

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)	85.0% (R4)			90.0% (R7)

基本施策	基本施策の概要	K P I	「住みたい」と回答した割合（市民意識調査）				
令和4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	A 順調に進捗
		—	—	21			1件以上	

具体的な取組		R4 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	周知看板を作製し、周辺利用者に周知を行った。 	周辺利用者のみには周知できていない。	桜の維持管理に努めるほか、ホームページやSNSを活用して広くPRする。	4 順調に進捗
②	湧水、公園、コスモス街道などの地域資源を活用する	コスモス活動を継続するため、新たな団体へ継承しつつ、前年度より植栽範囲を広げた。	地域の交流の場を提供できる祭りを開催するほか、地域資源を守るよう担い手の確保に努める必要がある。	以前実施していたコスモスマつり等を実施する。	4 順調に進捗

③	フィルムコミッション富士見を推進する	<p>テレビドラマ等の撮影地として17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、35件であった。</p> <p>・フジテレビ「ナンバMG5」・フジテレビ「テッパチ！」・BS-TBS「おんな酒場放浪記」・テレビ朝日「暴太郎戦隊ドンブラザーズ」・テレビ朝日「サンドウィッチマン&芦田愛菜の博士ちゃん」ほか</p>	<p>昨年度に続き、コロナ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を不可とするものが一定数あった。</p>	<p>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。</p>	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	<p>観光アプリ「ココシルふじみ」にて市制施行50周年記念事業「謎解きデジタルスタンプラリー」のスポット及び周辺店舗の紹介を実施。</p>  	<p>デジタルスタンプラリー事業を実施したことによってサイトレビュー数が昨年と比べ増加した。今後も持続的なレビュー数を維持する必要がある。</p>	<p>富士見市地域活性化研究会と連携して「ココシルふじみ」の利用者の拡大方法を検討する。</p>	4 順調に進捗
⑤	新たな資源の創出を図る	<p>富士見市の四季を印象付ける市内の風景をデザインしたポスター4種類を作製した。</p>  	<p>イベント開催時に設置する予定であったが、コロナ禍の影響により設置する回数が少なかった。</p>	<p>コロナ収束後のイベントの通常開催に向けて活用方法の検討と実施。</p>	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	R3	R4	R5	R6	目標値	B 概ね順調
			H30					R7	
			53.0%	62.3%	56.3%			60.0%	
具体的な取組		R4 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	<p>新型コロナウイルス感染症拡大防止に努めながら着ぐるみ貸出（稼働回数33件）を実施し、各種イベントに参加した。（イラスト作成は27作品）</p> 	新型コロナウイルスの影響により、着ぐるみの貸出回数が少ない状況である。	新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきたことから着ぐるみの貸出について積極的な呼びかけを行う。	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	主任、主査級職員を対象に令和5年2月にシティプロモーション研修を実施（受講者54人）。また戦略アドバイザー会議において「ポスター・チラシ作成のガイドライン」を作成するための検討を行った。	主任、主査級全職員に継続的に研修を実施するのが課題。また、ガイドラインを作成して職員へ周知することが課題。	定期的に研修を実施する。また、ガイドラインを作成して全職員へ周知する。	4 順調に進捗				

③	SNS (Twitter、LINE等) を活用した情報発信を積極的に行う	<p>10月にInstagram公式アカウント「ちなみに富士見」を開設。市内の魅力ある風景やスポットなどを写真で紹介し、99件の投稿を実施した。 (リポスト含む)</p>  	より効果的な投稿内容の検討、掲載店舗の検討。	市内の魅力を再発見できる運用マニュアルを策定する。	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、新聞記事等に掲載された。 新聞等の掲載数延べ13件 (確認できる範囲)	掲載してもらうには話題性のある取組が必要。	引続きパブリシティ活用の可能性を探っていく。	3 概ね順調
⑤	プロモーション動画の積極的な活用を行う	<p>民間企業と連携し、サイネージにて動画の放映を実施した。 連携先：まるまるひがしにほん 東日本連携センター (大宮駅東口駅前)</p> 	動画を放映できる施設が少ない。	引き続き動画の放映可能な場所を検討する。	3 概ね順調

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	PR大使に協力いただき、PR冊子を7,500部作製し、全て配布した。また、ふわっぴーが各イベント（6イベント）に参加し、市の認知度向上へ繋げた。 	ふわっぴーとともにイベントに参加した際には、富士見市を効果的に情報発信するツールが必要である。	引続きイベント等に参加するとともに、富士見市を効果的に情報発信するツールの検討を行う。	3 概ね順調			
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	A
		—	—	—			維持・充実	順調に進捗
具体的な取組		R4 取組実績・成果			問題点・課題		今後の取組む方向	
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	「いい富士見の日イベント」をはじめ、再開したイベント等への参加、市のPR冊子への出演にもご協力いただいた。（延べ19回） 			市のイメージアップを図るため、他課にもPR大使の活用を周知していく必要がある。	PR大使として年に1回以上は市の行事に参加いただけるよう調整していく。	4 順調に進捗	

<p>②</p>	<p>内容の充実に取り組むとともにイベントを開催する</p>	<p>「いい富士見の日イベント」にて、会場内を周遊するスタンプラリーの実施や、お笑いライブ、PR大使のトークショーなど楽しんでいただけるイベントを実施した。（パンフレット配布数900部）</p> 	<p>イベント実施に伴う、スタッフの不足。</p>	<p>限られた人数であっても内容の充実が図れるように、実施内容の精査を行う。</p>	<p>4 順調に進捗</p>
<p>③</p>	<p>市制施行50周年記念の各種イベントを開催する</p>	<p>「謎解きデジタルスタンプラリー」や「ふわっぴーお誕生日会」等を実施し、多くの市民の方に参加いただく機会となった。（10事業）</p> 	<p>全イベントにおいて、周知方法を検討していく必要がある。</p>	<p>50周年記念事業を参考に今後のイベント実施時の周知時期や方法などを検討していく。</p>	<p>4 順調に進捗</p>

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		物産品だけではない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 概ね順調
				5件	5件	5件			10件	
具体的な取組		R4 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。			ブランド的な品物の整理が必要。		戦略期間内に富士見ブランドの取り扱いについて一定の方向性を示す。		2 多少遅れ	
②	新たな資源の発掘と育成を行う	びん沼自然公園のリニューアルオープンに合わせてプロモーション事業を推進した。 			びん沼自然公園をはじめ、地域の資源を、どのようにPRしていくかが課題。		新たな資源を市の財産として、しっかりとPRする。		3 概ね順調	
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	C 見直し検討
				-	会議開催 4回	0回			-	

具体的な取組		R4 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	市制施行50周年記念事業の実施に多くの時間を要したため庁内委員会の開催ができなかったが、アドバイザー会議を開催し、ポスター・チラシ作成ガイドライン、ロゴ、富士見ブランドについての検討を行った。	ガイドライン、ロゴ、富士見ブランドなどの取組について、全庁を巻き込んだ検討が必要。	ガイドラインについては早急に策定する。ロゴ及び富士見ブランドについては、第1期戦略期間内に一定の方向性を示す。	2 多少遅れ
②	シティプロモーション戦略アドバイザーの活用	7月、2月に戦略アドバイザー会議を開催。	戦略アドバイザー会議では、概ね議題についての議論は行えたが、50周年記念事業実施の影響で当初の予定より会議の回数が減った。	戦略アドバイザーには継続的に協力をいただきながら、各課題解決に向けてご協力をいただく。	2 多少遅れ
③	職員への研修を実施し啓発を促す	令和5年2月2日（木）、8日（水）、10日（金）主任・主査級を対象に実施。（54人受講） 	業務等により時期的に参加できない職員への対応が必要。	研修受講者へは市職員としての自覚と責任を促すことができたので、今後のステップアップとしての研修を検討する必要がある。	4 順調に進捗