



【基本施策の目的】

さまざまな地域資源を活用し、本市のブランド力を高めるとともに、本市の魅力を生内外に発信することにより、本市に「訪れたい人」「住みたい人」「住み続けたい人」を増加させます。

【基本施策の今後の優先度】

中	基本施策の指標値は基本的に横ばいであるものの、シティプロモーションは、全国的にも取組が行われている中で、10年、20年の長期スパンで考えると優先度は高い。しかし、施策として取組を始めたばかりであり、その施策による効果の検証はこれからであり、現状の取り組みを継続していく予定である。 しかし、当面は現状の取り組みをしっかりと進めていく予定であり、同一分野内における他の基本施策との比較の結果、「中」と判断した。
---	---

【指標の分析と今後の対応】

指標	単位	区分	基準値	H26度	H27度	H28度	方向性との整合性とその要因、実績の増減の要因、今後の見通し(予測)	今後の対応	
小牧市の定住人口	人	実績	153,170	153,680	153,526	153,335	人口は、平成26年度をピークに減少に転じている。内訳を見ると、自然動態はプラスであるが、社会動態はマイナスであり、転出超過が人口減少の要因となっている。 また、自然動態もプラスの幅が縮小していることから、今後人口の減少は継続していくと見込んでいる。	地域ブランド戦略の推進により、市に対する市民の愛着や誇りを醸成することは、長い目で見れば定住人口の維持につながるものと考えている。	
		目指す方向性	H30の推計人口を上回る						
小牧市の交流人口	人	実績	2,318,896 (H24年)	2,213,229	2,053,144	1,985,733	平成27年度対比で小牧市歴史館の入館者数は約3万人増加し、小牧山さくらまつりの来訪者も3万4千人増加したが、田縣神社の豊年祭が平日開催であったことなどから11万人減少したことが影響している。 平成29年度にあいち空港ミュージアムやMRJ組立工場見学施設、平成30年(仮称)史跡センターのオープンが予定されていることから、今後交流人口の増加が見込まれる。	小牧市及び近郊にオープンする施設から市内への誘客及び周遊を図るため、施設と市内観光資源を結ぶプランの造成などによりプロモーションを実施する。	
		目指す方向性							
展開方向	指標	単位	区分	基準値	H26度	H27度	H28度	方向性との整合性とその要因、実績の増減の要因、今後の見通し(予測)	事務事業等の見直し内容
1 都市のブランドイメージを構築します	小牧市のブランドロゴマークおよびキャッチフレーズを知っている市民の割合	%	実績	38.0 (H26年度)	/	41.6	65.8	平成26年度から地域ブランド戦略アクションプランに基づいた様々な啓発活動を行っており、今後も活動の継続に伴い、認知度も向上していくと思われる。	継続して現事業を実施していく。
			目指す方向性						

展開方向	指標	単位	区分	基準値	H26度	H27度	H28度	方向性との整合性とその要因、実績の増減の要因、今後の見直し(予測)	事務事業等の見直し内容
2 観光推進体制を強化します	主要な観光施策・資源の利用者数(イベント)	人	実績	133,256	130,168	102,224	138,496	小牧山さくらまつりの来場者数は約34,000人、こまき信長夢夜会の来場者数は2,000人増となった。イベントは天候などによる影響も受けやすいため今後も変動は避けられない。	イベントでの利用者数を飛躍的に増加させることは、安全面からも限界があり難しいが、イベントの飽きさせないコンテンツ作りやターゲットに届く情報発信を行うことにより、来場者の確保を図る。
			目指す方向性	↑					
3 魅力あるイベント・まつりを開催します	市が主催するイベントやまつりに参加した市民のうち、満足している市民の割合	%	実績	77.3	76.9	76.0	77.4	来場者の満足度は上昇した。まつりの周知、定着が図られ、期待どおりのまつり・イベントが実施できたことによると考えられる。今後も、同程度は維持できるものとする。一方、来場者が減少しているため、マンネリ化にならないような改善が必要である。	来場したくなるイベントやまつりにするように内容を見直し、充実させるコンセプトを明確にするとともに、市民のニーズ調査を行う。
			目指す方向性	↑					
	市が主催するイベントやまつりに満足している、または楽しみにしている市民の割合	%	実績	56.0	53.1	52.5	50.4	満足度は低下している。来場者も減少している。マンネリ化や他市のイベントやまつりが周知され、要求されるものが年々高くなっている。今後も厳しい状況が続くと考える。各イベントのコンセプトが明確でなく、あまり浸透されていない。参加者、参加団体のニーズと来場者(市民)のニーズが合わなくなっている。	来場したくなるイベントやまつりにするように内容を見直し、充実させるコンセプトを明確にするとともに、市民のニーズ調査を行う。
			目指す方向性	↑					
4 中心市街地を訪れる人の数を増やします	中心市街地が賑わっていると思う市民の割合	%	実績	27.8	27.2	23.2	23.5	イベントやイルミネーション等により、微増した。空き店舗やラピオなど、厳しい状況にあり、今後も低下していくと考えられる。	注目が集まるような、お店を誘致する。にぎわいを創出するイベントを創出するソフトだけでなく、ハード面の整備との相乗効果が上がるよう、適切な時期に見直しを図っていく。
			目指す方向性	↑					
	中心市街地の主要な施設の利用者数	人	実績	316,615	294,958	280,588	276,147	子育て広場が約4,000人、ハロワークが約9,000人減少している。一方で、まなび創造館の利用は、9,000人増加した。ハロワークは、景気の動向に左右されるが、子育て広場の減少は今後も続いていくと考えられる	子育て広場も開設から10年近く経過し、リニューアルが必要である。それぞれの利用向上に向けた継続的なPRが必要である。
			目指す方向性	↑					

展開方向	指標	単位	区分	基準値	H26度	H27度	H28度	方向性との整合性とその要因、実績の増減の要因、今後の見直し(予測)	事務事業等の見直し内容
5 都市間交流の推進および国際感覚を醸成します	外国籍市民と地域で共に暮らしているまちと考える市民の割合	%	実績	62.7	62.7	60.7	48.8	リーマンショック以後、外国籍市民の数は減少傾向であったが、景気の回復とともに、増加傾向になっている。また、外国籍市民の国別の比率を見ると、これまで多かった南米系は減る一方、アジア系が増え、多様化している。このため、外国籍市民と地域で共に暮らしていると感じる市民が減少しており、今後もこの傾向は続くと考えられる。	小牧市国際交流協会と連携し、小牧市に定住している外国籍市民のニーズを把握するとともに、外国籍市民の多様化に対する対応を進め、多文化共生についてPRしていく。
			目指す方向性	↑					
	国際交流事業などへの年間参加者数	人	実績	2,014	1,807	1,921	2,001	H27年度以降は、国際交流協会の事業への参加者数が増加している。外国籍市民の数が増加傾向にあり、事業のPRに積極的に取り組むことにより、参加者数も増加するものと思われる。	今後とも、事業PRをねばり強く行い、参加者獲得を目指す。
			目指す方向性	↑					

経常事業	削減に関する具体的な考え方	展開方向1	シティプロモーション推進事業の旅費から事業費の一部を削減する。
		展開方向2	—
		展開方向3	市民まつり、平成夏まつりとも市の最大級の規模であり、多くの来場者があり、一定の成果が出ている。また、市民まつりは37回、平成夏まつりは28回開催しており、愛着が深くなっている。市民まつり来場者に対して行ったアンケートでは、約90%以上の方が、満足であると、平成夏まつりでは、約97%の方が楽しかったとの回答であった。市民まつり、平成夏まつりとも多くの来場者があり、来場者の満足も高いことから、一定の成果が出ている。また、市民総参加のまつりであり、支援を継続することで、市民の交流、活性化の効果が期待できることから、同程度の事業が必要であると判断している。一方で、参加団体、来場者が減少しており、見直しが必要である。31年度から、まつりの会場として利用している駅東広場が5年間使用できなくなる予定であるので、会場の見直しだけでなく、まつりの目的・ターゲット、魅力の向上、来場者数が増加する方法、費用の削減等も含め大幅な改善を検討する。具体的には、市民まつりについて、会場再編による資材、機材リース、設営費、人件費などの見直しにより、事業費の一部を削減する。
		展開方向4	中心市街地活性化事業のうち、イルミネーションについては、選択と集中により、実施場所を削減し、経費を削減するが、全体の質を上げる事により、効果が落ちないようにし、事業費の一部を減少させる。空き店舗対策補助、地元商店街による結成された「にぎわい隊」への支援は、一定の効果をあげており、引き続き同規模の支援が必要であると考え。
		展開方向5	多文化共生推進事業については、外国語版生活情報誌の発行を情報発信の柱として事業を展開しているが、外国籍市民の情報入手先がインターネットを中心としていることから、インターネットを活用した情報発信にシフトさせることにより、事業費の一部を削減する。
実施計画事業	資源投入の考え方	展開方向1	ブランドイメージ構築については、一朝一夕で成果を出すことは難しい性質のものであるため、継続的に取り組んでいく必要がある。一方で、ブランド戦略の取組みも5年を経過し、スタートダッシュとして進めてきた取組み内容のボリュームを見直すことが必要と考えている。具体的には、費用対効果が低いと見込まれる事業の圧縮を行い、実効性を高めていく。
		展開方向2	平成28年から32年の5か年計画として策定した小牧市観光振興基本計画及び同重点プランで設定した14の観光推進施策を確実に展開するため、年次計画に沿った事業実施のための予算化が必要である。また、プロモーションの自由度を上げるため、シティプロモーション推進事業の一部を観光交流事業費へ組み入れる。
		展開方向3	経常事業を引き続きしっかりと進めていく。
		展開方向4	経常事業を引き続きしっかりと進めていく。
		展開方向5	経常事業を引き続きしっかりと進めていく。