

基本政策：富士見市のファンが増え、賑わいが生まれる

令和5年度 アウタープロモーション

| 5年後の目指す姿        | 数値目標                                | 現状値             | (R2) | (R3)            | (R4)            | (R5)            | (R6) | 目標値               |
|-----------------|-------------------------------------|-----------------|------|-----------------|-----------------|-----------------|------|-------------------|
| 「市外から訪れる人が増加する」 | 休日の滞在人口<br>(RESAS地域経済分析システム) (4月現在) | 85,643人<br>(R1) | —    | 89,127人<br>(R3) | 86,730人<br>(R4) | 86,183人<br>(R5) |      | 88,000人以上<br>(R7) |

| 基本施策                                      |                                            | 基本施策の概要                                                                                                                                                                                                                                                                                     |            | K P I              | 市の認知度（地域ブランド調査）                                  |                    |                                                                                    |            |                |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------------------|--------------------------------------------------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------|----------------|
| 令和５年度<br>アウタープロモーションにより市<br>への新たな人の流れをつくる |                                            | 市の認知度向上と新たな人の流れをつくるため、地域資源のPRや新たな広告媒体を活用し、交流人口や関係人口の創出を推進する                                                                                                                                                                                                                                 |            | 現状値<br>R1          | R3                                               | R4                 | R5                                                                                 | R6         | 目標値<br>R7      |
|                                           |                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |            | 456位               | 419位                                             | 403位               | 436位                                                                               |            | 向上             |
| 取組                                        | 取組の概要                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                             | K S F      | 市ホームページの年間閲覧件数     |                                                  |                    |                                                                                    |            | 評価             |
| 情報発信及び<br>発信力の強化                          | マス広告やセールスプロモーション広告などの活用に加え、パブリシティを積極的に活用する |                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 現状値<br>R1  | R3                 | R4                                               | R5                 | R6                                                                                 | 目標値<br>R7  | A<br><br>順調に進捗 |
|                                           |                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 1,391,518件 | 2,829,974件<br>(R2) | 2,833,569件<br>(R3)                               | 2,159,456件<br>(R4) |                                                                                    | 1,470,000件 |                |
| 具体的な取組                                    |                                            | R5 取組実績・成果                                                                                                                                                                                                                                                                                  |            |                    | 問題点・課題                                           |                    | 今後の取り組む方向                                                                          |            | 評価             |
| ①                                         | セールスプロモーション広告、インターネット広告などの媒体を活用した情報発信を行う   | 東武東上線最大のターミナル駅である池袋駅をはじめ、ららぽーと富士見や市内３駅等に設置やイベント等で3,235部の配布を行った。<br>PRパンフレット（W30）有料配架による配布数278部（令和4年度：179部）であった。<br>  |            |                    | 発行から一定程度の期間が経過していることから、内容の見直しや配架先について、検討する必要がある。 |                    | 有料配架先の見直しを行いつつ、無料の配架先を継続して確保する必要がある。また、市外のイベントで配布するなど、「富士見市W30」をキーワードとした効果的なPRを行う。 |            | 4<br><br>順調に進捗 |



|   |                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                        |                                           |                                                                 |            |
|---|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|------------|
| ② | 民間事業者などが提供する情報発信スペースを有効活用する                                        | <p>恵愛病院、武蔵野銀行本社「M'sSQUARE」<br/>（大宮駅西口徒歩5分）、ふるさと回帰支援センター（有楽町駅・交通会館8F）にてパンフレットを無料で配架。クラブツーリズム主催の「ぶらり街歩き 富士見市編」では、23名の参加者に対して、パンフレットを配布した。</p>                                                                                                            | 無料で配架できる場所が限られている。                        | 引き続き無料の配架場所の検討を行うとともに紙以外での活用方法の検討。                              | 4<br>順調に進捗 |
| ③ | マス広告（新聞・雑誌・テレビ・ラジオ）、セールスプロモーション広告（デジタルサイネージ、交通広告など）、インターネット広告を活用する | <p>東武東上線走行車両へポスターを掲出した。<br/>掲出期間：令和 5年 10月30日～11月29日<br/>①ドア横ポスター820枚 掲出車両654両<br/>②ドア上ポスター570枚 掲出車両534両<br/>③東武トレインビジョン 掲出車両228両<br/>電車広告掲載時の富士見市PRサイト閲覧数778件</p>  | 広告実施後の本市への来訪や転入にどれだけ繋がっているのかを数値化することが難しい。 | ウェブアンケートで、電車広告を見たかどうか等の調査を行っているが、その他、効果検証を行うための具体的な方法の検討が必要である。 | 3<br>概ね順調  |

|   |                              |                                                                                                                                                                  |                                               |                                                             |            |
|---|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------|
| ④ | SNS（X、LINE等）を活用した情報発信を積極的に行う | 市公式Instagramでは、市内の風景やイベントを中心に71件の投稿を実施した。また、入職2年目の職員と連携し、3件の投稿を実施。（内、1件の投稿は令和6年4月に実施完了）また、市内金融機関や郵便局、商業施設、大学などにポスターを掲出し、周知を図った。<br>フォロワーも順調に推移し、年度末には1,200人を超えた。 | 投稿内容の見直しや投稿頻度を維持など、継続してフォロワーを獲得するため、手法の検討が必要。 | S N Sでの積極的な情報発信と内容の検討。                                      | 4<br>順調に進捗 |
| ⑤ | パブリシティを積極的に活用する              | 埼玉新聞を中心に記事を提供（5件）、掲載してもらった。新聞等への延べ掲載数2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<br>概ね順調  |
| ⑥ | 発信力の強化のため、職員向けスキルアップ研修を実施する  | ポスター・チラシガイドライン研修を令和5年8月24日（木）午前・午後に実施。<br>（受講者数43人）                                                                                                              | 時期的に参加できない職員への対応。                             | ステップアップ研修であり、今回の研修が第2段階にあたる。<br>次回は最終回として、より実践的な研修方法の検討を行う。 | 4<br>順調に進捗 |

| 取組        |                                      | 取組の概要                                                                                                                   | K S F                                      | イベントへの参加数 |                                                                  |           |           | 評価        |
|-----------|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------|------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| P R 活動の強化 |                                      | 広報富士見やホームページ、S N S 等による情報発信、P R 大使やふわっぴーによる情報発信に取組む                                                                     | 現状値<br>R1                                  | R3        | R4                                                               | R5        | R6        | 目標値<br>R7 |
|           |                                      |                                                                                                                         | 11件                                        | 1件        | 5件                                                               | 11件       |           | 11件以上     |
| 具体的な取組    |                                      | R5 取組実績・成果                                                                                                              |                                            | 問題点・課題    |                                                                  | 今後の取り組む方向 |           | 評価        |
| ①         | 市外で開催されるイベント等に参加し、市をPRする             | 世界キャラクターさみっとin羽生や志木市民まつりなど市外で開催されるイベントに参加した。                                                                            | PRサポーターの新規加入数の減少と、参加メンバーの固定化。              |           | 新入職員を筆頭に新規のP R サポーターの募集。                                         |           | 3<br>概ね順調 |           |
| ②         | イベントスペースを活用したPRに取組む                  | ところざわサクラタウンや武蔵野銀行本社内コワーキングスペースに富士見市W30!!!のパンフレットを配架した。                                                                  | 無料で配架できる場所が限られている。                         |           | 掲示物、新規掲示場所を検討する。                                                 |           | 3<br>概ね順調 |           |
| ③         | 地域活動への参画など、新たな関係人口の創出につながる取組を検討・実施する | 地域住民と協力し、コスモス街道の整備を行い、コスモスマつりを実施した。  | コスモス街道の整備に関わる参加者の高齢化。また、例年の猛暑の影響で、生育状況の悪化。 |           | 近隣中学校の生徒のボランティアを募集するなど、広く参加者を募り、活動を活性化させるとともに、開花状況の発信など周知を図っていく。 |           | 3<br>概ね順調 |           |