

今年度のシティプロモーション事業について

1. シティプロモーション用コンテンツ制作業務について

(1) 目的

町の魅力や施策を広く発信することにより、町の知名度の向上や町外在住者の移住及び町民の定住促進につなげるために、町の魅力・価値・ポテンシャルを効果的に表現したシティプロモーション用コンテンツを制作する。

(2) 内容

PR冊子・PR動画の制作

主にシティプロモーション業務における活用を目的としていることから、住んでみたい・行ってみたい町と思わせる内容を盛り込んだ、これまでの既成概念にとらわれない自由な表現を用いた内容とする。

(3) 効果・展開

- ・町ホームページへの掲載
- ・なかい誕生110年記念式典での配布、放映
- ・里都まちC A F Eで配布または、既設のモニターでの放映
- ・ユーチューブでの配信
- ・全国移住ナビへの掲載
- ・駅や施設等の情報コーナーに配架
- ・その他、町内外で開催されるイベントブースにおいて配布・放映

2. 今後のシティプロモーション事業推進の方向性について

～当面の目標であるアクションプラン策定に向けた準備～

【流れ】(1)現状分析(意識調査)→(2)目標設定→(3)活動・行動の検討→(4)活動・行動の実行

- (1) 現状分析(意識調査)…客観的な指標がどのように変化するか見える化し、シティプロモーション施策の意義を一定程度評価するための材料とする。

■調査内容

町民に対する意識調査

- ・調査内容 → 推奨意欲、参画意欲、感謝意欲の度合いの測定
- ・調査対象 → サンプル数目安=300
- ・選定方法 → 無作為抽出
- ・送付方法 → 郵送

町外に対する意識調査

- ・調査内容 → 推奨意欲の度合いの測定

Q. 次の3つの価値観に納得しますか。

- ① 子育てするなら自然豊かなところがいい
- ② 子どもに地元をつくりたい
- ③ お金にも心にもゆとりを持って子育てをしたい

Q. 「都会すぎず田舎すぎない（ちょうどいい ちょっといい）」こういう暮らしをした
いか。こういう暮らしに好感を持てるか。住んでみたい町か等

- ・調査対象 → サンプル数目安=50~100

- ・配布方法 → 来場者に直接手渡し（例：里都まちCAFÉ来訪者、移住フェア、マンホールカード配布者に試験的にアンケートを行う）

※次年度以降も継続的に調査を行っていく。

(2) 目標設定…推奨意欲、参画意欲、感謝意欲を基に目標設定をする

(町外例) 推奨意欲…県西地域の30歳代女性が中井町のことをお奨めするようになりました

参画意欲…町の担い手が出来て元気な町になりました

感謝意欲…町の人たちが、積極的に頑張っている人たちに感謝するようになりました

(3) 活動・行動の検討…目標設定に近い活動や行動を考える。また、三つの意欲を上げて いくためには、どのような活動や行動をしていけば良いか検討する。

(例) ・子育て支援センターにおける子育て相談や親子参加型講座等の充実を図る

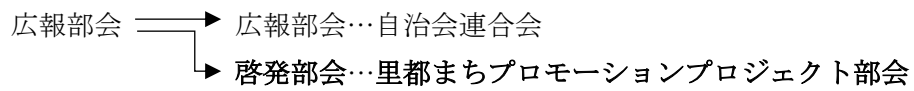
- ・中央公園をはじめとする町内スポーツ施設を活かし、各種スポーツ大会の開催を誘致することで、元気な町を発信していく
- ・中井町の魅力をPRするための冊子や動画を活用し、多くの方の印象に残るような情報発信を行う
- ・町民参加型の情報発信を検討し、写真や動画をSNSに掲載していく
- ・町民等が道路や公園等を清掃したり、花壇の植え替えをしたりして愛情を持って町をきれいにすることを支援する。また、感謝する

(4) 活動・行動の実行…目標を達成できるような活動や行動を試験的に行っていく。

3. 美・緑なかいフェスティバル啓発部会への参画について

(1) 組織体制

- ・本年度より組織体制の見直し



啓発部会 部会長（小宮邦俊さん） 副部会長（野本英里さん）

(2) 業務内容

- ・今年度の業務内容…啓発ブースの運営、ロードトレイン、ミニSL、フリーウェイ等