

施策 No.	33	施策名	都市ブランド戦略の推進
主管課名	秘書広報課	電話番号	0285-81-6947
関係課名	建設課		

1. 計画 (Plan)

施策の対象	市民・市外在住者						
対象指標名	単位	令和2 年度実績	令和3 年度実績	令和4 年度実績	令和5 年度実績	令和6 年度実績	令和6 年度見込
人口	人	78,874	78,592	77,635	77,578		76,972
観光入込客数	人	1,784,577	1,579,223	1,952,912	2,628,504		2,600,000

施策の目標	いちご等の地域資源を活かした魅力を創出することで、本市のブランド力を高め、広くPRすることによって本市のイメージ向上と市民のシビックプライドを醸成し、市内外から親しまれ、真岡市が選ばれるようにする。								
成果指標設定の考え方及び指標の把握方法(算定式など)	・シビックプライドの醸成と知名度向上の指標として、市民意向調査の「まちづくりに対しての市民の満足度」を使用する。 ・市民のブランド力及び認知度の向上の指標として、市民意向調査の「いちごのまちとイメージする市民の割合」を使用する。								
成果指標名		単位	平成30年度 基準値	令和2 年度	令和3 年度	令和4 年度	令和5 年度	令和6 年度	令和6 年度 目標値
街づくりに対しての市民の満足度	目標値	%	67.4	69.9	72.4	75.0	77.5	80.0	80.0
	実績値			49.7	57.6	55.7	57.0		
いちごのまちとイメージする市民の割合	目標値	%	51.0	54.8	58.6	62.4	66.2	70.0	70.0
	実績値			56.0	59.1	58.1	59.8		
	目標値								
	実績値								
	目標値								
	実績値								
	目標値								
	実績値								
	目標値								
	実績値								

施策の成果向上に向けての住民と行政との役割分担	市民は、本市に誇りや愛着を持ちます。 行政は、本市の地域特性を活かした積極的なプロモーションに努めます。
-------------------------	---

2. 実行（Do）→個別事務事業の実施による（事務事業マネジメントシート参照）

3. 検証・評価と今後の方向性（Check&Action）

（１）施策目標達成に対する要因分析と課題（①構成事業が与えた影響、②外的要因を踏まえて検証）

◆本市のブランド力、認知度向上

・質量ともに日本一のいちごのまちの認知度向上を図るため「いちご王国栃木の首都」をキャッチコピーとして、市内外にSNS等により発信した結果、真岡市をいちごのまちとイメージする市民の割合は58.1%から59.8%と、わずかではあるが前年度を上回ったが、まだ目標値よりは低い値となっている。

・「いちご王国栃木の首都もおか」を宣言し、多くのメディアで取り上げられたことや全庁的なキャッチコピーの活用により一定の効果は見られたが、引き続き「いちご王国栃木の首都もおか」のキャッチコピーを活用し、日本一のいちごのまちの認知度を向上させるとともに、SNSやデジタル広告を強化することで、真岡市に無関心層を関心層へ転換させ、関係人口化した人をファン化させる継続的な取組を行う必要がある。

◆シビックプライドの醸成

・シビックプライド醸成事業では、真岡の魅力を伝える中学生向け定住促進リーフレットを配布し、アンケートを実施した結果、真岡市に住み続けたい中学生の割合が45.0%から57.3%、また、市政に対する満足度（まちづくりに対しての市民の満足度）も55.7%から57.0%と前年度を上回ったが、まだ目標値よりは低い値となっている。

・若者へ本市の魅力発信が、届いていない現状が考えられる。今後は、高校生や大学生を対象に本市の魅力や施策について積極的に周知し、シビックプライドの醸成を図る必要がある。

【令和5年度の主な実施事業】

首都圏向けデジタル広告

毎月15日「いちごの日」PR

プロモーション冊子の作成

PR動画「もおかのいちご物語」およびプロモーションソングの制作

（２）今後の方向性（（１）の要因分析を踏まえ、施策目標達成に向けた方針を示す）

・日本一のいちごのブランド力と「いちご王国栃木の首都もおか」を活かすとともに、都市ブランドの向上、統一的・効果的なプロモーション、情報発信力の強化を柱に、真岡市の魅力を市内外問わず効果的に発信し、地域のイメージや認知度を高め、愛着と誇り、そして地域への参画を増やすことで、更なるまちの魅力の創造、発信に繋げ、シビックプライドの醸成、地域ブランドの向上を図り、「選ばれる都市（まち）真岡」の実現につなげていく。

・真岡市のブランドイメージを確立するため、真岡市シティプロモーション指針に基づき、関係人口からファン化、移住定住、シビックプライドの醸成まで一貫したストーリーをもった取組を推進していく。

・定住促進事業については、将来を検討するタイミングである高校生をターゲットとし、真岡の魅力をリーフレットにして配布するとともに、市内の高校生で構成する「すきすきシェアクラブ」においては、SNS等を活用しながら高校生の目線で若者に受け入れられるような真岡市の魅力を発信していくことで、シビックプライドの醸成、定住の促進などを図る。

・PR動画及びシティプロモーションソング「もおかのいちご物語」について、広く市民に活用してもらえるよう、周知に努める。

【市外在住者向け】

・無関心層を関心層に転換させる取組として、いちごの返礼品（加工品を含む。）を始めとした魅力ある返礼品をPRし、ふるさと寄附を活用した関係人口の増加を図る。

・首都圏の真岡市の認知度を向上させるため、デジタル広告を活用した情報発信を図っていく。

・ターゲットに態度変容を促し、観光やふるさと寄附等の行動を起こしてもらえるよう、戦略的にデジタルマーケティングに取り組む。

4. 構成事業一覧（個別事務事業一覧）

[illegible]