
白井市シティプロモーション基本方針策定
調査に関する庁内アンケート調査結果

平成28年6月

目 次

I. 調査概要	2
1. 調査目的	2
2. 調査時期	2
3. 調査対象	2
4. 調査方法	2
5. 回収数	2
6. 報告書について	2
II. 結果詳細	3
1. 属性情報	3
2. アンケート結果	5

1. 調査概要

1. 調査目的

白井市役所職員の考える市の魅力やブランド、情報発信における課題を明らかにし、白井市シティプロモーション基本方針策定及び市民アンケート設計等の基礎資料とする。

2. 調査時期

平成 28 年 2 月 5 日～2 月 12 日

3. 調査対象

白井市役所職員

4. 調査方法

庁内イントラネットによる調査

5. 回収数

195 件

6. 報告書について

- ・ 回答数は、「n」と表記している。
- ・ 複数回答可能な設問は、「MA (Multi Answer)」と表記している。
- ・ 小数点第 2 位を四捨五入しているので、合計が 100% とならない場合がある。
- ・ 自由記述は、主旨を変えない程度に修正・訂正等を行う場合がある。

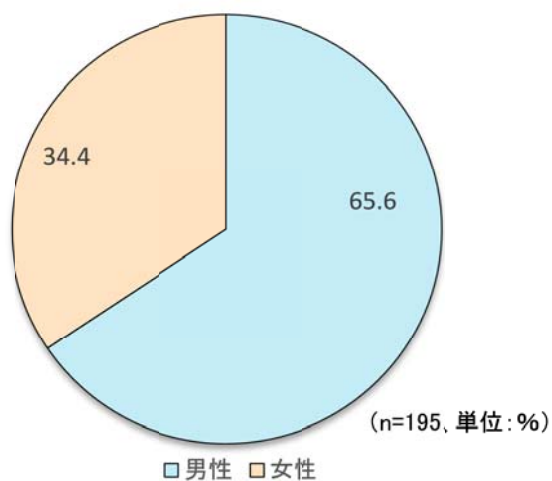
II. 結果詳細

1. 属性情報

(1) 性別

性別は、男性 65.6%、女性 34.4%となっている。

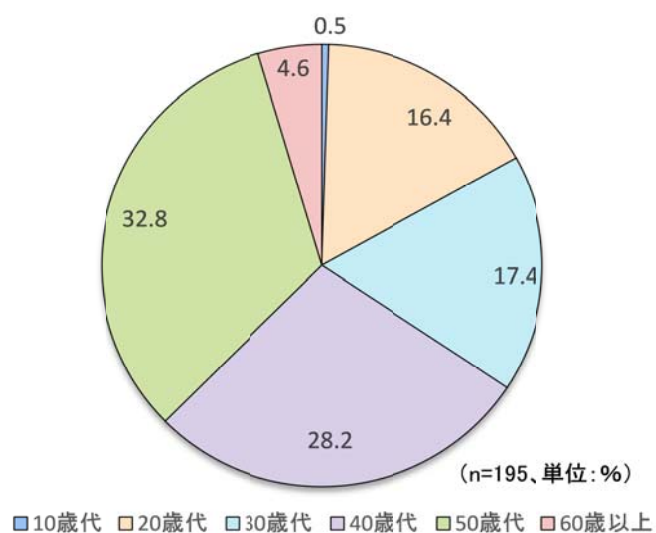
図表 1 性別



(2) 年齢

年齢は、50歳代が32.8%と最も多く、次いで40歳代(28.2%)、30歳代(17.4%)となっている。

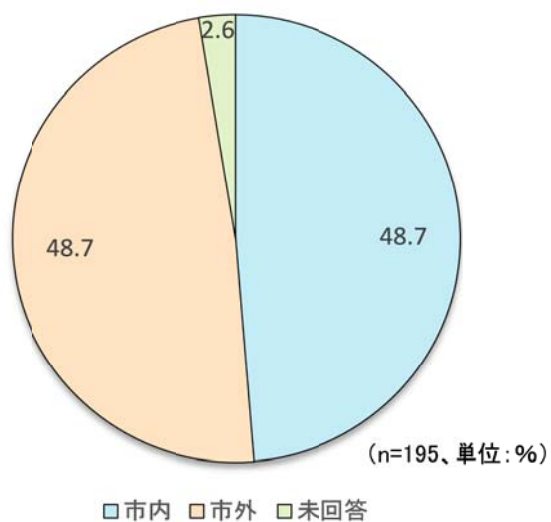
図表 2 年齢



(3) 居住地

居住地は、市内・市外とも 48.7% と同数になった。市内では白井第一小学校区が 12.1%、市外では印西市が 13.2% とそれぞれ最も多くなっている。

図表 3 居住地



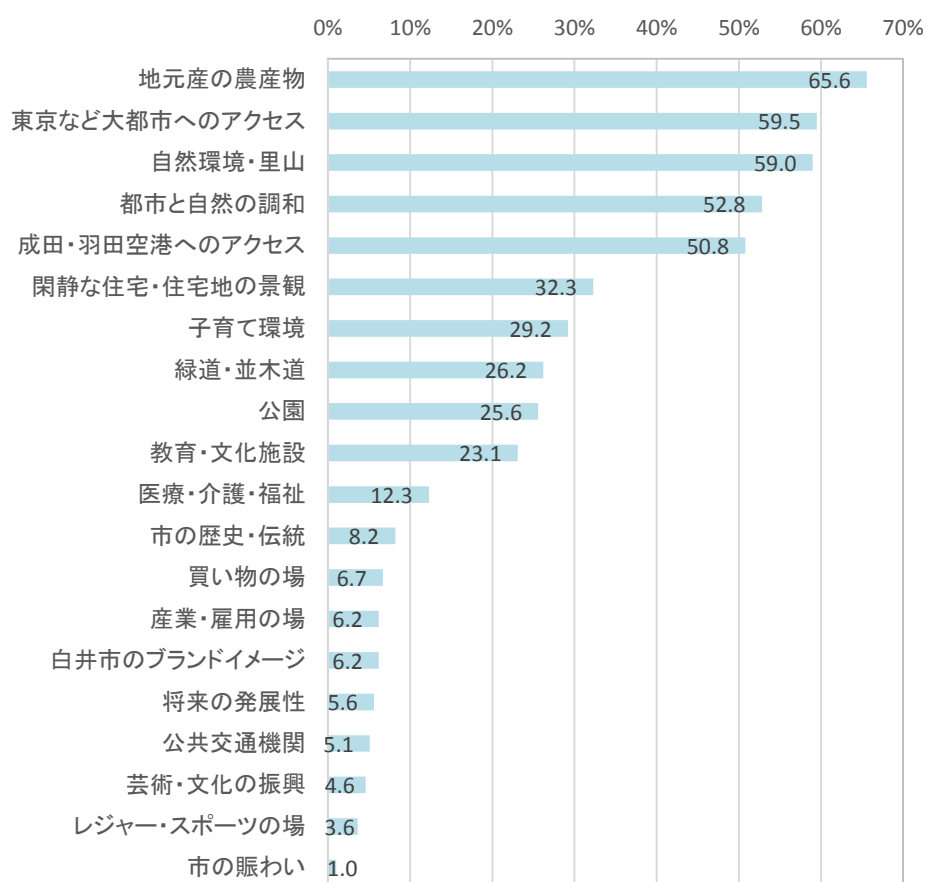
市内	50.0%
白井第一小学校区	12.1%
白井第二小学校区	6.8%
白井第三小学校区	4.7%
大山口小学校区	6.3%
清水口小学校区	3.7%
七次台小学校区	1.6%
南山小学校区	4.2%
池の上小学校区	2.6%
桜台小学校区	5.3%
市内(地区未回答)	2.6%
市外	50.0%
鎌ヶ谷市	6.3%
柏市	8.4%
印西市	13.2%
船橋市	1.1%
八千代市	1.1%
千葉市	2.1%
その他	9.5%
市外(市区町村未回答)	8.4%

2. アンケート結果

(1) 白井市の魅力

白井市の魅力についてみると、「地元産の農産物（65.6%）」が最も多く、「東京など大都市へのアクセス（59.5%）」、「自然環境・里山（59.0%）」、「都市と自然の調和（52.8%）」、「成田・羽田空港へのアクセス（50.8%）」は50%を超えている。

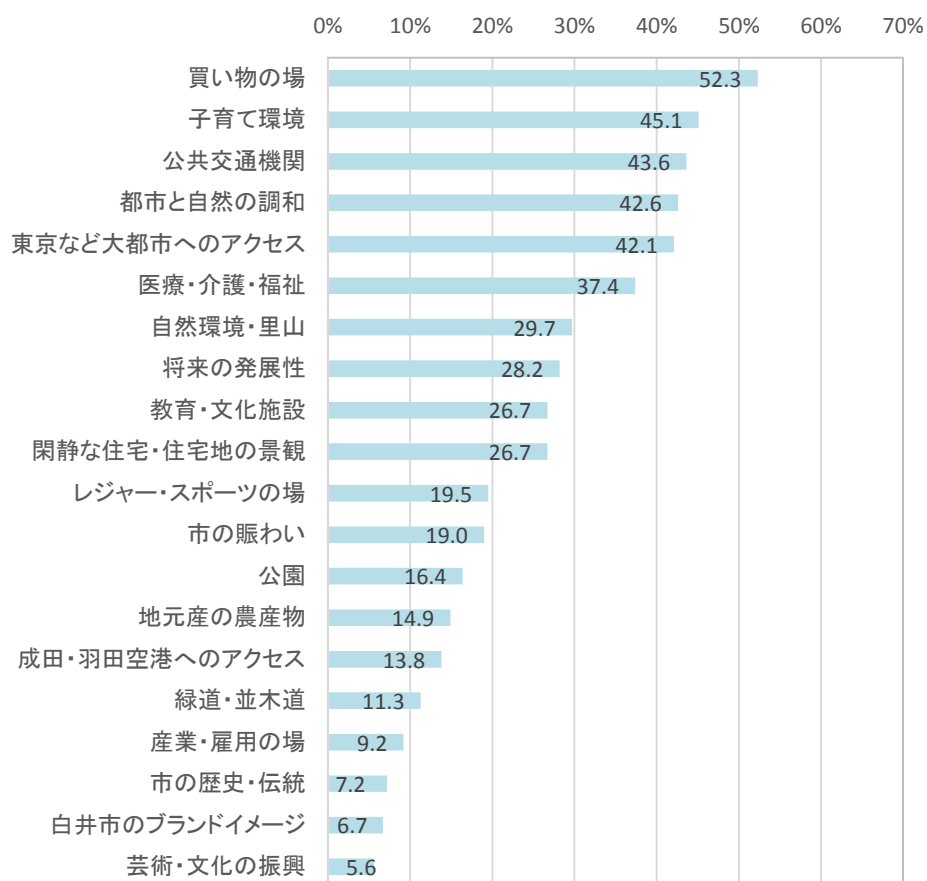
図表 4 白井市の魅力



(2) 住みたいまちの魅力

住みたいまちの魅力についてみると、「買い物の場（52.3%）」が最も多く、「子育て環境（45.1%）」、「公共交通機関（43.6%）」と続いている。

図表 5 住みたいまちの魅力



(3) 白井市と住みたいまちの魅力の比較

白井市の魅力と住みたいまちの魅力を比較すると、白井市の魅力で最も多かった「地元産の農産物（65.6%）」は住みたいまちの魅力では14.9%となっており、その差異は50.7ポイントと大きい。「東京など大都市へのアクセス」は白井市（59.5%）であり、住みたいまちでは42.1%と、差異は17.4ポイントあるものの、両者とも多くなっている。

一方で、「買い物の場」は住みたいまちの魅力では52.3%と最も多いものの、白井市の魅力としては6.7%と低く、差異は-45.6ポイントと、理想と実態の差が大きい。

図表 6 白井市と住みたいまちの魅力の比較

(単位: %、ポイント)

	白井市の魅力 (A)	住みたいまちの 魅力 (B)	差異 (A-B)
地元産の農産物	65.6	14.9	50.7
東京など大都市へのアクセス	59.5	42.1	17.4
自然環境・里山	59.0	29.7	29.3
都市と自然の調和	52.8	42.6	10.2
成田・羽田空港へのアクセス	50.8	13.8	37.0
閑静な住宅・住宅地の景観	32.3	26.7	5.6
子育て環境	29.2	45.1	-15.9
緑道・並木道	26.2	11.3	14.9
公園	25.6	16.4	9.2
教育・文化施設	23.1	26.7	-3.6
特にない	16.4	2.1	14.3
医療・介護・福祉	12.3	37.4	-25.1
市の歴史・伝統	8.2	7.2	1.0
買い物の場	6.7	52.3	-45.6
白井市のブランドイメージ	6.2	6.7	-0.5
産業・雇用の場	6.2	9.2	-3.0
将来の発展性	5.6	28.2	-22.6
公共交通機関	5.1	43.6	-38.5
芸術・文化の振興	4.6	5.6	-1.0
レジャー・スポーツの場	3.6	19.5	-15.9
市の賑わい	1.0	19.0	-18.0

(4) 白井市の魅力の位置づけ

白井市の魅力と、住みたいまちの魅力を比較し、相関関係を図示した。

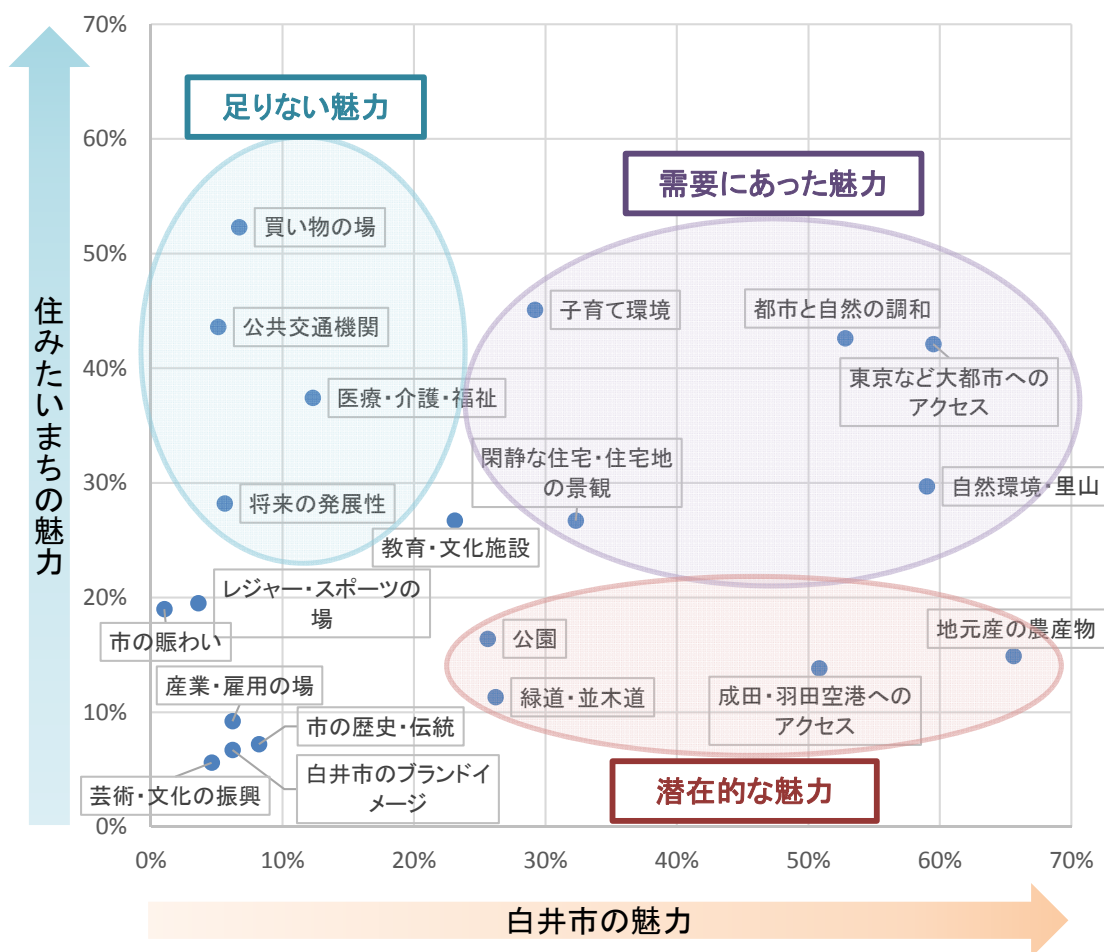
まず、「都市と自然の調和」や「東京など大都市へのアクセス」は白井市・住みたいまちの両方で高く、『需要にあった魅力』といえる。

一方で、「買い物の場」や「公共交通機関」、「医療・介護・福祉」などは、住みたいまちの魅力としては高いものの、白井市の魅力としては少なく、『足りない魅力』と位置づけられる。

また、白井市の魅力として最も高かった「地元産の農産物」や、同じく高い「成田・羽田空港へのアクセス」は、住みたいまちの魅力としての評価は低いため、『潜在的な魅力』としている。

ただし、今回は5つまでを選ぶ優先順位としての評価であるため、『足りない魅力』や『潜在的な魅力』についても、発信していくべきかどうかは個別に検討する必要がある。

図表 7 白井市の魅力の位置づけ



(5) 白井市のブランド（自由意見）

「白井市といえば」「白井市のブランド」について自由意見をみると、175件の回答のうち、梨が163件を占めた。次いで、自然薯が34件、なし坊（ファミリー）が23件、競馬学校が13件となっている。

少数意見には、北総鉄道やプラネタリウムなどもみられた。

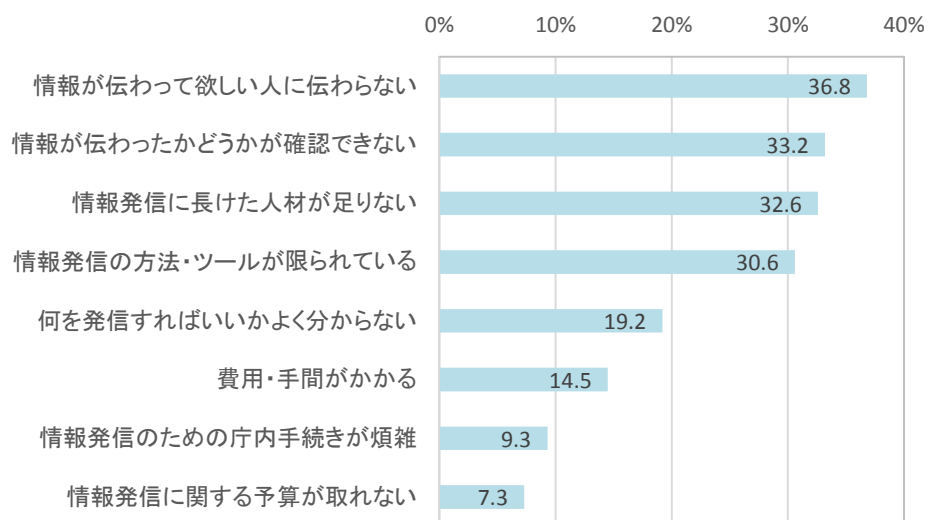
図表 8 白井市のブランド

キーワード	件数
梨	163
自然薯	34
なし坊(ファミリー)	23
競馬学校	13
じねんじゃー	9
梨マラソン大会	8
工業団地	8
ふるさとまつり	6
千葉ニュータウン	6
自然(環境)	6
災害(の少なさ等)	5
ホリ	5
桜	4
プール	4
里山	4
農産物	3
意見数	175

(6) 市の情報発信の課題

市の情報発信における課題をみると、「情報が伝わって欲しい人に伝わらない(36.8%)」が最も多く、「情報が伝わったかどうかを確認できない(33.2%)」、「情報発信に長けた人材が足りない(32.6%)」が続いている。

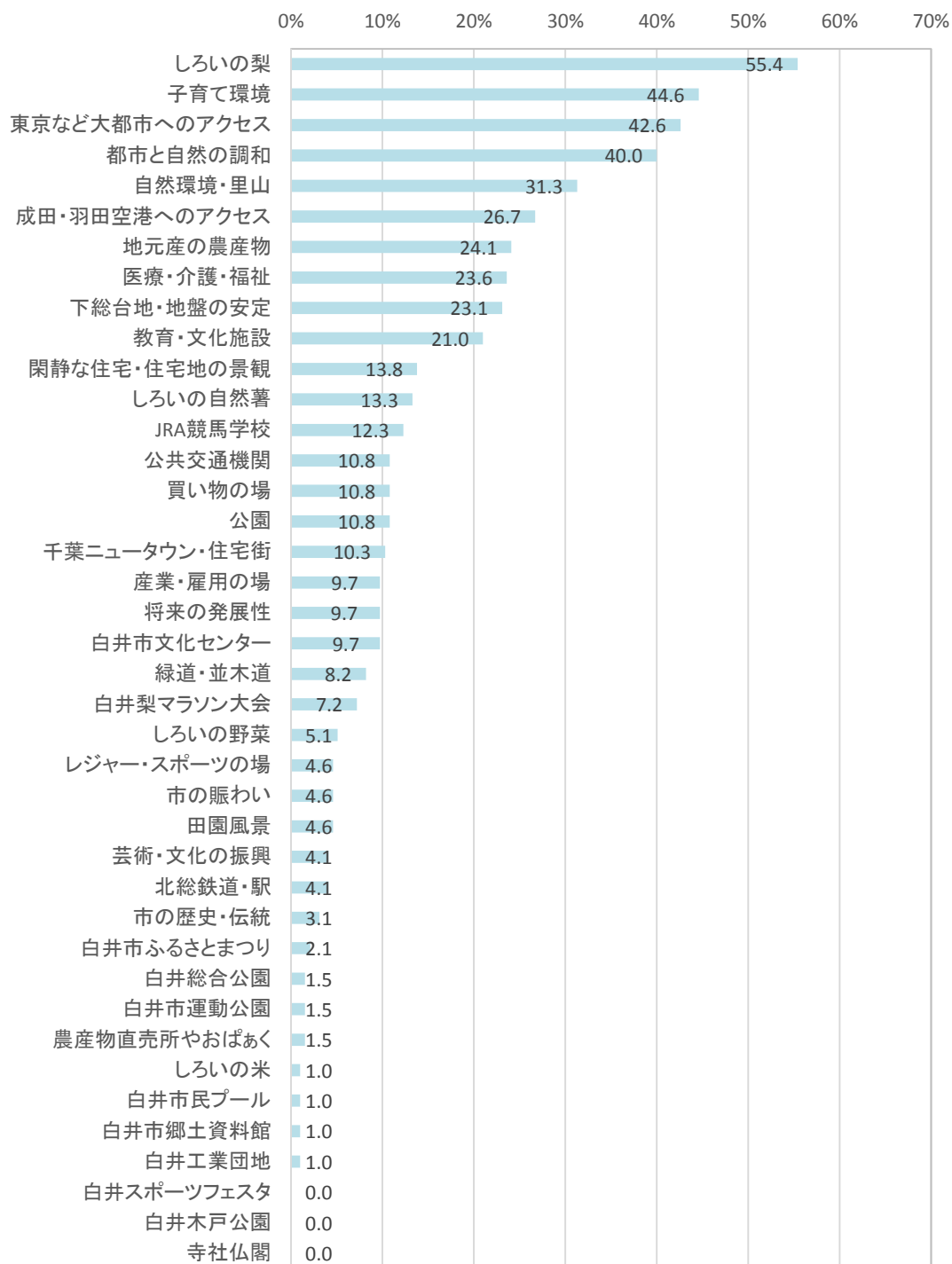
図表 9 市の情報発信の課題



(7) 市の PR すべき点

市外向けに認知度向上・移住促進のための PR をする場合の PR すべき点をみると、「しろいの梨（55.4%）」が最も多く、次いで「子育て環境（44.6%）」、「東京など大都市へのアクセス（42.6%）」となっている。

図表 10 市の PR すべき点



(8) 情報発信のあり方、方法、ターゲット、内容等（自由意見）

情報発信のあり方、方法、ターゲット、内容等について、自由意見を求めた。情報発信のあり方については、庁内で統一して情報発信の専門部署を新設すべきとの意見がみられた。また、発信方法に関しては新聞・テレビなどのマスメディアだけではなく、ホームページや SNS の活用という意見が目立っている。

① 市内向け情報発信について

梨が有名なのに、市内の方が買って食べているというのを聞かない。梨を安価で買えることができれば、消費につながりPRすることができるのではないですかね。	(男性・50 歳代・市内在住)
役所は民間企業と違って業務もターゲットも広範囲だからどうしても情報量が多くなります。ホームページに関して言えば、秘書課職員が片手間でやるのではなく、複数の専任担当者をつけてこまめに情報整理するようでないといけない状況は改善できないと思います。	(男性・30 歳代・市内在住)
保育園、幼稚園、小学校、中学校と連携し、子育て世代をターゲットに情報発信する。	(男性・40 歳代・市内在住)
白井市に興味がある市民対象に行うメールによる情報提供。	(男性・30 歳代・市外在住)
白井市HPアプリを配信。自分が見たい、知りたいカテゴリーを登録して、その情報が更新されたときは、「新着情報」として自動的に携帯電話に着信がくるもの。 例えば、「子育て」を登録すれば、それに関する新しい情報(助成金等)ができたとき、新着情報として手元に届く。 「子育て」⇒「安全」⇒「事故防止」、「高齢者」⇒「生きがい」⇒「地元貢献」など、詳細なカテゴリーも選べればなお良い。	(男性・20 歳代・市外在住)
白井駅、西白井駅など、通勤層が集まるところに目立つようにPRしたいものを張る。稼働年齢層は駅を多く利用していると思うので。情報を得られない人や気にしていない人の多くは、昼間働いていて、市役所に来る機会がない人だと思います。	(女性・30 歳代・市外在住)
農産物の直売所や、白井市産の野菜等を購入できるスーパーの情報を発信すれば、市民は応援してくれると思う。	(女性・20 歳代・市外在住)
特に考えられないですが、ホリ君には心から頭が下がります。	(男性・50 歳代・市外在住)

伝えたい人に直接会う・話す。	(女性・40 歳代・市外在住)
担当課の考えで情報発信しているが、この手法を見直し、専属の部署で情報発信を行う。	(男性・50 歳代・市内在住)
担当課が発信するのは、メール配信とホームページで十分ではないでしょうか。他の SNS のツールを活用する場合は、一つの課で発信する情報を集めて発信するのがいいと思います。いろいろなツールを各担当課へひろげると職員がやりきれないのでは。	(男性・40 歳代・市外在住)
全課のイベントごとや目玉情報の発信を担当にした部署の設置。	(男性・20 歳代・市内在住)
千葉市のように、ルールを決めて職員が SNS を発信できるようにする。	(男性・40 歳代・市内在住)
生活スタイルが多様化しているので、様々な手段で情報を発信することが大切と感じます。	(女性・30 歳代・市外在住)
世代をきちんと分けた情報発信。	(女性・30 歳代・市内在住)
新聞、テレビ、ラジオ、インターネットの活用。	(男性・50 歳代・市内在住)
情報発信源の統一。	(男性・50 歳代・市外在住)
情報発信は、とても重要だと思います。情報発信方法の限界についてはいつも頭を悩ませますが、例えば、SNS は高齢者に不向きだからやらないではなくて、若い世代が SNS を利用しているのであればやってみることも必要だと思います。できない人を基準にするのではなく、できる人を基準に考えることも必要だと思います。	(男性・40 歳代・市外在住)
情報発信の方法とあるが、職員が発信しやすい方法でなければ、使用されないと思うし、また、若者と高齢者では、入手方法が異なると思うので、年齢にあった方法(多種多様な方法)で情報を入手でき、情報発信もしやすい方法が良い。	(女性・50 歳代)
小さなことから大きなことまで様々な市内の出来事を発信する(簡単に、キャッチフレーズ的に)市民からの情報を即座に発信する。 例:〇〇幼稚園の発表会があり可愛かった、△△公園の剪定をして明るくなりました。	(男性・50 歳代・市外在住)

<p>若者と年配者への情報発信は配慮すべきだと思う。いろんな情報媒体を駆使して、その中で市民が選べるようにしたい。(見ない人は何をやってもダメですかね。見てほしい人に見てもらえないもどかしさ・・・)</p>	(女性・60歳代・市内在住)
<p>若い世代を中心に、市の良さを情報発信していきたいとのこと、もちろん大切ですが、白井市を支えてきたのは今のお年寄りが高齢者が増加するのは事実。高齢者への配慮もないがしろのないように。</p>	(男性・50歳代・市内在住)
<p>市内の店舗や新成人・赤ちゃん等身近なところにスポットを当てた刊行誌の創刊。</p>	(男性・20歳代・市内在住)
<p>市内の小学校、中学校、高校、スーパー、駅、居酒屋等にチラシ掲示を依頼。住民カレンダー等でホームページアクセス数をUP。</p>	(男性・20歳代・市内在住)
<p>市外向けの情報発信を増やすことが、市内向けの情報にもつながっていくのではないかと。</p>	(男性・50歳代・市内在住)
<p>子育て世代を中心に発信していくと、情報の広がり方は大きいのではないかと思います。</p>	(男性・40歳代・市外在住)
<p>子育て世代をターゲットに、白井のいいところを気軽に興味をもってもらえるように情報発信する。</p>	(女性・20歳代・市内在住)
<p>子育て世代。</p>	(男性・20歳代・市外在住)
<p>子育て施策を、わかりやすく詳細にPR。</p>	(男性・50歳代・市外在住)
<p>広報しろいの更なる充実。</p>	(男性・20歳代・市外在住)
<p>現状でよいと思います。</p>	(男性・40歳代・市内在住)
<p>現在のもので問題ないと思います。</p>	(男性・30歳代・市外在住)
<p>現在、白井市に住んでいる方々を対象とするので、これからも住み続けたいと思われるように、市のサービス等をホームページやメール配信サービスを利用して情報発信すると良いかもしれません。</p>	(男性・20歳代・市外在住)

<p>現在、市のメール発信などでも、登録制に関わらず、一斉送信の同じ内容の情報提供しか行っていないが、登録制であるので、性別、年齢、家族構成などのデータを使って、ターゲットを定めた個別に働きかける情報提供の方法があってもよいと思う。</p>	(男性・40歳代・市内在住)
<p>携帯・スマホの活用。</p>	(男性・50歳代・市内在住)
<p>近隣で、梨の生産も行われているので(梨ゼリー・ブランデーケーキなど※白井市のさつまやさんのブランデーケーキの方がおいしかったと思うのですが…)スイーツをターゲットにするのも良いのではないのでしょうか？</p>	(女性・50歳代・市内在住)
<p>各世帯への個別送受信機の設置。出来れば、液晶画面に受信内容の記録が留まるもの。</p>	(男性・50歳代・市外在住)
<p>各家庭に個別に配布(回覧版を利用)。</p>	(女性・60歳代・市内在住)
<p>回覧日を増やす。</p>	(男性・20歳代・市内在住)
<p>駅前空間の利用。</p>	(男性・50歳代・市外在住)
<p>駅やコンビニ、学校などの人が多く集まるところに市の情報発信が出来るもの(電子掲示板など)があっても良いかと思えます。</p>	(男性・30歳代・市外在住)
<p>ホームページはとにかくシンプルに、見やすく、検索しやすく、最新の情報に更新するという基本を守る。 紙媒体のものは、イラスト多く、街の話題がわかる、楽しい読み物にする。(職員の力量によって左右されすぎたり、軽いという反対がでたり難しいかもしれないけど)白井市の自然や人への愛着がわくような物を配布する。</p>	(女性・40歳代・市内在住)
<p>テレビ、ラジオ等の活用。</p>	(男性・20歳代・市内在住)
<p>ツイッターやフェイスブック等の SNS での情報発信。ターゲットは若年層で、内容は、若年層でも参加できるようなイベントや市の問題等を知ってもらう内容。</p>	(男性・20歳代・市内在住)
<p>誰に、何を知ってもらいたいか考え、ニーズに特化した内容を発信する。若い世代にはメールサービス(電子版広報など)の周知を。高齢世帯が多い地域には、自治会や公園などにある掲示板等にイベントやその地区にニーズがあると思われるチラシ掲示を。</p>	(女性・30歳代・市外在住)

ターゲットに合わせた周知方法の検討。利用しやすいコンビニ・ドラッグストア・飲食店等と連携した周知など・・・。	(女性・40 歳代・市外在住)
スマホで見られる情報を増やす。外国人向けの情報配信もしてみてもどうでしょうか(中国人・フィリピン人・スリランカ人などの子育て世代の方がわりといらっしゃるように感じます)。	(女性・30 歳代・市内在住)
コミュニティラジオ、インターネットラジオ(ポッドキャスト)の配信。防災面でも活躍できます。	(男性・30 歳代・市外在住)
いろいろ試せばよい(それぞれの方法の効果のデータ検証は必須)。	(男性・40 歳代)
YouTube 動画による情報発信。	(男性・40 歳代・市内在住)
Twitter の活用が十分に図れていないように思われる。	(男性・20 歳代・市内在住)
Twitter、Facebook 等に市の公式アカウントをつくる。	(男性・30 歳代・市内在住)
SNS 等を日常的に使う中学・高校・大学生をターゲットにする。	(男性・20 歳代・市外在住)
PRターゲットが何かによる。 移住・定住なら、都心から 30Km 圏の閑静な住宅地。災害に強く、道幅広く坂道もないため子育てエリアには最良の地域(成功例 流山市 雑誌 東洋経済 今週号に掲載有→都市力として、白井のランキングも掲載されている)。 市外、全国へのPR:ITの活用、市の道先案内人となるホームページ。	(男性・40 歳代・市外在住)
HP や広報では情報発信が足りない。SNS を利用し、市民が身近に感じる行政をするべき。	(女性・30 歳代・市内在住)
10代後半から20代の若者を引きつけたい。	(男性・50 歳代・市外在住)
スマホのアプリによる情報発信。	(男性・50 歳代・市内在住)
ふるさと大使や非公認キャラクターに白井市の情報を広く発信してもらおう。 広報しろいの内容を一新し、一部市民にも取材や記事を書いてもらおうと良い。また、もう少し小さいサイズの広報にして各家庭で保管してもらえようにした方が良い。	(男性・30 歳代・市内在住)

② 市外向け情報発信について

情報発信源の統一。	(男性・50歳代・市外在住)
北総鉄道内の中吊り広告。	(男性・50歳代・市外在住)
<p>白井市へ定住してもらうため、これから長く住み続ける場所を探している方々をターゲットとし、白井市で暮らす場合の利点等をホームページや SNS を利用して情報発信すると良いのかもしれませんが。</p> <p>ホームページに掲載する場合は、白井市で暮らす場合の利点等をまとめた特設サイトを用意しトップページにリンクを貼っておけば、白井市で住むことを検討している方が見やすく後押しになるかもしれません。</p> <p>SNS (Twitter 等) はうまく拡散してもらえればネズミ算式に情報が広がるので、白井市のことを知ってもらうきっかけになるかもしれません。</p> <p>正直、白井市という自治体の存在は薄いので、まずは知ってもらうことが重要かと考えます。</p>	(男性・20歳代・市外在住)
<p>白井駅、西白井駅前での周知。人目に付くよう、幟やなし坊を使う。予算等を度外視すれば、DM や CM も有効かと思う。また、集中期間 (1~2週間) を作って周知するのも、相手の印象に残るかも。</p>	(男性・20歳代・市外在住)
<p>白井にしかないもので、興味を引きそうなものなどを更にアピール出来たらいいのではないのでしょうか。梨、梨マラソン、競馬学校、北総線、桜の名所、名産品。</p>	(男性・30歳代・市外在住)
<p>日常のつまらないと思えるもの・出来事をどんどん発信する(簡単に、ワンフレーズ的に)。 例: 燕が来た、道路にカエルが飛び出してびっくりした、新しいお店が開店しました。</p>	(男性・50歳代・市外在住)
<p>動画の活用、独自性、話題性。</p>	(男性・30歳代・市外在住)
<p>電車やバスなどでの情報発信(ラッピング電車、ラッピングバス)ができるとかなりインパクトはあると思います。</p>	(男性・40歳代・市外在住)
<p>担当課の考えで情報発信しているが、この手法を見直し、専属の部署で情報発信を行う。</p>	(男性・50歳代・市内在住)
<p>全課のイベントごとや目玉情報の発信を担当にした部署の設置。</p>	(男性・20歳代・市内在住)
<p>新聞・報道の活用。</p>	(男性・50歳代・市内在住)

新聞、テレビ、ラジオ、インターネットの活用。	(男性・50 歳代・市内在住)
情報発信に長けた人材を採用し、情報発信専門の部署(班)を作るべきと考えます。方法・ターゲット・内容はその後になると思います。	(男性・40 歳代・市内在住)
情報発信については、企業と異なり、自前のチャンネルなどのノウハウをまったく持っていないので、本気でやるのならば、あらかじめある程度の予算を定めたうえで、広告代理店との提携を本気で考えた方が良い。年間数億単位の支出をすることが前提ですが、支出できる金額がもし、少額ならば、銭失いになるので、やらないほうがいい。	(男性・40 歳代・市内在住)
住民を増やすならば、20代、30代への住居環境PRだと思います。	(男性・50 歳代・市外在住)
首都圏への交通の利便性や災害に強いまちなど市の特性を住んでいる立場からPRする。	(男性・20 歳代・市内在住)
若い方をターゲットに宣伝すると、ライン等の口コミで広がるのでは・・・。	(女性・50 歳代・市内在住)
市内の方々に満足していただくことが市外へのアピールにもなると思います。	(男性・40 歳代・市内在住)
市内の若者を巻き込んで facebook 等で話題になる情報のみ PR 協力をお願いします。ユーチューブ等で話題になる動画を作成。	(男性・20 歳代・市内在住)
市外向けに情報を発信するためのネタを増やすことが必要ではないか。「オタク」や「マニア」の文化を研究し、個人レベルの口コミやSNSで白井市の情報が密かに流通するように仕向ける工夫(戦略)が有効ではないか？	(男性・50 歳代・市内在住)
市外向けについては、イベント等の情報発信を積極的におこない、市外の人を集め、北総線を使ってもらい、白井でお金を使ってもらえらうおうのでは。	(男性・40 歳代・市外在住)
市外ならターゲットを絞れると思います。ただ、白井って思いつきでやってみて、迷走することが多いと思うので、きちんと方針決めて、最後までやるようにしないと高い金掛けてわざわざ定住促進特設サイトとか作って、サイトをつくった事だけで満足してしまい全然更新されない・・・という事態になると思います。	(男性・30 歳代・市内在住)
市外、都内、全国に向けPRすることが、翻って県内、周辺地域、市民の関心をひき、効果的な市内、市民へのPRになる。	(男性・40 歳代・市外在住)

子育て世代をターゲットにし、興味を引くような情報を発信する。	(女性・20 歳代・市内在住)
札幌市白石区や宮城県白石市の名前の似た自治体と一緒にPRをしてしまう。(姉妹都市などの検討も)。	(女性・30 歳代・市内在住)
広報誌を手に入れることができないため、ツイッターやフェイスブック、HP での情報発信を即時的に視認しやすくすべきだと思います。例えば個人的には HP の記事の検索が探したいページが見つげづらいと思います。	(男性・30 歳代・市外在住)
工業団地協議会(長距離ドライバーや従業員など)と連携し、情報発信する。	(男性・40 歳代・市内在住)
現実ベッタウンと感じています。ベッタウンが良い街なのかは意見が分かれるところなのでわかりません。	(男性・50 歳代・市外在住)
企業誘致。	(男性・20 歳代・市内在住)
各種メディアの活用。	(男性・40 歳代・市外在住)
家の購入を考えている若い子育て世代が千葉県で家を探したときに検索の上位に入るように PR する。子育てが自然の中でできること、お父さんは都内に行きやすく帰宅したときにホッとする場、休日は自然の中で楽しめる、買い物のアクセスも良いことなど生活をイメージできる PR。	(女性・20 歳代・市外在住)
メディア等を積極的に使う。	(男性・20 歳代・市外在住)
マスメディアの活用。	(男性・50 歳代・市内在住)
マイホームを探す子育て世代。	(男性・20 歳代・市外在住)
ホームページだけではなく、市を PR するための室や課をつくる。	(男性・50 歳代・市外在住)
ベッタウンとしての白井市に住む利点を若者に伝える。自然との調和、良好な住環境、野菜が新鮮で安い、公園・空き地等が多く、自由に遊べるなど。	(男性・20 歳代・市内在住)

<p>ネット社会なので、ITを活用した情報発信は、必須だとおもうが、見る側が必要だと思わなければ情報が伝わり難い。ふるさと大使やテレビ・マスコミは影響が大きいですが、継続が難しい。できることをコツコツと？</p>	(男性・50歳代・市内在住)
<p>ネット、新聞等による広報。</p>	(女性・50歳代・市外在住)
<p>テレビ、ラジオ等の活用。</p>	(男性・20歳代・市内在住)
<p>ツイッターやフェイスブック等の SNS での情報発信。ターゲットは若年層で、内容は、若年層でも参加できるようなイベントや市の問題等を知ってもらう内容。</p>	(男性・20歳代・市内在住)
<p>ターゲットは、海外に絞る、ユニークタウン(おもしろいまち)を宣伝していく。(内容) ○北総線(白井駅～西白井間)の線路脇用地の活用 北千葉道路計画は、今後10年は進まないの、白井駅～西白井駅間の線路脇の用地の有効活用を行う。 ・ランニングロード、サイクリングロードを市民の力で作る。 (アスファルトや機材のみ市が提供) ・「古くから馬とゆかりのあるまち」競馬学校からサラブレッドやポニーを出してもらう。 ・「スカイゲートシティ」下総基地から、飛行機。ヘリコプターなどを展示してもらう。 ・「撮り鉄」のためにスカイライナーや馬を近くで撮るための撮影スポットを作る。 ・「眠れるまちしろい」羊や山羊を放牧し、市民団体に管理してもらう。(ベッドタウンとスリープ(シープ)タウン、羊を数えて眠れるまち) ・アメ横のように出店を出す。目玉の店はディズニーショップ(オリエンタルランドは京成グループであるため可能性あり)</p>	(男性・30歳代・市内在住)
<p>ターゲット: 都心に在住・通勤する子育て世代(子どもが少し大きくなって家が手狭になり住宅の購入を考えている方) 内容: 都心へアクセスが良く、広い住環境でみどりに囲まれ、ゆったりと子育てができる。</p>	(女性・20歳代・市外在住)
<p>キャッチフレーズとイメージ写真(絵)を用いた PR。駅構内、電車、ショッピングモール等、多数の人が通り、足を止める場に公告。ネットで転居先を検索する人を対象に、市の HP に住みやすさをわかりやすく(明るく笑顔とイメージ風景とキャッチフレーズ)表示したページを作成。 また、google エンジン等で検索に上位ヒットするように工夫。</p>	(男性・40歳代・市内在住)

<p>お金を使わずにアイデアで勝負するのは大変難しいことで、担当者さんはとても苦労されていると思います。質の良い住環境(教育・医療・自然など)を前面に出して子育て中の30~40代をターゲットにしていきたいですね。千葉は都内通勤圏で同じような魅力を持った市も多くあるので、その中でより魅力を感じてもらえるようなモノが必要だと思いますが、今そこまで思いつきません。ごめんなさい。</p> <p>情報発信は SNS や You Tube など、誰でもどこからでも見られるものがトレンドだと思いますが、マメな更新やアイデアのある動画などに対し専属で人材をはりつけることは難しいと思うので要検討だと思います。</p>	(女性・40 歳代・市外在住)
<p>インターネット動画、なし坊ツイッターだけでなく市長のツイッター発信なども広げ、タイムリー性を重視する。ラジオやテレビのスポット CM、もちろん、北総線の吊り革等の広告もインパクトあり。</p>	(女性・60 歳代・市内在住)
<p>YouTube 動画による情報発信。スマートフォン利用者。</p>	(男性・40 歳代・市内在住)
<p>SNS の利用。</p>	(女性・30 歳代・市内在住)
<p>①「白井」という名前を覚えてもらうようにする。 ②せっかく、成田と東京を結ぶ路線の間にあるのだから、今後の東京オリンピックも見据え、外国人観光客を誘致する。自然と人と触れ合える日本のプチ田舎体験。</p>	(女性・40 歳代・市内在住)
<p>・行政のつくる宣伝文ではなく、長年住んでいる人、最近転入してきた人、それぞれの目線、言葉で「すみやすさ」を、顔が見える形で伝えてはどうでしょうか？ ・不動産会社の公告など、市内の企業や施設などと連携できれば、電車や折込等の広告を通じてより多くの人々の目に触れることができると思います。</p>	(女性・30 歳代・市内在住)
<p>更なるHPでのPR。まずは市外参加OKなイベントの周知、そこで白井の魅力が伝わり移住しなくなるような啓発。</p>	(女性・30 歳代・市外在住)
<p>スマホのアプリによる情報発信。</p>	(男性・50 歳代・市内在住)
<p>〇〇の聖地、的々、一部のマニアックな人たちを取り込んでから、徐々にその方々の口コミで範囲を広げていただく。</p>	(男性・40 歳代・市外在住)

(9) キャッチフレーズについて

市のイメージアップを図るためのキャッチフレーズ案や、その方向性について自由意見を求めた。白井市ならではの売りをアピールすることだけでなく、「白井」ではなく「しろい」と平仮名表記することや、「白」など色にちなんだもの、自虐的なアピール方法も検討すべきなど、幅広い意見があった。

梨がおいしく住みやすいまち	(男性・20 歳代・市内在住)
野村不動産のテレビ CM のような感じが良いです。不動産(高層マンション)の商業でのキャッチフレーズは「世界一の時間へ」(プライド)マンションを購入することによって、リゾート地でくつろぐような時間を手に入れることができるといった感じでしょうか。 「白井市に住むとくつろぎの時間を手に入れられる」とか「豊かな老後が送れる」、「楽しい子育てができる」 etc. ○ベッタウンをウリにするなら「快眠のまちしろい」 ○介護をウリなら♪「介護はやっぱり白井市」♪ ○子育てをウリにするなら♪「子育てするなら白井市」♪ ○スカイライナーの CM のように「都心まで最短 46 分のまち」!	(男性・50 歳代・市内在住)
方向性は「住みやすく安全なまち」というものだと思います。	(男性・30 歳代・市外在住)
普通の街、平凡な街、悪くない街、住みやすい・住んで安心できる街、誰もが会話する街	(男性・50 歳代・市外在住)
白井と漢字で書くとしろいになるなら、しろいとひらがな表記をしたマークを作成してしまうのも良いのでは？(市章やシンボルマークみたいなものの作成)	(女性・30 歳代・市内在住)
白井いね！(白良いね)	(男性・50 歳代・市外在住)
日本語の表記の方が多くの方に伝わりやすいのではと思います。	(女性・30 歳代・市内在住)
二番煎じでないこと。	(男性・40 歳代・市内在住)
地域の安全・子育て環境が良好	(男性・50 歳代・市内在住)
大都会から、一歩離れてホッとしてみませんか？	(女性・50 歳代・市内在住)

<p>他市にはない白井市だけの●●の提案。「白井市だけのウリ」「選ばれる理由」。 例)白井市は○○と■■が自慢の★★がナンバーワンのまちです。等</p> <p>(男性・40歳代・市内在住)</p>
<p>他市と被らないインパクトのあるもの。</p> <p>(男性・20歳代・市内在住)</p>
<p>総合計画のキャッチフレーズを活かすのもよい。「しろい」という単語を入れる。</p> <p>(男性・50歳代・市外在住)</p>
<p>世代をこえた心の交流。</p> <p>(男性・40歳代・市内在住)</p>
<p>人も自然も穏やかなまち ～災害(地震や自然災害)に強い、人々も穏やかである。</p> <p>(女性・60歳代・市内在住)</p>
<p>①「白」という「色」をもっと前面にだして、白紙に「白いから見えません」とか。そんな感じで「白いから～」といって白井の「3大～」を白とからめてつくる。色のつく他の市と連携するのも良いと思う。</p> <p>②上記と連動して「ほわっと白井？」</p> <p>(女性・40歳代・市内在住)</p>
<p>柔らかな表記、子どもでもわかるもの。</p> <p>(男性・40歳代・市内在住)</p>
<p>若い人がたくさん住む街</p> <p>(女性・40歳代・市外在住)</p>
<p>自虐的なキャッチフレーズが良いと思います。</p> <p>(男性・20歳代・市外在住)</p>
<p>特にコレといったものがないので「白紙の街しろい」とか、役所が悪いわけではないものの、全国区のニュースに白井が出る時は悪いニュースばかりだから「実は黒井市？」とか、イメージダウンさせるようなフレーズならいくらでも出てくるのですが。</p> <p>(男性・30歳代・市内在住)</p>
<p>今年イベントをするみたいな、白(WHITE)という発想は良いと思います。</p> <p>(女性・40歳代・市外在住)</p>
<p>広島県や鳥取県のように自虐的な方向性(「おいしい!広島県」等)</p> <p>(男性・30歳代・市外在住)</p>
<p>活性化という言葉のもとで「変わる」という方向や「イベント」を開催するのではなく、今ある良好な住宅地という資産をPRするという方向性がいいと思う。</p> <p>(男性・40歳代・市内在住)</p>
<p>ゆるきゃらのPR。</p> <p>(女性・50歳代・市外在住)</p>

ホワイトフェスティバルの内容が不明だが、今後、「白」を推す。	(男性・20 歳代・市内在住)
ホワイトシティしろい～しろいじゃないよ、しろいだよ～	(男性・20 歳代・市内在住)
ベットタウンで終わらないまち 白井だけで完結できるまち	(男性・20 歳代・市内在住)
のびのび・ゆったり生活できるイメージが伝わればいい。	(女性・20 歳代・市外在住)
なしの郷しろい	(男性・40 歳代・市外在住)
ちよい田舎(ほんとはド田舎だけど、希望も含め)	(男性・30 歳代・市外在住)
ソフト面を充実させて、内外にPRできれば良いと思います。	(女性・20 歳代・市内在住)
しぜんゆたかな ろーかるシティ いろんな意味で しあわせいっぱい。	(男性・40 歳代・市外在住)
こころやすらぐ市 いきいき白井市	(女性・50 歳代・市外在住)
キャッチフレーズ先行ではなく、市が目指す方法を示した上で、キャッチフレーズを考えた方がいいと思います。 「吸引力の変わらないただ一つの掃除機」(ダイソン) 「100人乗っても大丈夫」(イナバ物置) 「母になるなら、流山」(流山市) いずれのキャッチフレーズもしっかりとした商品、サービスがあるからこそ堂々と言えるのだと思います。	(男性・40 歳代・市外在住)
キャッチフレーズでイメージアップが図れるとは思わない。最も有効だと思われるのは、市の名称変更だと思う。ただ、手続きが面倒であることや反対者の発生を考えると、「市名を変えたらいいのになあ」という雰囲気作りや情報操作が必要。	(男性・50 歳代・市内在住)

<p>お題目として掲げるフレーズは、あまり奇抜にならない方が良いでしょう。実際に行う事業面で、ターゲットを絞った独自戦略を展開する。特に「若者」は、面白そうなイベントがあれば来るし、勝手にツイッターなどで拡散してくれる気がする。</p> <p>キャッチフレーズではないが、白井(しろい)市と呼ばれることが多いので、「しろい市」とひらがな表記にすると分かり易いかも。(ただ、改正と差し替えの手間を考えるとそこまで費用対効果があるのか疑問にも思う。)</p>
(男性・20 歳代・市外在住)
<ul style="list-style-type: none"> ・田舎と都市空間を感じたいなら白井 ・美味しい梨のまちを味わいたいなら白井 ・田舎の良さを感じたいなら白井 ・緑と青空を感じたいなら白井 ・田舎と都市が体感できるやさしいまち白井 ・梨の田舎と優しい青空のまち白井
(男性・50 歳代・市外在住)
<p>「自然の恵みと人々の想いがたわわに実るまち しろい」</p> <p>都会と緑の調和する「自然」は梨だけでなく、自然薯も連想させます。人々の想いが集まることで、まちがにぎわい、梨の実がたわわに実る風景と市民がにぎわう姿が思い浮かびます。</p> <p>「たわわとろろしろい」</p> <p>梨が「たわわ」に実る様子と、自然薯の「とろろ」、しろいと読まれないように「しろい」をひらがなでキャッチフレーズに！</p>
(男性・30 歳代・市内在住)
<p>「快活」</p>
(男性・50 歳代・市外在住)
<p>「意外と白井って〇〇」、「家賃が安く、住みやすい」など若い世代に住む地域の選択肢に選んでもらうような PR をする、白井の隠れた魅力・資源の発掘を意識したコラムなど</p>
(女性・30 歳代・市外在住)

(10) シティプロモーション、広報活動、移住・定住促進について

市のシティプロモーション、広報活動、移住・定住促進について、広く意見を求めた。

<p>予算がない中では、単年度で予算をかけて単発的に取り組むよりは、担当部署だけでなく、各課が普段取り組んでいる事業を白井市の魅力として発信してPRしていくという意識づくりやそれを推進する長期的な体制づくりが大切だと思います。</p> <p>具体的には職員研修や、庁内の横断的な取り組みの組織づくりなどに力を入れた方が良いのではと個人的には思います。</p> <p>(女性・30歳代・市外在住)</p>
<p>北総線の交通費が高すぎるので、それを克服すれば、もっと居住者が増えると思います。</p> <p>(女性・50歳代・市外在住)</p>
<p>片手間でなく、専従で活動する部所を設ける。</p> <p>(男性・50歳代・市外在住)</p>
<p>平凡でもちっちゃな喜びや満足があるまちの生活 まちの中に小さな発見や嬉しい出会いがある生活</p> <p>(男性・50歳代・市外在住)</p>
<p>白井市はベットタウンがメインなので駅周辺にショッピングモールや飲食街、娯楽施設がほしい(難しいとは思いますが)。大手企業などのオフィス街があればなおいい(無理だとは思いますが)。</p> <p>(男性・50歳代・市内在住)</p>
<p>白井市は、関東平野の平穏な大地で、東京、成田空港、メッセ、ディズニーランドに近く、災害要因が無い点をPRする。</p> <p>(男性・60歳代・市内在住)</p>
<p>土地がない。あっても区域的に建てられない。464沿線などが、高低差により利用できない等いろいろと難しいと思いますが、頑張りましょう。</p> <p>(男性・40歳代・市外在住)</p>
<p>都市と自然の調和を強調(手賀沼、神崎川周辺のサイクリングコース整備・貸し出し用自転車駅の整備)</p> <p>(男性・40歳代・市内在住)</p>
<p>展示会の出展や市外への積極的PR、ネット、ラジオ配信。</p> <p>財源と人手のいない当市では、IT活用、ネット配信が有効かもです。産業振興センター、「よろず支援拠点」での相談も参考になります。先日、工業団地PR、加速化交付金の助言で当課もお世話になっています。</p> <p>(男性・40歳代・市外在住)</p>

<p>適材適所で、シティプロモーションに積極的に取り組む姿勢のある人を人選すべき。行政の枠を超えた、市民目線の職員を配置していくべき。</p> <p>(女性・30 歳代・市内在住)</p>
<p>庁内で検討委員会を組織し、職員間で意見・要望を協議し対応策を検討する。</p> <p>(男性・50 歳代・市内在住)</p>
<p>地元業者との協力体制が不可欠と思います。</p> <p>(女性・40 歳代・市外在住)</p>
<p>地域、環境のPR。</p> <p>(男性・50 歳代・市内在住)</p>
<p>大型ショッピングモールの誘致。</p> <p>(男性・50 歳代・市内在住)</p>
<p>大型ショッピングセンターは周りの市にあるだけで市内にはないし、スカイアクセスも市には停まりません。どうしても、周りに比べて元気がなさそうな印象を受けます。 「白井市といえばこれ！」と言うものもわかりません。第一印象でわかりやすい魅力(特色)。手広くあれもこれもではなく、「白井市といえばこれ！」が誰からもわかるようになればいいと思います。</p> <p>(男性・20 歳代・市内在住)</p>
<p>先日商工振興課がやっていた YouTube の講演会では、経営理念(どこで 1 位になるか)を明確にし、Google の検索で上位に上がってくるように戦略的に PR していくことが大切というお話がありました。市の PR にもかなり役立つ講演会でしたので、ぜひ担当の方にも資料に目を通して頂きたいです。(講演内容なら私も解説できます！)</p> <p>(女性・20 歳代・市外在住)</p>
<p>新たなことをやるというのも活気がでてよいとは思いますが、常に続けることは人的にも金銭的にも体力がいり一過性に終わることもままあります。強みを活かすことが無理なく持続的な活動へとつながると思いますが、強みというのは相対的なものであり、中にいる人からはそれは当たり前のごとで中々気付かないものと聞きます。 移住定住を促進することは、税金や活気その他にも以前からある白井の魅力を見出す人の目が増えることであり、例えば転入時になぜ転入してきたのかや、転入してしばらくたったあとに、改めて白井の魅力を確認し、強みを伸ばしていくような施策をとることができるようになるなどにつながるため何よりも重視して行うべきだと思います。</p> <p>(男性・30 歳代・市外在住)</p>
<p>情報は世代ごとにしか広まらないので、世代ごとに求められている情報を世代に合った方法で発信していく。若者のネットを使った情報発信力を上手く利用する。</p> <p>(男性・20 歳代・市内在住)</p>
<p>若者向けに、市外からの入居者へ、消防団の加入を条件に住宅購入の補助を出す。</p> <p>(男性・40 歳代・市外在住)</p>

<p>若い人向けには、在来地区。二小・白井中まで送迎する。安心安全。高齢者には自動車免許を返納してもらって、代わりに電話1本で市内どこでも送迎サービス。 市内何か所か拠点を置いて、カーシェアリングサービス。</p> <p style="text-align: right;">(男性・40歳代・市外在住)</p>
<p>子供を育てて、子育ての環境に本当によい街だと思います。そこをアピール！</p> <p style="text-align: right;">(女性・40歳代・市内在住)</p>
<p>財政推計によれば、今後財政調整基金が底をつくこととなりますが、暗い話ばかりではなく、人口や税収や魅力がプラスになる方策が必要だと思います。</p> <p>何に力点を置くかは、単に白井駅の乗降者数を千葉NT中央駅と新鎌ヶ谷駅以上にすればよいと考えます。</p> <p>そのためには駅前に集中したまちづくりが必要であり、実現すれば北総にも更なる運賃値下げやアクセス特急の停車を交渉しやすくなります。駅前に地元の農産物や資源を凝縮し、行きはスカイライナーで都心に出る外国人を白井に下ろさせる作戦です。スカイライナーから見える白井の景色が、馬や羊や飛行機や走る人やお店が見えれば、きっと面白いまちが実現するはずです。</p> <p>ほかにも、白井駅の乗降者数の増加策としては、白井高校への農業学科の新設や白井流ラブンツェル(灯籠飛ばし)や駅前から市役所までの通りを全面封鎖して行う拡大版ふるさとまつりの実施なども効果があると思います。</p> <p style="text-align: right;">(男性・30歳代・市内在住)</p>
<p>交流人口を増加させるには、人のたまり場が必要。人のたまり場ができれば、飲食店が自然発生する。駅周辺に総合体育館があれば良いと思う。呼び込むターゲット年齢層の関心を分析し、魅力づくりを検討する。</p> <p style="text-align: right;">(男性・50歳代・市内在住)</p>
<p>後手に回らず、積極的に動く、予算もある程度枠で持っていられるような環境が必要。</p> <p style="text-align: right;">(女性・60歳代・市内在住)</p>
<p>現在も東京などの大都市へのアクセスは良いが、定住促進をするなら、北総線の運賃を下げ(1区間100円程度)、より利用しやすいようにすることが必要。</p> <p style="text-align: right;">(男性・20歳代・市内在住)</p>
<p>現在は職員がバラバラにそれも片手間でやっているから仕方ないかも知れませんが、時に高いお金かけて特設サイトとか作ってもそれで満足してしまい、ほとんど更新されていない気がします。(ホームページのなし坊特設サイトなど)</p> <p>正直言って体裁整えるだけで効果は全然出ていないと思います。</p> <p>わざわざ委託掛けて立派な方針作っても結局「作ったことで満足しました」ということになってしまうのではないかと心配です。PRをやるなら片手間ではなくせめて数人の専任職員をつけるくらいしないと意味ない気がします。</p> <p style="text-align: right;">(男性・30歳代・市内在住)</p>

<p>近居者への補助金等はよいと思います。</p> <p style="text-align: right;">(男性・40歳代・市内在住)</p>
<p>休耕地や荒れた田畑が目立ちます。実家が農家ではないけれど農業を志す若者が入りやすい農環境が作れないでしょうか。バランスの悪い市街化ではなく、自然と街のバランスのとれた調和が、白井のよいところと思います。</p> <p style="text-align: right;">(女性・40歳代・市内在住)</p>
<p>閑静な街をPR？ 静かな街に暮らして、買い物は隣の印西市へでは町が潤わないし。若い人に移住してきて欲しいが物件の値段、買い物や娯楽など全て印西市のほうが魅力的なので厳しいと感じている。私は印西市民で、白井で働かせてもらっていますが、正直白井市に住みたいとは微塵も思わないです。申し訳ありません。</p> <p style="text-align: right;">(男性・50歳代・市外在住)</p>
<p>駅周辺に飲食店などを作るとか駅周辺をうまく利用できるようにするとよいと思います。</p> <p style="text-align: right;">(女性・40歳代・市内在住)</p>
<p>駅までのアクセスが悪いのが大きな課題と思われます。駅の利用率が低くなり、結果として駅前の賑わいもイマイチ。どんなにいい広報活動しても市の玄関口である駅前の比較では他市に後れを取ってしまうのが現状だと思います。</p> <p>自分が東京から本市に移ってきたときの経験では、自分で見た印象ほど移住のきっかけとして大きいものはありません。</p> <p style="text-align: right;">(男性・30歳代・市内在住)</p>
<p>印西市が、全国で住みやすい市1位を獲得しており、これはすごいことだと思う。見習うところがあるのではないかと。印西市より都心に近いのは白井市。やはり北総線の運賃や特急が白井駅にも止まるなどが鍵だと思う。</p> <p style="text-align: right;">(女性・50歳代・市外在住)</p>
<p>移住定住促進については、行政が不動産情報等にどこまで関与するかだと思う。実効性が無いPRは意味ない。</p> <p style="text-align: right;">(男性・40歳代)</p>
<p>移住定住促進とのことで、若い世代(40以下)をターゲットとのことですが、結局市が動き出し、定着するのに10年近くかかると、世代が変わっている気がします。今後、市のあり方の意見を収集するならば、定住目的で、現在中学生・高校生辺りをターゲットにしてみるのも良いかと思いますが。</p> <p style="text-align: right;">(男性・30歳代・市内在住)</p>
<p>ホームページに移住を考えている人向けの特設ページを設ける。</p> <p style="text-align: right;">(男性・20歳代・市内在住)</p>
<p>パソコン、スマホで家にも気軽に参加できるゲームやイベントを市が主体で発信する。</p> <p style="text-align: right;">(男性・20歳代・市内在住)</p>

<p>どの程度お金をかけて、何をするのかということをおらかじめ決めておかないと、PR という名のもとに、外部のイベントばかり参加するということになりかねない。ノリや他市などとのつながりで効果がわからないのに「参加する」ということがないようにしたほうが良い。</p> <p>(男性・40 歳代・市内在住)</p>
<p>とにかく地味でも何でも、PRは地道に続けることが必要だと思う。市の職員は自ら「広告塔」であるという意識はもっと持たせるべきでは？そのためには、インパクトのある名刺の作成が必要かと(隣の印西市は、インザイ君をかたどった名刺を使っていて、かわいかったし、インパクトもあった)。</p> <p>(女性・30 歳代・市内在住)</p>
<p>となりの鎌ヶ谷市が、無計画な宅地開発で、道路整備ができていません。朝の通勤では、どこを通っても大渋滞で、どうにもなりません。白井市内も開発されている住宅地が同じ傾向にあるように感じます。</p> <p>(男性・50 歳代・市外在住)</p>
<p>とても難しいですが、市のシティプロモーション、広報活動は重要だと思います。</p> <p>個人的な考えですが、今の地域創生の進め方については消極的で、今後国レベルで進行する人口減少のなかにあって、全国の市町村が人の奪い合い、人口の増加策を議論していることに少なからず違和感を覚えます。</p> <p>今住んでいる市民が住んでよかったと思える施策を打ち立て、市民の満足度が高まれば、白井に住んでみたいと思う人も増えてくるのではないかと思います。</p> <p>(男性・40 歳代・市外在住)</p>
<p>テレビドラマのロケ地提供に積極的になる。 ネットやテレビに登場する機会を多く作る。</p> <p>(女性・40 歳代・市外在住)</p>
<p>シティセールで都内の企業を廻ってみて感じたことは、白井市がどこにあるのかわからないと、よく言われて、船橋市と柏市の隣と説明していた。</p> <p>(男性・50 歳代・市外在住)</p>
<p>シティプロモーションは、意欲と能力のある人材をそのポジションに充てること、そして育てることが大事では。この仕事こそ、外部の経験者を登用して取り組むことで、成果が期待できると思う。PRを専門に対応してくれるポジションがあれば、現場は、仕事に専念できる。</p> <p>(男性・50 歳代・市外在住)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・転職してきてから市役所窓口の丁寧さや人柄などが他市と違って強みかなと感じているので、その点をPRできたらと思います。 ・例えば高齢者や障害者、児童、病院との連携、福祉、など焦点を絞って強みにできたらいいと思います。 ・若い世代に絞るなら、ファミリーだけでなく稼働年齢層の独身世帯にも暮らしやすいPRがあればと思いますが、実際に独居アパートが少ないので、現実的ではないかもしれません・・・。 <p>(女性・30 歳代・市外在住)</p>

- ・市名に色のついた市とコラボしてPRをする。
- ・市内の中学生、高校生の意見を聴く場を設ける(鯖江市のJK課みたいなプロジェクトチームを作る)。

(男性・20 歳代・市外在住)

・企業誘致のように、PR 等の経験がある人を期間限定で雇用することを検討してはどうでしょうか？

・広報・PR 担当と、その素材となる事業担当との温度差をつめていく必要があると感じます。庁舎内の掲示場所等も活かしきれていなくて、もったいないなあと感じます。なにかのついでに市の施設に立ち寄った人の目をひきつけるチャンスがあるかもしれないです。

・駅に、市内の写真愛好者の方たちの写真が展示されていることがありますが、市内の撮影場所を紹介や市の広報や HP に使える写真の提供、ロビー等への展示などで協力してもらえたら、多くの人にいろんな場所を知ってもらえる機会になるかなと思います。

(女性・30 歳代・市内在住)