

施策 No.49 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
総合評価	B：順調に進捗した	今後の 方向性	I：現状のまま 継続	施策展開の評価数		A	0	B	2	C	0
				(参考)事務事業評価の実施状況		A	0	B	1	C	0
成果	シティプロモーション推進懇話会を開催し、新座市のおすすめスポット等を考案いただき、新座市紹介マップ「GO!GO!にいざ」の制作に着手した。また、ソ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。			成果・課題を 踏まえた今後 の対応方針	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。						
課題	第2次シティプロモーション方針でターゲットとしている30代子育て世代及び市内大学に通う大学生を始め、本市を訪れる関係人口・交流人口に対して、本市の魅力をより深く認識していただくためのより効果的なPR手法の導入及びPR機会の増が課題である。										

主な施策展開の進捗状況（定性的な評価）

【評価の基準】 A：想定以上に進捗した B：順調に進捗した C：進捗が遅れた

(1) シティプロモーションの推進		評価	主な取組実績・評価理由（※評価「C」とした場合、課題とその対応方針も記載）	所管課
1	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、市を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	・市のPR動画を2編（シティプロモーション編、四季編）作成し、公式YouTubeサイトで公開をするとともに、出前講座や会議(全国都市教育長協議会)等で参加者に視聴していただいた。 ・市外の方も多く訪れるカインズ新座店ほか市外の民間施設のイベントに参加し、着ぐるみ出演やグッズ販売、市の魅力を伝えるマップ等の配布を行うことにより、関係人口・交流人口の創出に努めた。	シティプロモーション課
2	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	・市民が多く参加する福祉フェスティバルや商工祭、ウォーキングイベント等市内で実施されるイベントにおいて、着ぐるみ出演やグッズ販売、市の魅力を伝えるマップ等を配布した。 ・地域資源である野火止用水の清掃活動を市民ボランティアや公募参加による市民と共同で行い、市への愛着や誇りの醸成を図った。	シティプロモーション課

施策のK P I（重要業績評価指標）

【達成度の基準】 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：目標を下回る指標値

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6年度時点達成度	所管課
年間転入者数	8,077人	8,663人	8,828人				8,300人	A	シティプロモーション課