

- 岸和田市では、岸和田市シティセールス方針に基づいて最終目標を子育て世代の定住人口の増加とし、当面の目標として岸和田市の都市イメージの向上をめざしています。



- シティセールス（シティプロモーション）は、関係人口・交流人口の獲得や企業誘致など、多様な考え方が存在しています。岸和田市のように、人口増加を目的としたシティセールス（シティプロモーション）について、どのようにお考えになりますか。
- また、人口増加を実現するにあたり、まずは都市イメージの向上を目標とするという方法についてどのようにお考えになりますか。その際に成果指標として、岸和田市民の「住みやすさ」の意識、大阪府内（市外在住者）の持つ岸和田市への移住意欲度・好感度を用いることについてどのようにお考えになりますか。

- 岸和田市シティセールス方針では、特に大阪府内（市外在住者）の持つ岸和田市への好感度の数値を30%にすることを目標にしています。令和5年度の調査によると、現状では19%程度の数値となっています。目標を達成するためには、11%の方が新たに岸和田市に好感を持つ必要があります。仮に大阪府の人口を880万人として計算すると、 $8,800,000 \text{人} \times 0.11 = 968,000 \text{人}$ の方に好感を持ってもらう必要があります。これだけ多くの方の好感を得るためには、低コストで多くの方にリーチできるような手法が必要です。例えば、SNS広告や動画広告等を活用すれば比較的安価で、ターゲット設定も可能であるため多くの方にリーチすることには適していると考えています。ただし、このような方法では、心から岸和田市に好感を持っていただくことが難しいのではないかと懸念があります。



- SNS広告や動画広告等を活用することについてのご意見や、低コストでエリア内の多くの方にリーチできる方法などについて、アドバイスいただけると幸いです。

- 岸和田市シティセールス方針では、本市に興味を持ちSNS等をフォローしてくれているような人「岸和田のファン」をとおして岸和田市の魅力が拡散されていくことをめざしています。しかしながら、「岸和田のファン」の定義が曖昧であること。また、具体的にどのような情報をどのように発信してもらうのか。さらに、どのようにして「岸和田のファン」が発信した情報を把握するのが全て不明確であり、現実的な運用に落とし込むことに苦慮しています。現状、本市の取り組みの中で「岸和田のファン」から情報発信をしてもらう仕組みとして、フォトコンテストや動画コンテストが存在します。（コンテストに参加するためには、各自のアカウントで写真や動画を投稿する必要があるため、無意識的に岸和田市の情報を自分のアカウントで発信することになります。）



- 「岸和田のファン」やその発信内容、発信手法、発信した情報の把握等を、どのように定義・明確化すべきかについてお考えやアドバイスがございましたらご教示いただけると幸いです。

- 岸和田市シティセールス方針では、市職員全員をシティセールスのプロモーターと位置付けている。現在、毎年市職員へのシティセールスセミナーを行っている。さらに、庁内各部門との連携を図るため移住・定住促進連絡会議を開催し、情報共有に努めているが、思うように意識改革やスムーズな庁内連携には至っていない状況です。



- 市職員にシティセールスを推進しようという意識を持ってもらうためには、どのような方法やアプローチが有効でしょうか。具体的な取り組みや成功事例なども教えて頂ければ幸いです。
- 例えば、来年度で市職員の意識改革に予算や時間を投入し、徹底的にシティセールス推進の機運醸成を行うことも有効ではないかと考えています。ただし、仮にうまくいったとしても、時間の経過とともに意識が徐々に薄れていくことが懸念されます。市職員の意識を保つために有効な手段などがあれば教えていただけると幸いです。
- 部門間や役所全体で協力しながらシティセールスを推進するためには、どのような手法や仕組みが適切だと考えられますか。実際に他自治体等で行われている取り組み等もございましたらご教示いただけると幸いです。