

第6章 基本構想の推進のために

第3節 シティプロモーション

施策1 選ばれるまちになるためのシティプロモーションの推進

基本計画
掲載頁

130～132

施策の 達成状況	B	A：順調に推移した B：おおむね順調に推移した C：進捗が遅れた	成果	シティプロモーション推進懇話会を開催し、懇話会メンバーから市のPRフレーズを考案いただき、シティプロモーション横断幕を製作した。 また、ゾウキリンを活用した事業の展開により、シティプロモーションを推進した。
			課題	住んでみたい、住み続けたいと思ってもらいたいターゲットへの情報発信が不十分であるとともに、転入者や本市を訪れる関係人口・交流人口等の分析ができていない。
今後の 方向性	II	I：現状のまま継続 II：一部見直し等の余地がある III：抜本的な見直し等が必要	成果・課題を踏まえた今後の取組方針	地域資源をいかしたシティプロモーション施策を引き続き展開するとともに、新座市のブランドイメージの向上や確立につながる取組や、転入数を増加させる取組、関係人口・交流人口を創出する取組について研究開発していく。 また、市の魅力の効果的な発信についても研究していく。

【参考】施策領域ごとのKPI※1（重要業績評価指標）

項目	現状値 (策定時点)	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	目標値	令和5年度時点 達成度※2	所管課
年間転入者数	8,077人	8,663人					8,300人	A	シティプロモーション課
観光ボランティアガイドの年間案内人数	1,055人	929人					1,500人	B	シティプロモーション課
SNS公式アカウントの登録者数 (Twitter、Facebook、LINE、YouTube)	18,402人	21,205人					30,000人	B	シティプロモーション課
新座ブランド年間販売実績額	97,550千円	78,092千円					120,000千円	C	シティプロモーション課

※1 KPIは「施策」ではなく「施策領域」ごとに設定しているものです。

※2 【達成状況評価について】A：目標を上回るペースの指標値 B：目標値を達成するペースの指標値 C：やや遅れ気味

主な施策展開の進捗状況

(1) シティプロモーションの推進	施策の進捗状況	評価の説明	所管部	所管課
市外の人から「住んでみたい」と選ばれるまちを目指し、転入数を増加させる取組を進めます。また、市に訪れる交流人口や市と多様に関わる関係人口を創出する取組を進めます。	B（おおむね順調）	市のPR動画の制作に着手した。 地域、学校、民間企業と連携し、イベントや事業を実施した。	総合政策部	シティプロモーション課
市民が「ずっと住み続けたい」と思えるまちを目指し、定住人口を増加させる取組を進めます。また、情報発信やイベントの開催、地域、学校、民間企業などとの連携により、市への愛着や誇り（シビックプライド）の醸成を図ります。	B（おおむね順調）	地域、学校、民間企業と連携し、イベントや事業を実施した。	総合政策部	シティプロモーション課