

## 総務常任委員会行政視察概要

平成30年7月17日（火）

於 富士市議会 第1委員会室

午後1時25分～午後2時55分

- 1 調査概要・説明…………… 富士市シティプロモーション課統括主幹  
富士市シティプロモーション課上席主事



### 「シティプロモーションの取り組みについて」

富士市のシティプロモーションの目指すものは「富士市ファン」を増やすことである。住んでいる人には「住み続けたい」、訪れる人には「また行きたい」と思ってもらえるような「まち」にしたいと考えている。そのために、市民や市職員にまちの魅力を語ってもらう「体験型ワークショップ」の開催や市民とともにまちの魅力をSNSで発信するなどしている。

## 2 主な質疑応答

問 どのようにシティプロモーションのターゲットを把握しているのか。

答 市が実施した世論調査の結果を利用した。10代～20代は、市所有メディア（広報紙・市ホームページ）はほとんど見ておらず、訴求が一番難しい。30代～40代は、facebook を活用した公募市民による「ふじ応援部」で情報発信を行っている。

50代以上に対しては、市所有メディアの活用が有効である。

問 他の自治体との差別化で意識している点はあるか。

答 市民にとって当たり前になってしまっているまちの魅力を知ってもらうきっかけとして、市外には富士市を一言で表す言葉として、平成29年2月にブランドメッセージ「いただきへの、はじまり 富士市」を作成した。「いただき」は富士山、「はじまり」は駿河湾を表し、海拔0メートルから富士山までの市域を持つ、世界で唯一のまちである富士市のあらゆる恵みに感謝し、自分なりのいただきを目指す市民があふれる街にしたいという思いを込めている。

問 ふじ応援部に対する研修内容と予算は。

答 SNSの投稿時の注意点（写真撮影法・文章の書き方）を学んでもらう。予算は年間30万円（研修費用）であり、ふじ応援部のメンバーへの報償費はない。

問 シティプロモーショントラックの実施費用について。

答 運送用トラックの側面に富士市のPR広告を出稿している。費用は印刷代のみで、運送会社への広告料は無料である。

問 海外に対してもシティプロモーションを行っているか。

答 富士宮市と協力して、山好きの方が多い台湾などをはじめとしてアジアの富裕層向けにグランピング体験（自然の中で過ごすキャンプの醍醐味をホテル並みの快適な空間で楽しむこと）をPRしている。

問 5年間をかけてシティプロモーションに取り組まれてきたが、市民の意識に変化はあったか。

答 まちのPRをするのは市役所の仕事という意識から、市民にもプロモーション活動に携わってもらえるようになった。また、青年会議所などの関係団体と協力して活動する機会も増えた。

以 上