議題2　シティプロモーションについて（尾張旭市提出）

資料1－2

市名	回答 （1） 計画策定状況について	回答 （1） 【「計画策定済み」の場合】 改訂予定の有無	回答 （2）推進体制や組織構成等について	回答 （3）最も重視する視点について
名古屋市	計画策定済み	未定	全庁及び産学官民の連携による推進体制	「都市ブランドの確立」及び「市民による魅力発信」
豊　橋　市	計画策定済み	○	・豊橋市シティプロモーション戦略本部（庁内・部局長以上） ・ええじゃないか豊橋推進協議会（産官学）	・本市を知ってもらい、評価・選択してもらうこと （認知度、イメージ、愛着度、自慢度の向上） ⇒（交流・関係・定住人口の増加） ⇒(住民・関係者の参画意欲の向上)
岡　崎　市	計画策定済み	検討中	広報課シティプロモーション推進係が業務を担当しており、正規職員５名、非常勤職員１名体制でシティプロモーション推進業務とふるさと納税業務を執り行っている。 シティプロモーション推進業務は包括して民間事業者と委託契約。 随時、関係課長によるシティプロモーション推進庁内会議を開催し、重要事項を決定。	どうしたら関係人口が定住人口に成り得るのか、課題となっている。
一　宮　市	計画策定なし		―	対象DEWKs（30代、マイホーム購入予定、未就学児を育てている共働き夫婦）の転入、定住の促進
瀬　戸　市	計画策定済み	検討中	平成30年度から市長直轄組織としてシティプロモーション課が所管している。	本市の魅力を再認識したうえで、市民のまちに対する誇りと愛着の醸成に努めること。
半　田　市	計画策定済み	○	企画課が事務局として、全庁的に取組を推進している。 市民、団体、企業等で構成される「ふるさと半田応援団」を組織し、各種取り組みへの参加・助力を得ている。	すぐに効果があらわれるものでないため、長期的な視点で取り組むこととしてる。 また、“オール半田”で取り組むための組織体制が重要だと考えている。
春日井市	計画策定済み	未定	企画政策部企画政策課シティプロモーション推進室	本市への移住及び定住促進
豊　川　市	計画策定済み	○	各部門から選出された若手職員を中心としたWGで、市内外のシティプロモーション活動について検討・実施している。	交流人口のみでなく、定住人口の増加
津　島　市	計画策定済み	○	全職員がシティプロモーションの「あり方」を認識・共有した上で、市民・市民活動団体・企業・学校等と一体となった体制で取組を展開する。	多くの人に関わってもらう、訪れてもらう、住んでもらうことで持続可能な地域を築くこと。
碧　南　市	計画策定なし		経営企画課広報戦略係が担当	単発的なイベント等ではなく、後に何かが残るものである点を重視している。

議題2　シティプロモーションについて（尾張旭市提出）

資料1－2

市名	回答 （1） 計画策定状況について	回答 （1） 【「計画策定済み」の場合】 改訂予定の有無	回答 （2）推進体制や組織構成等について	回答 （3）最も重視する視点について
刈　谷　市	計画策定なし		刈谷の魅力発信事業として企画政策課、広報広聴課、財務課、文化観光課の４課が推進している。	刈谷市まち・ひと・しごと創生総合戦略にて掲げた「若い世代が生涯の居住地として選択し、将来に明るい希望を抱くことができるまち」を目指すことを重視している。
豊　田　市	計画策定なし		8次総合計画に基づき、移住・定住や観光、スポーツイベントなどの各分野において、市政発信課を中心に関係課と連携して情報発信を行っている。	交流人口増加のための豊田らしさを生かした魅力の効果的な発信
安　城　市	計画策定なし		企画政策課が主体となりシティプロモーションを実施している。	これまで実施してきた七夕まつり等の本市の有する地域資源の情報発信やふるさと納税制度の活用などと合わせ、地域で連携した情報発信を推進していきたいと考えている。
西　尾　市	計画策定なし			
蒲　郡　市	計画策定中		シティセールス推進室	今年度計画策定中
犬　山　市	計画策定なし		特に決まっていない。テーマ・取組によって異なる。 （過去には、部局横断するものを企画広報課がまとめたこともあるし、子育てをテーマに子育て担当課がまとめたこともある。）	ターゲットの設定と、そのターゲットに向けたプロモーション手法の検討。
常　滑　市	計画策定済み	検討中	若手職員プロジェクトチームを設置している	主に子どもから若者世代をターゲットとする視点
江　南　市	計画策定なし		庁内でシティプロモーション調査研究会を組織し、意見や新たなアイディアなどを吸い上げている。	江南市の知名度を向上させ、移住・定住を促進し地域の活性化を図ること。
小　牧　市	計画策定済み	○	ｼﾃｨﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ課 (観光)3名 (地域ﾌﾞﾗﾝﾄﾞ)3名	ｼﾋﾞｯｸﾌﾟﾗｲﾄﾞの醸成
稲　沢　市	計画策定済み	未定	企画政策課	本市戦略におけるシティプロモーションは、「訴求力のある稲沢市の魅力を市外の人に向けて発信していくこと」と定義しており、シティプロモーション特設WEBサイトの拡充に努めるなど、主にPR施策を中心として戦略を展開する。
新　城　市	計画策定なし		検討中	人の交流の促進と、人口の「数」という視点に並ぶ「人のつながり」を捉えたまちづくりを進める。

議題2　シティプロモーションについて（尾張旭市提出）

資料1－2

市名	回答 （1） 計画策定状況について	回答 （1） 【「計画策定済み」の場合】 改訂予定の有無	回答 （2）推進体制や組織構成等について	回答 （3）最も重視する視点について
東　海　市	計画策定なし		ない。	定住人口の増加
大　府　市	計画策定なし		企画政策部広報広聴課で市公式マスコットキャラクター及び広報大使に係るシティプロモーション事業を予算化（ただし、事務分掌による規程なし）	市に対する愛着度と認知度
知　多　市	計画策定済み	×	各課原則１名が「広報主管者」として、報道提供をはじめとした広報活動の責任者となっている。広報主管者を中心として、全職員でシティプロモーションを推進している。	市民の郷土愛の醸成
知　立　市	計画策定なし		●移住・定住に繋がるシティプロモーション（企画政策課政策係） ●知立市マスコットキャラクター「ちりゅっぴ」を通じたシティプロモーション（経済課商工観光係）	市単独ではなく、市民協働によるシティプロモーションを重視している。PR動画やPRドラマ制作時には市民協働の要素を入れ込んでおり、PR媒体を制作する中でシビックプライドの醸成を図り、知立市民一人ひとりが自ら知立市をPRする発信側になることを期待している。
尾張旭市	計画策定なし		シティプロモーションの部署は設けておらず、企画課が担当している。広報やホームページ等は情報課となり、全庁的なシティプロモーションを行うための推進体制を模索中である。	市民定住志向向上の観点からシビックプライドの醸成を重視している。
高　浜　市	計画策定なし		総合政策グループ（企画・広報・ふるさと納税）の担当部署と観光協会が連携して実施している。	シビックプライドの醸成
岩　倉　市	計画策定済み	×	商工農政課を中心として市外向けの発信に力を入れてきたが、今後は全庁的な取組として各課でできることを実施していく。	市民の愛着と誇りの醸成
豊　明　市	計画策定なし		地方創生に係るシティプロモーションについては、企画政策課で取組を取りまとめており、取組自体はそれぞれの事業課で実施している。	シビックプライドの醸成及び移住・定住者の増加を目指したもの
日　進　市	計画策定中		検討中	日進市民が、日進の良さを発信したいと思ってもらえるために、まずは職員がコンセプトやスローガンを共通のイメージとして持ち、各セクションの施策に反映していけること。
田　原　市	計画策定済み	×	企画課を事務局に全庁的な「田原市シティセールス推進会議」を設置。さらに、テーマごとに、官民連携によるプロジェクトチームを設け事業を推進している。	「渥美半島＝田原市！」、渥美半島という名称は、ある程度のメジャー性があるものの、「田原市」という名称はまだまだマイナーである。そのため、様々な切り口により渥美半島田原市をＰＲし定着させる。

議題2　シティプロモーションについて（尾張旭市提出）

資料1－2

市名	回答 （1） 計画策定状況について	回答 （1） 【「計画策定済み」の場合】 改訂予定の有無	回答 （2）推進体制や組織構成等について	回答 （3）最も重視する視点について
愛　西　市	計画策定なし		特別な体制はとっていない。	市の知名度が非常に低いため、まずは知名度を上げていく。
清　須　市	計画策定なし		―	―
北名古屋市	計画策定なし		シティプロモーションに特化した推進体制や組織は特にありません。	地域の魅力再発見
弥　富　市	計画策定なし		現時点では担当部署が決まっていないため、検討中	現時点では担当部署が決まっていないため、検討中
みよし市	計画策定なし		政策推進部企画政策課で実施	定住促進、シビックプライドの醸成
あ　ま　市	計画策定なし		企画政策課広報広聴係が兼務している。	まず市民に本市の良さを知っていただき、それを内外に発信してもらうことを重要視している。
長久手市	計画策定なし		計画ではないが、シビックプライドの醸成のために２０１７年度～２０１９年度の３カ年で地域ブランディング事業を実施。２０２０年度以降は、本市観光協会を中心にまずは市民に対し、本事業の周知を行っていく。	本市としては、観光をメインとしたシティプロモーションを実施している。具体的には、「暮らすまちから　楽しむまちへ」をキーワードに、日頃の生活に楽しみを見いだせるよう、事業の周知を図りシビックプライドの醸成を図っていく。