

石岡市シティプロモーション指針（案）に対するパブリックコメントの結果

【回答区分】 ア：指針案に意見を反映するもの イ：意見の主旨を踏まえて取組を推進するもの ウ：今後の参考とするもの

No.	意見内容（要約）	回答区分	回答	関連項目	
1	指針の中にある人口減少ストップ、石岡を愛する気持ちの増加の元にあるのは、経済の活性化、仕事があること、安定した生活ができることではないか。であれば、石岡市にとって、企業誘致、産業の活性化も大きな課題ではないかと思う。石岡には、これまで民間企業の最前線で働いてきて、今、定年を迎えようとしている市民がかなりいる。プロモーションやコミュニティーと言う分野だけではなく、ビジネスやマネジメントの面での経験値や人脈を持った市民に嘱託や非常勤顧問として参加してもらうことができれば、人的資源の活用にもつながり、若者たちにも刺激を与えることができる。	イ	御意見ありがとうございます。まちづくりの参画によって市民が生きがいややりがいを得ることで幸福度が上昇していく好循環サイクルに繋がるご提案ありがとうございます。シティプロモーションのみならず、総合計画で定める将来像の実現に向けた他の施策と関連して進めてまいります。	はじめに	シティプロモーション指針が目指す好循環サイクル
2	総合計画とシティプロモーションの結びつきが理解できる位置づけである。幸せとは受動的な幸せの他、能動的な幸せも含んでいる。	イ	御意見ありがとうございます。好循環サイクルにおける幸せは能動的な幸せであると考えております。	はじめに	シティプロモーションの位置づけ
3	好循環サイクルにある関係人口からの流れはきれいだが交流人口が出てこない。交流人口を活かすのであれば、観光客（交流人口）に石岡市を発信させることも考えられる。魅力発信は市民に限った話ではない。	ア	御意見ありがとうございます。交流人口についての記述を追加します。	はじめに	シティプロモーション指針が目指す好循環サイクル
4	「〇〇」は石岡市における暮らしも含めた可能性を余白や余地、未来を含めて包含しているところが魅力になっている。「〇〇」を自分なりに選ぶことができ、無限の可能性を秘めている。	ア	御意見ありがとうございます。解説を追加します。	シティプロモーションの方向性	ブランドメッセージとロゴマーク
5	「〇〇」は自由であるがその一方で「〇〇」だと何を入れていいかわからない戸惑いがある。これを一つのガイドラインとして示している意味がある。指針をもとに納得感のある説明ができており、石岡と自分を紐づけられ、自分がどこにあてはまるのか考えられるようになっている。また、〇〇を埋めようキャンペーンや7つの内あなたはどれを選びますかなんて展開もできる。	イ	具体的な御提案ありがとうございます。来年度以降、シティプロモーション指針に沿った取組を行う際の参考にさせていただきます。	シティプロモーションの方向性	ターゲットイメージ

石岡市シティプロモーション指針（案）に対するパブリックコメントの結果

【回答区分】 ア：指針案に意見を反映するもの イ：意見の主旨を踏まえて取組を推進するもの ウ：今後の参考とするもの

No.	意見内容（要約）	回答区分	回答	関連項目	
6	ターゲットごとの魅力の発信は有効な方法だと思うが、一つの枠組みの中にいくつかの魅力をまとめて発信する方が、その魅力が複合的に力を持つのではないかと思う。	ウ	御意見ありがとうございます。『石岡の情報まるっとお届けサイト』の開設など、市民自身が魅力発信の主体となれる仕組みを整備しており、来年度以降、シティプロモーション指針に沿った取組を行う際の参考にさせていただきます。	シティプロモーションの方向性	ターゲットイメージ
7	ターゲットイメージで「何事にも批判的で～」とストレートな表現がある。修正してはどうか。	ア	御意見ありがとうございます。表現を修正します。	シティプロモーション	ターゲットイメージ
8	「市民の石岡市を良くしたいという想いが芽吹き、育つことで石岡市の魅力を自ら情報発信していく」段階において、交流人口の拡大についての取組が案内板の整備の他にもあるのではないか。「交流居住」「二地域居住」「情報交流人口」などもある。訪問動機も、観光、通勤・通学、ショッピング、レジャー、スポーツなど幅広いのではないか。	ア	御意見ありがとうございます。表現を修正するほか取組内容を追加します。	シティプロモーションの方向性	シティプロモーション戦略
9	大事なのは好循環サイクルであり、そのための方向性として今後柔軟に展開できる点が良いが、交流人口に触れている箇所が少ないのではないか。	ア	御意見ありがとうございます。好循環サイクルの修正と併せて調整します。	シティプロモーションの方向性	シティプロモーション戦略
10	ターゲットとなる人々に何らかの行動変化を起こさせると「起こさせる」という表現であり、押しつけ感がある。また、市民の行動変容を起こしてもらうためには、市の現状などを十分に可視化する必要があり、そこから行動変容に繋がるのではないか。	ア	御意見ありがとうございます。表現を修正します。	シティプロモーションの方向性	シティプロモーション戦略

石岡市シティプロモーション指針（案）に対するパブリックコメントの結果

【回答区分】 ア：指針案に意見を反映するもの イ：意見の主旨を踏まえて取組を推進するもの ウ：今後の参考とするもの

No.	意見内容（要約）	回答区分	回答	関連項目	
11	<p>mGAPは関係人口のみの定量化ではなく定住人口および関係人口の数値化として、地域の意欲の総量を定量化している。地域外ターゲットをどのように把握するかについては、居住地や属性などをまずは設定しつつも、WEBアンケートやふるさと納税などの様々な方法でトライ＆エラーで石岡市に合った方法を模索して進めていくことが必要。</p> <p>設問としては、まずは、「可能性のある「〇〇」に共感しますか？」とし、ブランドメッセージと関連させた共感を得るようにし、その次に「石岡をおすすめしますか？」としていくのが良い。ふるさと納税は分析的にやらないと意味がない。意欲を高める手段を考える必要がある。例えば、折込チラシを入れた人、入れない人で意識が変わるかマーケットテスト等をやるのも良い。ふるさと納税担当班に協力依頼することが職員の意欲向上にも繋がっていく。WEB調査は、名古屋市がやっている。サンプル500、10問40～50万程度である。</p>	ア・ウ	<p>御意見ありがとうございます。表現を修正します。また、来年度以降、シティプロモーション指針に沿った取組を行う際の参考にさせていただきます。</p>	シティプロモーションの方向性	シティプロモーション戦略
12	<p>mGAPがマイナスになるのが普通という考え方は、一般にはなじみが薄いので、特に解説が必要。ここで細かいデータを出しても、見方が難しいので、解説ののち、mGAPのみで良いかもしれない。</p>	ア	<p>御意見ありがとうございます。解説を追加します。</p>	シティプロモーションの方向性	シティプロモーション戦略
13	<p>選挙の投票率は、シティプロモーションの意欲に関連する。若年30歳以下の変遷を追うと良いのではないか。その層がICT機器を使いこなせる世代であり、シティプロモーションの主役になっていく。</p>	ウ	<p>御意見ありがとうございます。来年度以降、シティプロモーション指針に沿った取組を行う際の参考にさせていただきます。</p>	資料編	関連指標の現状

石岡市シティプロモーション指針（案）に対するパブリックコメントの結果

【回答区分】 ア：指針案に意見を反映するもの イ：意見の主旨を踏まえて取組を推進するもの ウ：今後の参考とするもの

No.	意見内容（要約）	回答区分	回答	関連項目	
14	オウンドメディアにおけるプルメディアなどの特徴を捉えることが大切。高齢者は、情報誌来たら見るが、若い世代は行政情報を見ない。広報紙の表紙を工夫し、ターゲットを狙い撃ちした情報発信が必要である。メールマガジンも重要である。枯れたメディアと言われながら、すごく大事である。ふるさと納税者のメールアドレスを活用し、離さない工夫が必要（米子市）SNS系はブロック率の分析ができないか。TikTokは認知に効果大であるがアメリカで禁止が拡大しているなど政治的な部分があるので使用には注意が必要。Instagramも整理されてはどうか公式アカウントである。ハッシュタグキャンペーンや公式ハッシュタグを決めて発信をしてもらう。自分事としてとらえてもらうのによい。	ウ	御意見ありがとうございます。来年度以降、シティプロモーション指針に沿った取組を行う際の参考にさせていただきます。	資料編	本市の情報発信の現状
15	スペースの許す限り、グラフ等にした方がなじみやすと感じる。	ウ	御意見ありがとうございます。コロナ禍もあり、傾向を掴みにくいグラフとなりますので現状のままとします。	資料編	関連指標の現状
16	すごくよく分析されていて驚いた。自由記載の意見、魅力の欄がよかった。伸びしろかもしれないが生産年齢人口の減少が凄まじい。	イ	御意見ありがとうございます。人口減少化における地域の持続可能性に結び付く取組として本指針を軸にシティプロモーションに取り組んでまいります。	その他	その他
17	企画提案「ほたるに会えるまち、いしおか」、「マラソンできるまち、いしおか」「そばグランプリ」	ウ	具体的な御提案ありがとうございます。来年度以降、シティプロモーション指針に沿った取組を行う際の参考にさせていただきます。	その他	その他
18	「シティプロモーション」というと、石岡市の魅力を外部に発信するものというイメージがあったが、内部にも発信するものだということが分かった。市としての自己肯定感というものは必要。	イ	御意見ありがとうございます。市民参画による好循環サイクルによって幸せを感じられる状態を目指した取組としてシティプロモーションを位置づけています。	その他	その他

石岡市シティプロモーション指針（案）に対するパブリックコメントの結果

【回答区分】 ア：指針案に意見を反映するもの イ：意見の主旨を踏まえて取組を推進するもの ウ：今後の参考とするもの

No.	意見内容（要約）	回答区分	回答	関連項目	
19	石岡市の魅力とは何だろうか考える時、「石岡にどんな魅力があるというのだろうか？」と感じてしまうのは、あまりに身近にあるものだからだろうか。街作りには「よそ者・若者・馬鹿者」の目線が必要だと言われる。確かに身の回りでボランティア活動をしている方々の半分ほどは他地域からの移住者の方がいるようなイメージであり、そのような視点での魅力発見の場があっても良いように思う。例えば、将来のインバウンド需要を考えれば、市内に住む外国人の（究極のよそ者）視点からの魅力も聞いてみたい。	ウ	御意見ありがとうございます。市民参画によるシティプロモーションは、様々なアイデアが生まれ、それが市民の生きがいややりがいに繋がっていく素地となると考えています。来年度以降、シティプロモーション指針に沿った取組を行う際の参考にさせていただきます。	その他	その他
20	最後の資料編に9つに分類して石岡の魅力を網羅してあるが、関連するものまとめて「魅力セット」として提供することが出来れば、さらに輝く。コロナも次第に収束してきたことも踏まえ、今年は、「こどものためのコンサート」を計画しようと考えている。子どもの生涯を通しての学びの能力の基礎は、就学前に身に付けた「非認知能力」が大きいと言われている。教育格差とは各家庭の持つ文化資本という環境の違いがあることで子どもの将来が変わるとしたら、周囲から、その学びを支え補填してあげることが重要。子どもたちの様々な体験の場を提供してあげることが大切。「子育て支援」とは金銭的な補助とともに子育てのための良い環境の提供が支えることで、本当に有効な支援になる。	ウ	御意見ありがとうございます。『石岡の情報まるっとお届けサイト』の開設など、市民自身が魅力発信の主体となれる仕組みを整備しており、来年度以降、シティプロモーション指針に沿った取組を行う際の参考にさせていただきます。	その他	その他
21	子どもたちが体験できるものとしては、現在も様々な子育てに役立つ活動がある。一つ一つは目立たない活動かもしれないが、子育ての環境としてセットで発信すれば大きな魅力になる。たくさんの魅力を繋ぎ合わせることが出来れば、発信もさらに強力になると思います。そのようなプロモーションも考えていただきたい。	ウ	御意見ありがとうございます。現在も様々な活動が石岡市で行われており、それらも大切な石岡市の魅力であると考えています。来年度以降、シティプロモーション指針に沿った取組を行う際の参考にさせていただきます。	その他	その他