

全国シティプロモーション実態調査
結果報告
2022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
2. 顧問ごあいさつ
3. 全国シティプロモーション実態調査 結果報告 5
 - ・調査の概要
 - ・調査結果報告
 - (ア)総括
 - (イ)各論1：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
 - ② シティプロモーション所管組織の有無
 - 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
 - ③ 自治体 PR イベントの開催状況
 - (エ)各論3：住民愛着度の形成
 - 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
 - (オ)各論4：その他の項目



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「2022年度版 全国シティプロモーション実態調査報告書」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20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、公民連携推進など、地方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、地方自治体同士または自治体に関係するさまざまなプレイヤ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います。

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います。

今回の調査では、全国の自治体の取り組みの苦労が浮き彫りになったといえます。

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
All Rights Reserved.

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

最初に謝辞を述べます。2021年秋に全国の市町村を対象に「全国シティプロモーション実態調査」を実施しました。ご協力くださった市町村のご担当者の皆さまに御礼を申し上げます。多くの市町村がご回答くださり、とてもいい成果となりました。

現在、多くの市町村がシティプロモーション（シティセールスを含む）を実施しています。しかしながら、全国規模で実態を把握する調査は、ほとんどありませんでした。

過去、全国規模で実施した調査に「全国自治体シティプロモーション実態調査」があります（実施主体：事業構想大学院大学、期間：2018年1月4日～2月5日）。回答率は9.3%でした。回答率は低いものの、初めてシティプロモーションの実態が浮き彫りになりました。

今回の調査は27.6%の回答率になります。事業構想大学院大学の調査よりも、より深みのある結果が得られたと考えています。なお、シティプロモーションを実施していない市町村は「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。

本結果報告から、多様な示唆を得ることができます。私が最初に思ったことは「シティプロモーションも変わらなくてはいけない」ということです。

今日、シティプロモーションが団体権を得て「当たり前」になりつつあります（「団体権」とは造語であり、市民権の自治体バージョンです。意味は「一部だけに行なわれていた物事が世に広く一般化すること」です。）。

当たりの状況では、シティプロモーションが画一化しており、大きな成果が出なくなっています。本結果報告から、市町村の苦悩が垣間見られます。

私がシティプロモーションに取り組んだのは、2000年代半ばでした。シティプロモーションは団体権を得ていなかったため、ブルーオーシャン状態であり（競争相手がいない）、実施すればすぐに成果が得られた状況でした。

しかし、近年はレッドオーシャン状態です。そうであるにもかかわらず、画一的なシティプロモーションが行われています。これでは成果は出ません。そのためシティプロモーションも変わる時が来ていると考えます。

既存のシティプロモーションを変えていくヒントが、本結果報告から得られると思います。本結果報告は、シティプロモーションを展開している市町村、これからシティプロモーションに取り組もうとする市町村には、大いに参考になると自負しています。

関東学院大学准教授・社会情報大学院大学特任教授
牧瀬 稔

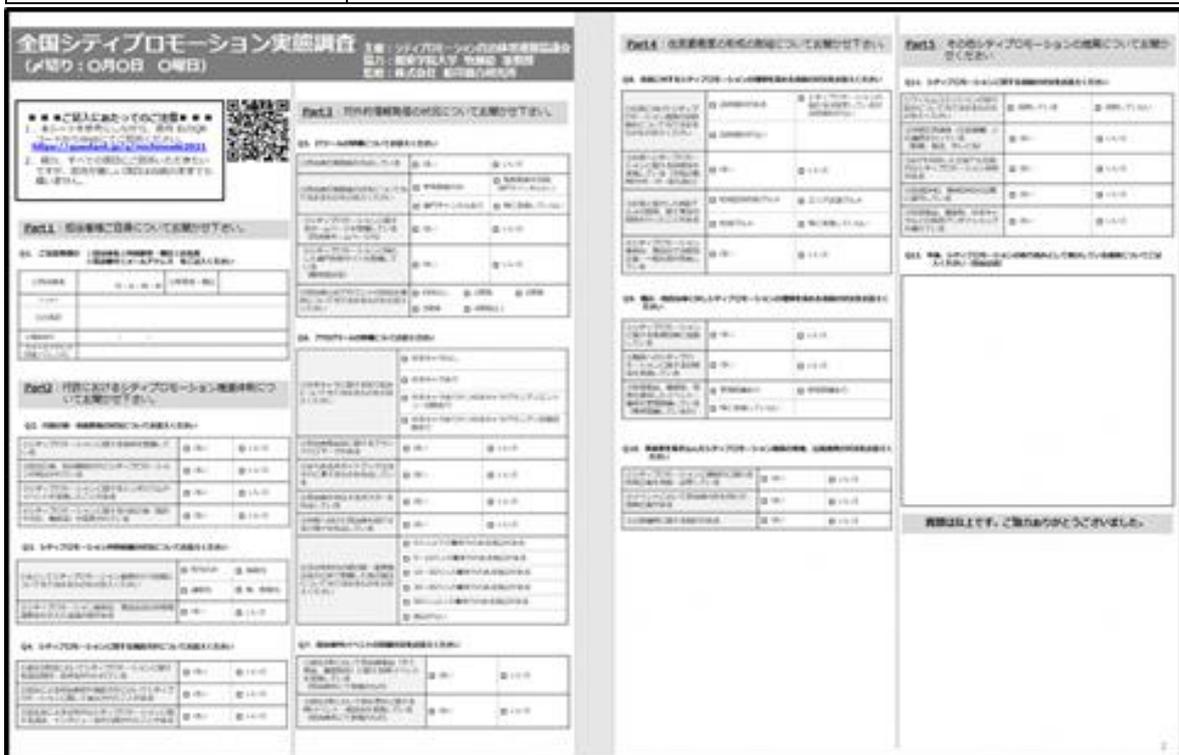


シティプロモーション自治体等連絡協議会
All Rights Reserved.

[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	1,718 自治体（政令市、中核市、特例市を含む）
調査実施時期	2021年9月21日～2021年12月8日
設問数	42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	475自治体（回答率 27.6%）
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：関東学院大学法学部 牧瀬稔 准教授 監修：株式会社 船井総合研究所



調査結果報告

(ア) 総括

各論1：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

- ・総合計画、総合戦略等の基礎的計画においては61.7%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36.9%と総合計画等における記載割合との乖離が見られ、各自治体においてシティプロモーションに関する取り組み方針の明確化に差があることが明らかとなった。
- ・またシティプロモーションに関する条例の設置状況は0.9%となっている。

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担当のみが20.2%、係相当での担当が42.5%となり、合計して62.7%の自治体が主に係相当以下でシティプロモーションを実施している。
- ・外部有識者等を招いたシティプロモーションに関する委員会等組織は全体の17.7%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

- ・シティプロモーションが議会質問、答弁にて取り上げられた自治体は過去3年間で61.0%となっており議会における関心の高さが伺える。
- ・首長の所信表明や施政方針等においては54.3%の自治体でシティプロモーションが取り上げられている。

各論2：対外的情報発信の状況

① ITツールの整備

- ・自治体の魅力を伝える広報動画については82.1%の自治体を実施している。多くの自治体が作成を行っていることから、普遍的な内容では自治体の魅力を伝えるにあたって他の自治体に埋もれてしまう可能性があることが推測できる。
- ・多くの自治体では広報動画の展開にあたり専門チャンネルを有しておりその割合は43.7%となっている。



- ・シティプロモーションに関するホームページの作成状況については、自治体ホームページ内に情報を掲載している自治体が48.5%あり、また観光協会等の外部ホームページに掲載している場合が48.4%となっている。
- ・自治体公式アカウントのSNSについては3種類以上の運用を行っている自治体が62.4%となっている。シティプロモーションが主に係相当以下の組織によって運営されていることを鑑みた場合、シティプロモーションの担当者数は多くないと想定できることから、SNS運用は担当者にとって大きな業務負荷となっている可能性がある。

② アナログツールの整備

- ・自治体独自のゆるキャラを有する自治体は76.7%となっており、そのうちゆるキャラに関するコンテスト、グランプリにエントリーした経験のある自治体は47.1%となっている。一方でコンテスト等での受賞経験のあるゆるキャラを有する自治体は1.9%となっており、自治体が注目を浴びることができる受賞経験を得ることは狭き門であることが伺える。
- ・自治体が推薦する商品等に関するブランドロゴマークを有する自治体は50.9%となっている。
- ・来訪客のためのアナログツールの作成状況として、まちあるきハンドブックやそれに準ずるものは91.7%、自治体紹介の小冊子は85.7%、ポスター等は69.3%の自治体が作成を行っている。これらのアナログツールは広報動画と同様に多くの自治体で作成されていることから、他自治体と異なる特色を訴えるためには工夫が求められると考えられる。
- ・自治体のにぎわいづくりの核のひとつとなる道の駅・産直施設等の公共で整備した施設については、39.0%の自治体で年間集客5万人以上の施設を有している。一方で集客数5万人以下の施設のみを有する自治体、施設自体のない自治体を合わせると61.0%となっている。

③ 自治体 PR イベントの開催状況

- ・過去3年間において自治体外で自治体産品（手工芸品、農産物等）に関するPRイベントは80.2%の自治体を実施している。
- ・また同様に過去3年間において自治体外で移住定住に関するPRイベント・相談会については67.5%の自治体を実施している。



各論 3：住民愛着度の形成

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

- ・住民に対するシティプロモーション施策の説明資料については、説明資料があると回答した自治体は 16.1%となっている。
- ・また、市民記者、PR サポーター等を含めた住民へのシティプロモーションに関する研修等の実施状況は 13.7%となっている。
- ・あわせてシティプロモーションに関する委員会等への民間企業、一般住民の参画状況についても 20.8%となっており、シティプロモーションについて住民への理解浸透や住民参画については多くの自治体で積極的ではないことが推測できる。

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

- ・自治体職員へのシティプロモーションに関する研修の実施状況について 23.6%となっており、職員の参画に関して各自治体が積極的に進めていないことがわかる。シティプロモーションの推進者となる可能性の高い自治体職員への周知施策が不足しているという状況が伺える。
- ・一方で地場産品、農産物、自然を使用したイベント・催事を定期開催している自治体は 55.8%あり、職員はイベント・催事等の施策を通してシティプロモーションへの理解を深めている状況が伺える。

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

- ・シティプロモーションに積極的に関わってくれるような地場企業の発掘と認定については 14.6%の自治体を実施している。
 - ・また、協賛企業の有無については 33.1%の自治体であると回答している。
 - ・公民連携に関する指針については 14.0%が備えていると回答している。
- これらのことから、自治体における地場企業との連携については不十分な自治体が多いことが伺える。

各論 4：その他の項目

- ・フィルムコミッションについては 37.4%、外部広告団体（全国規模）と連携は 18.2%の自治体を実施しており、多くの自治体ではないものの自身の自治体を外部に働きかけて宣伝しようという動きがみられる。
- ・IoT を活用した先鋭的なシティプロモーションの取り組みについて 3.5%の自治体を実施していると回答しており、当分野についてシティプロモーションにおけるブルーオーシャン戦略が展開可能であると考えられる。
- ・地域 DMO 等の設置に関与する自治体は 31.6%となっている。



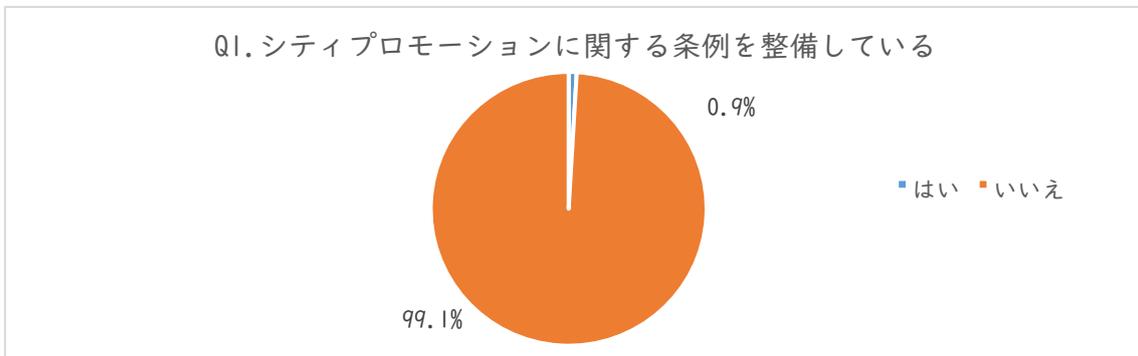
(イ) 各論Ⅰ：行政におけるシティプロモーション推進体制

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る

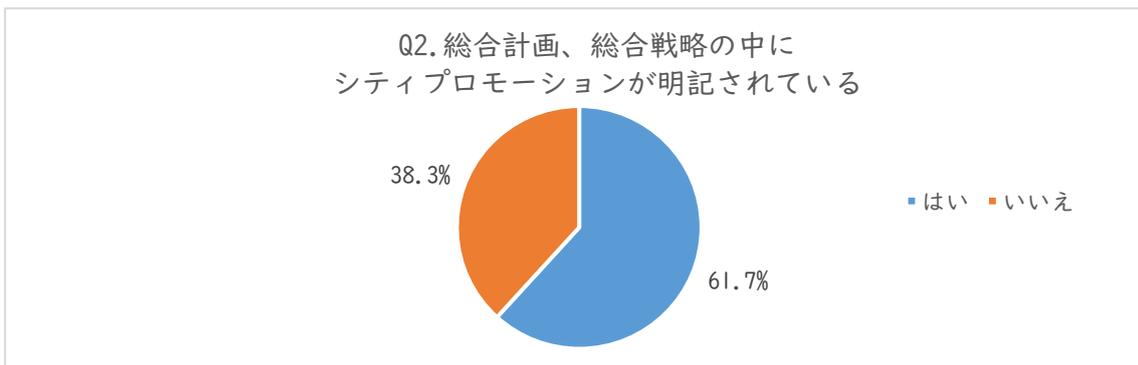
項目	N	%
はい	4	0.9%
いいえ	422	99.1%
合計	426	100.0%



N=426

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る

項目	N	%
はい	263	61.7%
いいえ	163	38.3%
合計	426	100.0%



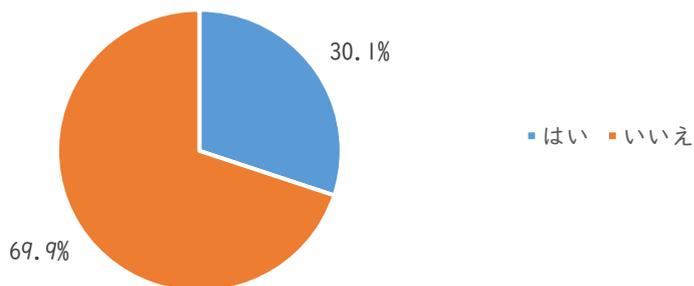
N=426



Q3. シティプロモーションに関するシンポジウムやイベントを実施したことがある

項目	N	%
はい	128	30.1%
いいえ	297	69.9%
合計	425	100.0%

Q3. シティプロモーションに関するシンポジウムやイベントを実施したことがある

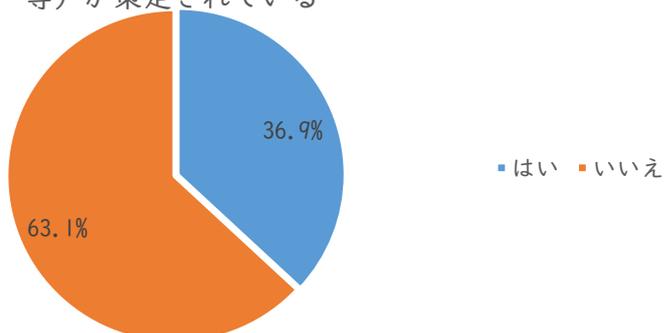


N=425

Q4. 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

項目	N	%
はい	157	36.9%
いいえ	268	63.1%
合計	425	100.0%

Q4. 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



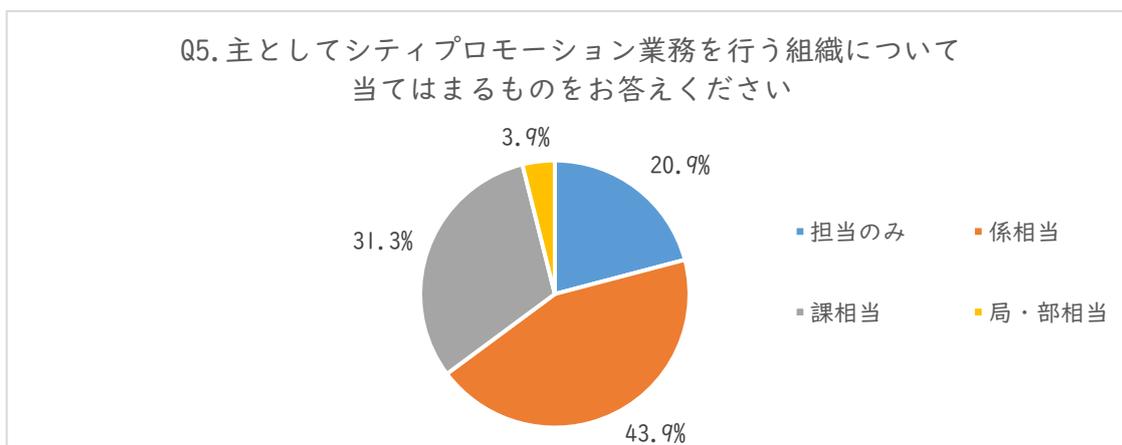
N=425



② シティプロモーション所管組織の有無

Q5. 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

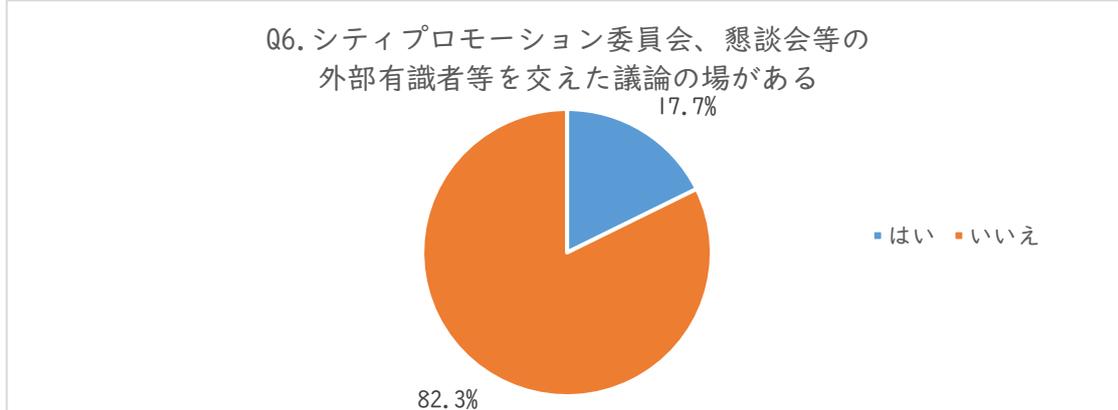
項目	N	%
担当のみ	86	20.2%
係相当	181	42.5%
課相当	129	30.3%
局・部相当	16	3.8%
合計	412	96.7%



N=412

Q6. 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る

項目	N	%
はい	75	17.7%
いいえ	349	82.3%
合計	424	100.0%



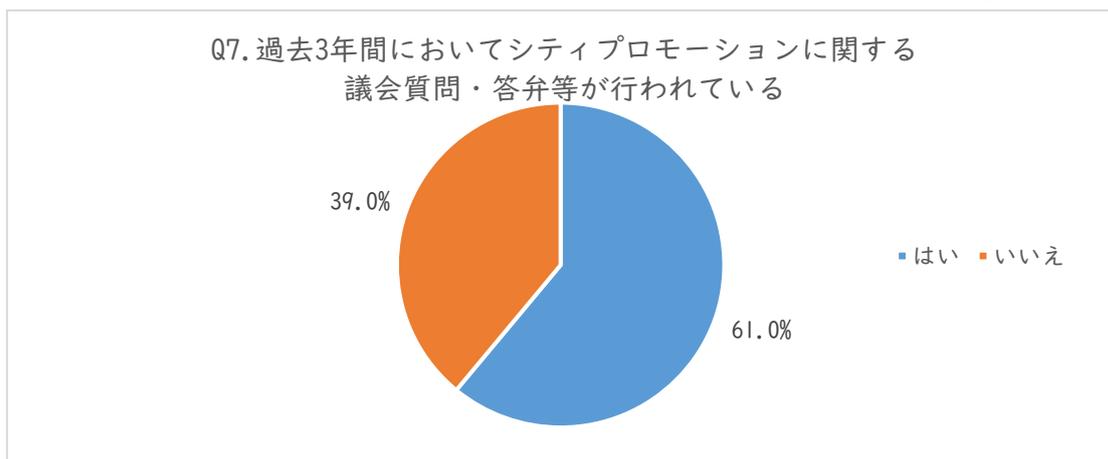
N=424



③シティプロモーションに関する施政方針

Q7. 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る

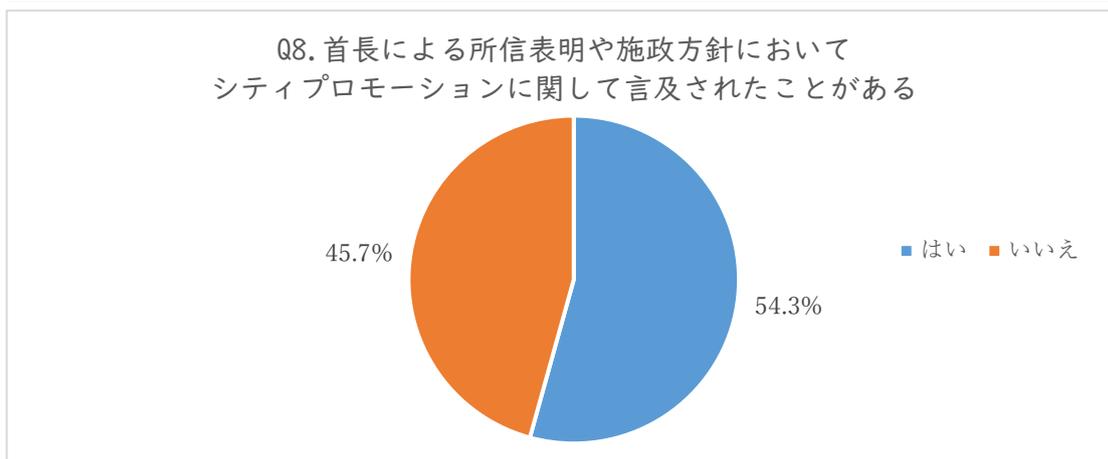
項目	N	%
はい	255	61.0%
いいえ	163	39.0%
合計	418	100.0%



N=418

Q8. 首長による所信表明や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る

項目	N	%
はい	228	54.3%
いいえ	192	45.7%
合計	420	100.0%

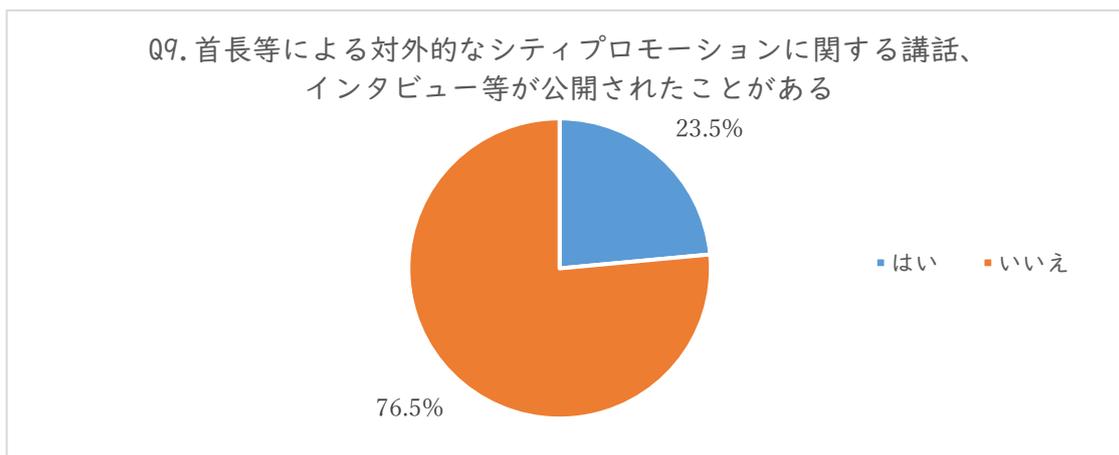


N=420



Q9. 首長による所信表明や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る

項目	N	%
はい	99	23.5%
いいえ	322	76.5%
合計	421	100.0%



N=421

(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 2. 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る

項目	N	%
はい	348	82.1%
いいえ	76	17.9%
合計	424	100.0%

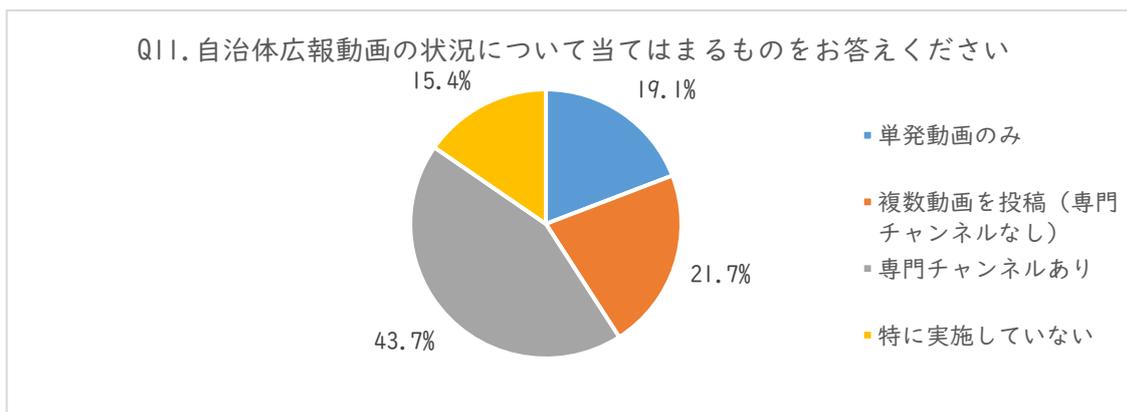


N=424



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

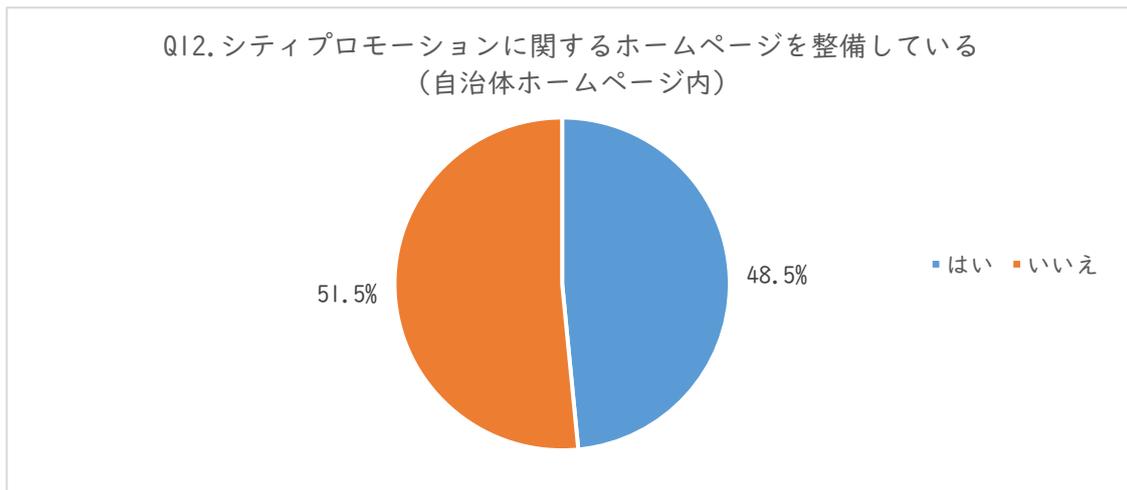
項目	N	%
単発動画のみ	81	19.1%
複数動画を投稿（専門チャンネルなし）	92	21.7%
専門チャンネルあり	185	43.7%
特に実施していない	65	15.4%
合計	423	100.0%



N=423

Q12. 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る
（自治体ホームページ内）

項目	N	%
はい	205	48.5%
いいえ	218	51.5%
合計	423	100.0%

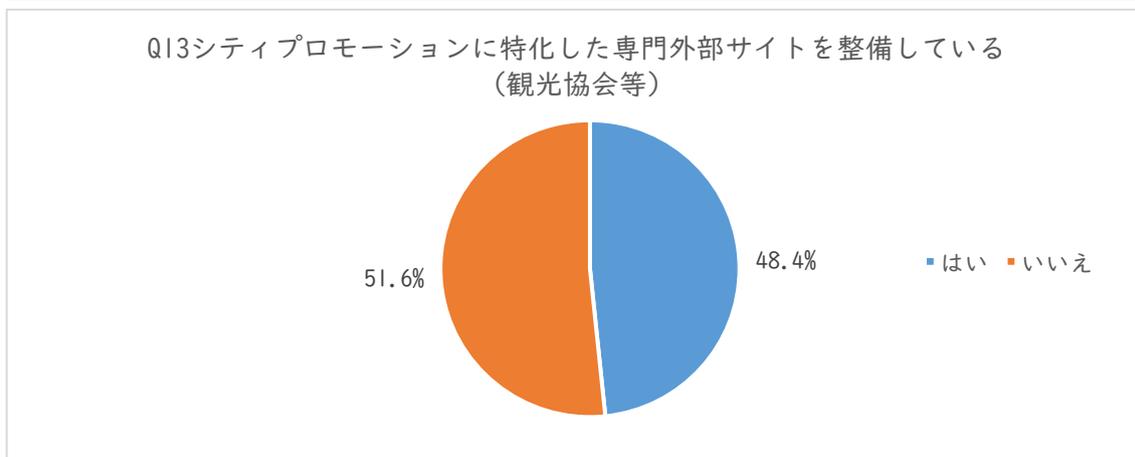


N=423



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る（観光協会等）

項目	N	%
はい	206	48.4%
いいえ	220	51.6%
合計	426	100.0%



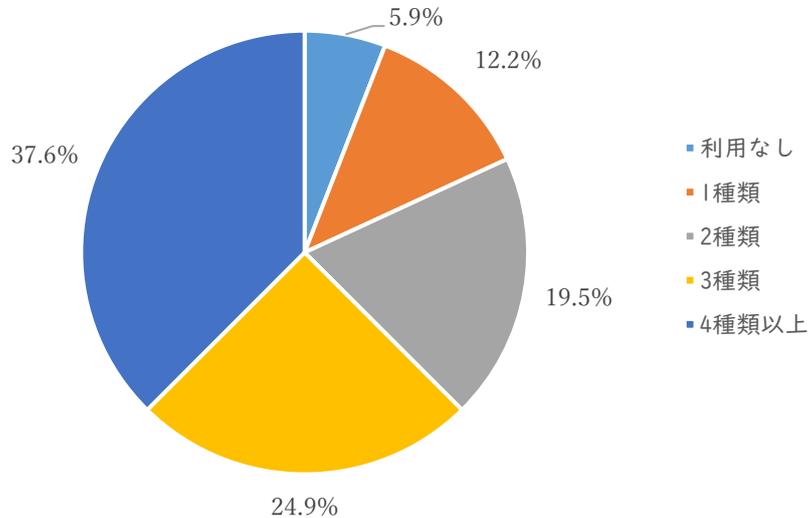
N=426

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	25	5.9%
1種類	52	12.2%
2種類	83	19.5%
3種類	106	24.9%
4種類以上	160	37.6%
合計	426	100.0%



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



N=426

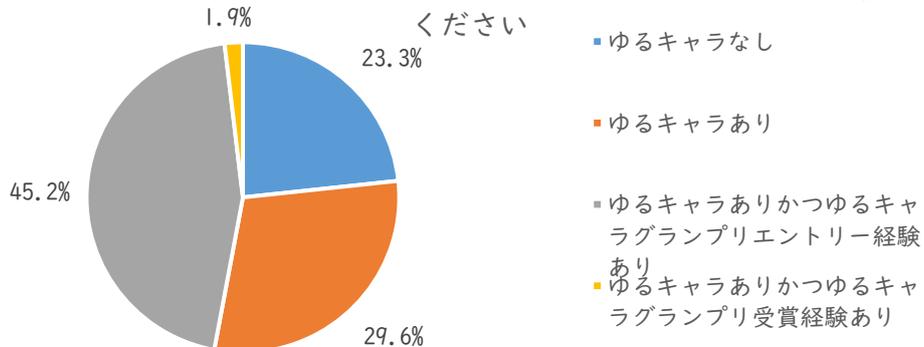
②アナログツールの整備

大設問 3. アナログツールの整備についてお答えください

Q15. ゆるキャラに関する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	%
ゆるキャラなし	99	23.3%
ゆるキャラあり	126	29.6%
ゆるキャラありかつゆるキャラグランプリエントリー経験あり	192	45.2%
ゆるキャラありかつゆるキャラグランプリ受賞経験あり	8	1.9%
合計	425	100.0%

Q15. ゆるキャラに関する取り組みについて当てはまるものをお答えください

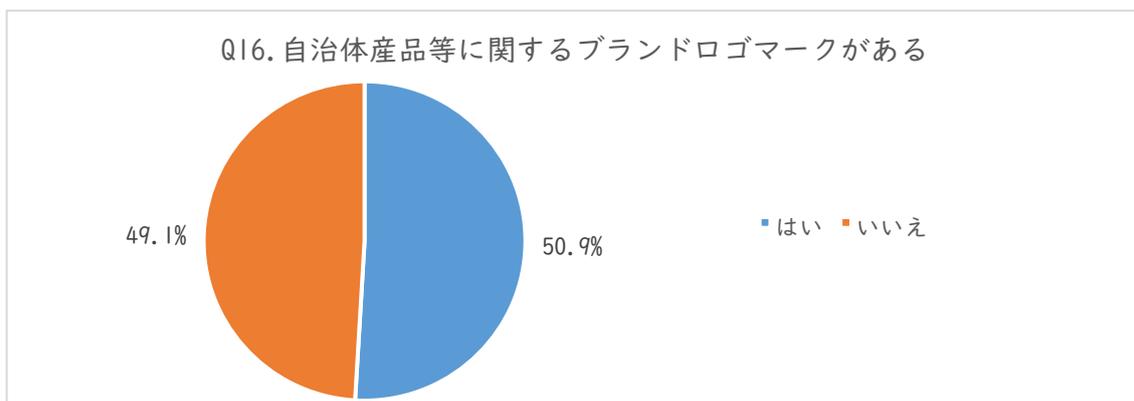


N=425



Q16. 自治体産品等に関するブランドロゴマークがある

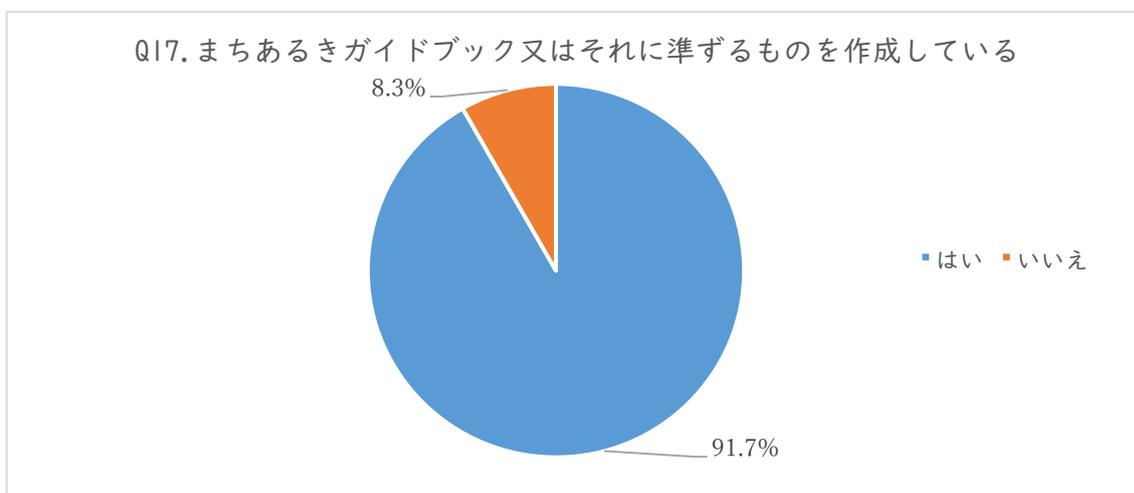
項目	N	%
はい	217	50.9%
いいえ	209	49.1%
合計	426	100.0%



N=426

Q17. 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る

項目	N	%
はい	389	91.7%
いいえ	35	8.3%
合計	424	100.0%

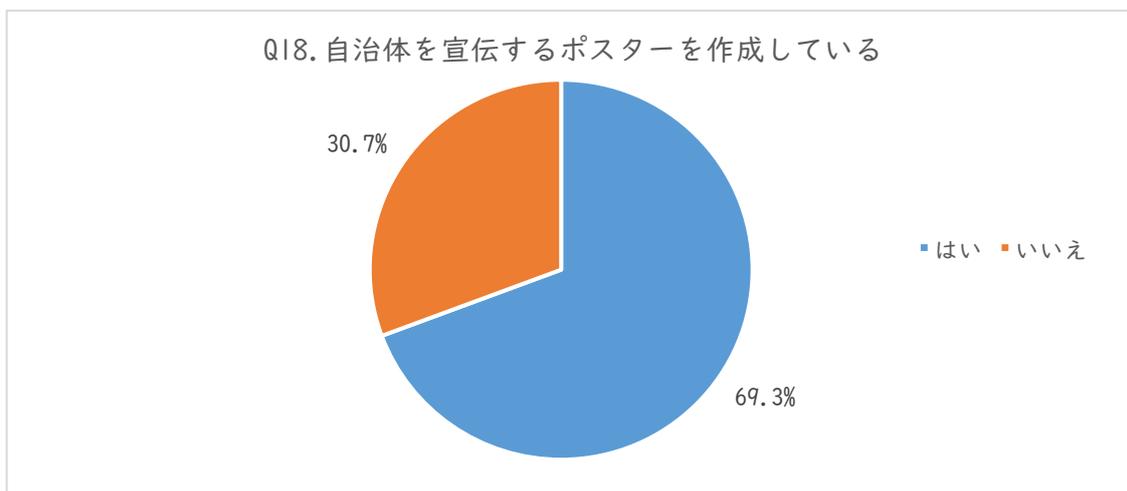


N=424



Q18. 自治体を宣伝するポスターを作成している

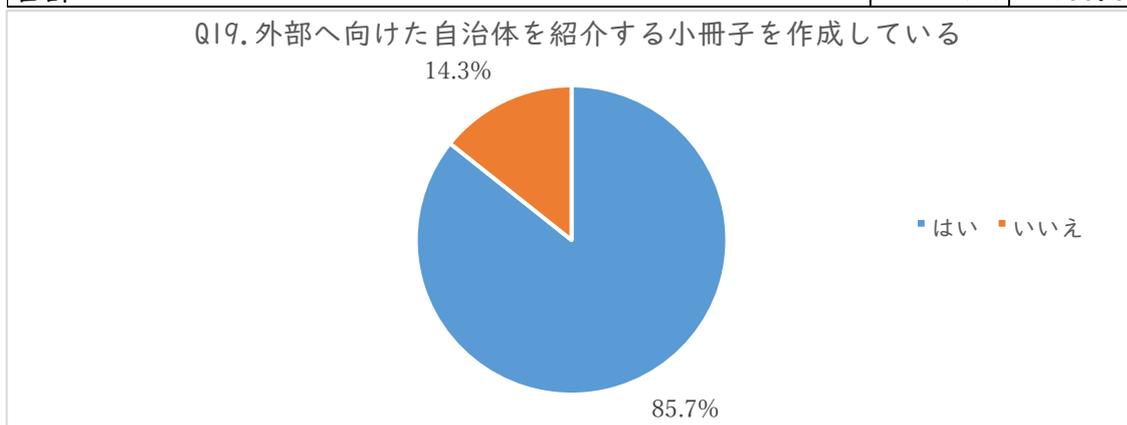
項目	N	%
はい	294	69.3%
いいえ	130	30.7%
合計	424	100.0%



N=424

Q19. 外部へ向けた自治体を紹介する小冊子を作成している

項目	N	%
はい	361	85.7%
いいえ	60	14.3%
合計	421	100.0%

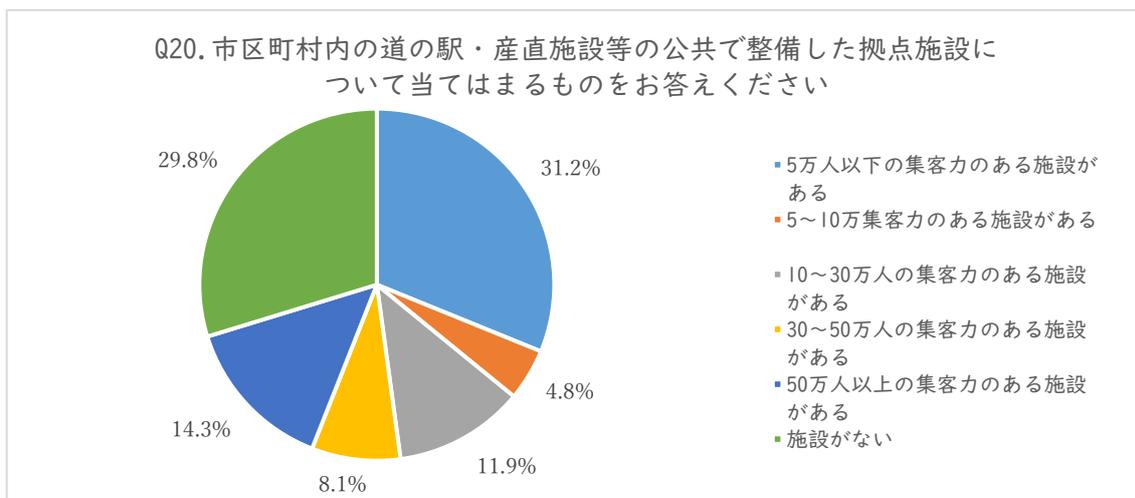


N=421



**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**

項目	N	%
5万人以下の集客力のある施設がある	131	31.2%
5～10万集客力のある施設がある	20	4.8%
10～30万人の集客力のある施設がある	50	11.9%
30～50万人の集客力のある施設がある	34	8.1%
50万人以上の集客力のある施設がある	60	14.3%
施設がない	125	29.8%
合計	420	100.0%



N=420

③自治体 PR イベントの開催状況

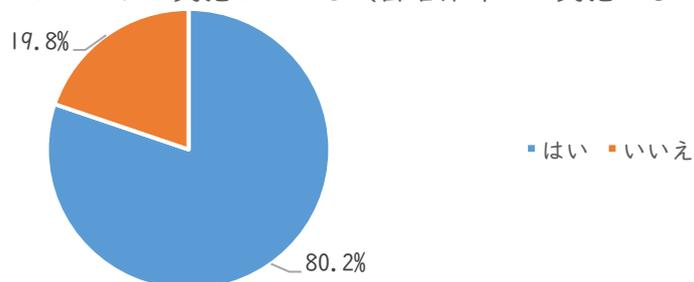
大設問 4. 自治体 PR イベントの開催状況をお答えください

Q21. 過去 3 年において自治体産品（手工芸品、農産物等）に関する PR イベントを実施している（自治体外にて実施のもの）

項目	N	%
はい	341	80.2%
いいえ	84	19.8%
合計	425	100.0%



Q21. 過去3年において自治体産品（手工芸品、農産物等）に関するPRイベントを実施している（自治体外にて実施のもの）

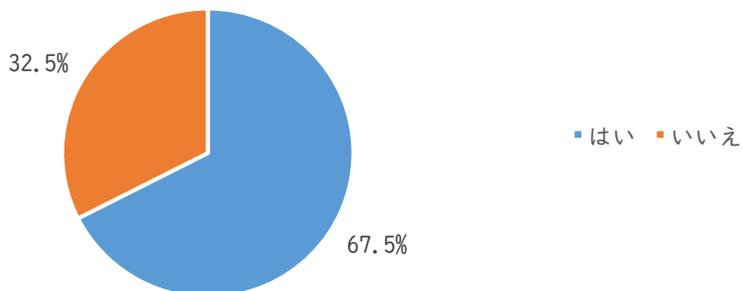


N=425

Q22. 過去3年において移住定住に関するPRイベント・相談会を実施している（自治体外にて実施のもの）

項目	N	%
はい	287	67.5%
いいえ	138	32.5%
合計	425	100.0%

Q22. 過去3年において移住定住に関するPRイベント・相談会を実施している。（自治体外にて実施のもの）



N=425



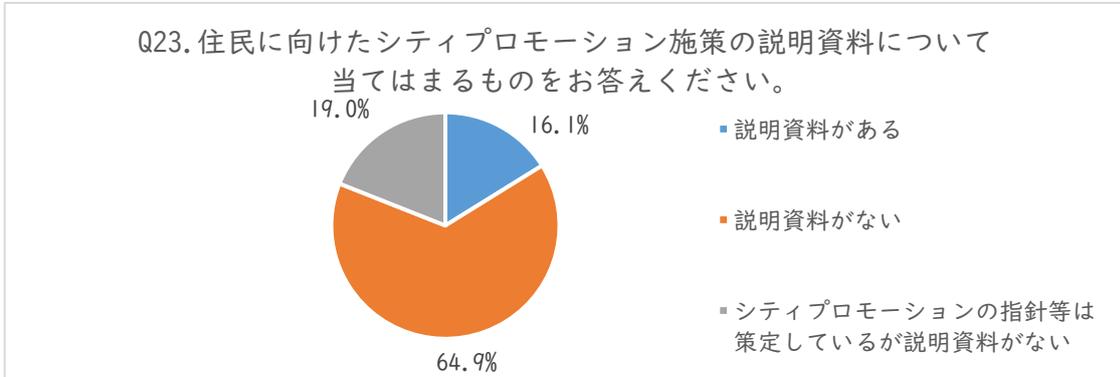
(エ) 各論3：住民愛着度の形成

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5. 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

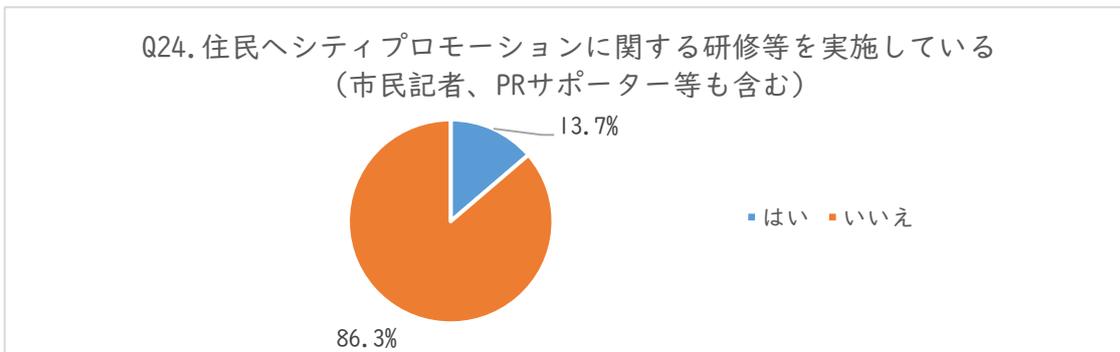
Q23. 住民に向けたシティプロモーション施策の説明資料について当てはまるものをお答えください

項目	N	%
説明資料がある	68	16.1%
説明資料がない	274	64.9%
シティプロモーションの指針等は策定しているが説明資料がない	80	19.0%
合計	422	100.0%



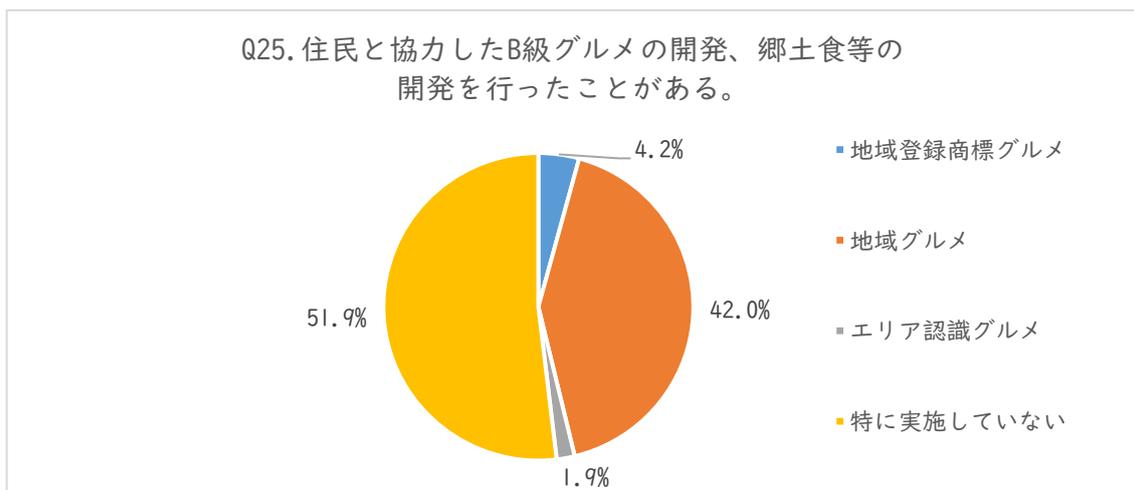
Q24. 住民へシティプロモーションに関する研修等を実施している
(市民記者、PR サポーター等も含む)

項目	N	%
はい	58	13.7%
いいえ	366	86.3%
合計	424	100.0%



Q25. 住民と協力したB級グルメの開発、郷土食等の開発を行ったことがある

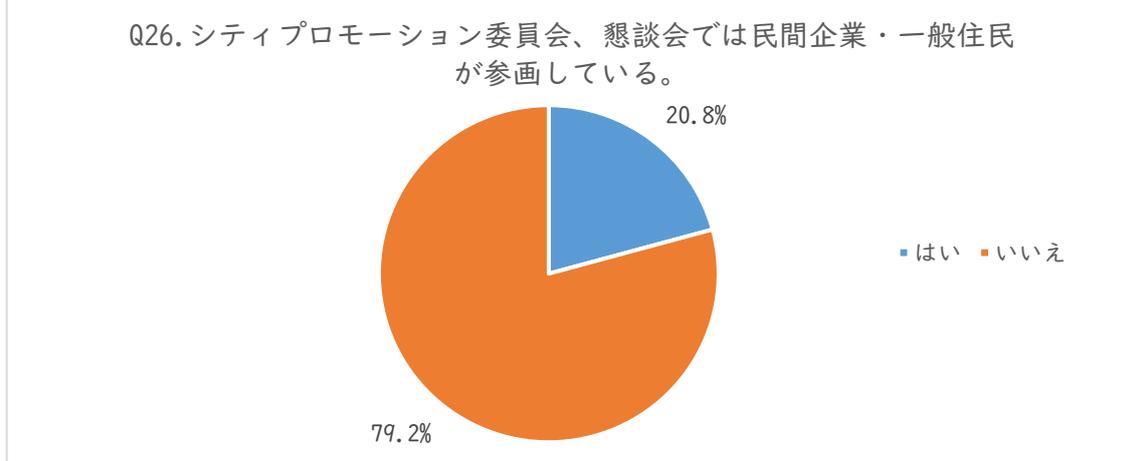
項目	N	%
地域登録商標グルメ	18	4.2%
地域グルメ	178	42.0%
エリア認識グルメ	8	1.9%
特に実施していない	220	51.9%
合計	424	100.0%



N=424

Q26. シティプロモーション委員会、懇談会では民間企業・一般住民が参画している

項目	N	%
はい	86	20.8%
いいえ	328	79.2%
合計	414	100.0%



N=414

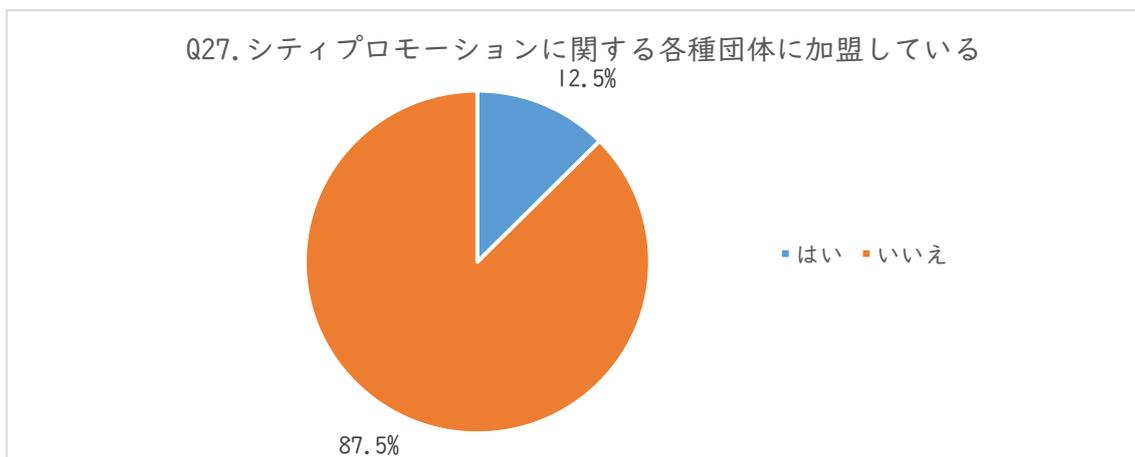


② 職員・他自治体に対しシティプロモーションの理解を深める活動の状況

大設問 6. 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をお答えください

Q27. シティプロモーションに関する各種団体に加盟している

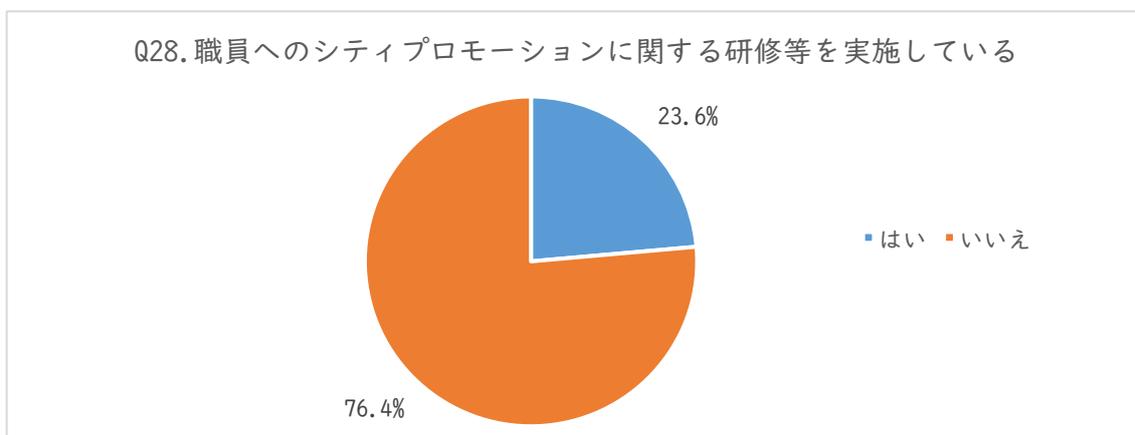
項目	N	%
はい	53	12.5%
いいえ	370	87.5%
合計	423	100.0%



N=423

Q28. 職員へのシティプロモーションに関する研修等を実施している

項目	N	%
はい	100	23.6%
いいえ	324	76.4%
合計	424	100.0%

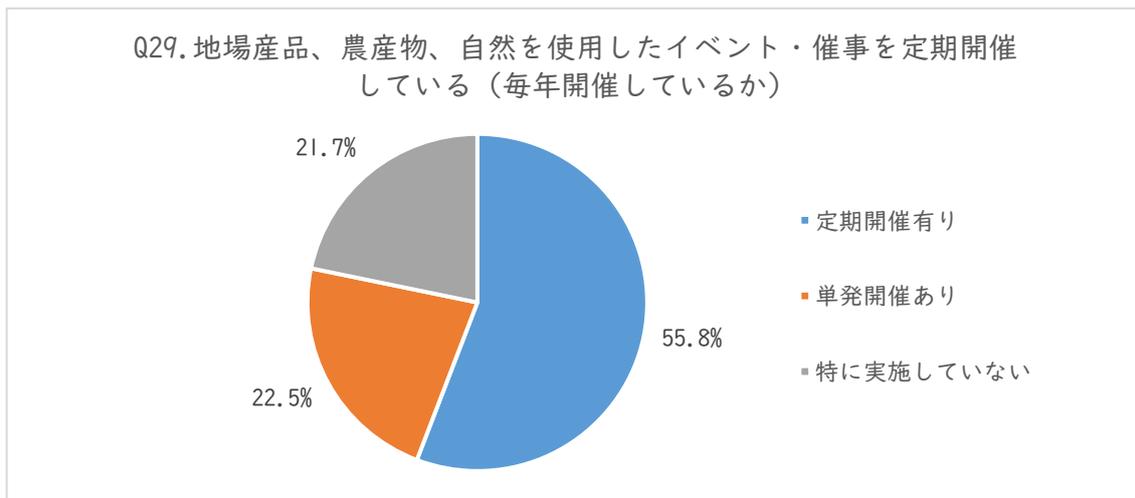


N=424



**Q29. 地場産品、農産物、自然を使用したイベント・催事を定期開催している
(毎年開催しているか)**

項目	N	%
定期開催有り	236	55.8%
単発開催あり	95	22.5%
特に実施していない	92	21.7%
合計	423	100.0%



N=423

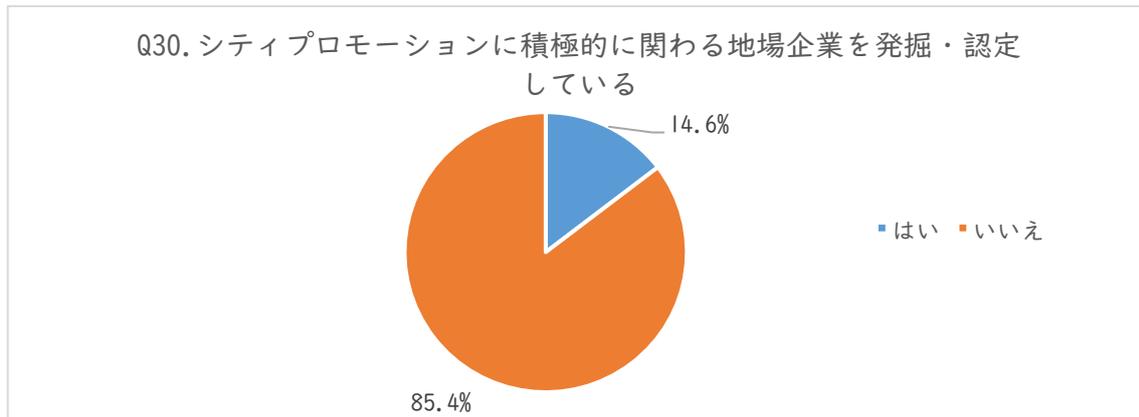


③ 事業者を巻き込んだシティプロモーション、施策の実施、公民連携の状況

大設問7. 事業者を巻き込んだシティプロモーション施策の実施、公民連携の状況をお答えください

Q30. シティプロモーションに積極的に関わる地場企業を発掘・認定している

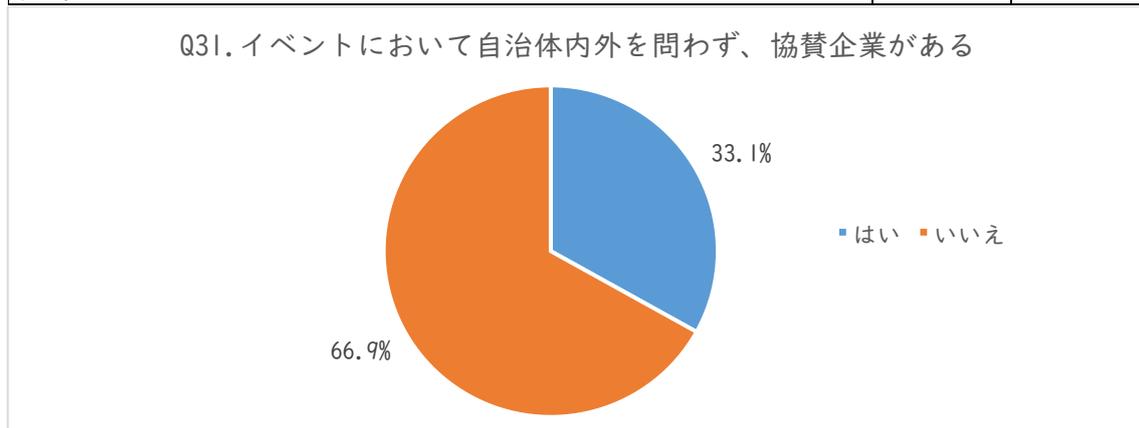
項目	N	%
はい	62	14.6%
いいえ	362	85.4%
合計	424	100.0%



N=424

Q31. イベントにおいて自治体内外を問わず、協賛企業がある

項目	N	%
はい	140	33.1%
いいえ	283	66.9%
合計	423	100.0%

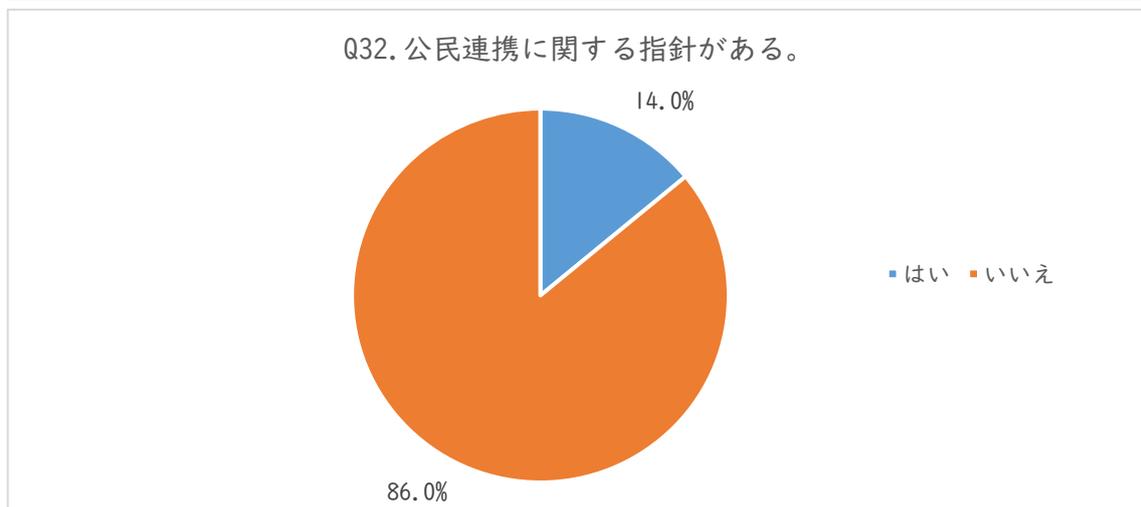


N=423



Q32. 公民連携に関する指針がある

項目	N	%
はい	59	14.0%
いいえ	362	86.0%
合計	421	100.0%



N=421



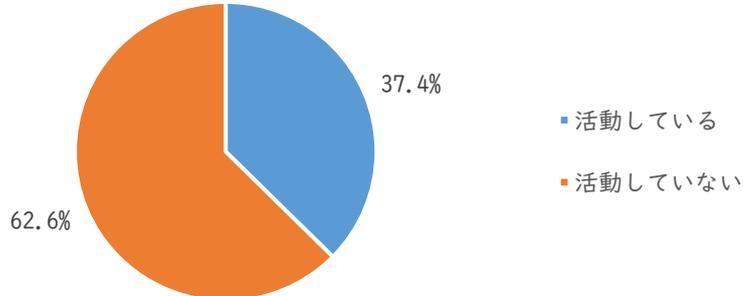
(オ) 各論4：その他の項目

大設問8. 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

Q33. 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	159	37.4%
活動していない	266	62.6%
合計	425	100.0%

Q33. 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。

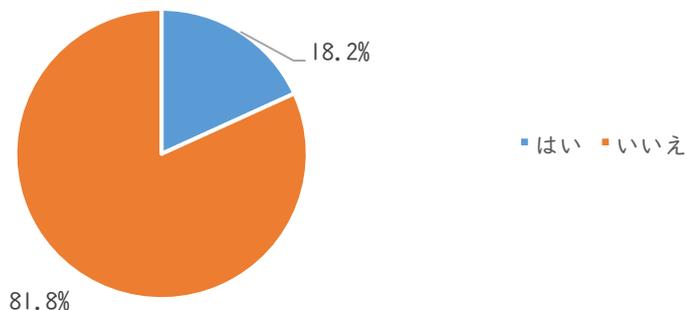


N=425

Q34. 外部広告媒体（全国規模）との連携を行っている（新聞、雑誌、テレビ等）

項目	N	%
はい	77	18.2%
いいえ	347	81.8%
合計	424	100.0%

Q34. 外部広告媒体（全国規模）との連携を行っている（新聞、雑誌、テレビ等）

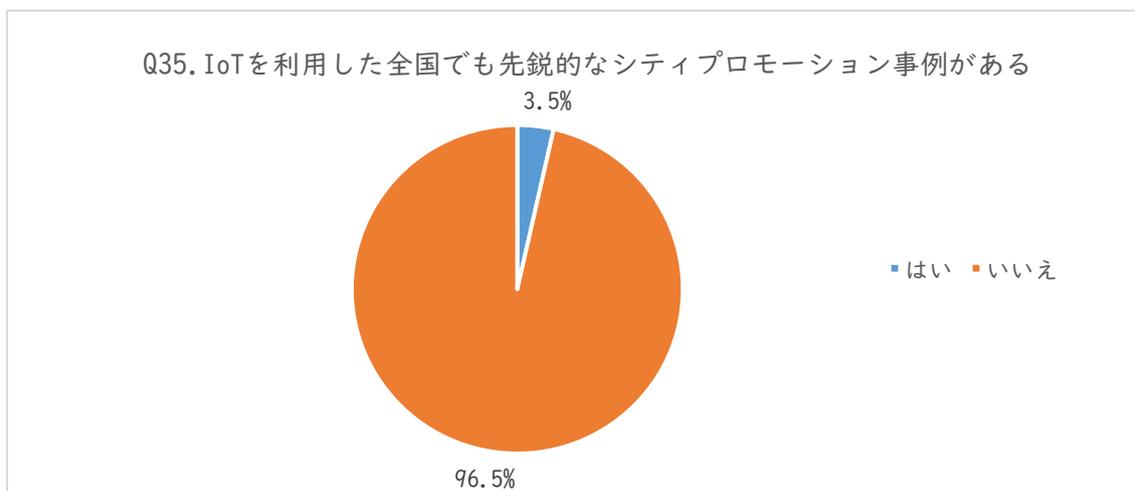


N=424



Q35. IoT を利用した全国でも先鋭的なシティプロモーション事例がある

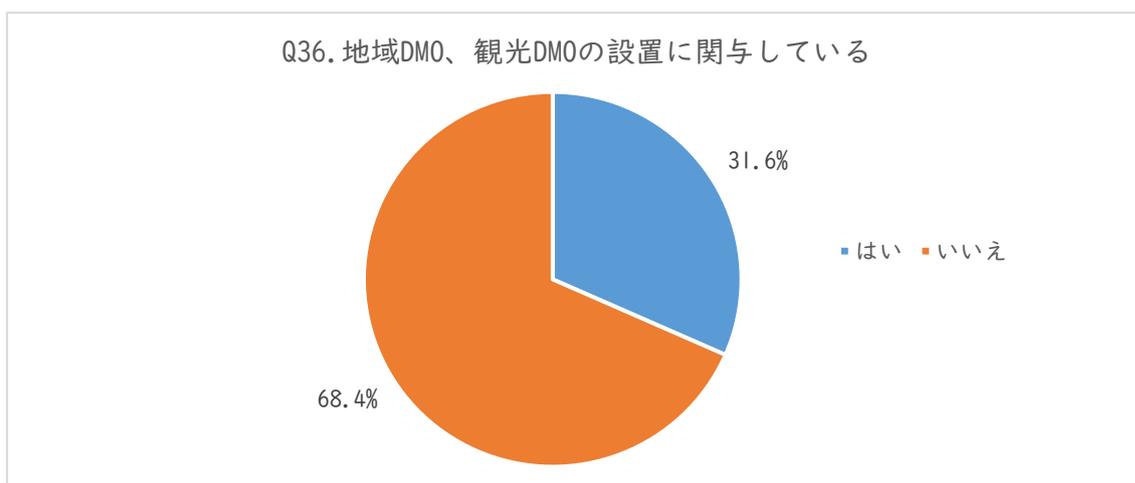
項目	N	%
はい	15	3.5%
いいえ	409	96.5%
合計	424	100.0%



N=424

Q36. 地域 DMO、観光 DMO の設置に関与している

項目	N	%
はい	134	31.6%
いいえ	290	68.4%
合計	424	100.0%

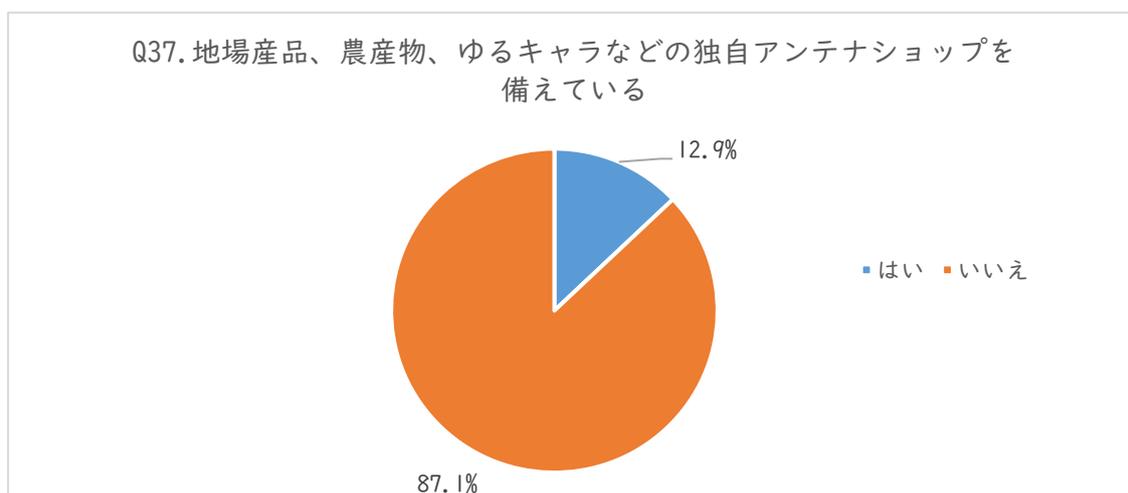


N=424



Q37. 地場産品、農産物、ゆるキャラなどの独自アンテナショップを備えている

項目	N	%
はい	55	12.9%
いいえ	370	87.1%
合計	425	100.0%



N=425



発行 シティプロモーション自治体等連絡協議会
2022年2月18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内)

【連絡先】

〒100-0005 東京都千代田区丸の内 1-6-6

日本生命丸の内ビル21F

TEL: 03-6212-2931 (直通)

FAX: 03-6212-2943

E-mail: info@city-promotion2013.jp

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