

第2期みやま市シティプロモーション戦略（案）に対するご意見とその回答

○意見募集期間：令和5年7月5日（水）～令和5年7月24日（月）

○提出者数・意見数： 2人・3件

○提出された意見と意見に対する市の考え方、市の方針

A：意見に基づき、素案の一部を修正したもの

B：素案の修正は行わないが、今後の参考・検討課題とするもの

C：素案を修正しないもの／意見を採用しないもの

No.	提出された意見	市の考え方	市の方針
1	<p>【シティプロモーションの複合的取組の強化】</p> <p>県内居住者の認知度が周辺自治体より20ポイント以上低くなっているのは個人的にも実感しています。合併後16年が経過しますが、合併前の3町はご存じの方も多くいらっしゃいます。認知していただき、みやま市に目的をもって足を運んでいただき最終的には転入（移住）に繋がればベストと考えます。具体的には以下の通りです。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 清水山荘の無料宿泊券の配布 2 みやまんコインのアプリ説明とチャージコインの配布 3 みやまの加工食品にみやま市マークの添付 4 転入者へ特典の告知 <p>1と2は福岡県内（みやま市内外）のイベント等を通じて行う。1と2はセットで行うことが望ましく、実施の際は個人情報保護を徹底した上でみやま市に関するアンケートを実施。</p> <p>3は、加工食品の第一原材料がみやま市産の場合に、みやま市が認証したマークを貼付する事で農作物の様なアピール効果を期待出来る。（認証マークはみやま市で商標を取得する事が望ましい）</p>	<p>ご指摘の通り、本市の認知度を上げることで、関係人口や交流人口、そして移住人口の増加につなげる必要があります。引き続き「都市圏でのプロモーション」により、市の取組や魅力を発信するとともに、様々な場面でニーズ把握等を行っていきます。</p> <p>ご提案いただきました清水山荘の利用促進やデジタル地域通貨の活用、地域資源を活かした商品開発や商標登録、転入者に向けた情報発信などの取組につきましても、ご意見の内容を参考にさせていただき、具体的施策の一つとして検討してまいります。</p>	B

	<p>4は、みやま市独自の転入者へ向けた支援金・補助金等を特典のみをシンプルにまとめたパンフレットを作成して1・2を実施するイベントや各種 SNS 等（地域おこし協力隊等にも協力を仰ぐ）で幅広く告知する。</p> <p>加えて、シティプロモーションの観点からは現在、対外的にみやま市アピールの一環となっているルフラン及びルフランカフェの商標登録（文字）を早急に行う事が必須だと感じます。</p>		
2	<p>今回の戦略は、市民や事業者が深く関わり重層的な本市のブランドについて再考した点について、具体的には環有明という豊かな文化圏の中で育まれてきた本市の暮らしを再定義するものとして、画期的であり、高く評価されるべきものだと感じます。ぜひこの傘の下で他の政策も再構築して進めてほしいと思います。以下、改善意見となります。</p> <p>主にブランディング事業で出来たものに関する出口戦略（取りまとめやプロデュース機能も含め）を主体的・持続的に担う組織として、ノウハウを持つ人材の登用及び地域商社の設立の検討（又は既存団体に当該機能を持たせることの検討）を明記する。</p> <p>→出口戦略を進める推進主体者がほぼ商工観光課になっていて現実的ではない（行政では職員の人事異動や予算も含め、継続した取組みが期待できず、複数年かかるブランディングのかじ取りは現実的ではない。）。また、事業者が新たな商品を検討するにあたってハードルとなるのが販路開拓、市場調査、流通、在庫、金融決済機能等であるが、行政や小規模事業者ではこれも難しい。市には道の駅、地域新電力などの利益と雇用を生じている3セクがすでにあるので、既存組織の活用（役割の追加や活動資金の提供役等）も含め、地域商社的な役割を担うプレイヤーの創出がこの戦略の実現には必要不可欠であると思う。</p>	<p>ブランディング事業でできた商品（加工食品や観光プラン等）の出口戦略については、地域商社のような機能を持った組織の中で行っていくことが理想的であり、まずは、地域で活躍されているキーマンを掘り起こして、プレイヤーの創出につなげていくことが必要と考えています。</p> <p>今後、社会情勢の変化や本市の取組の進捗等を踏まえ、具体的施策や目標値の検証と見直しを適宜行い、本件意見に係る取組についても、その実現性や有用性を検証し、具体的施策への位置付けを検討してまいります。</p>	B

3	<p>KGI『社会増減』を『みやま市の認知度』に統合し、KPIを『ブランディング事業による認定数』、『市民（事業者、生徒等）への啓発回数』に改める、又は追加する。</p> <p>→5年間の目標として、また目標に対応する取組みの内容からして社会増減は飛躍があると思う。まずは事業認定の数や啓発回数の方が適切であると思う。</p>	<p>人口減少社会の克服が、本戦略の長期的な目標ではありますが、具体的施策を講じたとしても効果が表れるまで期間を要することから、ご指摘の通り、今期戦略の目標としてより適切なものを設定することも考えられます。</p> <p>3つのKGIは、基本的に3つの目標とそれに付随する具体的施策に関連する指標として設定しているため、指標の統合は行わず、本戦略中にも定めるインナーブランディング（郷土愛醸成）をシティプロモーションの第1段階として取り組むことから、KGIを「社会増減」から「みやま市に住み続けたいと思う人の割合」へと改めます。また、それに紐づくKPIとして「市民等に対する郷土教育・啓発事業の実施回数」を設定します。</p>	A
---	---	---	---