

令和5年度版
全国シティプロモーション実態調査
結果報告書
2024年3月

シティプロモーション自治体等連絡協議会



報告書 目次

1. 会長ごあいさつ	4
2. 顧問ごあいさつ	6
3. 全国シティプロモーション実態調査 結果報告	10

・調査の概要

・調査結果報告

(ア)総括

(イ)各論1：行政計画の状況とシティプロモーション実施体制

- ① 行政計画・住民参画の状況
- ② シティプロモーション所管組織の状況
- ③ シティプロモーションに関する施政方針

(ウ)各論2：対外的情報発信の状況

- ① IT ツールの整備
- ② アナログツールの整備

(エ)各論3：定住移住

- ① 移住・定住に関する取り組みの状況

(オ)各論4：シティプロモーションの理解を深める活動

- ① 住民に対するシティプロモーションの理解を深める活動の状況

② 職員・他自治体に対しシティプロモーションの理解を深める活動の状況

③ 事業者を巻き込んだシティプロモーション、施策の実施、公民連携の状況

(カ)各論5：その他シティプロモーションに関する取り組み

シティプロモーション自治体等連絡協議会 会長ごあいさつ

茨城県行方市長の鈴木でございます。本協議会の会長の職を仰せつかっております。

このたびは、シティプロモーション自治体等連絡協議会が実施した「令和5年度版 全国シティプロモーション実態調査 結果報告書」をお手に取っていただきありがとうございます。

本協議会は、自治体のためのシティプロモーションのプラットフォームとしての機能を備えており、参加団体が共にこれからのシティプロモーションについての議論をする場として、活発な活動を行っております。

さて、令和の時代に入って久しいところですが、ここ30年の間にシティプロモーションは多くの自治体で実施され、著しく活発化してまいりました。そのなかで各自治体が持続的なまちづくりを実現していくためには、定住人口から関係人口へ、民間思考への転換、公民連携の推進など、自治体はこれまでにない考え方を取り込みながら前へ進んでいかなければなりません。そのため単一の自治体や行政のみのアイデアにとどまらず、協働や共創も含め地方自治体同士または自治体に関係するさまざまなステークホルダーを巻き込んだ情報連携、知見の共有が積極的に行われてきたと考えております。

しかしながら、自治体のシティプロモーションは大きな壁に直面しております。さまざまな自治体がプロモーション活動を行っていることで、その取り組みは洗練され続けてまいりました。それと同時に、どの自治体とも違う突出したシティプロモーション、これまでとは異なる独自性ある取り組みが求められております。また近年ではインターナルプロモーションなどシティプロモーションの新たな概念が登場し、各自治体の取り組みのさらなる進化が求められております。

このシティプロモーションという施策分野においては、他の自治体に比べて住民や関係者から一目置かれる取り組みを、今後将来にわたって継続的に進めていかなければならないと考えております。

本調査報告が、皆さまの自治体の施策検討の一助となれば幸いです。



シティプロモーション自治体等連絡協議会 会長 鈴木周也

(茨城県 行方市長)

シティプロモーション自治体等連絡協議会 顧問ごあいさつ

本協議会は、2021年に続き第2回のシティプロモーション（シティセールス等を含む）に関する全国実態調査を実施しました。全国の自治体を対象とした「全国シティプロモーション実態調査」は、本協議会のみが実施しています。

本実態調査に、ご協力くださった自治体のご担当者の皆さまに御礼を申し上げます。今回も多くの自治体（478自治体（回答率 27.4%））がご回答くださり、感謝申し上げます。

なお、今回の調査は27.8%の回答率ですが、シティプロモーションを実施していない自治体は「回答しない」（調査票を返信しない）と推測しますから、実質の回答率はより高まると考えています。

継続的に全国の自治体を対象に調査を実施すると、「見えてくる」ことがあります。言い方に語弊がありますが「紋切型のシティプロモーション」が多いということです。

当たり前ですが、シティプロモーションは法定事務ではありません。自治事務です。自治事務は自治体の裁量が大きく、創意工夫を活かせる分野です。ところが、多くの自治体は、シティプロモーションの模倣化や踏襲化が進んでいます。これでは、シティプロモーションを実施しても同じ土俵で競い合うこととなります。結果として、自治体間競争を招いてしまいます。

自治体が独自の方針のもとシティプロモーションをすることにより、特長ある地域が創出されます。シティプロモーションは彩りあざやかな地域にしていくことが求められます。

住民等（定住人口や交流人口、関係人口をはじめ企業等）は、数ある特長のある自治体を選択することになります。これは自治体間競争ではなく、自治体間共創とすることができます。しかし、理想のシティプロモーションとは遠い状態です。

一方で、本実態調査の結果から、シティプロモーションが進化・深化していることも読み取れます。それらを参考にすると（まるパクリすると）、模倣化・踏襲化のはじまりです。これでは意味がありません。

本実態調査からわかる、先進事例に新しい視点を加えていただき、新しいシティプロモーションを開発していただきたいと思います。独創的なシティプロモーションは、自治体を発展する原動力となります。

本実地対調査から既存のシティプロモーションを変えていくヒントが得られると思います。

本実態調査は、シティプロモーションを展開している自治体、これからシティプロモーションに取り組もうとする自治体には、大いに参考になると自負しています。

関東学院大学教授・社会情報大学院大学特任教授 牧瀬 稔

シティプロモーション自治体等連絡協議会
All Rights Reserved.

[3]全国シティプロモーション実態調査 結果報告

・調査の概要

本調査の概要について	
調査対象者	普通地方自治体のうち市町村におけるシティプロモーション担当課への調査
対象者数	1,741 自治体 (政令市、中核市、特例市、特別区を含む)
調査実施時期	2024年2月28日～2024年3月22日
設問数	51問（うち6問は回答者の基礎データに関するもの）
調査手法	マクロミル社「クエスタント」による調査
有効回答数	478自治体（回答率 27.4%）
実施主体	主催：シティプロモーション自治体等連絡協議会 協力：関東学院大学 籠谷和弘教授、牧瀬稔教授 監修：株式会社 船井総合研究所

令和5年度全国シティプロモーション実態調査

(〆切り：2024年3月22日 金曜日)

主催：シティプロモーション自治体等連絡協議会
 協力：関東学院大学 牧瀬稔教授、籠谷和弘教授
 監修：株式会社 船井総合研究所

■ ■ ■ ご記入にあたっての注意 ■ ■ ■

1. 本シートを参考にしながら、原則 右のQRコードからWebにてご回答ください。Webでの回答が難しい場合は本調査票に直接ご記入いただいたものを電子メールにてご提出いただくか、事務局までご相談ください。
2. 極力、すべての項目にご回答いただきたいですが、回答が難しい項目は白紙のままでも構いません。



QRコードURL: <https://questant.jp/q/research2024citypro>

Part 1：ご回答者様ご自身についてお聞かせ下さい。

Q1～6. ご回答者様の ①都道府県名②自治体名③所属部署・職位④お名前
 ⑤電話番号⑥メールアドレス をご記入ください

①都道府県名 ②自治体名	都・道 府・県	市・区 町・村
③所属部署・職位	フリガナ	
④お名前		
⑤電話番号	()	
⑥メールアドレス (所属アドレス可)		

Part 2：行政計画の状況についてお答えください

Q 7～9. 行政計画・住民参画の状況についてお答えください

①シティプロモーションに関する条例を整備していますか。	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ
②総合計画、総合戦略の中にシティプロモーションが明記されていますか。	<input type="checkbox"/> はい (過去に策定していたが今はない場合もこちら)	<input type="checkbox"/> いいえ
③シティプロモーションに関する行政計画 (指針や方針、戦略等) が策定されていますか。	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ
④シティプロモーションに関する行政計画 (指針や方針、戦略等) が策定されている。	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ

Q10～11. シティプロモーション所管組織の状況についてお答えください

①主としてシティプロモーション業務を行う組織について当てはまるものをお答えください。	<input type="checkbox"/> 担当のみ	<input type="checkbox"/> 係相当
	<input type="checkbox"/> 課相当	<input type="checkbox"/> 局、部相当
②シティプロモーション委員会、懇談会等の外部有識者等を交えた議論の場がありますか。	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ

Q12～16. シティプロモーションに関する施政方針についてお答えください

①過去3年間にシティプロモーションに関する議会質問・答弁等が行われていますか。	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ
②首長による所信表明や過去3年間の施政方針においてシティプロモーションに関して言及されたことがありますか。	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ
③過去3年間で、首長がシティプロモーションに関するシンポジウム等でパネリストやコメンテーターとして招聘されたことがありますか。	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ

④貴自治体で実施した住民満足度調査などの市民調査において、住民の定住意向に該当する項目のうち「そう思う」及び「まあそう思う」の回答率の合計値の推移についてお答えください。(2022年度,2021年度,2020年度実施分)
 なお、毎年実施していない場合は調査を実施した年度のみお答えください。いずれの年も実施していない場合はすべて空欄でかまいません。

(調査質問の例) 「あなたは●●市/町/村に今後も住み続けたいと思えますか。」→そう思う、まあそう思う、どちらともいえない、あまりそう思わない、そう思わない
 ※10段階評価、4段階評価で調査している場合は上位4項目や上位2項目の合算値 (例：10点～7点の合算値など) でご回答ください。

2022年度 (%)		(%)
2021年度 (%)		(%)
2020年度 (%)		(%)

Part 3：対外的情報発信の状況についてお聞かせ下さい。

Q17～21. ITツールの整備についてお答えください

①自治体広報動画を制作していますか。	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ
②自治体広報動画の状況について当てはまるものをお答えください。 (専門チャンネルとはYoutube等のプラットフォームにおいて設定されている「●●市公式チャンネル」などのアカウントで、自治体等が直接管理しているものことです。)	<input type="checkbox"/> 動画の投稿を行っている (専門チャンネルがある)	<input type="checkbox"/> 動画の投稿を行っている (専門チャンネルがない)
	<input type="checkbox"/> 動画の投稿を行っていない	
③シティプロモーションに関するホームページを整備していますか。(自治体ホームページ内)	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ
④シティプロモーションに特化した専門外部サイトを整備していますか。 (例：観光協会が管理する観光や移住定住、空き家活用などに関するもの)	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ
⑤自治体公式アカウントのSNSを運用している当てはまるものをお答えください	<input type="checkbox"/> 利用なし	<input type="checkbox"/> 1種類 <input type="checkbox"/> 2種類
	<input type="checkbox"/> 3種類 <input type="checkbox"/> 4種類以上	
⑥自治体公式SNSアカウント運用体制について当てはまるものをお答えください。	<input type="checkbox"/> 決まった部署 (一部) がすべての投稿を担当	<input type="checkbox"/> 特に決まっていない。 都度投稿者を決める
	<input type="checkbox"/> 外部委託	<input type="checkbox"/> 特に決まっていない。 都度投稿者を決める

Q22～26. アナログツールの整備についてお答えください

①シティプロモーションに関するロゴマークがありますか。	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ
②観光客が使用するためのまちあるきガイドブック又はそれに準ずるものを作成していますか。	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ
③シティプロモーションの用途 (自治体の魅力の発信や農産物の宣伝など) に使用するポスターを作成していますか。	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ
④移住・定住希望者に対して自治体を紹介するための冊子やパンフレットを作成していますか。	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ
⑤市区町村内の道の駅・産直施設等の公共で整備した拠点施設について当てはまるものをお答えください。 (集客力は年間)	<input type="checkbox"/> 5万人以下の集客力のある施設がある	
	<input type="checkbox"/> 5～10万人の集客力のある施設がある	
	<input type="checkbox"/> 10～30万人の集客力のある施設がある	
	<input type="checkbox"/> 30～50万人の集客力のある施設がある	
	<input type="checkbox"/> 50万人以上の集客力のある施設がある	<input type="checkbox"/> 施設がない

Part4 : 移住定住について

Q27～30. 移住・定住に関する取り組みの状況をお答えください

①過去3年間に於いて、単独での移住相談会の実施や、複数の自治体が同時に参加する移住相談イベントへ出展をしていますか。 (いずれも自治体外にて実施したもの)	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ
L【①にはいと回答した方】 ②2022年度の単独またはイベント出展による移住相談会の実施回数をお答えください	<input type="checkbox"/> 1～3回程度 <input type="checkbox"/> 4～6回程度 <input type="checkbox"/> 7～9回程度 <input type="checkbox"/> 10回以上	<input type="checkbox"/> 2022年度は行っていない
③2022年度に貴自治体に寄せられた移住・定住に関する相談件数をお答えください。 (移住・定住相談窓口へ直接相談されたもの及び移住相談会等のイベントで相談された件数の合算)	(件)	
④移住・定住相談者のうち2022年度に実際に移住してきた人数をお答えください。	(人)	

Part5 : シティプロモーションの理解を深める活動

Q31～33. 住民に対するシティプロモーションの理解を深める活動の状況をお答えください

①住民に対しシティプロモーションに関する研修等を実施していますか。 (住民を巻き込んだワークショップ、市民記者育成、PRサポーター育成等)	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ
②シティプロモーション施策について説明するための住民向けの資料がありますか。 ※シティプロモーション施策が明記された総合戦略や総合計画を説明する冊子や、貴自治体が発行しているシティプロモーション施策の一覧など	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ
③シティプロモーション委員会、懇談会の委員として民間企業・一般住民が参画していますか。	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ

Q34～37. 職員に対するシティプロモーションの理解を深める活動の状況をお答えください

①職員を対象としたプロモーションを実施していますか	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ
L【①にはいと回答した方】 ②職員向けのプロモーションはどの部署(課名・担当名等)が担当していますか	(部署名・課名・担当名)	
③職員を対象としたプロモーション活動にはどのようなものがありますか。 あてはまるものすべてをお選びください。	行政計画におけるシティプロモーションの位置づけ・戦略を伝える研修 <input type="checkbox"/> 職員が自主的にアイデアを出し合う場の設置 <input type="checkbox"/> 職員のアイデアを発表する場の設置 <input type="checkbox"/> 庁内ポータルでの情報発信 <input type="checkbox"/> 職員向け冊子の作成 <input type="checkbox"/> その他(具体的に記載ください) ()	
④職員を対象としたプロモーション活動の課題にはどのようなものがありますか。 あてはまるものすべてをお選びください。	<input type="checkbox"/> ノウハウがなく、何をやらたいかわからない <input type="checkbox"/> 人手不足 <input type="checkbox"/> 効果がわからない <input type="checkbox"/> 職員からの理解が得られず参加率が低い <input type="checkbox"/> その他 () <input type="checkbox"/> 課題はない	

Q38～41. 企業を巻き込んだシティプロモーション施策の実施、公民連携の状況をお答えください

①地域の企業との協働・共創を通じたシティプロモーションを実施するため、公民連携の定義・目的を明文化した条例や要綱、指針等がありますか。	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ
②まちの魅力向上やブランドの構築のため、自治体から働きかけて地域の企業と協働して行っている事業がありますか。 (地域の企業：貴自治体内に立地する企業)	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ
③全国に知名度があると考えられる民間企業や団体が貴自治体内に立地していますか。	<input type="checkbox"/> はい	<input type="checkbox"/> いいえ
L【③にはいと回答した方】 その民間企業や団体の名称をお答えください。		

Part6 : シティプロモーションの活動の状況について

Q42. シティプロモーションに関する活動の状況をお答えください

①フィルムコミッションの取り組みについて当てはまるものをお答えください。	<input type="checkbox"/> 活動している	<input type="checkbox"/> 活動していない
--------------------------------------	---------------------------------	----------------------------------

Q43～46. ふるさと納税に関する状況をお答えください

②2021年度のふるさと納税による寄附額のうち、ふるさと納税の事務費及び返礼品の費用以外の事業に使用した割合はどの程度でしょうか。	<input type="checkbox"/> 10%以下 <input type="checkbox"/> 11%～30% <input type="checkbox"/> 31%～50%	<input type="checkbox"/> 51%～70% <input type="checkbox"/> 71%以上 <input type="checkbox"/> わからない
③貴自治体のふるさと納税の返礼品に関して、返礼品にかかる費用は返礼品1種類につきどの程度でしょうか。 (寄附額に対する返礼品原価の平均割合はどの程度でしょうか)	<input type="checkbox"/> 1～5%程度 <input type="checkbox"/> 6～10%程度 <input type="checkbox"/> 11～15%程度	<input type="checkbox"/> 16～20%程度 <input type="checkbox"/> 21%以上 <input type="checkbox"/> わからない
④貴自治体のふるさと納税の返礼品のなかで、他の自治体に比べて強みがあるといえるものはありますか。	<input type="checkbox"/> ある	<input type="checkbox"/> ない
L【④にあると回答した方】 その返礼品はどのようなものですか。具体的に記入ください。		

Part7 : 貴自治体のインフラ等について

Q47～51. 貴自治体のインフラ等について

①鉄道の有無	<input type="checkbox"/> ある	<input type="checkbox"/> ない
②高速道路インターチェンジの有無(スマートインターチェンジ含む)	<input type="checkbox"/> ある	<input type="checkbox"/> ない
③最寄りの空港からの距離(役所/役場から約●km)		(km)
④最も近い政令指定都市からの距離 ※貴自治体が政令指定都市の場合は「0(ゼロ)」を記入してください。	最も近い政令指定都市から	(km)
今後、シティプロモーションの取り組みとして検討している施策についてご記入ください。 (自由記述)		

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。

回答方法(締切: 3月22日 金曜日)

調査結果報告

(ア) 総括

各論1：行政計画の状況とシティプロモーション実施体制

① 行政計画・住民参画の有無

- ・ 総合計画、総合戦略等の基礎的計画においては59.6%の自治体がシティプロモーションに関する取り組みを明記している。
- ・ 一方で行政計画における指針等の策定状況は36.0%と、依然として総合計画等における記載割合との乖離が見られる。

② シティプロモーション所管組織の有無

- ・ シティプロモーションを所管する組織は61.7%の自治体が係相当以下で事業を実施している。
- ・ シティプロモーションに関する委員会組織は外部有識者等を招いているケースが15.3%となっており多くの自治体では委員会が主に職員等により実施されている。

③ シティプロモーションに関する施政方針

- ・ 過去3年間でシティプロモーションが議会質問、答弁等で取り上げられたケースは61.1%となっており関心は依然として高い。
- ・ 首長による施政方針においてシティプロモーションが言及されたケースは49.4%となっており、半数程度の自治体において首長からシティプロモーションに関する施策方針が示されている。
- ・ 市民の定住意向は80%以上85%未満件以下と回答した自治体が18.4%と最も多い。また「85%以上」と回答した自治体が全体の上位20%を占めている。

各論2：対外的情報発信の状況

① ITツールの整備

- ・ 広報動画を作成している自治体は84.5%であり依然として高い水準である。
- ・ 専門チャンネルを有している自治体は83.5%となり、前回調査と比して動画の集積化が進んでいる。
- ・ 自治体公式アカウント SNSは3種類以上の運用を行っている自治体が76.0%となり、多くの自治体が多数のSNSアカウントを運用している。

② アナログツールの整備

- ・ まちあるきガイドブックを作成している自治体は91.2%となり、多くの自治体で観光客向けのアナログツールとして活用されている。
- ・ 移住・定住希望者向けのアナログツール（冊子・パンフレット等）を作成する自治体は79.7%となり、観光客向けよりも水準は下がるものの多くの自治体で作成・活用されている。

各論3：定住移住

①移住・定住に関する取り組み状況

- ・ 移住相談会・移住相談イベント等には70.5%の自治体が参加している。
- ・ 一方で、実施回数については年間1回～3回の自治体が最も多く、開催頻度については自治体ごとに差が見られる
- ・ 移住相談会等を通じた相談件数については、10件以下と回答した自治体が22.5%と最も多い。また200件以上と回答した自治体は全体の20%程度に留まっている。
- ・ 移住相談件数は5件以下と回答した自治体が35.4%と最も多数を占めている。また70件以上と回答した自治体は全体の20%以下に留まっている

各論4：シティプロモーションの理解を深める活動

① 住民に対するシティプロモーションの理解を深める活動の状況

- ・ 住民向けのシティプロモーション説明資料が用意される自治体が28.7%と前回調査比で大きく伸びており、住民愛着度の形成に向けた取組が加速していると考えられる。

② 職員・他自治体に対しシティプロモーションの理解を深める活動の状況

- ・ 職員に対するシティプロモーション研修の実施は25.1%と増加しているが、依然として全体では少数派となっている。
- ・ 職員に対するシティプロモーションのアプローチは庁内ポータルに掲載が最も多く、静的なPRが中心となっている。
- ・ 職員に対するプロモーション活動の課題として、「人手不足」「ノウハウがなく、何をやったらいいかわからない」と回答した自治体はそれぞれ30%以上となっている。

③ 事業者を巻き込んだシティプロモーション、施策の実施、公民連携の状況

- ・ 公民連携に関する条例・要綱等を整備している自治体は13.6%に留まっている。一方で地域の企業と連携して実施している事業を持つ自治体は全体の42.9%に上っている。

各論5：その他シティプロモーションに関する取り組み

- ・ フィルムコミッションの取り組みを行っている自治体は 37.4%に留まっており、前回調査と比して大きな変化は見られない。
- ・ ふるさと納税寄付額のうち、ふるさと納税事業費以外に使用した割合は、「10%以下」が 26.2%と最も多く、次いで「51%～70%」が 23.2%となっており、2分している様子が見られる。

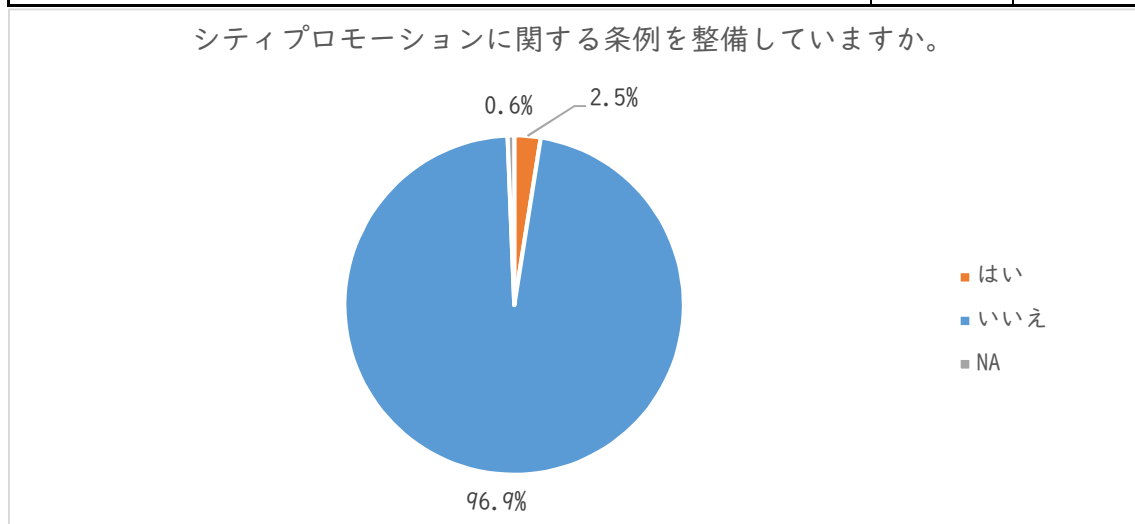
(イ) 各論Ⅰ：行政におけるシティプロモーション推進体制

① 行政計画・住民参画の有無

大設問Ⅰ.：行政計画・住民参画の状況についてお答えください

Q1. シティプロモーションに関する条例を整備していますか。

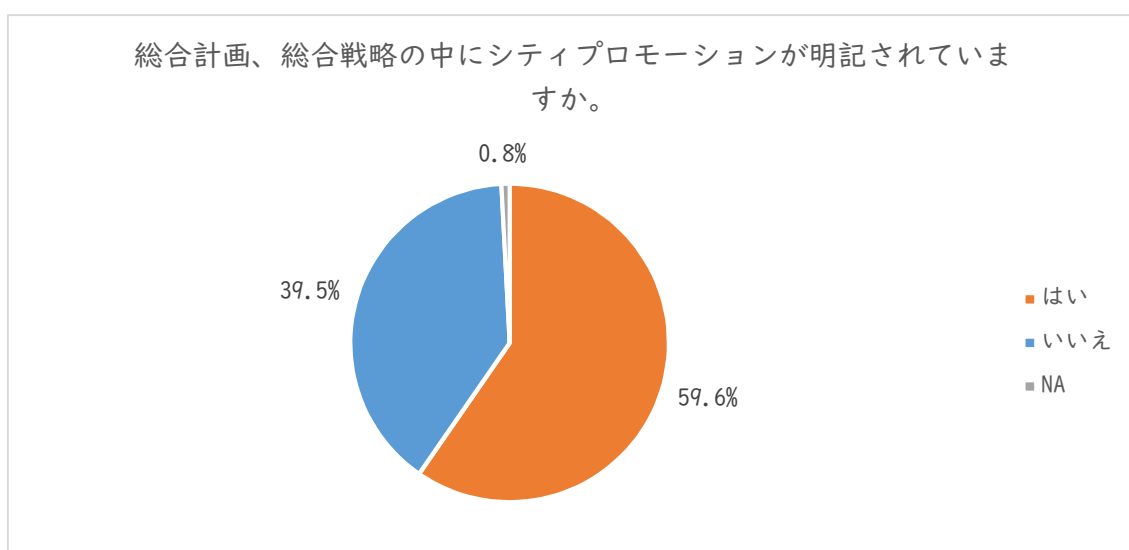
項目	N	%
はい	12	2.5%
いいえ	463	96.9%
NA	3	0.6%
合計	478	100.0%



N=478

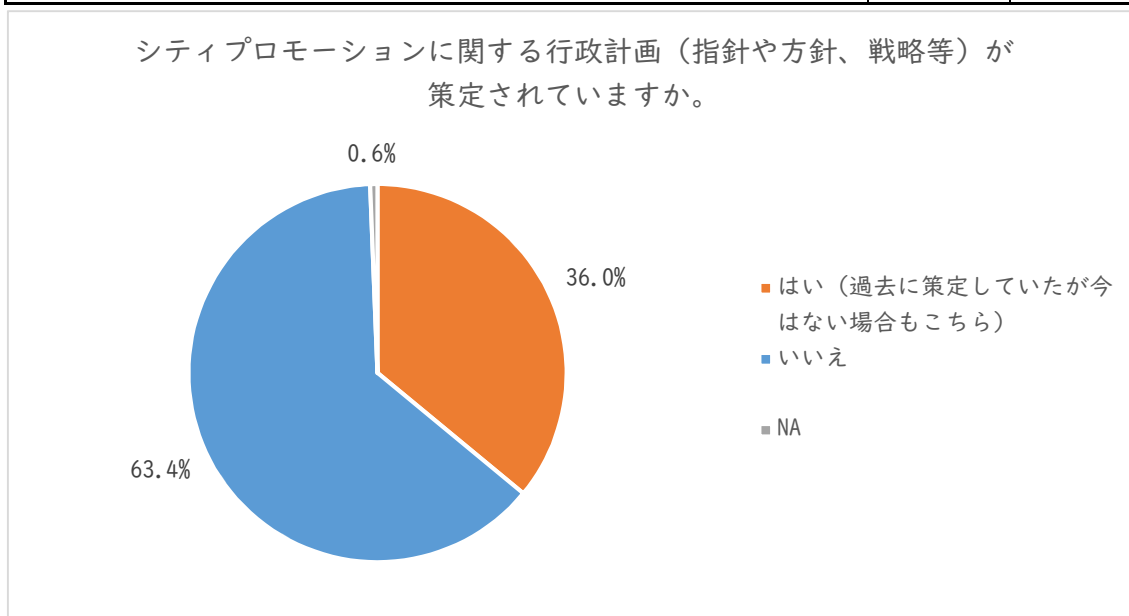
Q2. 総合計画、総合戦略の中にシティプロモーションが明記されていますか。

項目	N	%
はい	285	59.6%
いいえ	189	39.5%
NA	4	0.8%
合計	478	100.0%

**N=478**

Q3. シティプロモーションに関する行政計画（指針や方針、戦略等）が策定されていますか。

項目	N	%
はい（過去に策定していたが今はない場合を含む）	172	36.0%
いいえ	303	63.4%
NA	3	0.6%
合計	478	100.0%



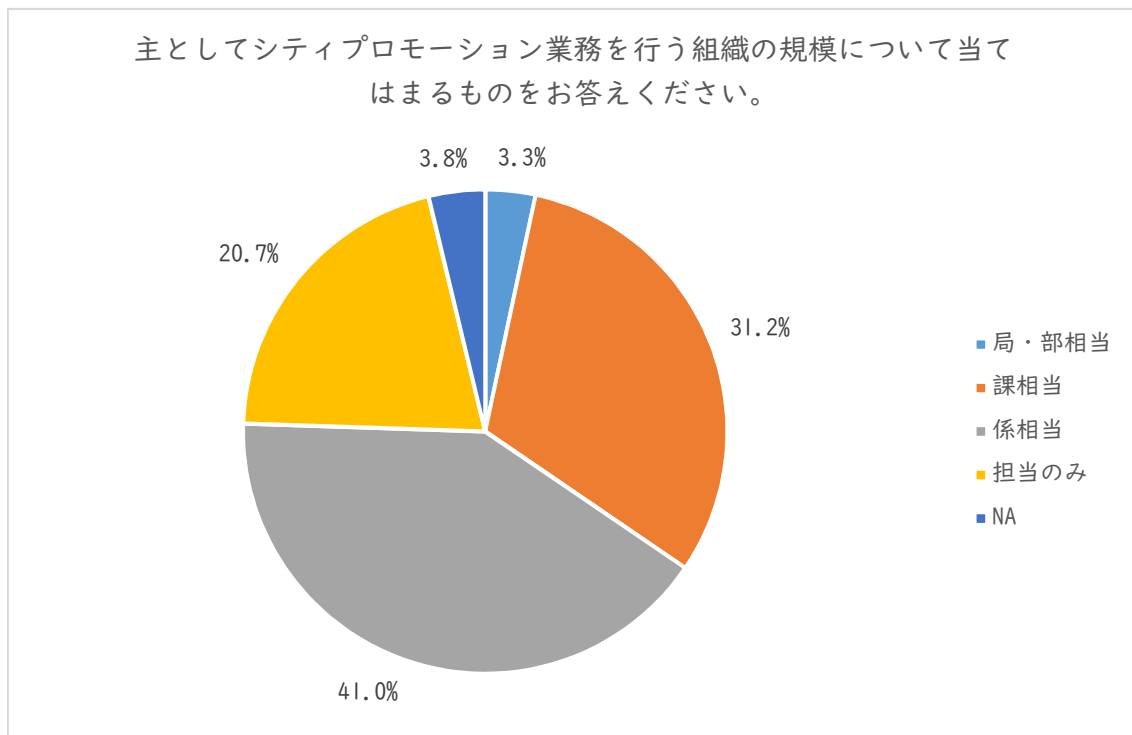
N=478

② シティプロモーション所管組織の状況

大設問2. : シティプロモーション所管組織の状況についてお答えください

Q4. 主としてシティプロモーション業務を行う組織について当てはまるものをお答えください

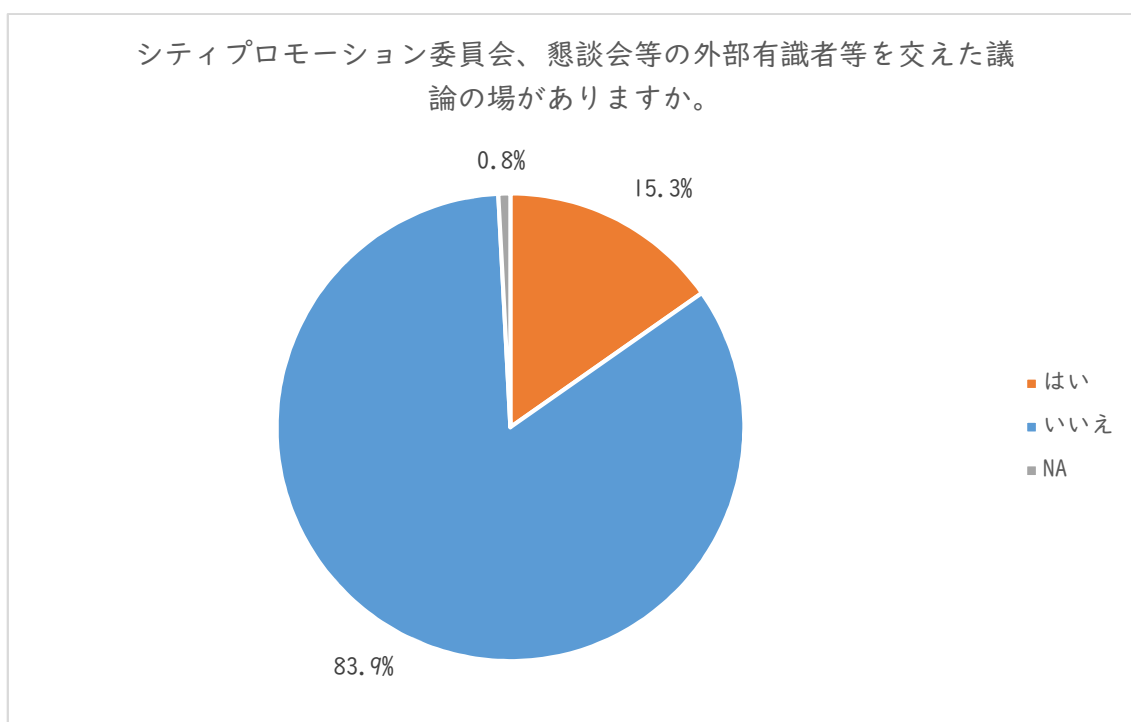
項目	N	%			
局・部相当	16	3.3%			
課相当	149	31.2%			
係相当	196	41.0%			
担当のみ	99	20.7%			
NA	18	3.8%	合計	478	100.0%
合計	478	100.0%			



N=478

Q5. シティプロモーション委員会、懇談会等の外部有識者等を交えた議論の場がありますか。

項目	N	%
はい	73	15.3%
いいえ	401	83.9%
NA	4	0.8%
合計	478	100.0%



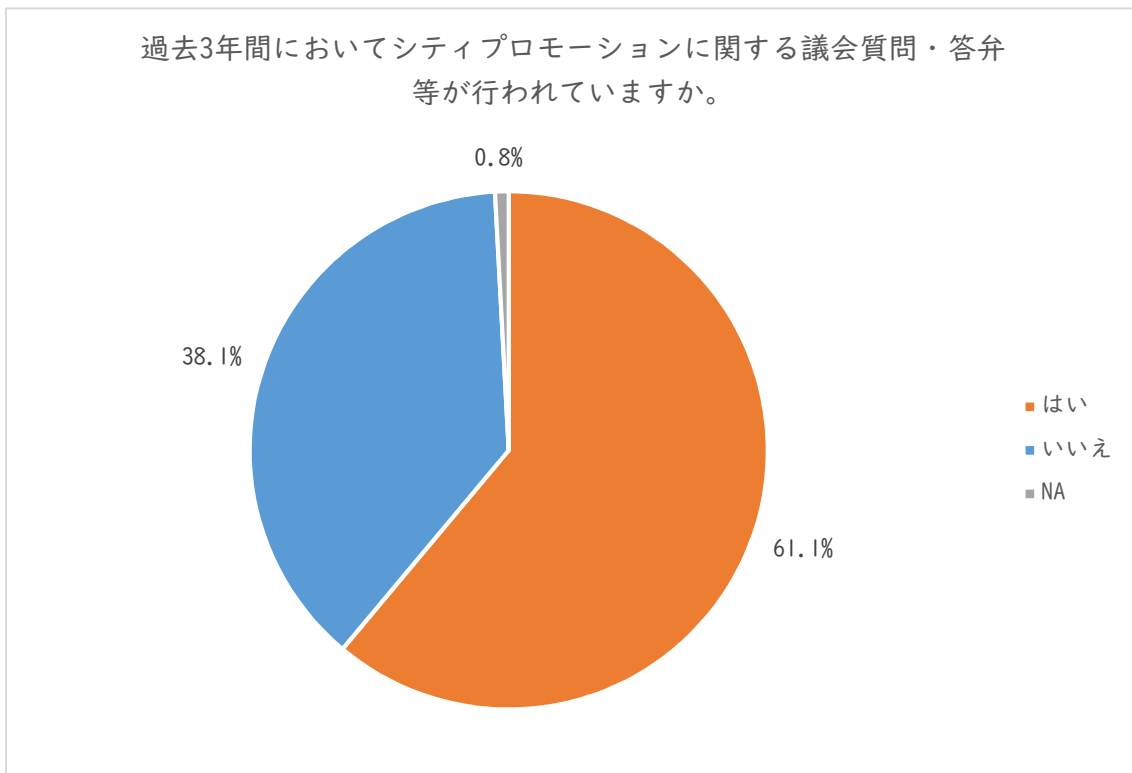
N=478

③ シティプロモーションに関する施政方針

大設問3. : シティプロモーションに関する施政方針についてお答えください

Q6. 過去3年間においてシティプロモーションに関する議会質問・答弁等が行われていますか。

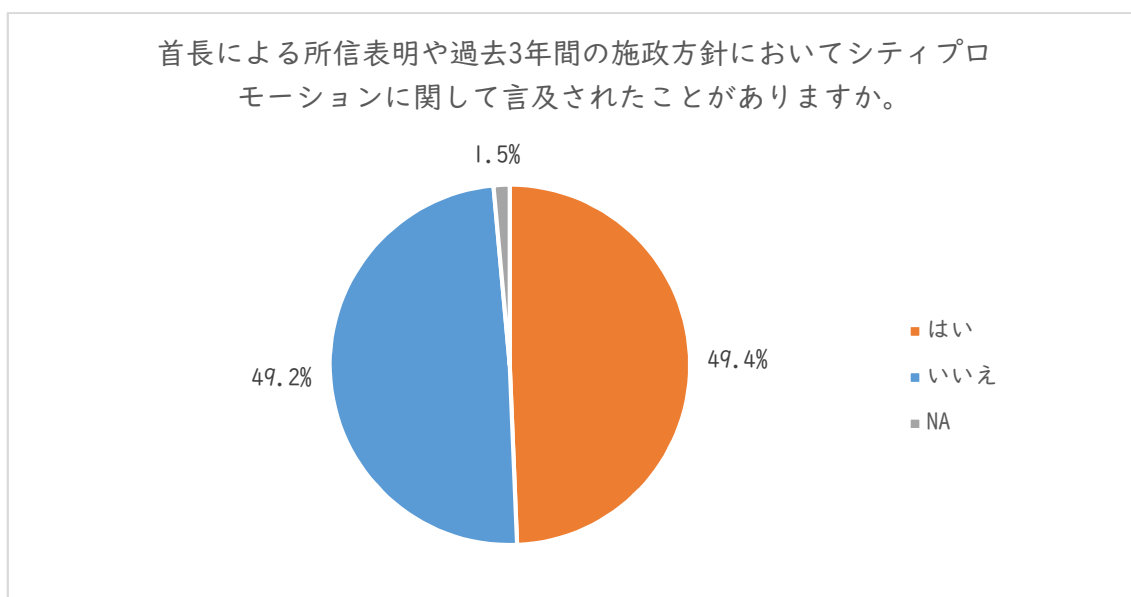
項目	N	%
はい	292	61.1%
いいえ	182	38.1%
NA	4	0.8%
合計	478	100.0%



N=478

Q7. 首長による所信表明や過去3年間の施政方針においてシティプロモーションに関して言及されたことがありますか。

項目	N	%
はい	236	49.4%
いいえ	235	49.2%
NA	7	1.5%
合計	478	100.0%

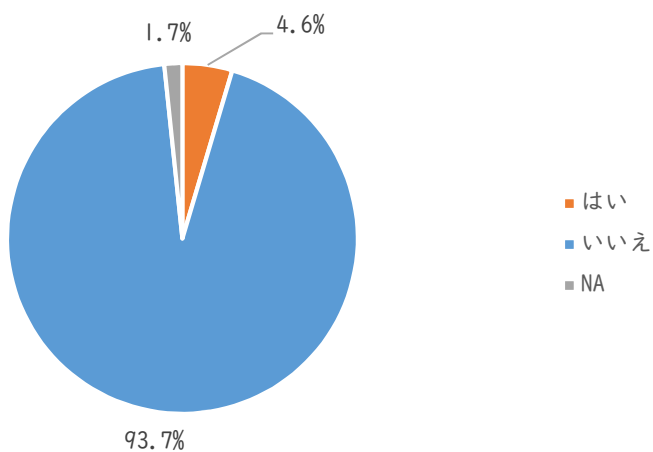


N=478

Q8. 過去3年間で、首長がシティプロモーションに関するシンポジウム等でパネリストやコメンテーターとして招聘されたことがありますか。

項目	N	%
はい	22	4.6%
いいえ	448	93.7%
NA	8	1.7%
合計	478	100.0%

過去3年間で、首長がシティプロモーションに関するシンポジウム等でパネリストやコメンテーターとして招聘されたことがありますか。



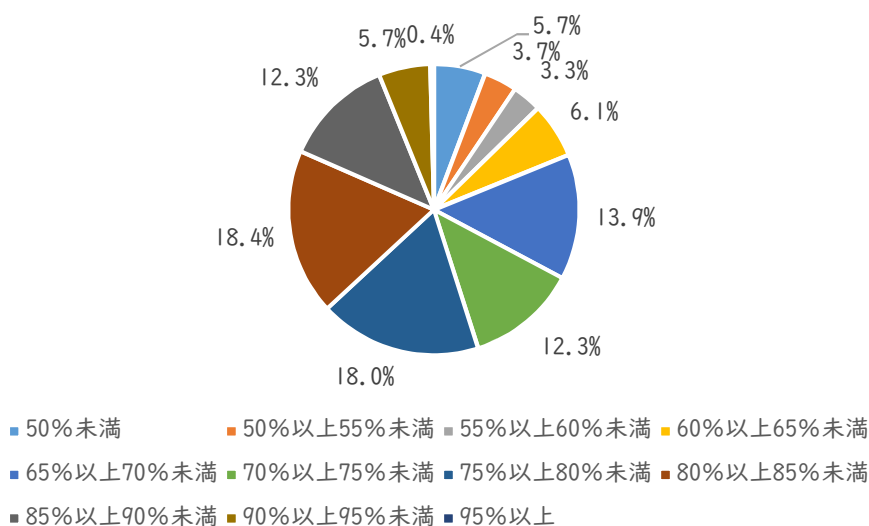
N=478

Q9. 貴自治体で実施した住民満足度調査などの市民調査において、住民の定住意向に該当する項目のうち「そう思う」及び「まあそう思う」の回答率の合計値の推移についてお答えください。

項目	N	%
50%未満	14	5.7%
50%以上 55%未満	9	3.7%
55%以上 60%未満	8	3.3%
60%以上 65%未満	15	6.1%
65%以上 70%未満	34	13.9%
70%以上 75%未満	30	12.3%
75%以上 80%未満	44	18.0%
80%以上 85%未満	45	18.4%
85%以上 90%未満	30	12.3%
90%以上 95%未満	14	5.7%
95%以上	1	0.4%
合計	244	100.0%

貴自治体で実施した住民満足度調査などの市民調査において、住民の定住意向に該当する項目のうち「そう思う」及び「まあそう思う」の回答率の合計値の推移についてお答えください。

(2020年～2022年 平均値)



N=244

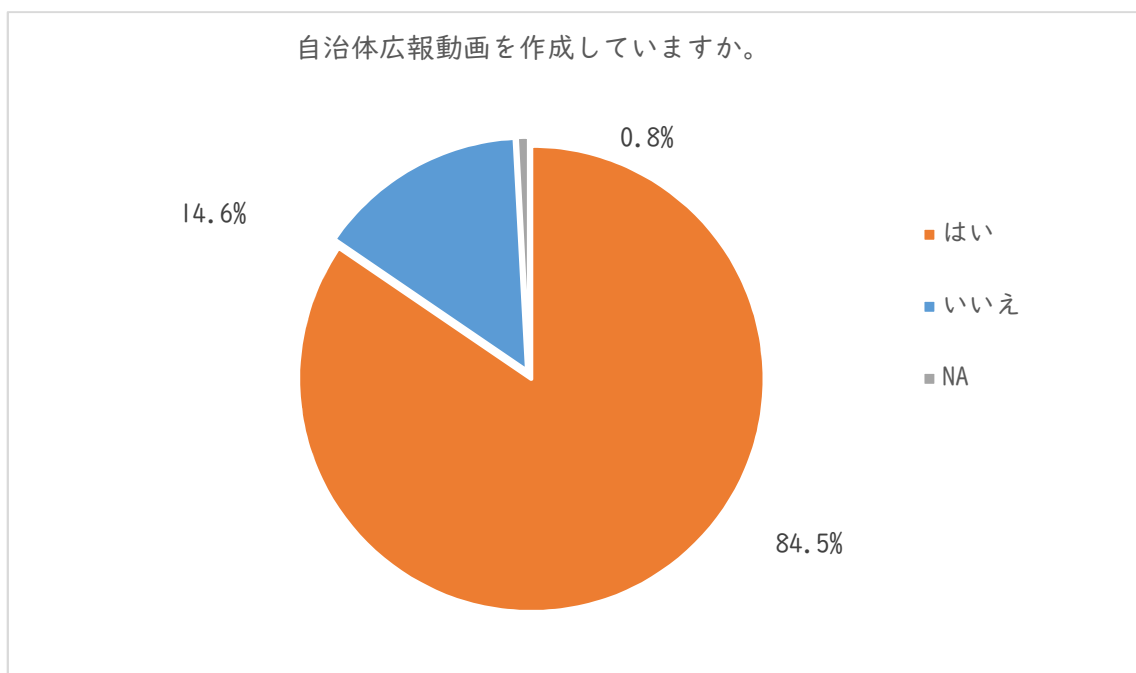
(ウ) 各論 2：対外的情報発信の状況

① IT ツールの整備

大設問 1. IT ツールの整備についてお答えください

Q10. 自治体広報動画を作成していますか。

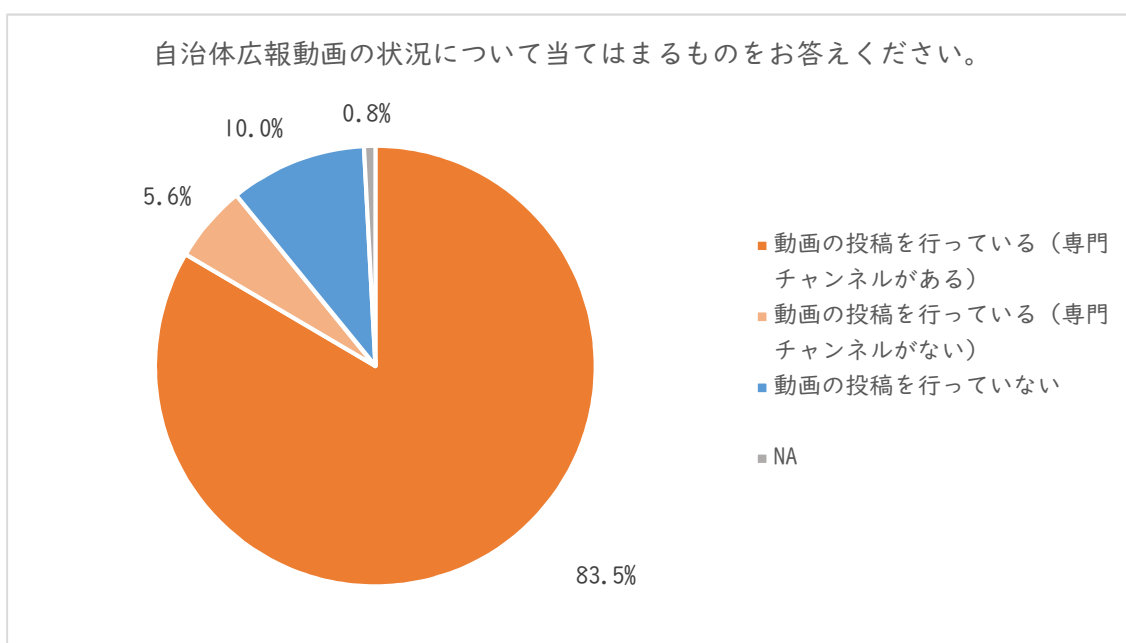
	N	%
はい	404	84.5%
いいえ	70	14.6%
NA	4	0.8%
合計	478	100.0%



N=478

Q11. 自治体広報動画の状況について当てはまるものをお答えください。（専門チャンネルとは Youtube 等のプラットフォームにおいて設定されている「●●市公式チャンネル」などのアカウントで、自治体等が直接管理しているものことです。）

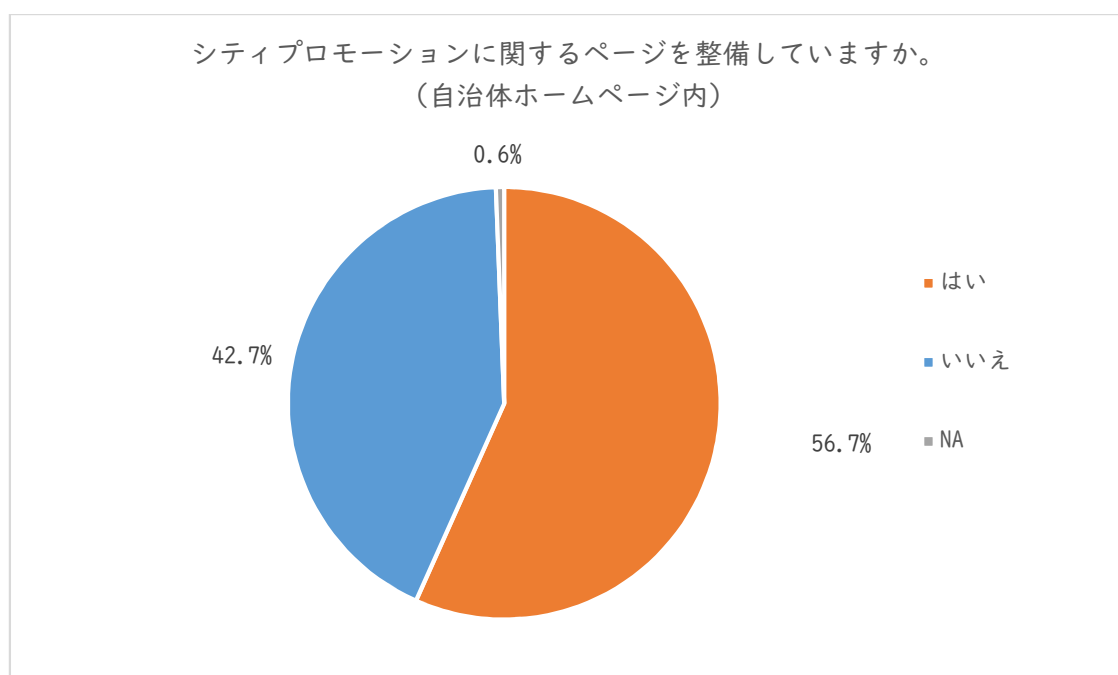
	N	%
動画の投稿を行っている（専門チャンネルがある）	399	83.5%
動画の投稿を行っている（専門チャンネルがない）	27	5.6%
動画の投稿を行っていない	48	10.0%
NA	4	0.8%
合計	478	100.0%



N=478

Q12. シティプロモーションに関するページを整備していますか。
(自治体ホームページ内)

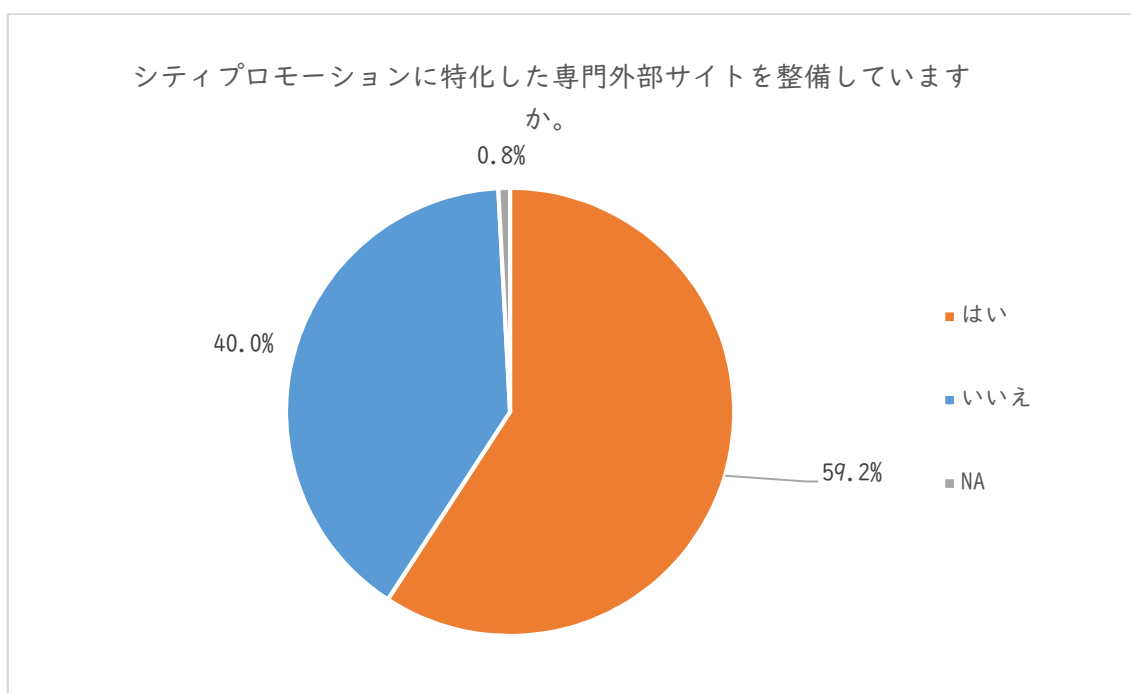
項目	N	%
はい	271	56.7%
いいえ	204	42.7%
NA	3	0.6%
合計	478	100.0%



N=478

Q13. シティプロモーションに特化した専門外部サイトを整備していますか。
(観光協会等)

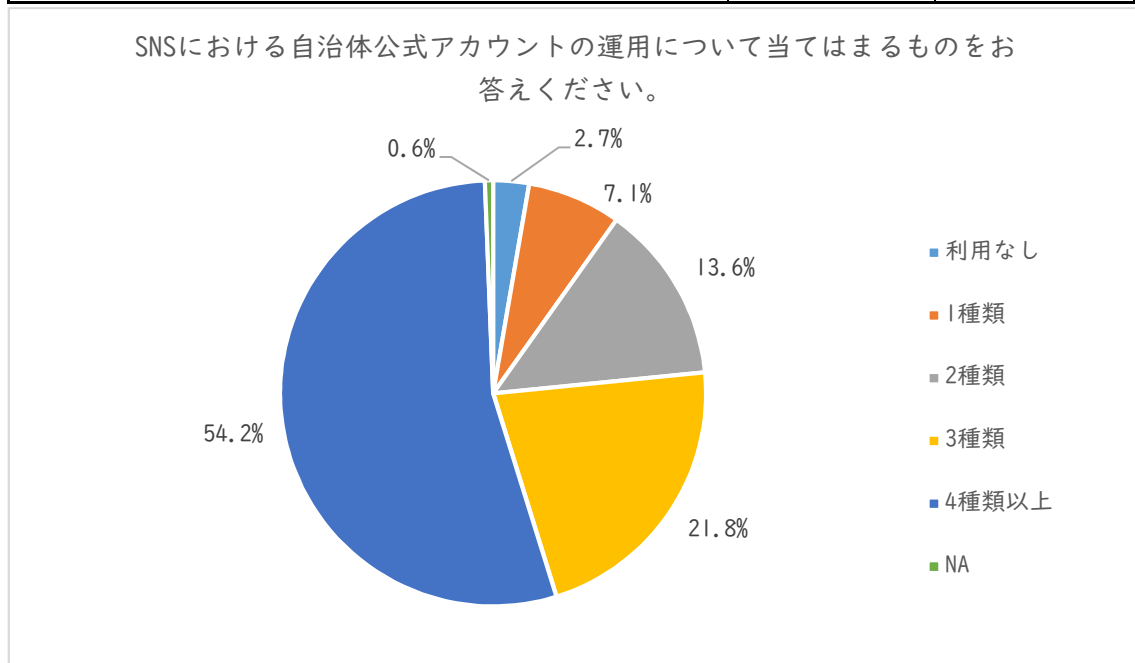
項目	N	%
はい	283	59.2%
いいえ	191	40.0%
NA	4	0.8%
合計	478	100.0%



N=478

Q14. 自治体公式アカウントのSNSの運用について当てはまるものをお答えください

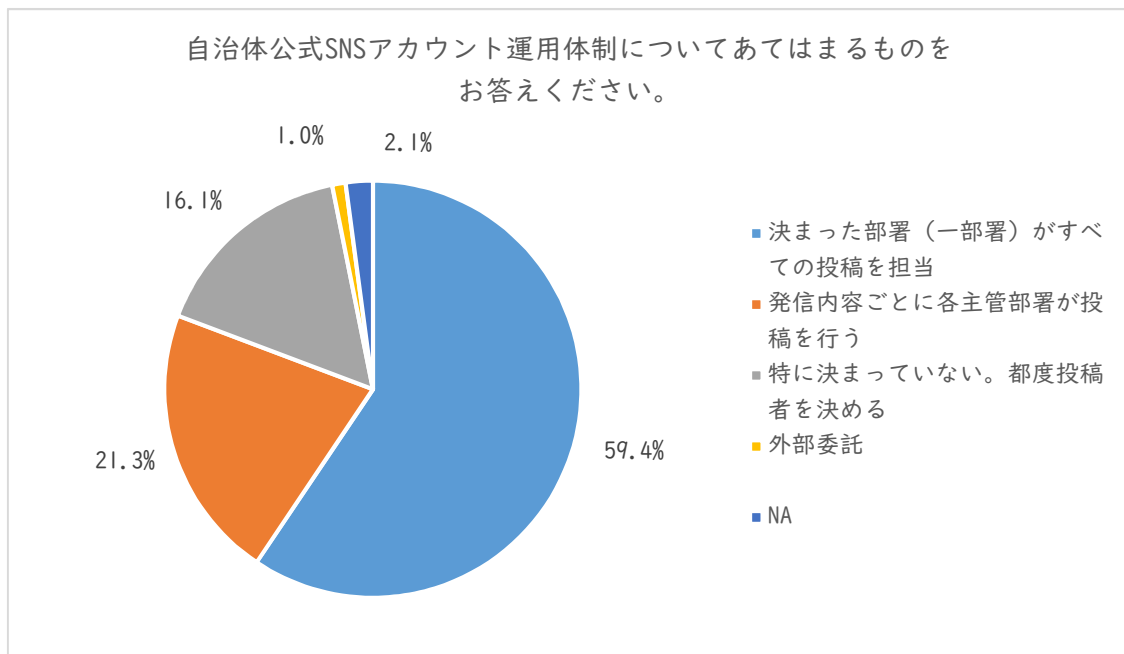
項目	N	%
利用なし	13	2.7%
1種類	34	7.1%
2種類	65	13.6%
3種類	104	21.8%
4種類以上	259	54.2%
NA	3	0.6%
合計	478	100.0%



N=478

Q15. 自治体公式 SNS アカウント運用体制についてあてはまるものをお答えください。

項目	N	%
決まった部署（一部署）がすべての投稿を担当	284	59.4%
発信内容ごとに各主管部署が投稿を行う	102	21.3%
特に決まっていない。都度投稿者を定める	77	16.1%
外部委託	5	1.0%
NA	10	2.1%
合計	478	100.0%



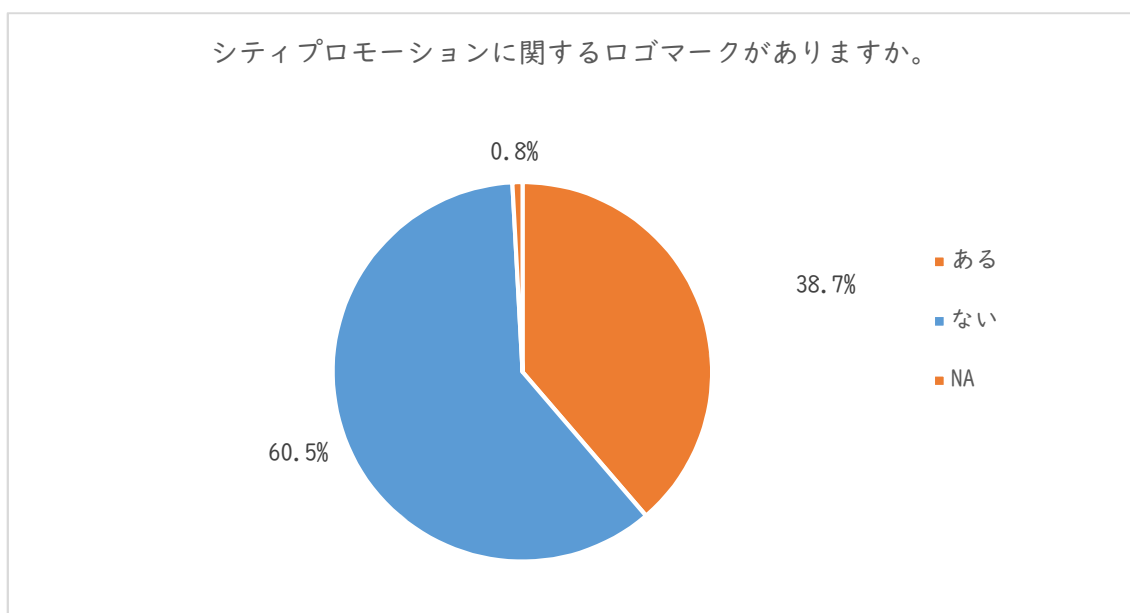
N=478

②アナログツールの整備

大設問2. アナログツールの整備についてお答えください

Q16. シティプロモーションに関するロゴマークがありますか。

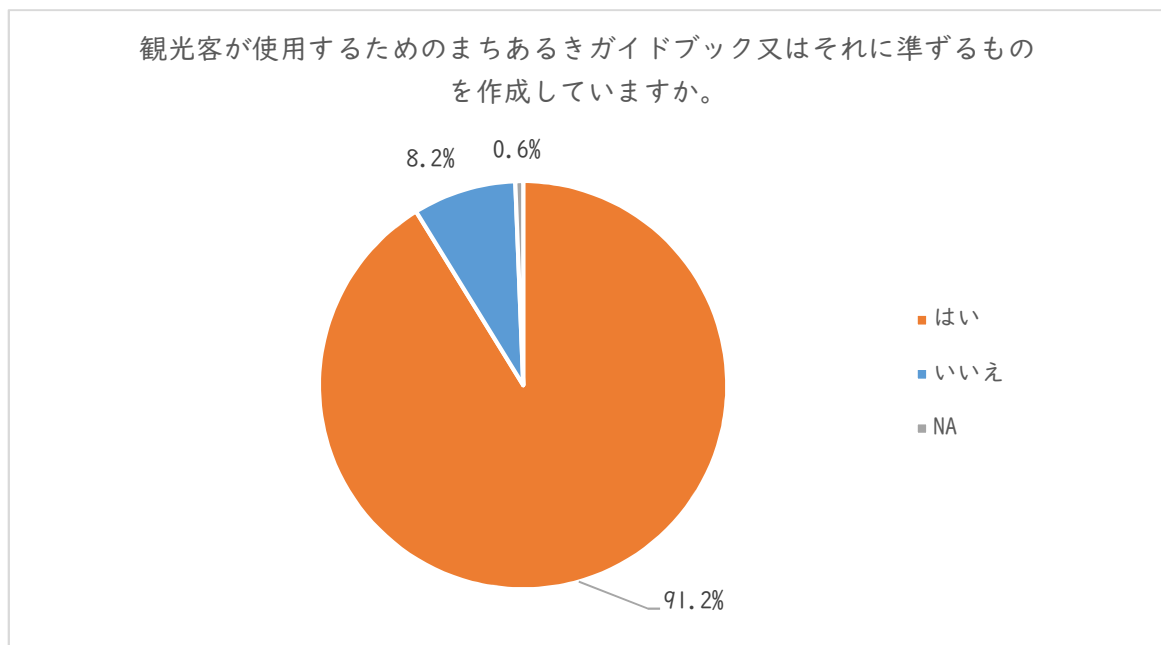
	N	%
ある	185	38.7%
ない	289	60.5%
NA	4	0.8%
合計	478	100.0%



N=478

Q17. 観光客が使用するためのまちあるきガイドブック又はそれに準ずるものを作成していますか。

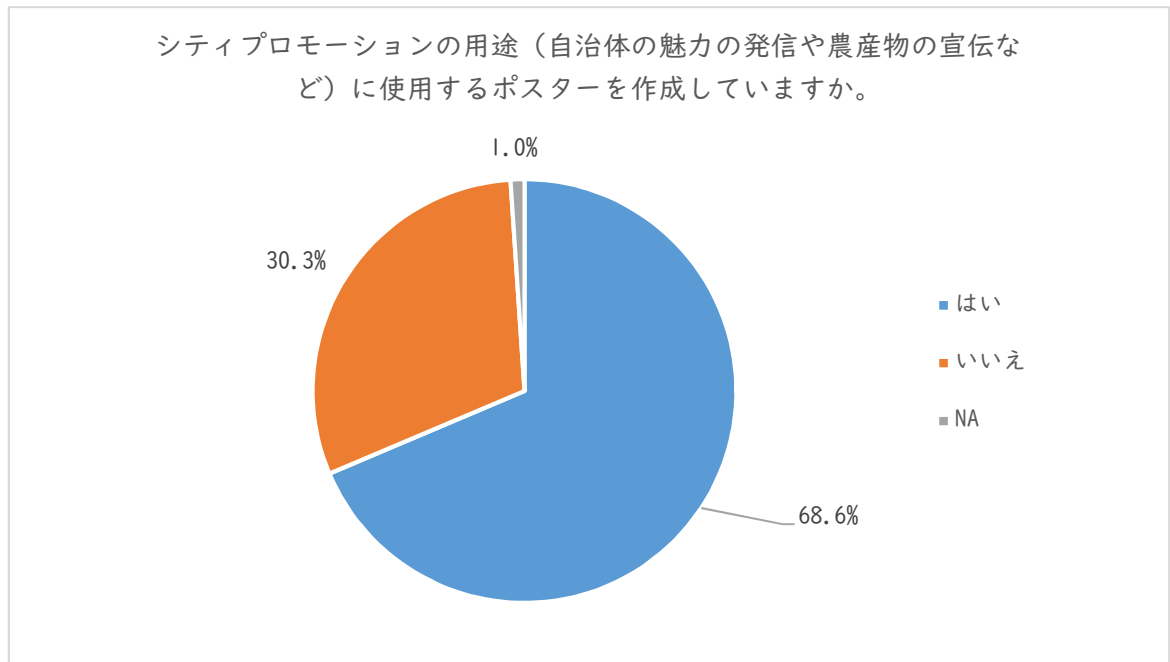
項目	N	%
はい	436	91.2%
いいえ	39	8.2%
NA	3	0.6%
合計	478	100.0%



N=478

Q18. シティプロモーションの用途（自治体の魅力の発信や農産物の宣伝など）に使用するポスターを作成していますか。

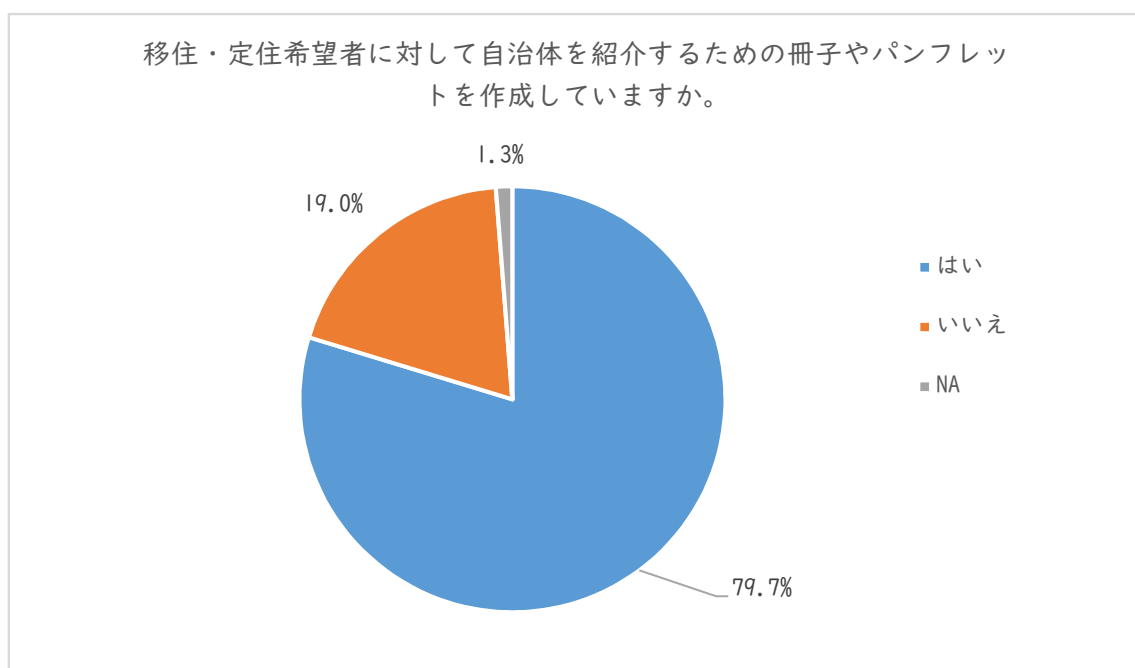
項目	N	%
はい	328	68.6%
いいえ	145	30.3%
NA	5	1.0%
合計	478	100.0%



N=478

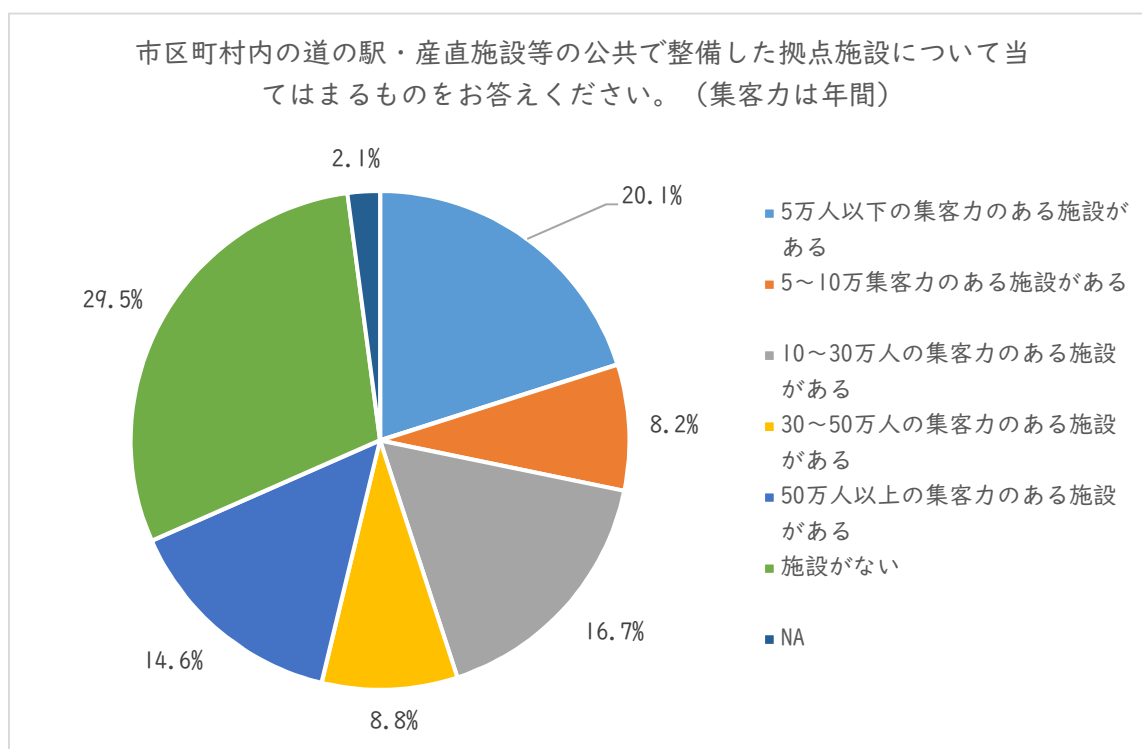
Q19. 移住・定住希望者に対して自治体を紹介するための冊子やパンフレットを作成していますか。

項目	N	%
はい	381	79.7%
いいえ	91	19.0%
NA	6	1.3%
合計	478	100.0%



Q20. 市区町村内の道の駅・産直施設等の公共で整備した拠点施設について当てはまるものをお答えください。（集客力は年間）

項目	N	%
5万人以下の集客力のある施設がある	96	20.1%
5～10万集客力のある施設がある	39	8.2%
10～30万人の集客力のある施設がある	80	16.7%
30～50万人の集客力のある施設がある	42	8.8%
50万人以上の集客力のある施設がある	70	14.6%
施設がない	141	29.5%
NA	10	2.1%
合計	478	100.0%



N=478

(エ) 各論 3：定住移住

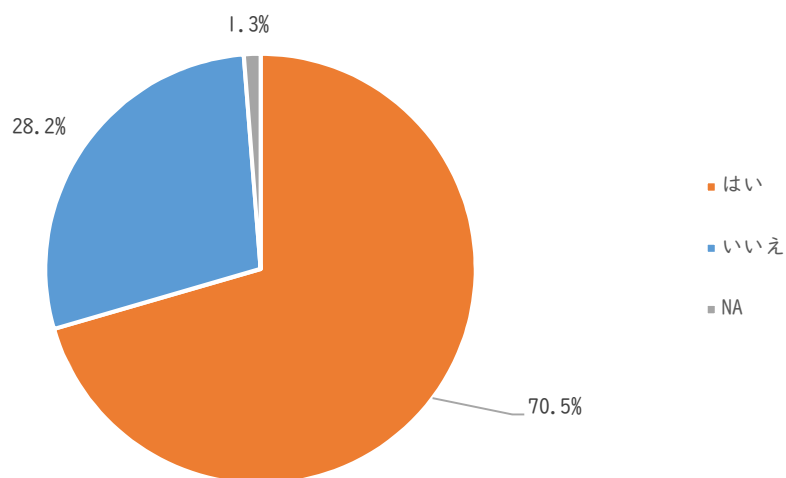
① 移住・定住に関する取り組みの状況

大設問 1. 移住・定住に関する取り組みの状況をお答えください

Q21. 過去3年間において、単独での移住相談会の実施や、複数の自治体が同時に参加する移住相談イベントへ出展をしていますか。(いずれも自治体外にて実施したもの)

項目	N	%
はい	337	70.5%
いいえ	135	28.2%
NA	6	1.3%
合計	478	100.0%

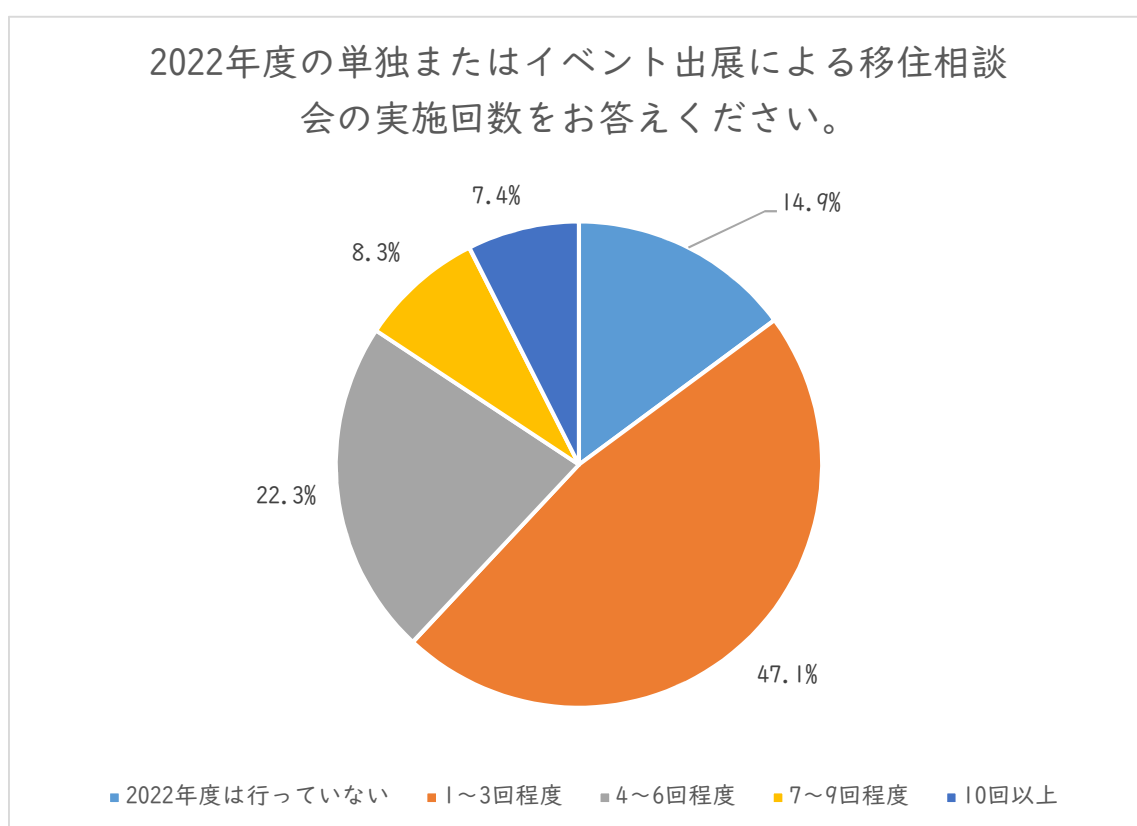
過去3年間において、単独での移住相談会の実施や、複数の自治体が同時に参加する移住相談イベントへ出展をしていますか。



N=478

Q22. 【Q21 にはいと回答した方にお伺いします】2022年度の単独またはイベント出展による移住相談会の実施回数をお答えください。

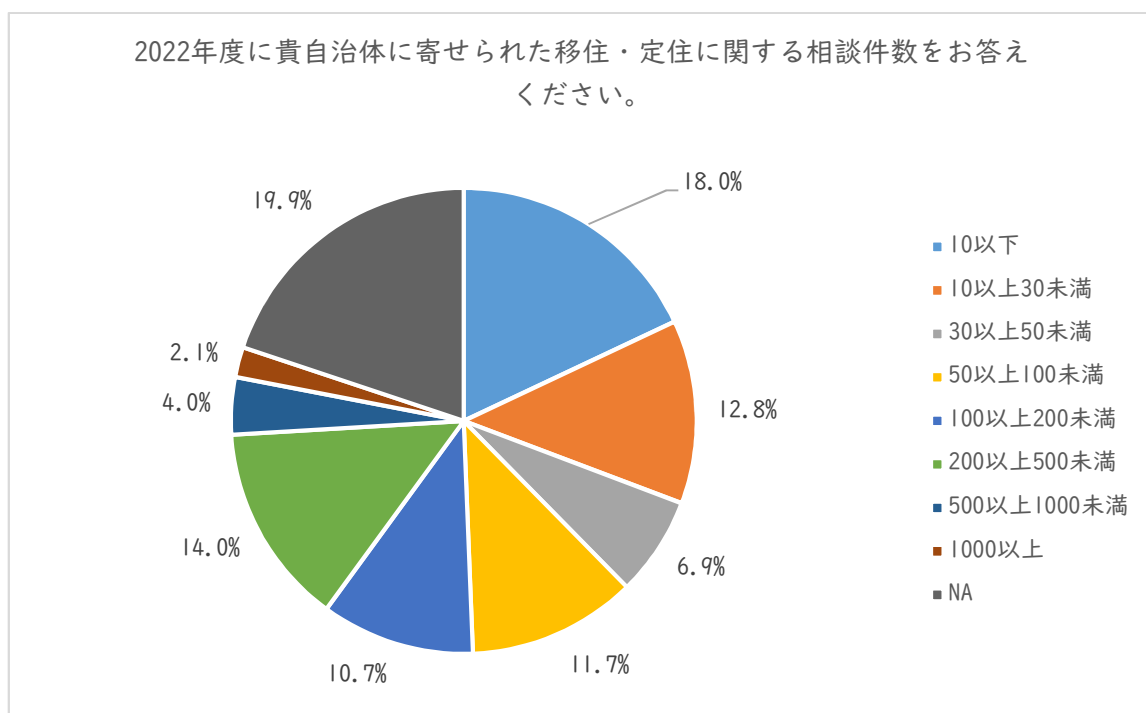
項目	N	%
2022年度は行っていない	54	14.9%
1～3回程度	171	47.1%
4～6回程度	81	22.3%
7～9回程度	30	8.3%
10回以上	27	7.4%
合計	363	100.0%



N=363

Q23. 2022年度に貴自治体に寄せられた移住・定住に関する相談件数をお答えください。（移住・定住相談窓口へ直接相談されたもの及び移住相談会等のイベントで相談された件数の合算）

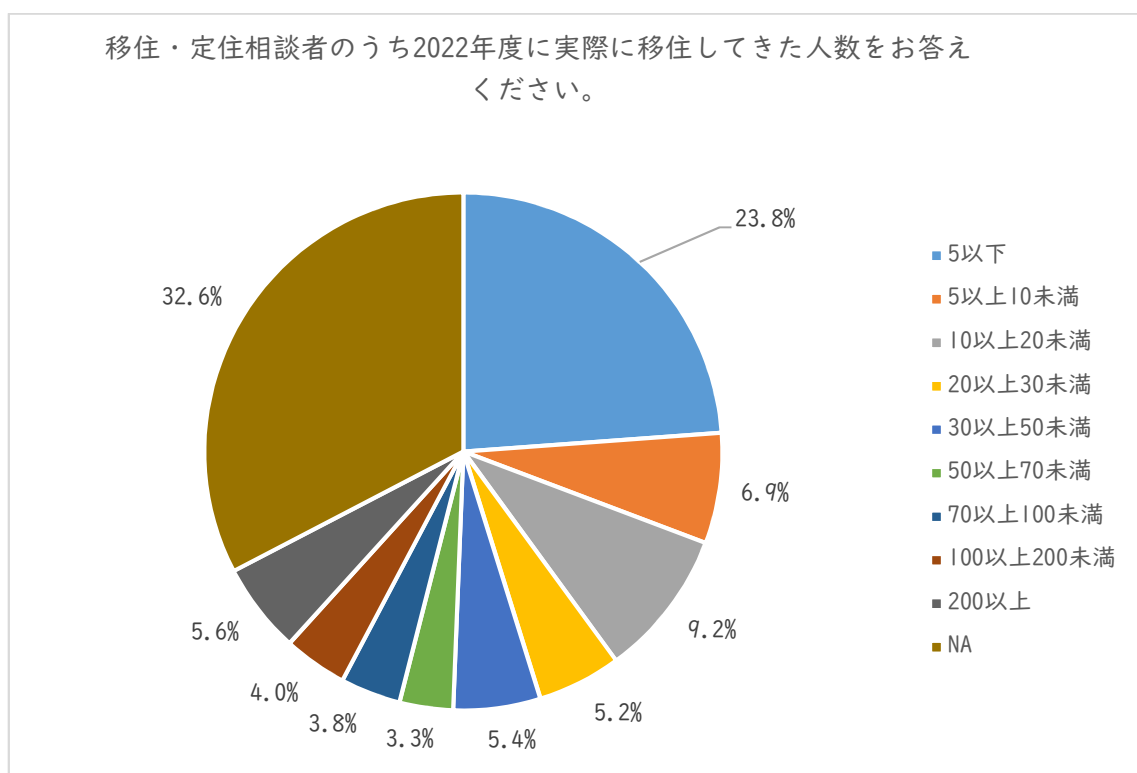
項目	N	%
10以下	86	18.0%
10以上30未満	61	12.8%
30以上50未満	33	6.9%
50以上100未満	56	11.7%
100以上200未満	51	10.7%
200以上500未満	67	14.0%
500以上1000未満	19	4.0%
1000以上	10	2.1%
合計	383	80.1%



N=478

Q24. 移住・定住相談者のうち 2022 年度に実際に移住してきた人数をお答えください。

項目	N	%
5 以下	114	23.8%
5 以上 10 未満	33	6.9%
10 以上 20 未満	44	9.2%
20 以上 30 未満	25	5.2%
30 以上 50 未満	26	5.4%
50 以上 70 未満	16	3.3%
70 以上 100 未満	18	3.8%
100 以上 200 未満	19	4.0%
200 以上	27	5.6%
NA	156	32.6%
合計	478	100.0%



N=478

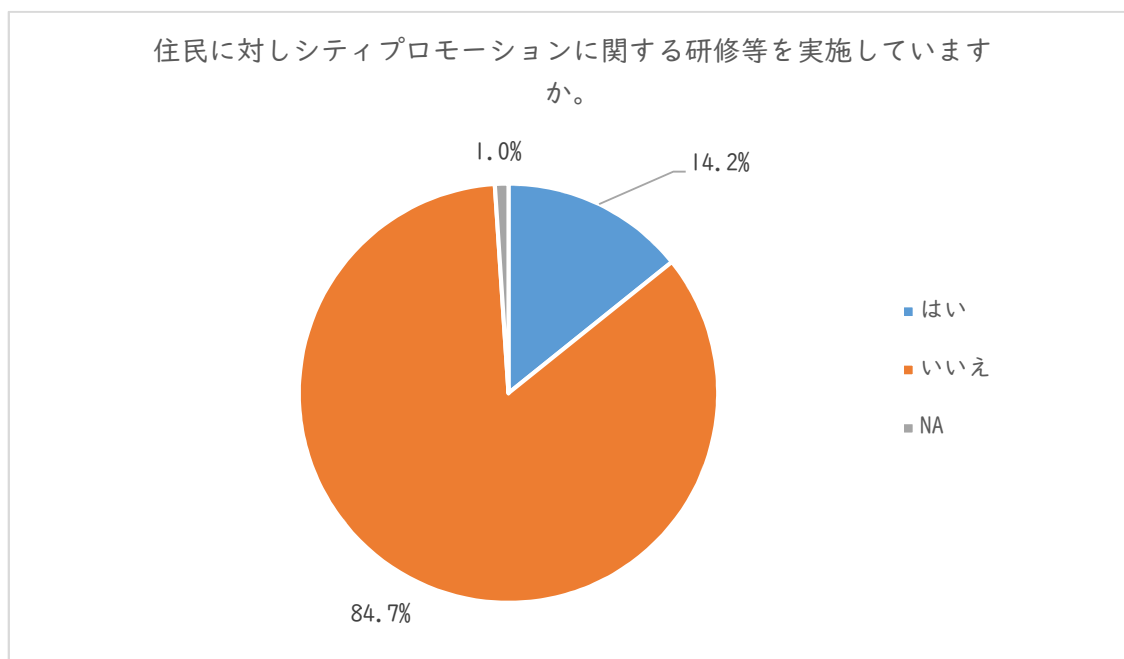
(エ) 各論4：シティプロモーションの理解を深める活動

① 住民に対するシティプロモーションの理解を深める活動の状況

大設問1. 住民に対するシティプロモーションの理解を深める活動の状況をお答えください

Q25. 住民に対しシティプロモーションに関する研修等を実施していますか。(住民を巻き込んだワークショップ、市民記者育成、PR サポーター育成等)

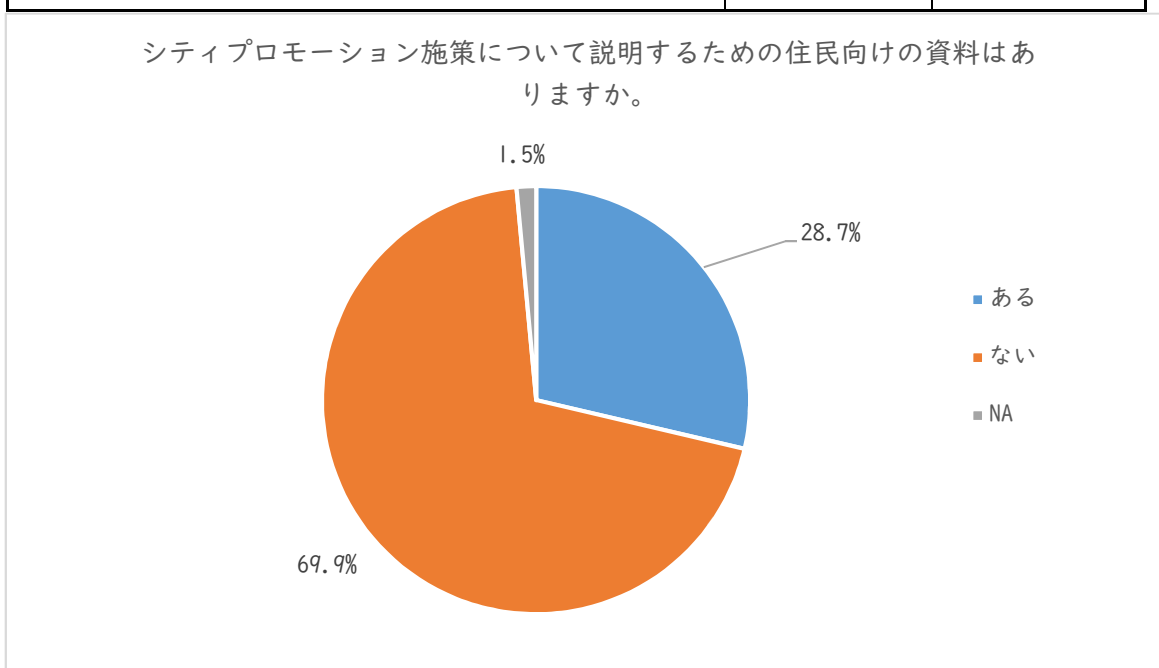
項目	N	%
はい	68	14.2%
いいえ	405	84.7%
NA	5	1.0%
合計	478	100.0%



N=478

Q26. シティプロモーション施策について説明するための住民向けの資料はありますか。※シティプロモーション施策が明記された総合戦略や総合計画を説明する冊子や、貴自治体が行っているシティプロモーション施策の一覧など

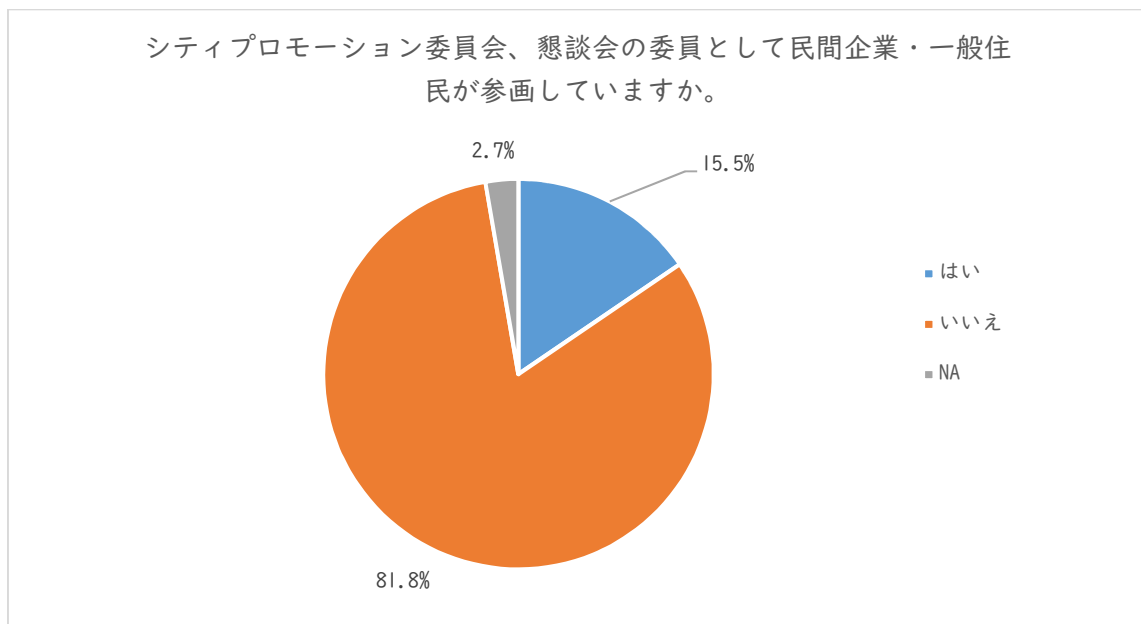
項目	N	%
ある	137	28.7%
ない	334	69.9%
NA	7	1.5%
合計	478	100.0%



N=478

Q27. シティプロモーション委員会、懇談会の委員として民間企業・一般住民が参画していますか。

項目	N	%
はい	74	15.5%
いいえ	391	81.8%
NA	13	2.7%
合計	478	100.0%



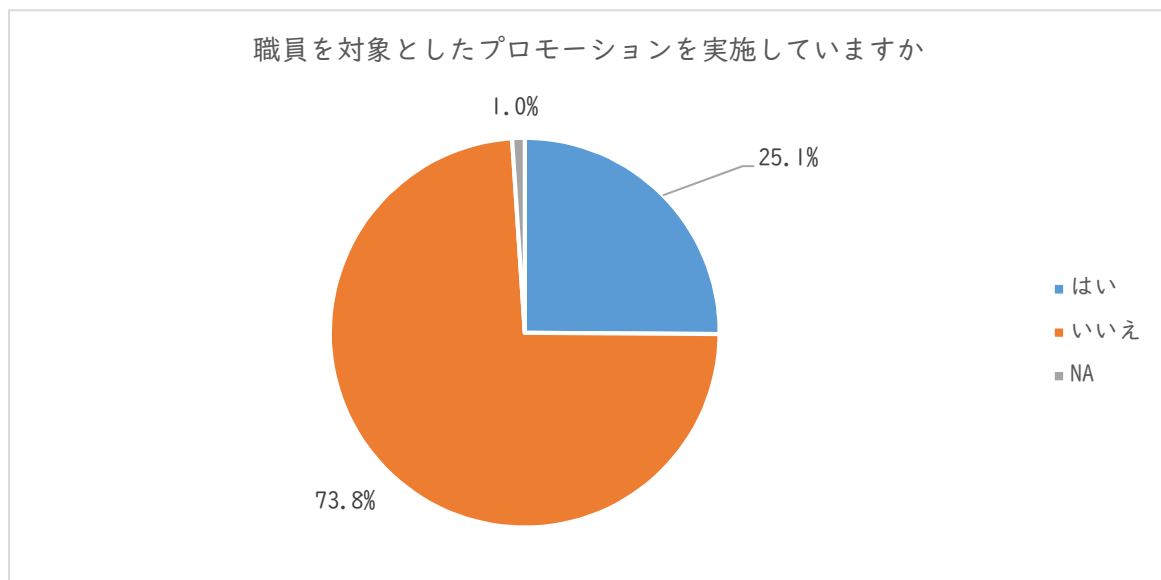
N=478

② 職員・他自治体に対しシティプロモーションの理解を深める活動の状況

大設問2. 職員に対するシティプロモーションの理解を深める活動の状況
をお答えください

Q28. 職員を対象としたプロモーションを実施していますか

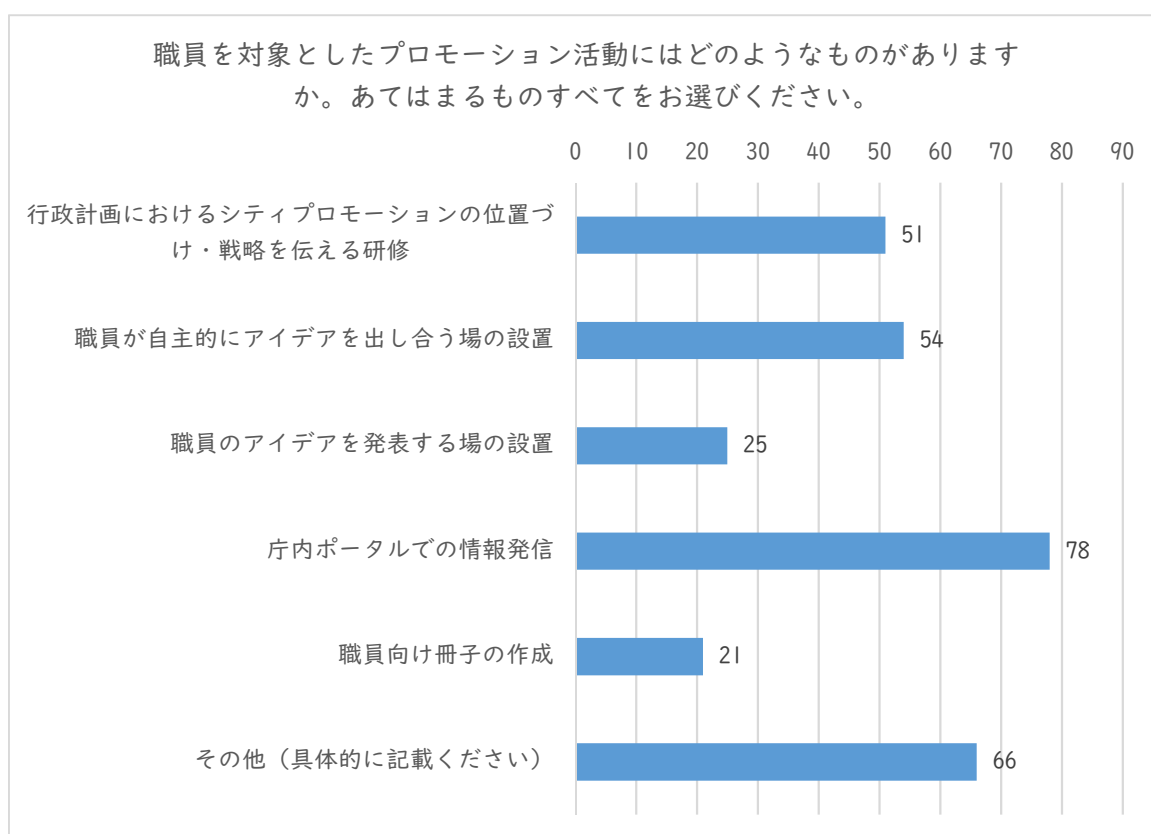
項目	N	%
はい	120	25.1%
いいえ	353	73.8%
NA	5	1.0%
合計	478	100.0%



N=478

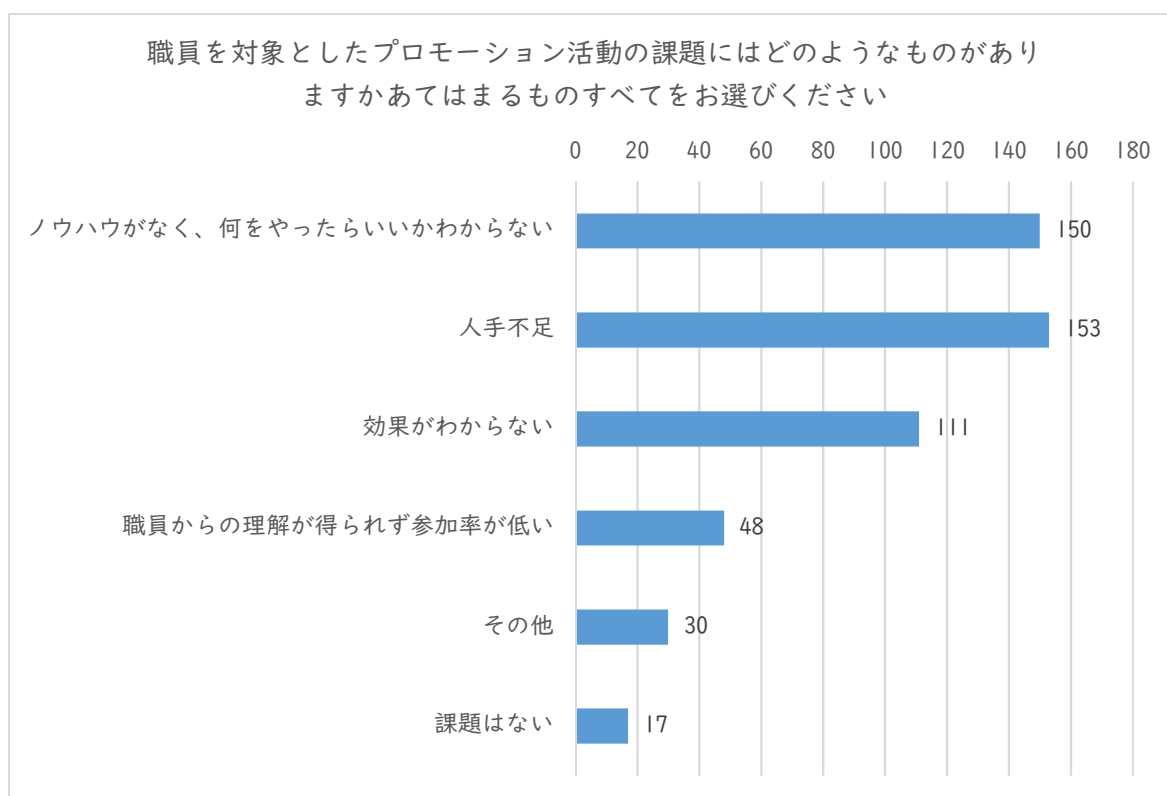
Q29. 職員を対象としたプロモーション活動にはどのようなものがありますか。あてはまるものすべてをお選びください。

項目	N	%
行政計画におけるシティプロモーションの位置づけ・戦略を伝える研修	51	10.7%
職員が自主的にアイデアを出し合う場の設置	54	11.3%
職員のアイデアを発表する場の設置	25	5.2%
庁内ポータルでの情報発信	78	16.3%
職員向け冊子の作成	21	4.4%
その他（具体的に記載ください）	66	13.8%



**Q30. 職員を対象としたプロモーション活動の課題にはどのようなものがありますか
あてはまるものすべてをお選びください**

項目	N	%
ノウハウがなく、何をやっていいかわからない	150	31.4%
人手不足	153	32.0%
効果がわからない	111	23.2%
職員からの理解が得られず参加率が低い	48	10.0%
その他	30	6.3%
課題はない	17	3.6%



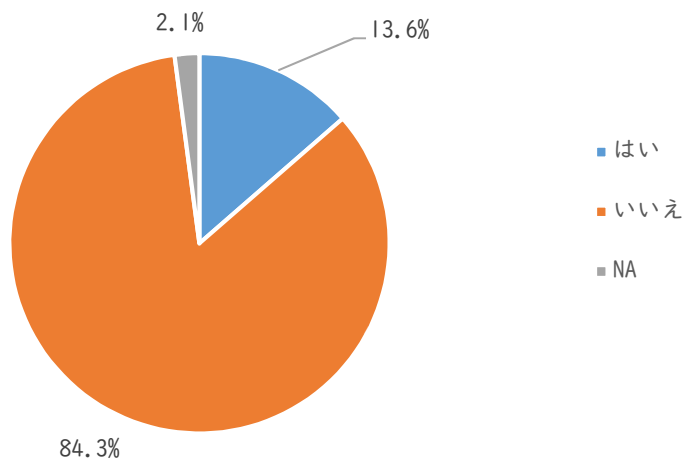
③ 事業者を巻き込んだシティプロモーション、施策の実施、公民連携の状況

大設問 3. 企業を巻き込んだシティプロモーション施策の実施、公民連携の状況をお答えください

Q31. 地域の企業との協働・共創を通じたシティプロモーションを実施するため、公民連携の定義・目的を明文化した条例や要綱、指針等がありますか。

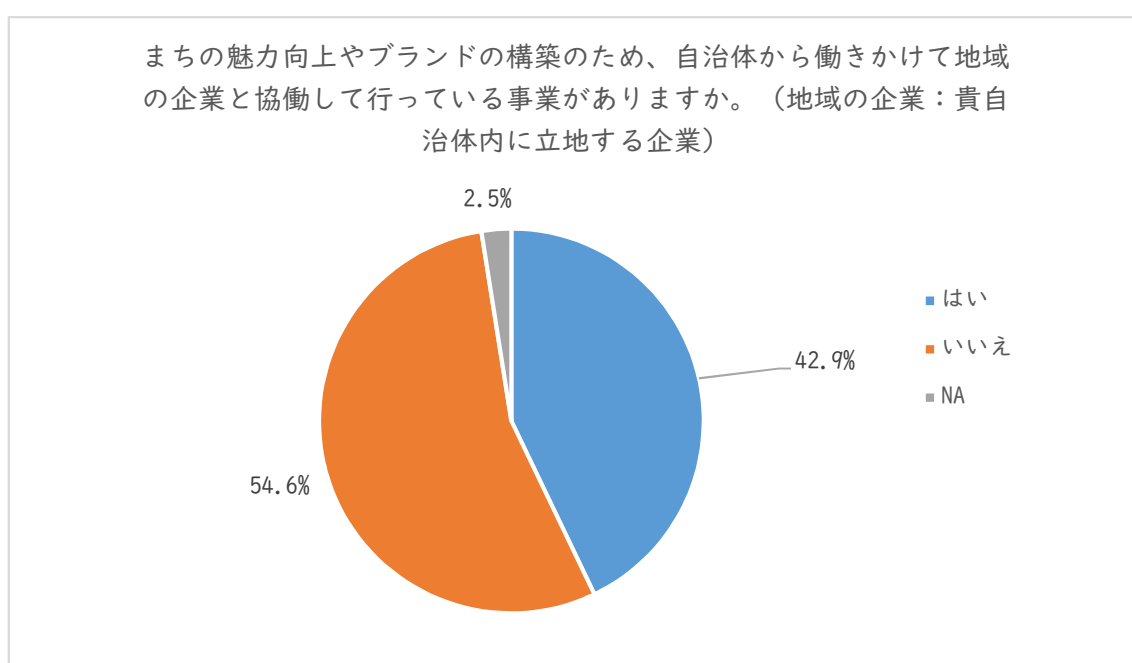
項目	N	%
はい	65	13.6%
いいえ	403	84.3%
NA	10	2.1%
合計	478	100.0%

地域の企業との協働・共創を通じたシティプロモーションを実施するため、公民連携の定義・目的を明文化した条例や要綱、指針等がありますか。



Q32. まちの魅力向上やブランドの構築のため、自治体から働きかけて地域の企業と協働して行っている事業がありますか。（地域の企業：貴自治体内に立地する企業）

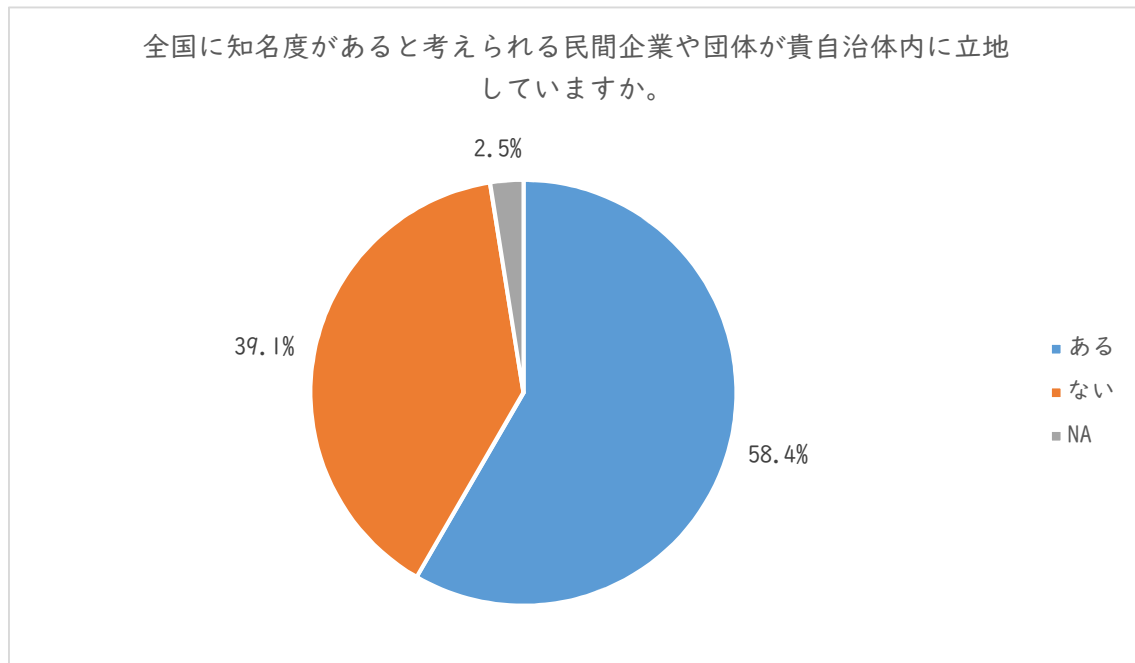
項目	N	%
はい	205	42.9%
いいえ	261	54.6%
NA	12	2.5%
合計	478	100.0%



N=478

Q33. 全国に知名度があると考えられる民間企業や団体が貴自治体内に立地していますか。

項目	N	%
ある	279	58.4%
ない	187	39.1%
NA	12	2.5%
合計	478	100.0%



N=478

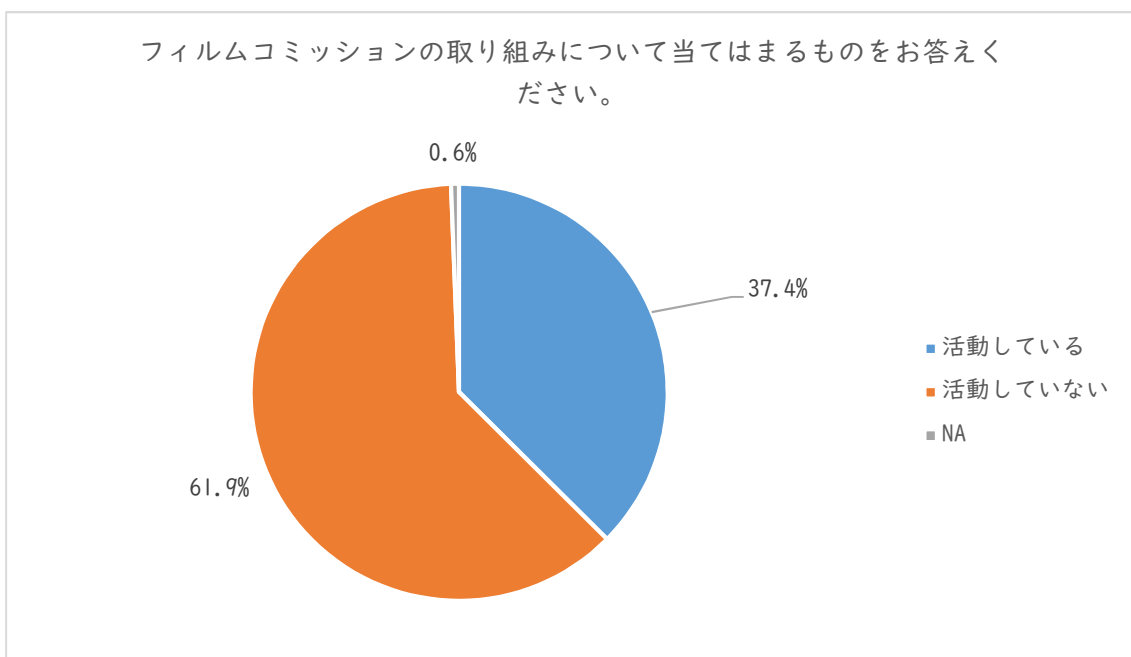
(オ) 各論 5：その他シティプロモーションに関する取り組み

① その他シティプロモーションに関する取り組みの状況

大設問 1. シティプロモーションに関する活動の状況をお答えください

Q34. フィルムコミッションの取り組みについて当てはまるものをお答えください。

項目	N	%
活動している	179	37.4%
活動していない	296	61.9%
NA	3	0.6%
合計	478	100.0%



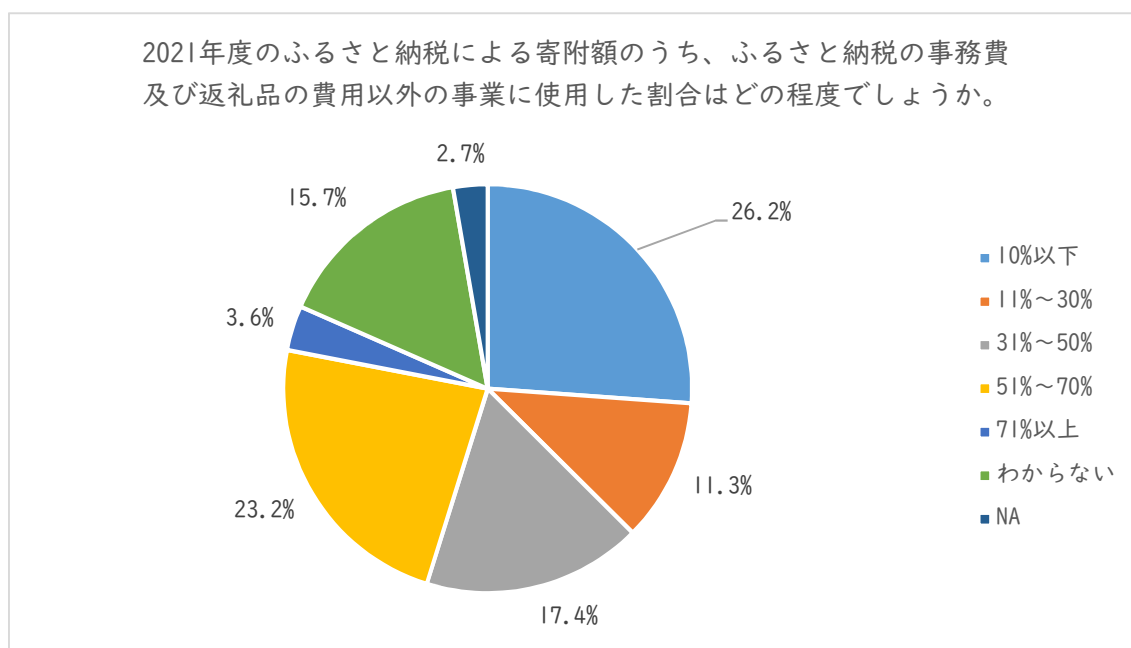
N=478

② ふるさと納税に関する取り組みの状況

大設問2. ふるさと納税に関することについてお答えください

Q35. 2021年度のふるさと納税による寄附額のうち、ふるさと納税の事務費及び返礼品の費用以外の事業に使用した割合はどの程度でしょうか。

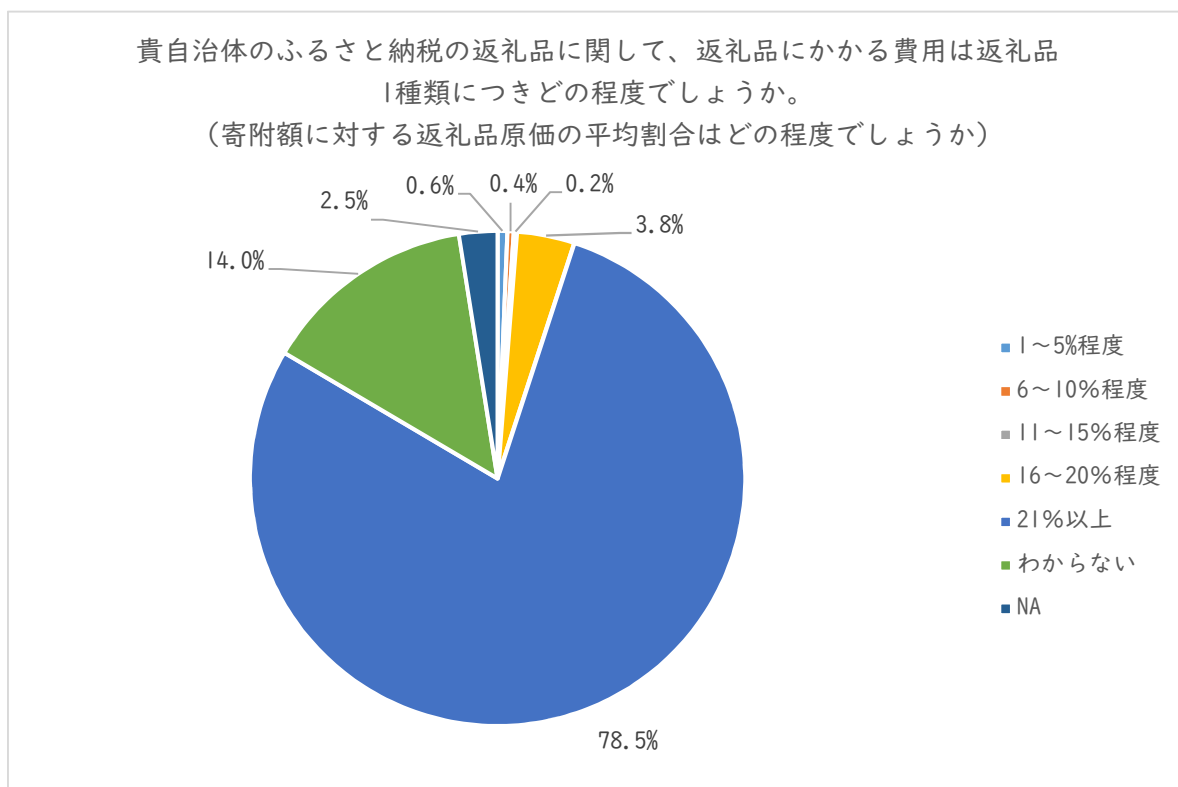
項目	N	%
10%以下	125	26.2%
11%～30%	54	11.3%
31%～50%	83	17.4%
51%～70%	111	23.2%
71%以上	17	3.6%
わからない	75	15.7%
NA	13	2.7%
合計	478	100.0%



N=478

Q36. 貴自治体のふるさと納税の返礼品に関して、返礼品にかかる費用は返礼品1種類につきどの程度でしょうか。（寄附額に対する返礼品原価の平均割合はどの程度でしょうか）

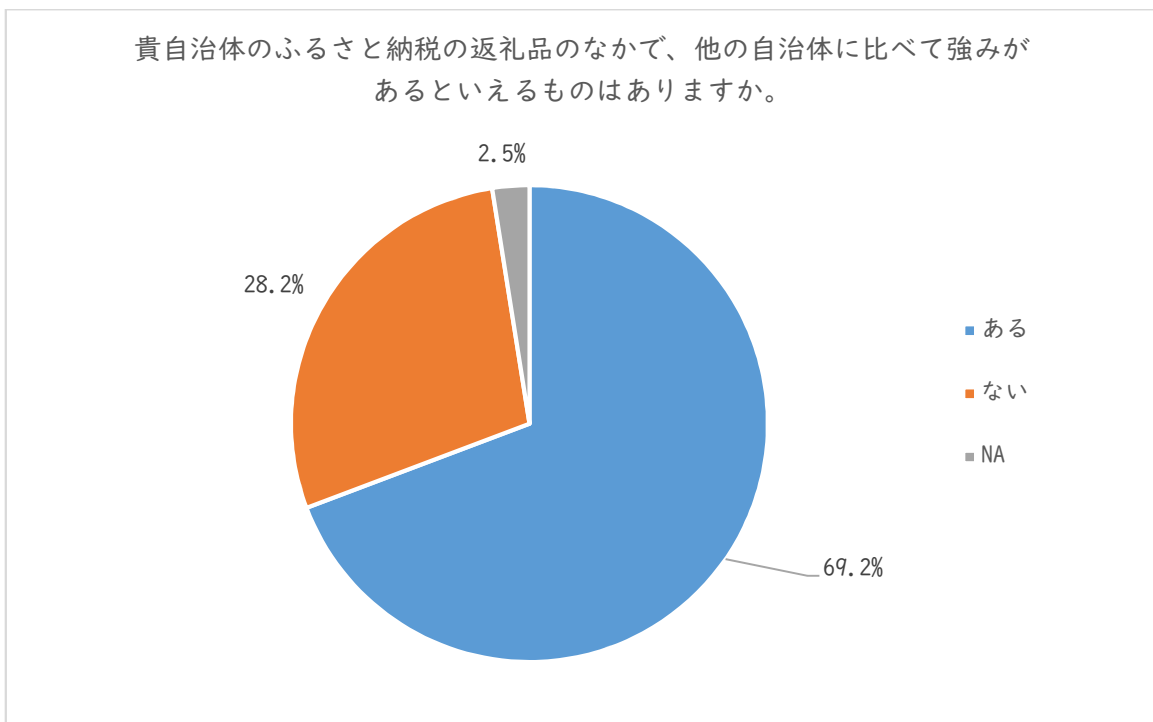
項目	N	%
1～5%程度	3	0.6%
6～10%程度	2	0.4%
11～15%程度	1	0.2%
16～20%程度	18	3.8%
21%以上	375	78.5%
わからない	67	14.0%
NA	12	2.5%
合計	478	100.0%



N=478

Q37. 貴自治体のふるさと納税の返礼品のなかで、他の自治体に比べて強みがあるといえるものはありますか。

項目	N	%
ある	331	69.2%
ない	135	28.2%
NA	12	2.5%
合計	478	100.0%



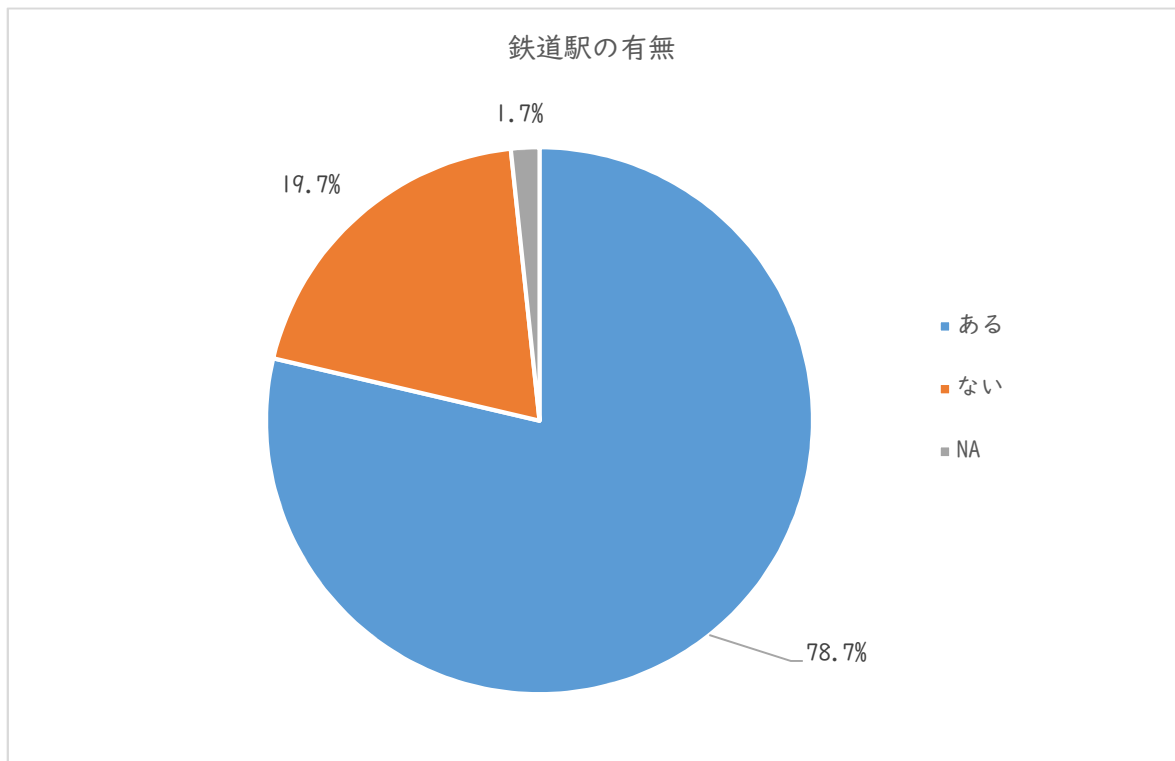
N=478

① 交通インフラ状況

大設問3. 貴自治体の交通インフラの状況についてお答えください

Q38. 鉄道駅の有無

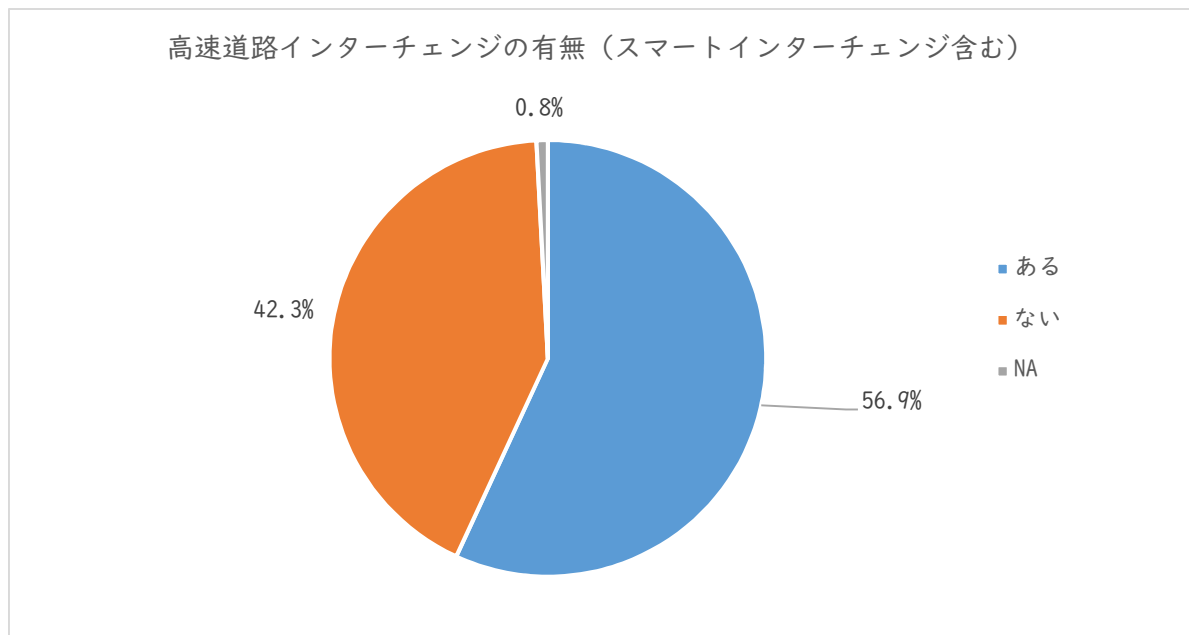
項目	N	%
ある	376	78.7%
ない	94	19.7%
NA	8	1.7%
合計	478	100.0%



N=478

Q39. 高速道路インターチェンジの有無（スマートインターチェンジ含む）

項目	N	%
ある	272	56.9%
ない	202	42.3%
NA	4	0.8%
合計	478	100.0%

**N=478**

発行 シティプロモーション自治体等連絡協議会
2024年6月6日

【運営事務局】

シティプロモーション自治体等連絡協議会事務局
(株式会社船井総合研究所 地方創生支援部内)

【お問い合わせ】

〒104-0028

東京都中央区八重洲二丁目 2 番 1 号

東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー 35 階

TEL : 03-4356-0271 (直通)

E-mail : info@city-promotion2013.jp

HP : <https://www.citypromotion.jp/>