

包括的政策 都市魅力の創造と効果的な発信

施策 No. 35 都市ブランドの構築と魅力発信

10年後のめざす姿 市民の本市に対する誇りや愛着、市内外からの認知度や好感度が高まることにより、住む・働く・学ぶ・遊ぶ・買うなどの様々な場面において本市が「選ばれる都市」となっています。

住みよさ指標	当初	単位	実績値の推移					目標値(H37)	評価	
			H28	H29	H30	H31	H32			
1 「河内長野市に愛着と誇りを感じている」市民の割合	45.9	%	目標値	39.4	41.0			50.0	55.0	○
			実績値	39.4						
2 「河内長野市に住み続けたいと感じている」市民の割合	51.4	%	目標値	43.9	45.0			55.0	60.0	○
			実績値	43.9						
3 観光入込客数	987	千人	目標値	1,027	1,005			1,051	1,076	→
			実績値	990						
4 社会動態の転入者／転出者の率	75.0	%	目標値	78.0	79.4			90.0	95.0	→
			実績値	75.8						

総合評価	住みよさ指標の状況
C	「河内長野市に愛着と誇りを感じている」市民の割合及び「河内長野市に住み続けたいと感じている」市民の割合については、低下している。また、観光入込客数については、「ちかくて、ふかい奥河内」をキーワードとしたイメージ戦略を展開してきた結果、目標値は若干下回ったが、微増した。社会動態の転入者／転出者の割合は、若干改善しているものの、転出超過が続いている。

施策を構成する事業の状況

本市の魅力の創造と発信およびシティプロモーションを推進しているが、観光入込客数は若干増加したものの、本市への愛着と誇り・住み続けたいと感じている市民の割合については、低下している。

これまでの取組み	「ちかくて、ふかい奥河内」をキーワードとしたイメージ戦略をはじめ、子育て・教育など様々な分野で本市の魅力を発信するとともに、市民が主体となって、本市の魅力や強みを活かした都市ブランドの戦略的な方策の検討を進めている。
課題 (めざす姿との差)	本市が選ばれる都市となるため、市民の本市に対する誇りや愛着を高めていくとともに、都市イメージのブランド化によるまちの品格や評価を高め、市内外からの関心や憧れの獲得につなげることで、移住定住人口と交流人口の増加に結び付けていく必要がある。
今後の方向性	市民・関係団体・事業者・行政などが一体となって、本市に対する誇りや愛着を高め、まちの魅力を発掘・創出し「河内長野市ブランド」を構築していく。また、庁内の連携や施策の相乗効果を促進するとともに、市民や事業者などとの協働により、効果的なプロモーションを展開し、市内外からの認知度の向上と良好な都市イメージの定着化を図り、移住定住人口と交流人口の増加に結び付けていく。