商工会、大学や研究機関などなど、市内にある関係団体とも積極的に情報の交換・共有を行い、連携して小金井市の魅力を発信します。小金井阿波おどり、小金井桜まつり、黄金井名物市、小金井薪能など、市内関係団体等が主催・共催するイベント等により小金井市の魅力を高めてもらう一方、市としてもそれらに関する情報を把握し発信することで連携を図ります。

また、大学等との連携は、ターゲットである若年層が魅力に感じていることや、より伝わりやすい発信方法を知る上で、とても有効であると考えます。

● 市民との連携

シティプロモーションの推進は、行政や関係団体のみでなく市民とも連携し、オール小金井で取り組む必要があります。小金井を好きな市民、小金井の魅力をよく知っている市民はたくさんいます。その好きなところや様々な魅力を身近な人や来訪者、あるいは訪問先で出会った人などに紹介してもらうことで、小金井の魅力が大きく広がっていきます。

また、さらなる推進をめざすには、市内、特に小金井の魅力をよく知らない人へも情報を発信し、地域の魅力を再認識することにより、小金井に誇りや愛着を持ってもらうと共に、市民ひとりひとりに小金井をより良いまちにしようと思ってもらう、いわゆるシビックプライドの醸成も必要となってきます。

● 小金井市イメージキャラクター「こきんちゃん」の有効活用

平成20年に市制施行50周年を記念して生まれた「こきんちゃん」には、制作者である小金井市名誉市民の宮崎駿氏の「子どもが元気な町が発展するんです。」という思いが込められています。ターゲットである若年層は、子育て世代または近い将来子育て世代になる可能性がある年齢層でもあることから、「こきんちゃん」とともに、「子どもが元気なまち」「子育てしやすいまち」をPRすることも効果的です。

● シビックプライドの重要性

シビックプライドとは、都市に対する誇りや愛着を意味しますが、単なるまち自慢や地元への親近感ではなく、自分自身が都市を構成する一員であると自覚し、都市をより良くするための取組みに関わろうとする当事者意識を伴うものです。

シビックプライドを醸成することにより、市外への転出を少なくするとともに、シビックプライドを持った市民ひとりひとりの活動により小金井がさらに住み良いまちとなっていくことが期待できます。

● 小金井市のブランドメッセージ

数ある自治体の中から選ばれるまちとなるためには、他の自治体との差別化を図ることも重要です。そこで必要となるのが小金井市のイメージを定着させるためのブランドメッセージです。

複数の大きな公園があり“子どもの遊び場に恵まれている”ことや、市内及び近隣に大学や高校が多数あり“教育環境が充実している”ことは、小金井市の大きな特徴であり、子育て世代に対する大きなアピールポイントでもあります。

そこで、遊び場と学びの場が充実した環境で子育てできるまちをイメージさせるものとして、たとえば、“遊べる、学べる、小金井市”など、小金井市のブランドメッセージについても検討していきます。

● シティプロモーションにおける今後の展開

今後より戦略的・継続的に推進していくためには、シティプロモーションのノウハウや情報の集積を行う専門部署を新設し、積極的に情報収集を行うことや、状況の分析及びより効果的に発信するための戦略を立てること、状況に応じた様々な発信の方法を取り入れていくことも必要であり、今後の組織機構の改革における課題です。

今回策定した基本方針では、当面進むべき方向性を示しましたが、この方向性に沿って、小金井市にある様々な地域資源の魅力発信を行いつつ、さらに検討を加え、小金井らしいシティプロモーションを展開したいと考えています。

● 評価指標と数値目標

現時点においては、第4次小金井市基本構想の将来像実現を測る基本的な指標とされている「小金井市の住みやすさの向上」と「小金井市に住み続けたいと思う市民の割合の増加」、小金井市まち・ひと・しごと創生総合戦略で掲げている「市内滞在人口の1日平均人数の増加」と「市内3駅の乗客数の増加」を共通の評価指標と数値目標とし、ターゲットとした若年層、特に20歳台後半及び30歳台の転入の維持と転出の抑制を個別の目標として、その人口の増加を当面の評価指標と数値目標とします。

評価指標と数値目標については、今後の展開の中において、第5次小金井市基本構想の策定を踏まえつつ見直しを図っていきます。



© Studio Ghibli

小金井市イメージキャラクターこきんちゃん

小金井市シティプロモーション基本方針 概要版

発行 小金井市企画財政部企画政策課・広報秘書課
住所 〒184-8504 東京都小金井市本町六丁目6番3号
問合せ 042-387-9803（電話） / 042-387-1224（FAX）