

都市魅力戦略事業

企業や学校等の誘致に係る企画立案及びコーディネート、本市の魅力の創造及び発信に向けた都市ブランド※の構築、シティプロモーション※の推進を図るため、ワークショップの開催や、様々な情報の収集及び魅力発信を行い、そのような過程で得られた情報を整理し、庁内横断的に情報活用や施策の推進を働きかけた。

※都市ブランド…様々な地域資源の価値を高め、統一的なメッセージを発信することで、差別化を図り、都市のイメージを良質化、ブランド化するもの。住民の「誇り」、外からの「憧れ」。

※シティプロモーション…都市の魅力を発掘し、内外に戦略的にアピールすることで、持続的に資金や人材を呼び込む一連のプロセス。まちへの意識や関心を高めるコミュニケーション。

1. 企業等誘致

製造業等の立地を支援するため、工業団地及び周辺準工業地域の未・低利用地を把握し、関係機関及び企業等に対する情報収集を行った。また、企業誘致サポート業務（委託料 2,948,400 円）を実施し、庁内関係課との調整をふまえ、地区計画誘導候補地等で主に製造業の土地利用の可能性を検討した。

- ① 企業誘致に向けた基本的な考え方を整理し、近隣市の支援制度等の比較分析を行った。
- ② 本市の立地特性、優位性等を掲載し、企業の立地意欲を喚起する立地ガイドを製作した。
- ③ 既存資料や地図等を参考として、民間活力による土地利用及び製造業等の立地の可能性を検討した。
- ④ 立地需要の予測等から、本市に適した業種や規模等を絞り込み、事業拡大の可能性を調査した。

2. 都市ブランドの構築及び推進

定住人口・交流人口・活動人口の増加を図るため、市民や団体、事業者と共に、都市将来像を共有し、本市の魅力や強みを磨き上げ、まちへの誇りや愛着を醸成しながら、都市ブランドの構築を進めた。

- ① 都市ブランド検討会議を開催した。 全 8 回のべ 272 名 報償費 386,922 円のうち謝礼等 315,786 円
- ② 学生がデザインしたパンフレットを発行した。 2,500 部 印刷製本費 155,048 円のうち 95,000 円
- ③ 転出者（20～49 歳の無作為抽出）を対象としたアンケートを実施した。 全 500 人に発送し回答 88 通
- ④ 都市ブランドに関する職員研修を実施した。 職員 40 名 報償費 386,922 円のうち講師謝礼 60,000 円

3. 魅力発信の庁内連携の推進

部局間の連携や相乗効果を促進し、合同プロモーションを実施した。

- ① 南海電鉄フリーペーパー NATTS に広告記事を掲載した。 5 月号 1 回 広告料 432,000 円
- ② PR 品としてクリアファイルを製作した。 5,000 部 印刷製本費 155,048 円のうち 60,048 円
- ③ 美原住宅公園で定住促進に係る合同プロモーションを実施した。 年間 2 回
- ④ 住宅購入促進のため地域見学バスツアーを開催した。 6 組 17 名 謝礼 146,922 円のうち 11,136 円

4. ソーシャルネットワークサービス（SNS）を活用した魅力発信

SNS の特性を活かし、効果的、効率的かつ安全に利用し、市民等との情報共有やコミュニケーションの充実を図るため、ソーシャルネットワークサービス活用方針及びマニュアルを作成し、積極的な活用に向けた取り組みを推進した。

- ① 市役所フェイスブックページを運営した。 のべ 102 件投稿（143,243 リーチ※）
- ② モックル&くろまるくんフェイスブックページを運営した。 のべ 73 件投稿（25,037 リーチ※）
- ③ 産品ブランド「近里賛品かわちながの」フェイスブックページを開設した。

※リーチ…フェイスブックページの投稿等のコンテンツを見た人の数のこと。リーチ数の増加は、それだけ多くの人に情報が届いたということ。「いいね！」をクリックしていない人も含む。