

5年後の目指す姿	数値目標	現状値	R3	R4	R5	R6	目標値
「市民の市への愛着が深まる」	「市に愛着を持っている人」の割合（webアンケート）	82.5%（R2）	84.9%（R3）				90.0%（R7）

基本施策		基本施策の概要	K P I	「住み続けたい」と回答した割合（市民意識調査）					
令和3年度 インナープロモーションにより、 市民の愛着を醸成		「住み続けたい」と思えるまちづくりを進めるとともに、地域資源の活用による情報発信やイベント等を通じて愛着の醸成を図る	現状値 H30	R3	R4	R5	R6	目標値 R7	
			77.4%	80.5%				83.1%	
取組	取組の概要		K S F	新たな資源の創出件数					評価
市のイメージ アップ	ふわっぴーやPR大使、公園や湧水などの地域資源、新たな資源の発掘により、市のイメージ向上を図る	現状値	R3	R4	R5	R6	目標値 R7	B 概ね順調	
		－	－				1件以上		
具体的な取組		R3 取組実績・成果		問題点・課題		今後の取り組む方向		評価	
①	桜のオーナー制度で植樹した桜のPR及び維持管理を行う	広報富士見にさくらマップを掲載して周知した。 		看板の劣化が進んでおり、見えづらくなっている。		看板を新規デザインに刷新し設置する。		3 概ね順調	

②	湧水、公園、コスモス街道などの地域資源を活用する	コスモス街道の取組は新型コロナウイルス感染症の感染防止を考慮し、大幅に区間縮小したが活動は継続して行った。 	新型コロナウイルス感染症の拡大や担い手不足により活動の幅が狭まっている。	感染防止対策を考慮しつつ、活動の継続方法を検討していく。	3 概ね順調
③	フィルムコミッション富士見を推進する	テレビドラマ等の撮影地として14件の撮影が実施された。フィルムコミッション富士見への問い合わせについては、36件であった。 ・テレビ東京系ドラマ「女王の法医学～屍活師～」・NHK「逆転人生」・Eテレ「天才てれびくん hello,」・日本テレビ「THE 突破ファイル」など	新型コロナウイルス感染症の拡大による影響で、問い合わせ数に減少傾向が見られた。更に番組内クレジットの掲載や市ホームページでの情報発信を不可とするものも一定数あった。	番組内クレジットの掲載不可などもあるが、継続してフィルムコミッション富士見の周知及び市ホームページでの情報発信を行う。	3 概ね順調
④	富士見市地域活性化研究会との連携を図る	富士見市地域活性化研究会との連携により、新規ふわっぴーグッズや市制施行50周年記念グッズを作製した。 観光アプリ「ココシルふじみ」にて「富士見市プレミアム付商品券」の取扱加盟店の紹介を行った。 	「ココシルふじみ」の利用者数が伸びていないため、利用の拡大方法を検討する必要がある。	富士見市地域活性化研究会と連携して、「ココシルふじみ」利用者の増加促進を検討する。	4 順調に進捗

⑤	新たな資源の創出を図る	市制施行50周年記念事業として、PR大使である板倉氏を起用したPR映像を作製し、シネマアドバタイジングとして、ららぽーと富士見T O H O シネマズで放映を行った。 	市制施行50周年記念事業としての実施のため、単年度事業となるが継続的に市の魅力を発信していく必要がある。	富士見市の魅力の発信及び新たなメディアでの情報発信に取り組む。	4 順調に進捗				
取組		取組の概要	K S F	市ホームページの満足度（H30市民意識調査・R3～アンケートモニター）				評価	
情報発信の充実		広報富士見やホームページ、SNS等による情報発信、PR大使やふわっぴーによる情報発信に取り組む	現状値 H30	R3	R4	R5	R6	目標値 R7	A 順調に進捗
			53.0%	62.3%				60.0%	
具体的な取組		R3 取組実績・成果		問題点・課題		今後の取り組む方向		評価	
①	ふわっぴーのイラスト作成や着ぐるみ貸し出し、各種イベントへ参加する	イラストは21作品を作成した。 着ぐるみの貸出については新型コロナウイルス感染症の影響により減少した。（着ぐるみ稼働回数14件）		コロナ禍の影響により着ぐるみの貸出を一部制限した。		次年度以降も新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止に努めながら、貸出を実施する。		3 概ね順調	
②	「伝わる」情報発信となるよう、スキルアップに取り組む	職員向けのスキルアップ研修を予定していたが新型コロナウイルス感染症拡大の影響により中止となった。		コロナ禍の影響により研修が中止となった。		次年度以降、新型コロナウイルス感染症の影響を考慮しつつ定期的に参加及び実施する。		3 概ね順調	

③	SNS（Twitter、LINE等）を活用した情報発信を積極的に行う	市制施行50周年記念映像のYouTubeでの情報発信を行った。 	Facebookの「ふわっぴーのひろば」の活用がされていない。	「ふわっぴーのひろば」の活用方法や新たな情報発信方法を検討する。	4 順調に進捗
④	パブリシティを積極的に活用する	市制施行50周年記念事業等の記事提供を行い、新聞記事として掲載された。（新聞等への掲載19回）	掲載してもらうには話題性のある取組が必要。	次年度は市制施行50周年のため、さらにパブリシティを活用する。	4 順調に進捗
⑤	プロモーション動画の積極的な活用を行う	プロモーションの動画を作成し、Youtube等で放映した。市のホームページなどで周知を行った。 	動画の活用場所が少ないため、活用しきれていない。	動画の放映場所を新たに広げ、効果的なPRを行う。	4 順調に進捗
⑥	富士見市PR大使やふわっぴーを活用した情報発信を行う	コロナ禍のためリアルでの情報発信は出来なかったが、ふわっぴーのアニメーション動画及び富士見市PR動画「ちなみに富士見」作製し、市の魅力を発信した。 	コロナ禍でありイベントも縮小され、活用の場が少なかった。	イベント開催時には積極的な参加や市の事業でのPR大使の活用を行う。	4 順調に進捗

取組		取組の概要	K S F	各種イベントの実施				評価	
イベント等の 充実		地域の賑わいやふるさと富士見への愛着を 醸成するため、各種イベントを開催する	現状値 －	R3	R4	R5	R6	目標値 R7	C
			－	－				維持・充実	見直し検討
具体的な取組		R 3 取組実績・成果		問題点・課題		今後の取り組む方向		評価	
①	富士見市PR大使の各種イベン ト等への参加協力など活用す る	「いい富士見の日」のイベント等が、新型コロナ ウイルス感染症拡大の影響により中止となっ たが、可能な範囲で参加の協力をいただいた。 (延べ13事業)		新型コロナウイルス感染 症拡大の影響により、直 接市民と触れ合う機会は 取れなかった。		今後も市の様々なイベン トに協力していただける よう努める。		2 多少遅れ	
②	内容の充実に取組むとともに イベントを開催する	新型コロナウイルス感染症の拡大の影響で、予 定をしていたイベント等を開催できなかった。		コロナ禍のためイベント の開催や参加をすること ができなかった。		コロナ禍でも開催できる イベント（オンライン 等）を検討する。		2 多少遅れ	
③	市制施行50周年記念の各種イ ベントを開催する	市制施行50周年記念映像等作成や市内 3 駅発車 メロディーの作成、ふわっぴーを主人公とした 絵本ストーリーの公募及び選出を実施した。		これらの取組を次年度の 市制施行50周年に活かし て、富士見市への愛着の 醸成に繋げることが課 題。		次年度が市制施行50周年 となるため、各種イベン トの周知を含めて円滑に 進める。		4 順調に進捗	
取組		取組の概要	K S F	ブランドの育成・創出件数				評価	
富士見ブランド の推進		物産品だけではなく様々な地域資源の発掘 と育成により、新たな活力の創出に取組む	現状値 R1	R3	R4	R5	R6	目標値 R7	B
			5件	5件				10件	概ね順調
具体的な取組		R 3 取組実績・成果		問題点・課題		今後の取り組む方向		評価	
①	地域ブランド等の整理及び検 討を行う	シティプロモーション戦略アドバイザー会議に おいて検討を行った。		ブランド的な要素の物品 の整理が必要。		戦略期間内に継続的にア ドバイザー会議にて検討 する。		2 多少遅れ	

②	新たな資源の発掘と育成を行う	富士見市の資源（グルメ、体験）を紹介するPR動画を作製した。 	動画作成により資源の発掘ができたため、PRを含めた育成に取り組むことが課題。	引続き資源の発掘と、活用方法について検討を行う。	4 順調に進捗				
取組		取組の概要		K S F	庁内連携の充実				評価
推進体制の充実	全庁的にシティプロモーションを推進していくため、庁内委員会等を開催するとともに、職員研修を行う	現状値 －	R3	R4	R5	R6	目標値 R7	B 概ね順調	
		－	会議開催 4回				－		
具体的な取組		R3 取組実績・成果			問題点・課題		今後の取り組む方向		評価
①	シティプロモーション戦略を策定し、全庁的な推進を図る	5月、8月、10月、11月に庁内委員会を実施し戦略策定等について検討を行った。 令和4年1月シティプロモーション戦略を策定。 			計画どおり戦略を策定したので、個々の課題の洗い出しと、成果指標の設定など具体的な運用について検討する。		庁内各課との連携を図りつつ、戦略アドバイザー会議や庁内委員会を行い、戦略に基づいた施策を推進する。		4 順調に進捗
②	シティプロモーション戦略アドバイザーの活用	7月、9月、11月、1月に戦略アドバイザー会議を実施し、戦略策定等について検討した。			今後の戦略を推進するため、直面する課題の抽出と分析が必要である。		現状抱えている課題を分析し、アドバイザーとの協議を深める。		4 順調に進捗
③	職員への研修を実施し啓発を促す	職員の資質向上を目指す研修が新型コロナウイルス感染症拡大の影響により実施できなかった。			緊急事態宣言により中止とした。		次年度以降、主任、主査クラスの職員を対象に定期的に実施する。		2 多少遅れ