

# 北本市シティプロモーション推進方針（案）

北本市

## 目次

1	策定の背景と目的	1
(1)	背景	1
(2)	位置づけ	2
(3)	目的	3
(4)	取組期間	4
2	基本的な考え方	5
(1)	シティプロモーションの定義	5
(2)	目指すまち	5
(3)	ターゲット	6
ア	対象者	6
イ	世代	6
(4)	シティプロモーションを効果的に進めるために	7
ア	オール北本でのシティプロモーション	7
イ	市内における推進	8
3	シティプロモーションの進め方	9
(1)	市民向けの取組～シビックプライドの醸成～	10
ア	基本目標Ⅰ まちの知識の向上～まちの良さを知ってもらおう～	11
イ	基本目標Ⅱ 愛着と誇りの醸成～まちに愛着と誇りをもってもらおう～	11
ウ	基本目標Ⅲ 市民が自ら進めるシティプロモーション～まちを売り込んでもらう～	13
(2)	市外住民向けの取組～知ってもらってから住んでもらうまで～	15
ア	基本目標Ⅰ 市の知名度の向上～まちを知ってもらおう～	16
イ	基本目標Ⅱ 交流人口の増加～まちに来てもらう～	17
ウ	基本目標Ⅲ 関係人口の増加～まちのファンになってもらう～	19
エ	基本目標Ⅳ 定住人口の増加～まちに住んでもらう～	20
参考資料		
(1)	#きたもとの未来をしゃべくり懇談会	21
(2)	市長と若者によるまちづくり意見交換会	23
(3)	第五次北本市総合振興計画に掲げるリーディングプロジェクトの推進に向けた新規事業検討推進会議における検討	24

# 1 策定の背景と目的

## (1) 背景

本市は、埼玉県中央部に位置しており、市の中央を縦断しているJR高崎線の東西に形成された市街地を田園地帯が囲み、武蔵野の雑木林も数多く残るなど、豊かな自然と都市機能とのバランスがとれたまちです。

昭和30年代は1万人規模の人口でしたが、都心から45キロメートル圏内に位置するという立地条件にも恵まれ、市制施行以後も順調に人口規模を拡大し、緑豊かな住宅都市として発展してきました。

ここで、本市の現状を整理すると以下ようになります。

### ア 本市の人口・世帯数・世帯人員の推移

本市の総人口は、平成17年をピークに減少を続け、平成30年10月1日現在は約6万7千人となっています。

世帯数は増加していますが、1世帯あたりの平均人員は減少を続けています。

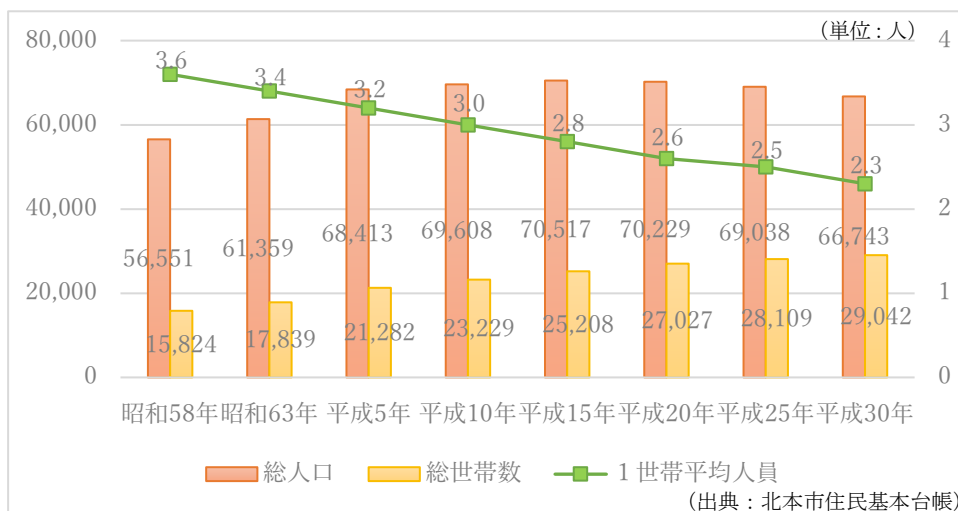


図1 人口・世帯数・1世帯平均人員の推移

### イ 本市の人口動態

転入者数と転出者数の差である「社会増減数」は、幅はあるもののマイナスで推移しており、近年は転出超過の状態が続いています。出生数と死亡数の差である「自然増減数」についても、平成21年以降マイナスが続いています。

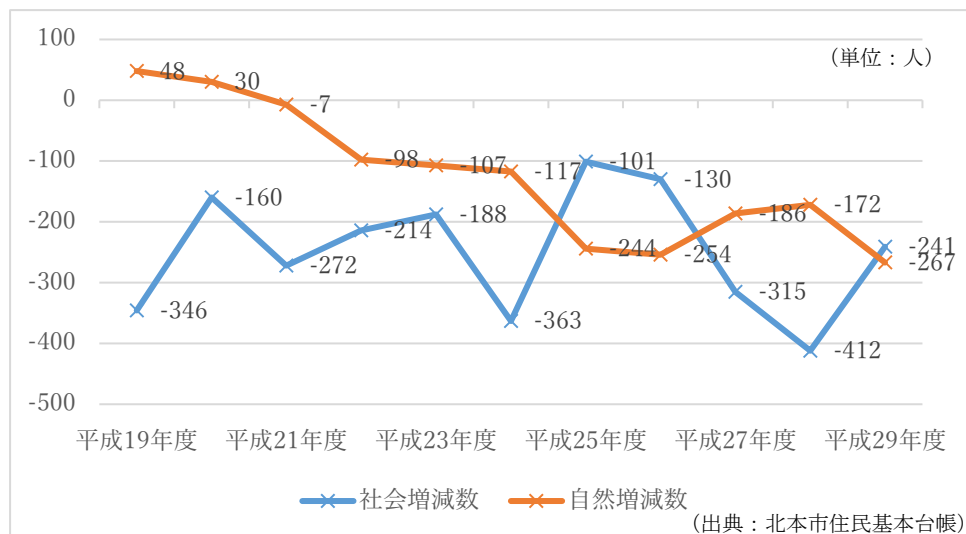


図2 北本市の人口動態

このまま人口減少が続くと、まちの活力が失われるとともに、コミュニティの崩壊につながる恐れがあります。

こうした状況に対応するため、まちの魅力を戦略的に発信し、交流人口や定住人口の拡大を図り、地域の活性化に結び付けるシティプロモーションの取組をまちぐるみで進めます。

## (2) 位置づけ

現在市では、最上位の計画にあたる『第五次北本市総合振興計画』の中で将来都市像を「緑にかこまれた健康な文化都市～市民一人ひとりが輝くまち 北本～」と定め、その実現のために7つの政策を掲げて、各部署が各政策に位置づけられた事業について、個別に計画を策定し事業を実施しています。

特に政策7「人口減少に対応するためのリーディングプロジェクト」では、「若者の移住・定住・交流促進」、「めざせ日本一、子育て応援都市」の2つのプロジェクトを掲げ、今後も続く見込まれている人口減少に対応するため、若者世代や子育て世代に対しての取組を重点的に実行してきました。

本方針は2つのリーディングプロジェクトも含めた、これら個別の計画を横断する指針になるものと位置づけ、基本的な考え方や方向性を全市で共有し、高い意識をもって総合振興計画を実行していくために、市

長懇談会やワークショップ<sup>1</sup>等で得られた市民の意見・提言も踏まえ必要な事項を取りまとめ、策定するものです。

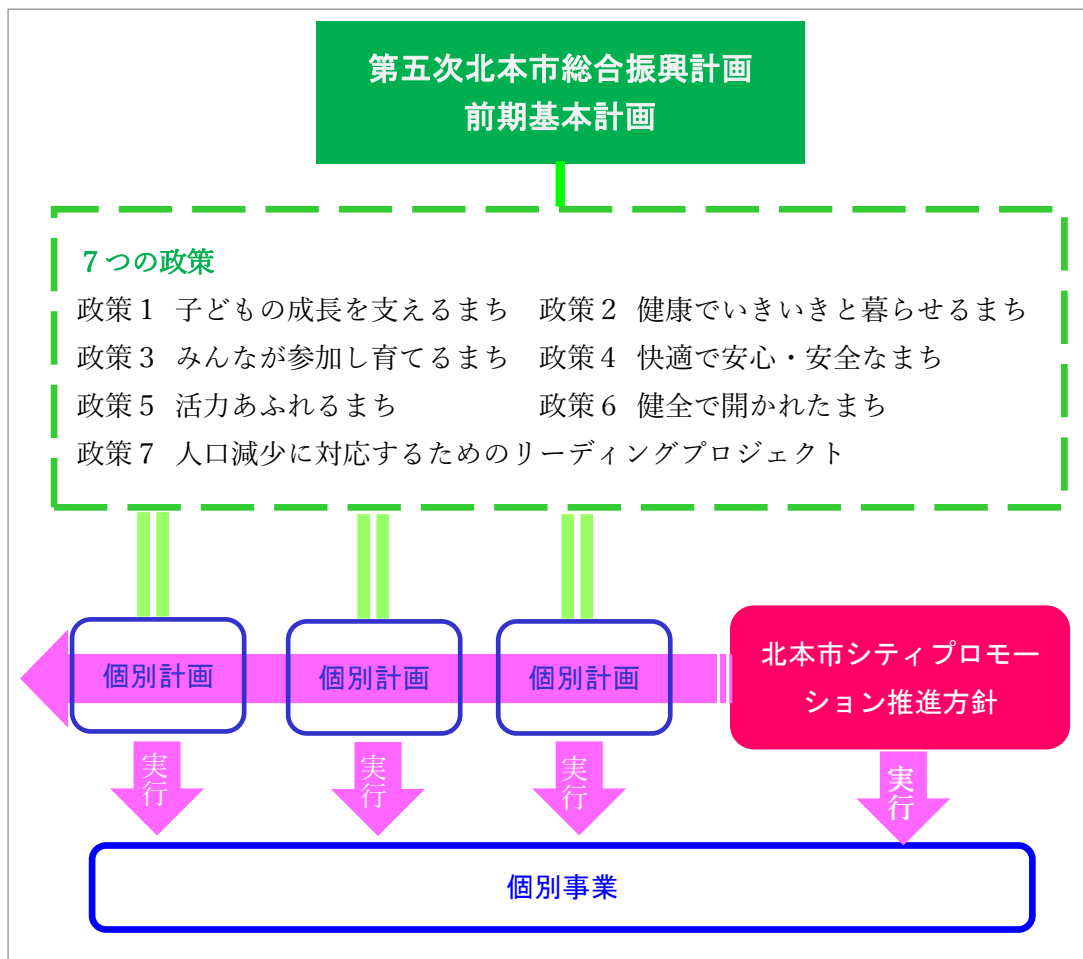


図3 シティプロモーション推進方針と各事業との関連

### (3) 目的

本市のシティプロモーションは、まちの魅力の創造、磨き上げを行い、それを効果的に発信、活用することにより、交流人口、関係人口、定住人口を増加させ、まちの活力を維持していくことを目的とします。

<sup>1</sup> 市長懇談会やワークショップの内容については、参考資料に記載しています。

#### (4) 取組期間

本方針は、『第五次北本市総合振興計画』と、その中でも特に政策7「人口減少に対応するためのリーディングプロジェクト」の効果促進に取り組むこと、また、平成33年度には市制施行50周年を迎えることから、その準備期間及び実施期間を含め、平成31年度から平成33年度までの3年間を取組期間とします。

なお、『第五次北本市総合振興計画後期基本計画』の策定内容に合わせて適宜見直すものとします。

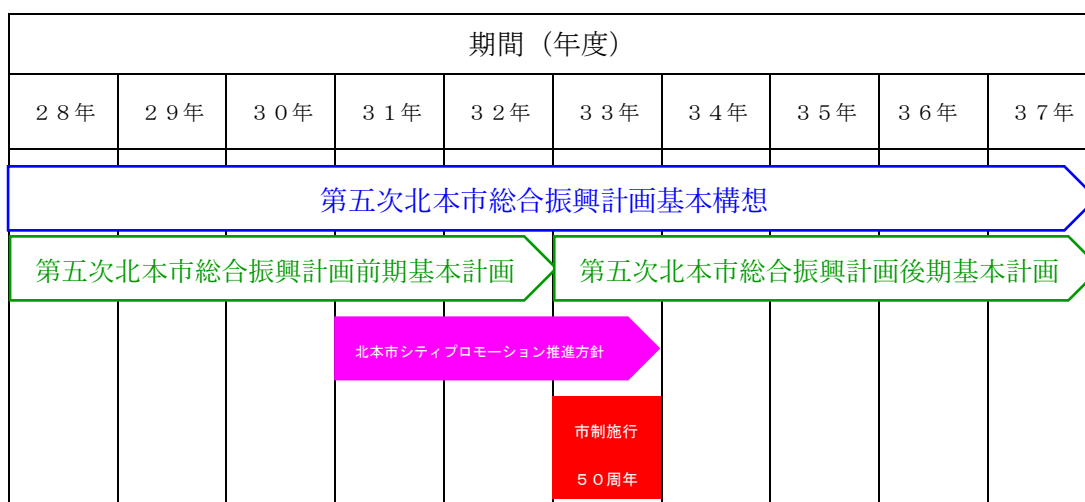


図4 北本市シティプロモーション推進方針の取組

## 2 基本的な考え方

### (1) シティプロモーションの定義

本市では、シティプロモーションを「本市の魅力の創造、磨き上げを行い、市内外へ戦略的にPRすることで、まちの知名度とイメージの向上を図り、将来にわたって活力を維持していくための取組」と定義します。

### (2) 目指すまち

本市では、市内外から「住み続けたい」「住みたい」と愛着や好感をもたれるよう、多くの人に“応援され選ばれるまち”を目指し、シティプロモーションの取組を展開します。

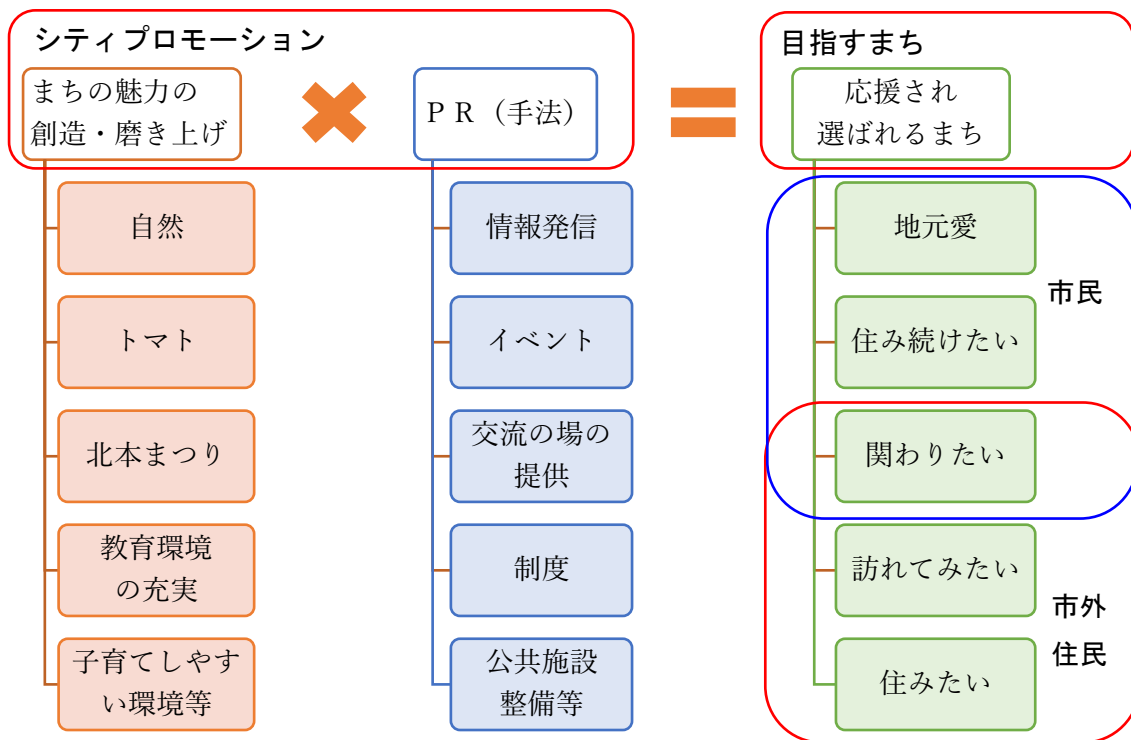
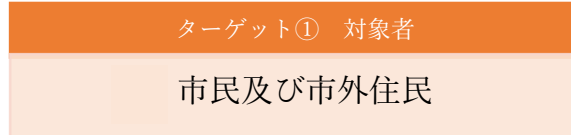


図5 北本の目指すまち

### (3) ターゲット

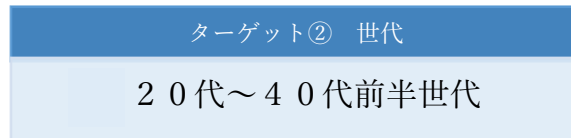
目指すまちの実現に向けて、本市の人口動態や世代別の転出者数のデータから、シティプロモーションのターゲットを明確に設定してその取組を集中させることにより、より高い効果を狙います。

#### ア 対象者



本市ではここ10年以上転出者数が転入者数を上回る状況が続いています。そのため、市民に本市に愛着を持ってもらう取組を進め転出の抑制を図るとともに、市外住民を対象に、本市に興味を持ってもらい最終的な移住・定住につなげ転入者数を増やす取組を進めます。

#### イ 世代



本市の転入者・転出者の年齢を分析すると、転入者の約70%が20代～40代前半の世代、転出者も約75%が同世代となっています。この世代の転入や転出は、結婚や、その後の住宅購入、親からの独立を理由にしているケースが多いのが特徴です。

そのため、いかにこの世代の人口構成割合を増やしていくかが重要になります。したがって、20代～40代前半の世代を最重要ターゲットとし取組を進めます。

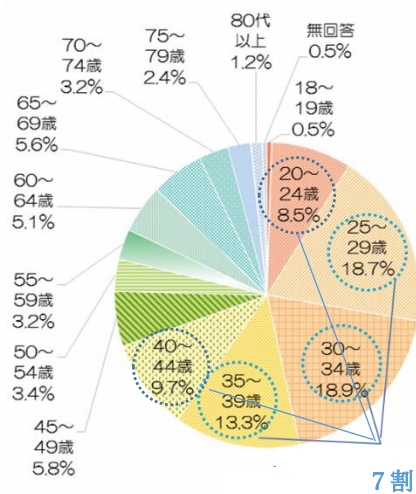


図6 世代別転入者の割合

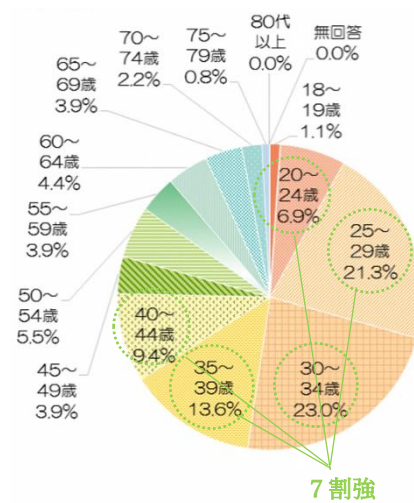


図7 世代別転出者の割合

(出典：北本市転入者・転出者アンケート調査)



(4) シティプロモーションを効果的に進めるために

ア オール北本でのシティプロモーション

シティプロモーションの取組は、行政のみが主体となって取り組むのではなく、市民や企業と連携しながら“オール北本”で取り組むことにより、その効果を最大限に高めることができます。

市民は、行政が把握していないまちの魅力を知っていたり、スマートフォンの普及により、市民自らがリアルタイムで様々な情報を気軽に発信できるようになっています。

また、企業等については、独自の技術やノウハウを持っており連携して地域の魅力の創造、磨き上げを行うことで、行政だけでは成し得ない効果が期待できます。

市と市民と企業等との連携を図り、シティプロモーションの効果を最大限に高めるため、“オール北本”で取組を進めます。

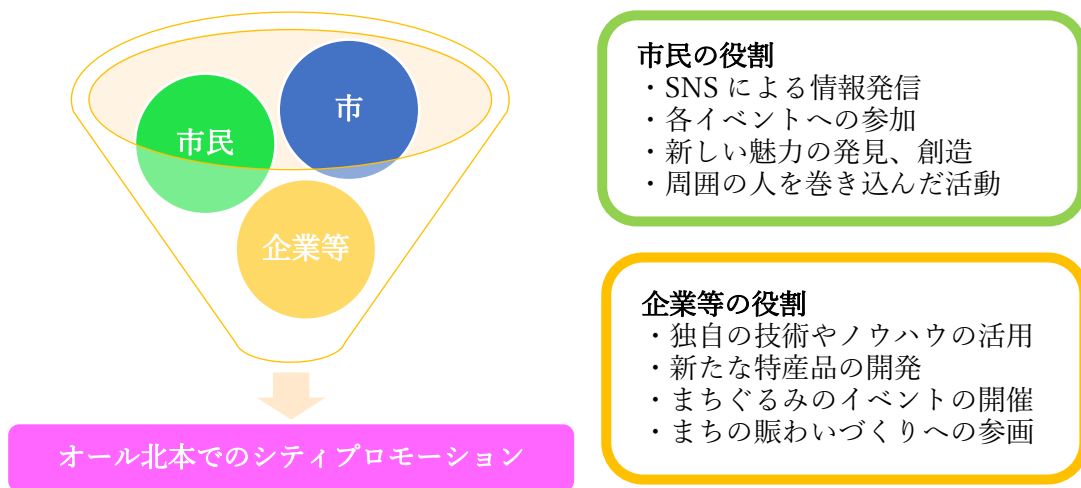


図8 オール北本での取組

【企業向けの取組】

取組	対象者	内容
包括連携協定の締結	企業等	本市のまちづくりにおいて、それぞれの資源を有効活用した協働による活動を推進し、地域の活性化と市民サービスの向上を目的とした企業との包括連携協定の締結を進め、ともにシティプロモーションに取り組む。
指定管理者との連携		公共施設の管理者である指定管理者と連携し、事業やイベントなど実施し、市のPRを行う。

※市民向けの取組については、「3. シティプロモーションの進め方 (2) 市民向けの取組～シビックプライドの醸成～」で記載します。

## イ 庁内における推進

シティプロモーションを効果的に進めるため、組織改正や職員の意識改革を行い、全庁的にシティプロモーションの取組を実施します。

### 【庁内向けの取組】

取組	対象者	内容
専門部署の設置	庁内	新たにシティプロモーションを所管する担当を設置して、庁内での推進体制を強化する。
職員プロジェクトチームの設置		シティプロモーションの調査、研究、事業立案を行う職員プロジェクトチームを設置する。委員は20～40代前半までの世代を最重要ターゲットにしていること、また、全庁的に推進していく取組であることから、各部のターゲット世代と同年代の職員で構成することとする。
職員の意識改革		「市のセールスマン」であるという自覚を全職員が持ち、自発的にシティプロモーションの取組を進める職員の育成を図るため、シティプロモーション研修を実施し、職員の意識の向上を図る。

### 3. シティプロモーションの進め方

本市のシティプロモーションのターゲットに対して、各取組を戦略的かつ効果的に展開していくため、それぞれの本市に対する愛着や思い、認知度や関わりに応じた取組を進めます。

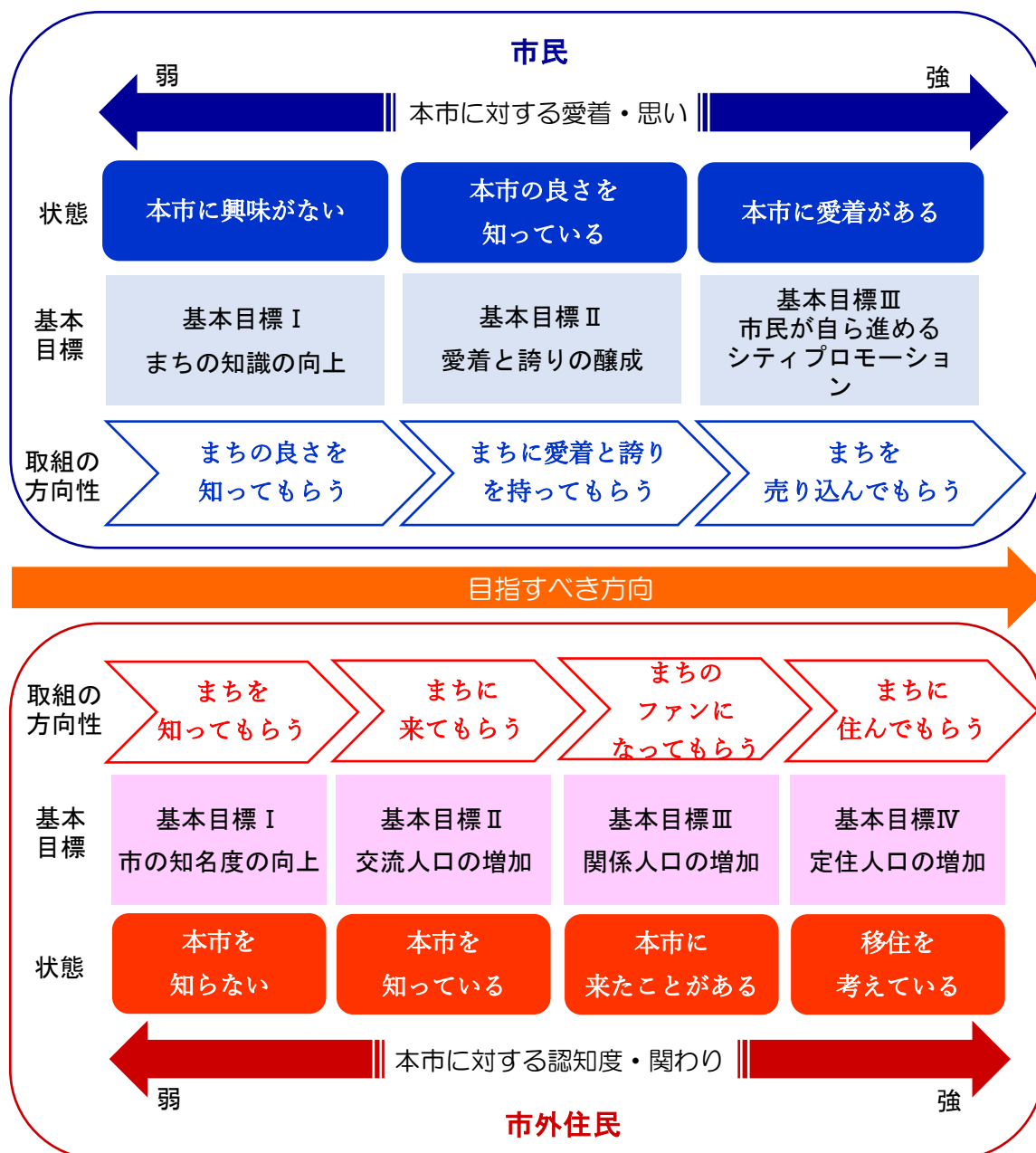


図9 シティプロモーションの進め方

**(1) 市民向けの取組～シビックプライドの醸成～**

本市では、前述のとおり、転出者数が転入者数を上回っているため、この転出者数の抑制を図る必要があります。また、平成29年度に実施した北本市まちづくりアンケートでは、「今後も北本に住み続けたいですか」との問いに、約65%の市民が「これからも住み続けたい」と回答しました。この割合を増やすため、市民がまちを愛し、住んでいることを誇りに思う「シビックプライド」を醸成するとともに、市民自体にもシティプロモーションを一緒に進めてもらう取組を実施します。

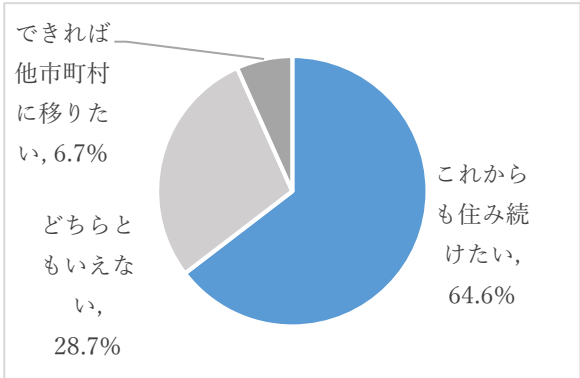


図10 市民の定住意向について  
(出典：平成29年度北本市まちづくりアンケート)

**基本目標Ⅰ まちの知識の向上～まちの良さを知ってもらう～**

転入したての人や一時的な住まいとして考えている市民を対象に“まちの良さを知ってもらう”取組を進めます。

**基本目標Ⅱ 愛着と誇りの醸成～まちに愛着と誇りをもってもらう～**

市民に、「わたしたちのまち」と認識し、“まちに愛着と誇りをもってもらう”取組を進めます。

**基本目標Ⅲ 市民が自ら進めるシティプロモーション～まちを売り込んでもらう～**

市民が進んで市のPRする活躍の場を提供して、市民に“まちを売り込んでもらう”取組を進めます。

**【市民向けの取組～シビックプライドの醸成～】**

基本目標	対象者	取組の方向性	手法
Ⅰ まちの知識の向上	市民	まちの良さを知ってもらう	情報発信の充実
Ⅱ 愛着と誇りの醸成		まちに愛着と誇りをもってもらう	ふるさと意識の醸成 市民公益活動への支援 周年事業の開催
Ⅲ 市民が自ら進めるシティプロモーション		まちを売り込んでもらう	市民の声を活かしたシティプロモーション 市民との協働によるシティプロモーション

## ア 基本目標Ⅰ まちの知識の向上～まちの良さを知ってもらう～

本市には、生まれた時からずっと住み続けている人、就職や結婚を機に移り住んだ人といった様々な背景をもって市民になった方々が暮らしています。特に転入して間もない市民や一時的な住まいとして考えている市民は、本市について興味を持たない、あるいはよく知らない場合も少なくありません。そのため、多くの市民に“まちの良さを知ってもらう”取組を進めます。

### (ア) 情報発信の充実

北本市まちづくり市民アンケートによると約90%の市民が市の情報を広報きたもとから入手していると回答しています。市民の一番目に留まりやすい広報紙を中心に、若者向けのSNS活用など、情報発信の充実を図ります。

#### 【情報発信の充実】

取組	内容
広報の充実	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 広報きたもとの充実 市民にとって分かりやすい紙面づくりを行うことにより、「伝える」のではなく「伝わる」広報紙づくりを心掛ける。また、単なる行政情報のみでなく、まちの魅力を積極的にPRすることで、まちのイメージアップを図る。</li><li>・ ホームページの充実 市民が知りたい行政情報がすぐに分かるよう使いやすいホームページの作成に努める。</li><li>・ SNSの活用 若者向けにまちの魅力や楽しい話題などを発信する。</li></ul>
妊娠から出産、子育て、教育政策のPR	0歳児おむつ無料化事業をはじめ、学校における教育環境の充実等子育てしやすいまちであることを様々な広報媒体を用いて重点的にPRする。
パブリシティの強化	テレビやラジオ、新聞等各種メディアに積極的に本市の情報を提供し、取り上げてもらえるよう努める。

## イ 基本目標Ⅱ 愛着と誇りの醸成～まちに愛着と誇りをもってもらおう～

多くの市民に本市を「わがまち、ふるさと」と愛着と誇りをもってもらおう「ふるさと意識」を醸成する取組を進めます。子どもから大人まで“まちへの愛着と誇りをもってもらおう”ことで、本市にずっと住み続けてもらうとともに、一度転出したとしても、本市を「心のふるさと」として愛し、再び本市に戻る、他のまちに住んでいても継続的に本市を応援してもらえる関係の構築を目指します。

## (ア) ふるさと意識の醸成

幅広い年代の人の心の中に「ふるさと意識」を醸成する取組を進めます。

### 【ふるさと意識の醸成】

取組	内容
地域文化の活用	<ul style="list-style-type: none"><li>・ <b>きたもとかるたの作成</b> 本市の魅力を市民から公募し、読み札にした「きたもとかるた」を作成する。</li><li>・ <b>北本音頭の活用</b> 地域のお祭り等で積極的に活用する。</li><li>・ <b>トマト小唄の活用</b> 昭和初期に子どもたちが歌っていた「トマト小唄」について、市内小学校の児童との連携により音源化し、市内スーパーの青果売り場で放送してもらうなど、様々な場面で活用して北本＝トマトのイメージの確立を図る。</li><li>・ <b>北本まつり「宵まつり」への参加</b> 見るだけでなく参加することによる体験を通してふるさとを記憶してもらう。</li></ul>
郷土学習機会の提供	<ul style="list-style-type: none"><li>・ <b>総合的な学習の時間の活用</b> 総合的な学習の時間を利用して、子どもたちに本市の歴史や特産品を調べたり、実際に史跡を訪れることで、郷土を愛する心を育む。</li><li>・ <b>副読本「きたもと」の活用</b> 小学校社会科副読本を活用して、学校の周りを探検したり、本市の産業の特徴を学んだり、災害や防犯の視点からくらしの守り方について考えたりすることで、多面的、多角的に郷土への理解を深める。</li><li>・ <b>市民大学きたもと学苑の活用</b> 講座のメニューにふるさと学び塾を加える。</li><li>・ <b>各事業を活用した本市の紹介</b> 市主催の講座やイベントにおいて、本市のまちの紹介を組み込む。</li><li>・ <b>自然、歴史講座等の活用</b> 市内の自然や歴史、国指定天然記念物である石戸蒲ザクラ蒲ザクラを始めとする文化財等を様々なチャンネルで紹介する。</li></ul>
お祝い事の祝福	<ul style="list-style-type: none"><li>・ <b>オリジナル表紙の広報紙の贈呈</b> 市に婚姻届や出生届を提出した人を対象に、オリジナル表紙の広報紙を作成し贈呈することで、市として祝福の気持ちを伝える。</li><li>・ <b>オリジナル婚姻届</b> 婚姻届の提出をより思い出深いものにしていただくため、オリジナルデザインの婚姻届を配布する。</li></ul>

### (イ) 市民公益活動への支援

NPO法人やボランティア団体が主体的に行う市民公益活動に対し、積極的な支援を行い、主体的にまちづくりに取り組む市民を増やします。

#### 【市民公益活動への支援】

取組	内容
市民公益活動団体への支援	情報交換会を継続的に開催し、団体間や行政との連携を促進する。また、団体の活動を紹介するパネル展を継続的に開催し、団体のPRを図るとともに、市民公益活動に対する市民の関心を高める。

### (ウ) 周年事業の開催

周年事業は市民にとって、“北本市民”であることを実感し、ふるさと意識と誇りの醸成につながるため、市民と一緒に様々な事業を催します。

#### 【周年事業の開催】

取組	内容
周年記念事業の開催	平成33年(2021年)に市制施行50周年を迎えることから、特に若い世代の市民参画を求め、市制施行50周年記念事業を実施することにより、まちへの愛着や誇りの醸成を図る。

## ウ 基本目標Ⅲ 市民が自ら進めるシティプロモーション～まちを売り込んでもらう～

行政のみならず、まちをよく知る市民にまちの魅力を積極的に市外の人に伝えてもらうことにより、シティプロモーションの効果が高まることから、「オール北本」で積極的にシティプロモーションを行うため、市民に“まちを売り込んでもらう”取組を進めます。

### (ア) 市民の声を活かしたシティプロモーション

市民の意見や考えを直接聞くことにより、各事業の方向性を再確認するとともに、その協議内容を今後のシティプロモーションの取組に反映させることにより、事業効果を高めます。

#### 【市民の声を活かしたシティプロモーション】

取組	内容
市民参画の促進	まちの魅力を再認識や新たな魅力の発見を期待して、若者を中心に各世代を対象としたワークショップや意見交換会を開催する。会議で出た意見については、今後のシティプロモーションの取組に反映させる。

## (イ) 市民との協働によるシティプロモーション

より多くの市民が市外の人と交流し、その関係を構築することが一番のシティプロモーションになるため、市民と協働してシティプロモーションに取り組み、その効果を高めます。

### 【市民との協働によるシティプロモーション】

取組	内容
多様な宣伝活動の構築	<ul style="list-style-type: none"><li>・ <b>市民リポーター等の充実</b> 市民リポーターの人数を増やしていくとともに、多くの市民に本市の魅力を情報発信してもらえるよう、声掛けや関係づくりを積極的に行っていく。</li><li>・ <b>「北本まつり」等へのボランティア参加</b> 「北本まつり」等へのボランティア参加の呼びかけを行い、多くの市民に積極的に参加してもらう。</li><li>・ <b>森林セラピー事業のセラピスト等の育成</b> 森林セラピーガイドやセラピストを育成するなど、市民に森林セラピー事業に参加してもらうことにより、シティプロモーションの取組に直接参加してもらう機会を提供する。</li><li>・ <b>きたもとファンクラブ交流イベントへの参加</b> きたもとファンクラブ加入者を対象とした交流イベントを開催し、市民と市外住民との交流を図るとともに、メディア等を活用した情報発信に努める。</li></ul>



## (2) 市外住民向けの取組～知ってもらってから住んでもらうまで～

市外の人に本市を知ってもらい、興味や関心を抱いてもらうためには、それぞれの対象に応じた最適な手法でまちのPRを行うことが必要です。「(1) 市民向けの取組～シビックプライドの醸成～」と並行して、市外住民向けのシティプロモーションを展開します。

### 基本目標Ⅰ 市の知名度の向上～まちを知ってもらう～

市外住民に本市の存在を知ってもらうことがシティプロモーションの第一歩です。本市がより多くの人目に留まる“まちを知ってもらう”取組を進めます。

### 基本目標Ⅱ 交流人口の増加～まちに来てもらう～

観光資源や北本まつりをはじめとする各種イベント等を活用し、多くの人に“まちに来てもらう”取組を進めます。

### 基本目標Ⅲ 関係人口の増加～まちのファンになってもらう～

本市を「心のふるさと」と感じ、継続的に応援してくれる“まちのファンになってもらう”取組を進めます。

### 基本目標Ⅳ 定住人口の増加～まちに住んでもらう～

移住希望者に対して直接的な働きかけを行うことにより“まちに住んでもらう”取組を進めます。

#### 【市外住民向けの取組～知ってもらってから住んでもらうまで～】

基本目標	対象者	取組の方向性	手法
Ⅰ 市の知名度の向上		まちを知ってもらう	マスメディア等の活用
			ゆるキャラの活用
			情報発信の充実
			市外開催イベントへの参加
Ⅱ 交流人口の増加	市外住民	まちに来てもらう	観光資源の活用
			各種イベント、体験事業の活用
			インバウンド対応
Ⅲ 関係人口の増加		まちのファンになってもらう	ふるさと納税の活用
			ファンクラブ制度
Ⅳ 定住人口の増加		まちに住んでもらう	移住希望者に対する直接的な働きかけ

## ア 基本目標Ⅰ 市の知名度の向上～まちを知ってもらう～

本市をよく知らない人を対象に、本市の名前が目に留まり、その人のイメージの中に残る“まちを知ってもらう”取組を実施します。市外向けのシティプロモーションはこの取組が大変重要であるため、様々な広報媒体を活用することで、本市の知名度の向上を図ります。

### (ア) マスメディア等の活用

テレビなどマスメディアを活用した情報発信は、不特定多数の人に本市を知ってもらうきっかけとして、非常に有効な手段です。

また、行政が新たに取り組む事業、特に他の自治体では実施されていない事業などは、積極的にプレスリリースを行います。

#### 【マスメディア等の活用】

取組	内容
北本トマトカレーのメディアミックス	北本トマトカレーについては、テレビで全国放送されるなど徐々に知名度が上がってきているため、さらなるメディア露出を図っていく。
フィルムコミッション事業の展開	映画やドラマ等の撮影のために使用できるロケーションを積極的に設定し誘致活動を行う。
パブリシティの強化(再掲)	テレビやラジオ、新聞等各種メディアに積極的に本市の情報を提供し、取り上げてもらえるよう努める。

### (イ) ゆるキャラの活用

北本トマトイメージキャラクター「とまちゃん」を各種事業で積極的に登場させ、PRを行います。活動の幅を広げることにより、さらなる知名度アップを図ります。



北本トマトイメージキャラクター  
「とまちゃん」

#### 【ゆるキャラの活用】

取組	内容
北本トマトイメージキャラクター「とまちゃん」の知名度向上	各種イベントに積極的に出演させるとともに、キャラクターカード等の啓発物品を活用して、幅広い年代の人に親しみを感じてもらえるような取組を進める。

### (ウ) 情報発信の充実

多くの人が興味のあるまちを調べる際には、まず自治体のホームページを確認することが多いため、利用者のニーズに即したホームページの作成に努めます。また、多くの人の目に留まる広報媒体を活用することにより、本市の知名度の向上につなげます。

#### 【情報発信の充実】

取組	内容
広報の充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>ホームページの充実</b> 本市の魅力や知りたい情報がすぐに分かるよう使いやすいホームページの作成に努める。</li> <li>・ <b>SNSの活用</b> SNSを活用し、まちの魅力や楽しい話題などを積極的に発信する。</li> </ul>
冊子や動画の活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>シティプロモーション小冊子の作成</b> 市内の観光地や魅力的な店舗、さらに本市ならではの子育て支援策等本市の魅力をPRする小冊子を作成し、ふるさと回帰支援センターに配架するとともに、各イベント等で配布する。</li> <li>・ <b>フォトブックの作成</b> 本市の魅力を撮影したフォトコンテストを実施し、集められた作品をもとにフォトブックを作成する。 <b>市民</b></li> <li>・ <b>PR動画の作製</b> まちの魅力を詰め込んだPR動画を作製する。</li> </ul>
妊娠から出産、子育て、教育政策のPR (再掲)	0歳児おむつ無料化事業をはじめ、学校における教育環境の充実等子育てしやすいまちであることを様々な広報媒体を用いて重点的にPRする。

### (エ) 市外開催イベントへの参加

多方面から人が集まり、直接来場者に呼び掛けができる、市外で開催されるイベントに積極的に参加し、本市のPRを行います。

#### 【市外開催イベントへの参加】

取組	内容
市外で開催されるイベントへの参加	市外で開催されるイベントにおいてシティプロモーション小冊子等を配布し、積極的に本市のPRを行う。

## イ 基本目標Ⅱ 交流人口の増加～まちに来てもらう～

より多くの市民と来街者とが触れ合いや交流を持つことによって地域の賑わいが創出されます。石戸蒲ザクラを始めとする文化財や北本自然観察公園など豊かな自然をPRして、“まちに来てもらう”取組を進めます。

## (ア) 観光資源の活用

本市の観光資源を活用し、観光客の誘客につなげます。

### 【観光資源の活用】

取組	内容
桜の活用	特性の強調や観光客目線での「見せる」宣伝を行い、より多くの人に「石戸蒲ザクラ」をはじめとした桜を見に本市に足を運んでもらうよう働きかける。また、観光客が市内飲食店や個店にも足を運んでもらう仕組みづくりを行う。
豊潤な自然の活用	北本自然観察公園における本格的な森林浴などの自然体験と野外活動センターにおけるバーベキューやテント・バンガローでの宿泊といったアウトドア体験を絡めることにより、観光客のさらなる増加を図る。
「北本市農業ふれあいセンター」の活用	地産地消を推進するとともに市の産業振興拠点施設として有効活用してまちの賑わい創出を図る。

## (イ) 各種イベント、体験事業の活用

本市で実施しているイベントには、市外からも多くの人に参加しています。今後も広くPR活動を行い、新規の観光客の増加を図ります。

### 【各種イベント、体験事業の活用】

取組	内容
イベントの充実	北本まつりや感動桜国きたもとウォーク大会等の市外住民が参加しやすいイベント等について広くPRするとともに、新しいプログラムを用意し、観光客の増加を図る。
自然体験プログラムの整備	北本自然観察公園及び野外活動センター周辺にて(特非)森林セラピーソサエティが提唱している癒し効果、病気の予防効果が科学的に認められた「森林セラピー基地®」「森林セラピーロード®」の認証を取得し、市民の中から森林セラピーガイドやセラピストを養成し、体験プログラムを実施する。また、北本市観光協会と連携し、雑木林等を利用した、本市の魅力が直接参加者に伝わる事業を開催する。

## (ウ) インバウンド対応

グリコピアイーストや市内の収穫体験農園へのインバウンド(訪日外国人旅行)客の来訪が増えています。民間企業と連携してホームページや施設案内を多言語対応することにより、更なる外国人観光客の増加を図ります。

### 【インバウンド対応】

取組	内容
多言語化対応事業	民間企業と連携し、訪日外国人旅行者が市内に宿泊して、観光施設や飲食店を回遊する仕組みをつくる。

### ウ 基本目標Ⅲ 関係人口の増加～まちのファンになってもらう～

高齢化率の上昇や出生率の低下などにより、定住人口の増加がなかなか見込めないこと、また、交流人口がまちに与える様々な経済効果も一時的かつ不安定なことから「交流人口」でも「定住人口」でもない、第三の人口の概念となる「関係人口」が注目を集めています。

関係人口とは、「地域と多様に関わる者、地域内にルーツがある者」と定義され、「このまちを応援したい」と思ってくれる「まちのファン」です。“まちのファンになってもらう”取組を進め、市民との多様な交流の機会を創出し、地域の活性化に結び付けます。併せて、かつて本市に住んでいた人や本市にゆかりのある人についても、継続的なつながりをもつ機会の提供を図ります。

#### (ア) ふるさと納税の活用

ふるさと納税制度を活用して、本市への寄附を募るとともに、その関係が一過性のものとならないよう、引き続き本市を応援してもらえ取組を進めます。

##### 【ふるさと納税の活用】

取組	内容
ふるさと納税制度の活用事業	本市の特色を活かした魅力的な返礼品を新たに設定するとともに、本市を訪れてもらう体験型返礼品を追加する。また、寄附者に感謝の気持ちが伝わるお礼状の発送を行う。

#### (イ) ファンクラブ制度

本市を応援してくれる人に対して、本市との継続的なつながりを感じてもらえる取組を進めます。

##### 【ファンクラブ制度】

取組	内容
きたもとファンクラブの創設	本市を応援してくれる人が交流できる機会を提供するとともに特別感を感じてもらうためきたもとファンクラブを創設する。 <ul style="list-style-type: none"><li>・ファンクラブカードの発行 加入者にファンクラブカードを発行する。</li><li>・ファンクラブ通信等の送付 ファンクラブ通信や広報きたもと、市のパンフレット、市内店舗で利用可能なクーポン券等をパッケージにして定期的に会員に送付する。</li><li>・限定イベントの開催 会員限定のイベントを開催し、本市を訪れてもらうことにより、そのつながりを強固なものにする。</li></ul>
活躍の場の提供	本市に想いを寄せ、貢献しようとする人と本市との関わりを継続していくため、会員が活躍できる場を提供する。

## エ 基本目標Ⅳ 定住人口の増加～まちに住んでもらう～

日本全体にわたる、人口減少時代が到来し、本市においても平成17年をピークに減少傾向が続いています。

今後も持続可能なまちづくりを進めていくため、定住人口の増加を図る取組を実施します。

### (ア) 移住希望者に対する直接的な働きかけ

不動産関係団体の協力を要請し、移住相談窓口の開設等、移住希望者に直接定住を働きかける取組を進めます。

#### 【移住希望者に対する直接的な働きかけ】

取組	内容
不動産関係団体との連携	不動産関係団体と連携し、移住希望者に対し、本市を選択していただけるような取組を進める。
定住促進サイト「きたすむ」の活用	北本市定住促進サイト「きたすむ」に移住希望者が求める情報をわかりやすく掲載するとともに、本市の子育て支援施策についても効果的に発信する。
移住支援	<ul style="list-style-type: none"><li>・移住相談事業 専用窓口において移住に対する相談を直接受け市民サービスの特徴やまちの魅力、生活環境等をわかりやすく説明する。</li><li>・北本市多世代同居・近居住宅補助金の交付 多世代家族の同居又は近居のために市内へ住宅を取得する人に対して補助金を交付する。</li><li>・空き家改修補助、老朽空き家等解体補助金 空き家の有効活用を図るため、空き家の改修や解体にかかる費用の一部を補助する。</li><li>・県やふるさと回帰支援センターとの連携 ふるさと回帰セミナーや就業農業体験ツアーを県等と連携して開催する。</li></ul>

## 参考資料

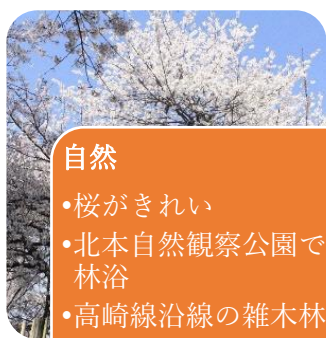
### (1) #きたもとの未来をしゃべくり懇談会

#### #きたもとの未来をしゃべくり懇談会の概要

開催日時	平成30年8月18日(土) 13時～16時30分
参加者	無作為抽出による市民20人 北里大学看護専門学校生10人、 埼玉県立北本高等学校生5人
内容	第1部 市長と語る会 市政運営を報告し、第五次北本市総合振興計画で描く未来像について市長と参加者とで意見交換会を行いました。 第2部 まちづくりワークショップ 以下のテーマに沿って、参加者それぞれが思う本市の良いところ、好きなどころをいかしたまちづくりのアイデアを話し合いました。 【テーマ】 1. 若者の移住・定住・交流促進策 2. 日本一の子育て支援策 3. 北本市を全国に売り込む方法



## ワークショップ1 きたもとの良いところ



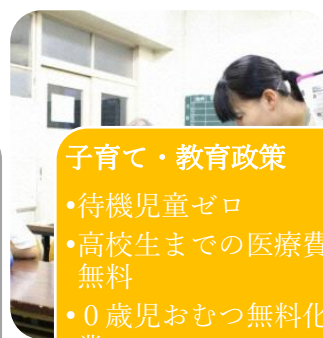
### 自然

- 桜がきれい
- 北本自然観察公園で森林浴
- 高崎線沿線の雑木林
- ホテルが見られる
- 高尾カタクリ自生地



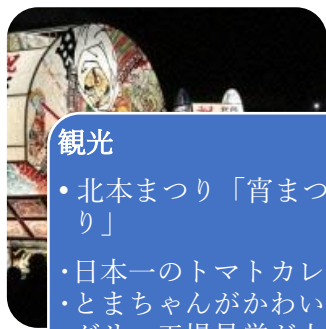
### 遊べる施設

- バンガローでキャンプ
- バーベキューができる
- 北本総合公園や体育センターでスポーツ
- 公園が多い
- 児童館、こども図書館が良い



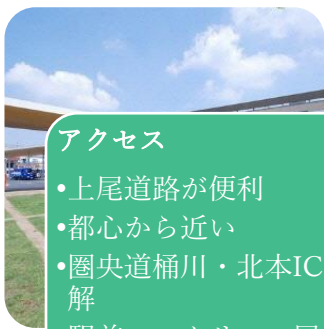
### 子育て・教育政策

- 待機児童ゼロ
- 高校生までの医療費が無料
- 0歳児おむつ無料化事業
- ナイトスクールの実施
- 全小中学校自校式給食



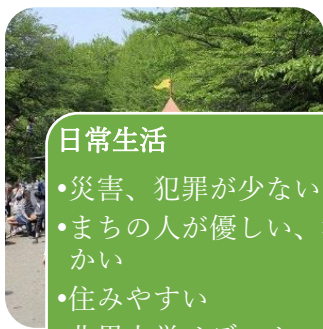
### 観光

- 北本まつり「宵まつり」
- 日本一のトマトカレー
- とまちゃんかわいい
- グリコ工場見学が人気
- 国指定の天然記念物「石戸蒲ザクラ」



### アクセス

- 上尾道路が便利
- 都心から近い
- 圏央道桶川・北本IC理解
- 駅前ロータリーの屋根のおかげでバス停まで濡れない



### 日常生活

- 災害、犯罪が少ない
- まちの人が優しい、温かい
- 住みやすい
- 北里大学メディカルセンターがあり医療が充実

## ワークショップ2 きたもとの良いところ×良いところ

雑木林



食(トマト)



野外レストラン・食の野外フェスティバル

とまちゃん



充実の子育て支援策



とまちゃんベビーを新たなキャラクターに追加

災害が少ないまち



自然が豊か



地盤が強固で自然に囲まれた住宅環境をPR

トマト



トマト



北本駅を『北本トマト駅』に改称



## (2) 市長と若者によるまちづくり意見交換会

### 市長と若者によるまちづくり意見交換会の概要（高校生）

開催日時	平成30年2月1日（木）16時～17時30分
参加者	埼玉県立北本高等学校生19人
内容	「北本市の魅力発信！」～高校生にできるシティセールス。きたもとを売り込め～ 本市の魅力発信に関して、高校生から直接ご意見をいただくため、意見交換会を開催しました。

### 「北本市の魅力発信！」～高校生にできるシティセールス。きたもとを売り込め～

魅力の創造・活用	情報発信	その他
<ul style="list-style-type: none"> <li>•他の組織と一緒にトマトの入ったアイデア料理を考案</li> <li>•自然が豊かなので昆虫採集をしながら自然に触れ合う体験</li> <li>•ゆるキャラをもう一体作る</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•北本のおしゃれなお店を高校生が周ってSNSで発信</li> <li>•豊かな自然を利用したフォトコンテストの実施</li> <li>•インスタグラムの利用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•降雪時、駅前の雪かきを行う</li> <li>•地域のゴミ拾い等のボランティア参加</li> <li>•市出身の有名人を呼び込んだイベント開催</li> </ul>

### 市長と若者によるまちづくり意見交換会の概要（成人式実行委員会委員）

開催日時	平成30年10月4日（木）20時～21時
参加者	平成31年度成人式実行委員会委員10人
内容	「北本市を全国に売り込む方法」～若者にできるシティセールス。きたもとを売り込め～ 本市を知ってもらいたいアイデアに関して、平成31年度に成人式を迎える若者から直接ご意見をいただきました。

### 北本市を全国に売り込む方法～若者にできるシティセールス。きたもとを売り込め！～

魅力の創造・活用	情報発信	その他
<ul style="list-style-type: none"> <li>•お土産が買える道の駅を作る</li> <li>•さくらまつり会場のイベントを増やす</li> <li>•豊かな自然を活かしてアニメの舞台として誘致</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•YouTubeを使用して有名な人にまちを案内してもらう</li> <li>•子育てしやすいまちということをSNSで発信する</li> <li>•PRポスターを作って他市駅に掲載</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•ドラマの撮影で積極的に使ってもらう</li> <li>•桜の時期になったら駅から無料シャトルバスを出す</li> <li>•北本トマトカレーを駅の近くで販売</li> </ul>

### (3) 第五次北本市総合振興計画に掲げるリーディングプロジェクトの推進に向けた新規事業検討推進会議における検討

高齢化を伴う人口減少が進む中、市民ニーズや社会の変化、国の地方創生方針等に柔軟に対応し、横断的で機能性の高い新たな事業を創出するため、第五次北本市総合振興計画に掲げるリーディングプロジェクトの推進に向けた新規事業検討推進会議設置して、同会議で北本市シティプロモーション推進方針の検討を行いました。

#### 経 過

	日時	内容
第1回	平成29年 12月26日(火)	・リーディングプロジェクト検討推進会議について ・今後の予定について
第2回	平成30年 1月17日(水)	・グループワーク ・グループワーク発表 ・決定!北本Best20
第3回	平成30年 2月8日(木)	・決定!北本Best20
第4回	平成30年 5月25日(金)	・決定!北本Best20 ・決定!北本Best20の活用方法について ・現地確認の候補地について
第5回	平成30年 12月21日(金)	・北本市シティセールス推進方針(案)について
第6回	平成31年 1月16日(水)	・北本市シティセールス推進方針(案)について
第7回	平成31年 1月28日(月)	・北本市シティプロモーション推進方針(案)について

決定！北本 Best 20

No.	北本 Best	キャッチフレーズ
1	まつり 北本まつり、ねふた、きくまつり、ふるさとまつり、クラシックカーフェスティバル	まつりだぞ！全員集合！！ 清閑なまちが変ります この日を待っていました 熱いぞ！北本 秋が熱い みんな集まれ！
2	桜 石戸蒲ザクラ、城ヶ谷堤(桜堤、桜土手)、高尾さくら公園、阿弥陀堂のエドヒガンザクラ、さくらまつり	まち全体がピンクに包まれます まち全体がピンク色に染まります
3	イタリアン店充実	どこに行くか選べません どこに行くか迷います
4	北本トマトカレー 北本トマトイメージキャラクター“とまちゃん” レトルト、フレーク	日本一
5	自然 北本自然観察公園、トラスト高尾宮岡景観地、カタクリ、ガマ生息、野鳥観察、オオタカ、森めぐり、撮り鉄スポット(中央緑地)	のんびりと 爽やかに
6	子育て支援 児童館、子供公園、0歳児おむつ無料化、こども医療費助成、みどりのフェスティバル	健やかに
7	グリコピア・イースト	社会科見学の新定番
8	おしゃれ café & スイーツ caff'e room720、ギャラリー&カフェ やいち、コーヒーとタイヤキのカラク、クッキークル、ケーキハウスナナ、おかし屋 Mogu	甘い香りに誘われて
9	アウトドア 野外活動センター、北本水辺プラザ公園、圏央道 IC、都心から1時間圏内、ホテルの里	気軽にアウトドア 都心から1時間
10	神社 氷川神社、七福神めぐり、御朱印、日本一のおみくじ、浅間神社の初山、石戸厄除け大師	節目には 身を清める 厳かに 歴女もハマる 心洗われる
11	北里大学メディカルセンター 大村智博士、ゆりのき通り	世界が認めた 医療の中心
12	産業 トヤマ楽器製造(株)、(株)エー・アンド・デイ、(有)国分寺洋蘭園、(公財)学校給食歴史館	全国に誇る
13	農業 トマト、プラム、駅から1分でいちご狩り体験、北本の孀恋、無人直売所、イケメン野菜	フレッシュです 新鮮です 挽ぎたてです
14	スポーツ 北本総合公園(野球場、イルミネーション)	いい汗、流してます さわやかに

	ン)、体育センター、ゲートボール場、きたもと駅伝、スポーツフェスティバル、剣道、スウィンスイミングスクール、高橋巧 (モーターサイクル・ロードレースライダー)、保坂真由 (プロゴルファー)	
15	農業ふれあいセンター 桜国屋、北本そば (さんた亭)	北本産です
16	パン屋さん 一本堂、Cocon	焼きたてを召し上がれ
17	日帰り温泉 北本温泉 湯楽の里、北本天然温泉 湯花 楽美肌の湯	源泉です 天然です ひとつ風呂
18	DEEPな酒場 吟月、モナリザ、一平、わをん、焼き鳥屋	昭和の雰囲気残してます お父さんの憩いの場 疲れたお父さんたちのたまり場です
19	北本市役所 児童館 伝えるマン	福祉向上に努めます キレイになりました 行政の中核です 行政・文化の拠点です 行政・文化ゾーン
20	お肉屋さん 肉のコバ、ますや、ジョイタパス	よだれが止まりません 市民の胃袋