

鈴鹿市シティセールス戦略

最終評価・総括

令和6年9月

鈴 鹿 市

鈴鹿市シティセールス戦略

計画期間 | 2018（平成30）年度～2023（令和5）年度

基本目標

- 都市イメージの向上・情報交流人口の拡大
- 交流人口の拡大
- 定住人口の維持・増加、移住の促進
- シビックプライドの醸成



目 次

1 鈴鹿市シティセールス戦略の総括に当たって

- (1) 鈴鹿市シティセールス戦略の経緯について 1
- (2) 中間評価について 1
- (3) 最終評価と総括の方法について 1

2 戦略の最終評価

- (1) 基本目標1 | 都市イメージの向上・情報交流人口の拡大 2
- (2) 基本目標2 | 交流人口の拡大 3
- (3) 基本目標3 | 定住人口の維持・増加、移住の促進 4
- (4) 基本目標4 | シビックプライドの醸成 5

3 戦略の総括

- (1) 現状認識 6
- (2) 取組実績と今後の課題 6
- (3) 今後の方向性 7

4 主な取組実績について

- (1) ①都市イメージ向上、情報交流人口拡大プロジェクト 9
～いいね！鈴鹿は。プロジェクト～
- (2) ②交流人口拡大プロジェクト 19
～行こうよ！鈴鹿へ。プロジェクト～
- (3) ③定住人口維持・増加、移住促進プロジェクト 29
～暮らそう！鈴鹿で。プロジェクト～
- (4) ④シビックプライド醸成プロジェクト 41
～好きです！鈴鹿が。プロジェクト～

1 鈴鹿市シティセールス戦略の総括に当たって

(1) 鈴鹿市シティセールス戦略の経緯について

鈴鹿市（以下「本市」という。）は、厳しい社会経済環境における都市間競争に打ち勝つため、本市の将来都市像を安定的、持続的に具現化するために必要となるヒト、モノ、カネ、情報・技術といった経営資源の獲得を目的として、2007（平成19）年7月に、「鈴鹿市シティセールス戦略 すずかブランドと・き・め・き戦略」を策定し、本市の有する『魅力や個性＝強みや固有の素材』を国内外に売り込むことをシティセールスの定義と定め、全市的な取組を展開してきました。

2018（平成30）年3月に、鈴鹿市総合計画2023と計画期間の整合を図り、2018（平成30）年度から2023（令和5）年度までの6年間を計画期間とした「鈴鹿市シティセールス戦略」（以下「戦略」という。）として計画の見直しを実施しました。

戦略では、4つの基本目標、「都市イメージの向上・情報交流人口の拡大」、「交流人口の拡大」、「定住人口の維持・増加、移住の促進」、「シビックプライドの醸成」を掲げ、政策展開を図りました。

(2) 中間評価について

計画期間の中間年である令和2年12月に、基本目標2から基本目標4に係る推進目標（基本目標1の取組成果に関しては、各種情報発信等の実施結果が他の基本目標の実現につながるなどから、推進目標は未設定）である「交流人口の拡大」、「定住人口の確保、移住促進」、「シビックプライドの醸成」ごとに、戦略の中間評価を実施し、今後の方向性を示した上で、戦略の推進を図りました。

(3) 最終評価と総括の方法について

3つの推進目標「交流人口の拡大」、「定住人口の確保、移住促進」、「シビックプライドの醸成」ごとの実績値を把握した上で、4つの基本目標に対する評価と全体の総括を行います。加えて、推進プロジェクトの取組項目ごとに、令和2年度から令和5年度までに実施した主な取組をまとめることで、本市の施策を周知するとともに、今後の取組につなげます。

なお、シティセールス（シティプロモーション）に関する取組の方向性については、鈴鹿市総合計画2031前期基本計画における基本施策631「人口減少対策の推進」に示すもののほか、本総括において今後の方向性を示します。また、具体的な取組方針は、実行計画の編成過程で示し、事業への展開を図ります。

2 戦略の最終評価

(1) 基本目標1 | 都市イメージの向上・情報交流人口の拡大

戦略では、本市に住み続けたい、住んでみたいと感じていただけるように、都市ブランドの形成に向け、良好な都市イメージの創造・発信に取り組むこととし、「地域資源のブランド化による都市イメージの向上」と「ターゲットへの効果的な情報発信」に取り組みました。

「地域資源のブランド化による都市イメージの向上」では、「モータースポーツ」開催機運醸成イベントの実施をはじめ、伝統産業の振興、地産地消の推進、すずか応援寄附金の拡充による地域製品の活性化や販路拡大などに取り組みました。

「ターゲットへの効果的な情報発信」では、都市イメージキャッチコピー「さあ、きっともっと鈴鹿。海あり、山あり、匠の技あり」やマスコットキャラクターを活用したシティセールスを継続的に行うほか、市制施行80周年を契機とした記念イベントを官民協働により実施するなど、市内外への情報発信に取り組みました。また、各種SNSを活用した情報の発信・収集に取り組むことで、情報交流人口（インターネットを通じて、市民や市外居住者に対して、本市の情報提供を行うなど、情報交流を行っている人口）の拡大を図りました。

【指 標】

●設定なし

※基本目標1の「都市イメージの向上・情報交流人口の拡大」の取組成果は、各種情報発信の実施結果が他の基本目標の実現につながるなどから、推進目標として指標を設定していないため、基本目標2～4に掲げた推進目標の達成度から評価を実施する。

■最終評価

基本目標2～4に掲げた推進目標がいずれも達成できなかったことから、具体的な成果につなげるために、本総括を踏まえ、より効果的な取組を展開していく必要があります。

都市イメージの向上については、引き続き、「モータースポーツのまち鈴鹿」の都市ブランドの確立を図りながら、地域資源のブランド化による都市イメージの向上を目指して取り組む必要があります。加えて、今後は、人口減少が加速する中、本市に住み続けたい、住んでみたいと感じる方を増やしていけるよう、本市の「住みやすさ」や魅力的な政策をより効果的にPRしていくことが重要であり、鈴鹿市総合計画2031の将来都市像にも掲げた「#最高に住みやすいまち鈴鹿」ブランドの確立に向け取り組む必要があります。

情報交流人口については、各種SNSにおけるコンテンツを充実させ、着実に利用を増やしてきましたが、今後は、各サービスの長を生かしながら、利用者層のニーズに合わせた情報発信や交流を進めていく必要があります。

(2) 基本目標2 | 交流人口の拡大

戦略では、本市特有の強みを生かした集客交流を拡大するための取組として、「モータースポーツ交流プロジェクト」、「観光誘客プロジェクト」、「自然、文化、スポーツ交流プロジェクト」、「ものづくり交流プロジェクト」を進めました。

「モータースポーツ交流プロジェクト」では、eモータースポーツを活用した交流機会の拡大やモータースポーツイベントを活用した観光・物産のPRを行いました。

「観光誘客プロジェクト」では、国内外から多くの観光客が本市に訪れるF1日本グランプリを契機とした本市の魅力の発信や新名神高速道路・鈴鹿PAを活用した地域資源のPRなどを進めました。

「自然、文化、スポーツ交流プロジェクト」では、自然観察会や里山保全活動の実施、地域資源である文化財や博物館・記念館などの施設の活用、集客力の高いスポーツイベントを契機とした観光誘客などを進めました。

「ものづくり交流プロジェクト」では、関東圏の飲食店と連携し、食や伝統的工芸品などの地域資源の魅力を発信しました。

【指 標】

●観光レクリエーション入込客数

総合計画2023のめざすべき都市の状態に対する成果指標【個別指標22】

指標設定理由：入込客数の増加は、交流人口の拡大につながるため

【実績値】

現状値	実績値						目標値
2016年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2023年度
471万人	482万人 (2017年)	506万人 (2018年)	506万人 (2019年)	293万人 (2020年)	258万人 (2021年)	360万人 (2022年)	550万人

■最終評価

観光レクリエーション入込客数は、2019年度の実績値までは順調に伸びていましたが、コロナ禍における雇用状況の悪化やイベントの中止などにより実績値が低下しました。しかし、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後は、入込客数が徐々に回復傾向にあります。

今後は、地域に経済効果を生み出すためにも、様々な観光資源の活用により、観光需要の拡大と平準化を図り、交流人口や関係人口を増やす取組を進める必要があります。また、インバウンド需要の拡大や観光誘客につなげるために、引き続き、「モータースポーツのまち」としての知名度や需要を生かし、様々な地域資源の魅力を掛け合わせて発信するとともに、2025（令和7）年度大阪・関西万博の開催などの好機を捉え、本市の魅力をより分かりやすく発信することが必要です。

(3) 基本目標3 | 定住人口の維持・増加、移住の促進

戦略では、定住人口の維持・増加及び移住促進に向け、企業誘致をはじめとする産業政策や、住宅政策、子ども・教育政策に係る取組を積極的に推進することとし、「結婚・出産・子育て応援プロジェクト」、「定住・移住促進プロジェクト」、「雇用支援プロジェクト」を進めました。

「結婚・出産・子育て応援プロジェクト」では、子育てのしやすい環境を整えるため、子ども医療費の窓口無料化やすべての5歳児を対象とした健診事業、教育環境の充実等を推進しました。

「定住・移住促進プロジェクト」では、住宅政策としては、移住・定住ポータルサイトや移住促進パンフレットの活用等により空き家の利活用や本市への移住の促進を図りました。

「雇用支援プロジェクト」では、企業誘致を進めるため、トップセールスによる企業の本社訪問のほか、様々な奨励制度の活用などにより、新規誘致や増設等につなげました。

【指 標】

●社会動態による人口動態

鈴鹿市まち・ひと・しごと創生総合戦略【基本目標1-2】

指標設定理由：転出超過から転入超過への人口動態の転換は定住人口の確保などにつながるため

【実績値】

現状値	実績値						目標値
2016年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2023年度
△6人	△166人	△168人	△596人	△942人	△57人	△61人	130人

■最終評価

「社会動態による人口動態」の実績値は、2022年度以降、減少幅に改善が見られるものの、社会増に転じることはできませんでした。

日本人人口が転出超過する一方で、2022年度以降は外国人人口が転入超過となっていますが、日本人人口が減少している主な要因としては、3月の県外転出が多く、そのうち、首都圏では10歳代後半、20歳代が多いことから、進学や就職・転勤を機に転出していることが考えられます。

首都圏をはじめとした大都市圏において、特に若者をターゲットとしたシティプロモーションを進める必要があります。

外国人人口については、更なる転入増につなげるために、外国人集住都市である本市の住みやすさをより効果的に発信していくことが必要です。

(4) 基本目標4 | シビックプライドの醸成

戦略では、定住人口の維持・増加に向けては、まちに対する市民の誇りや愛着の形成が不可欠であることから、市民を対象としたプロモーションを強化し、シビックプライドの醸成に取り組むとし、「子ども・若者応援プロジェクト」、「地域づくり応援プロジェクト」、「インナープロモーションの強化」を進めました。

「子ども・若者応援プロジェクト」では、市内の高等教育機関との学官連携事業やすずか夢工房出前講座などを実施しました。また、市制施行80周年記念事業の一つである「みんなで創ろう！レガシー事業」では、小・中学校で、SDGsを主なテーマとした取組を実施いただき、未来の鈴鹿を支える若者が、地域の魅力を再認識できる機会となりました。

「地域づくり応援プロジェクト」では、市内全地域に地域づくり協議会が設立され、住民主体の取組と地域資源の魅力発信により、地域愛の醸成が図られました。

「インナープロモーションの強化」では、鈴鹿市総合計画2023後期基本計画における各分野における施策の推進により、「鈴鹿市に住み続けたいと思う市民の割合」を高める取組を進めました。

【指標名】

- 地域の課題解決に向けて、自ら取り組んだり、自発的に活動に参加している市民（18歳以上）の割合

総合計画2023のめざすべき都市の状態に対する成果指標【個別指標24】

指標設定理由：市民が主役のまちづくりが行われることは、シビックプライドの醸成につながるため

【実績値】

現状値	実績値						目標値
2016年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2023年度
13.7%	13.6%	13.4%	12.6%	20.3%	20.7%	20.6%	50.0%

■最終評価

地域の課題解決に向けて、自ら取り組んだり、自発的に活動に参加している市民（18歳以上）の割合は、防災や防犯、福祉や子育て、環境美化や移動手段の確保などの地域における課題を解決するため、地域づくり協議会等の市民活動団体が積極的に活動いただいていることから、2021年度以降は20%を超えています。目標値は達成できませんでしたが、この間の地域協働の取組により着実に成果につながっています。

今後は、鈴鹿市総合計画2031前期基本計画で例示した「みんなの取組」（「＃最高に住みやすいまち鈴鹿」を付けてSNSで鈴鹿の魅力を発信しましょう など）の実行を促すとともに、総合計画2031に掲げた目標等について、市民をはじめとするまちづくりの主体と共有を図るため、本市の政策や魅力を市民に分かりやすく伝える取組を進める必要があります。

3 戦略の総括

(1) 現状認識

少子高齢化・人口減少が加速する等、厳しい社会情勢の中、ヒト、モノ、カネ、情報・技術といった経営資源の獲得に向けた都市間競争が一層激化しています。

持続可能な行政経営の実現に向けて、これらの経営資源を獲得するための取組を引き続き進める必要があります。

また、コロナ禍により、生活や人々の意識の変化・オンライン化が進展しました。その結果、働く拠点として「首都圏以外」も選択肢になっており、「地域に住む魅力」の効果的なプロモーションが重要になっています。

シティセールス（シティプロモーション）については、全国で標準的に同様の取組が行われていることから、取組内容や魅せ方（見せ方）の差別化を意識し、本市の独自の取組や、よりインパクトのある取組を進めることが求められています。

一方、インターネットを通して多様な情報を入手できるようになっているものの、広く公表される情報に加え、対面による交流・コミュニケーションや人的ネットワークの構築により得られる「生きた情報」を入手できる仕組みが都市間競争に打ち勝つために必要です。アドバンテージとなり得る情報を直接人から効率的に入手できる環境づくりが求められています。

(2) 取組実績と今後の課題

戦略では、『「誰」に対して、「何」を、「どのように」発信し、伝えていくのか、ターゲットとなる対象をより明確にすること』、『地域資源や強みを最大限活用して、内外に向けて積極的に発信していくこと』、『SNSを中心としたプロモーションなどの実施手法についても、行政のみならず民間の取組も含め、多様な取組が多く見受けられることから、先進事例を常に研究し、公民連携を強く意識し、シティセールスを展開していくこと』が必要とし、「①ターゲットとプロセスを明確化し展開していく。」、「②地域資源を最大限に活用し、内外に向けた積極的なプロモーションを展開していく。」、「③官民連携を強く意識し、シティセールスを推進していく。」という3つの視点で取組（「4 主な取組実績について」参照）を進めてきました。

これらの取組を通じ、交流人口の拡大、人口減少の抑止、シビックプライドの醸成のほか、「すずか応援寄附金」（ふるさと納税制度）における寄附額の増加などにおいて一定の成果がみられるため、引き続き、モータースポーツなど、本市の強みを生かした取組を進めながら、プレゼンス（存在感）の向上を図っていく必要があります。

また、個別の施策ごとに積極的に情報発信を行ってきましたが、今後は、市全体の取組として、ターゲットを明確にしながら、より効果的なPRを行えるように取り組んでいく必要があります。

さらに、首都圏では、トップセールスを中心に、要望活動を積極的に行うことで、政策の推進に寄与してきましたが、本市の人口動向（社会増減）をみると、若い世代が、進学や就職時に首都圏や名古屋圏へ転出する傾向が顕著にみられることから、大都市圏で、「鈴鹿の魅力」の発信を強化していくことが、今後の課題として捉えられます。

（３）今後の方向性

ア シティセールスから政策をPRするシティプロモーションへの転換

これまでのシティセールスで進めてきた本市の魅力的な地域資源の発信に加え、シティプロモーションとして、本市の政策（＝住民サービス）の発信に注力します。

イ プロジェクト事業の発信

年度ごとの本市の目玉となる事業や交流・関係・定住人口の拡大につながる効果的な事業を個別に発信するだけではなく、パッケージ化したプロジェクト事業として発信し、本市の住みやすさを内外に広く、効果的にアピールします。

プロジェクト事業を進めるに当たっては、メインターゲットを絞り込み、全庁的に方向性を明確にします。

ウ 大都市圏における取組の強化

政策実現に向けた情報収集、企業誘致・移住定住に向けた取組などをより効率的・効果的に進め、経営資源の獲得につなげるため、首都圏における拠点づくりを進めます。

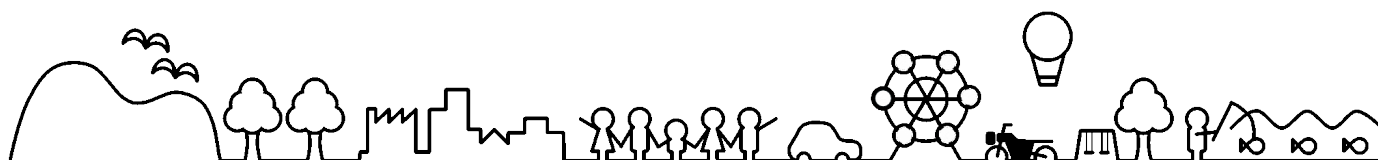
また、愛知県を中心に県外の大学へアプローチし、学生のＵ・Ｉターンを促進するとともに、大阪・関西万博などの県外イベントを活用した取組を進めます。

エ 戦略的なシティプロモーションの推進

シティプロモーションを展開するに当たっては、ヒト・モノ・カネといった資源の配分を選択するためにもメインターゲットを決め、アウトプロモーション（転入促進）、インナープロモーション（転出阻止・抑制）を効果的に使い分けながら、より戦略的に進めていきます。

また、シティプロモーションを全庁的に進めていくために、インターナルプロモーションを進め、職員一人ひとりの取組意識の向上を図ります。

加えて、より効率的・効果的にプロモーションを進めていくためには、行政の取組に加え、公民連携や市民協働による取組が重要であることから、総合計画２０３１の「みんなの目標」を共有し、「みんなの取組」を広めることで、行政だけではなく、多様なまちづくりの主体が自発的に鈴鹿の魅力を発信いただけるように促していきます。



For a Future Full of Smiles© Let's co-create the Most Livable City, SUZUKA!

4 主な取組実績について

戦略では、推進プロジェクトとして、「都市イメージ向上、情報交流人口拡大プロジェクト ～ いいね！鈴鹿は。プロジェクト ～」、「交流人口拡大プロジェクト ～行こうよ！鈴鹿へ。プロジェクト ～」、「定住人口維持・増加、移住促進プロジェクト ～暮らそう！鈴鹿で。プロジェクト ～」、「シビックプライド醸成プロジェクト ～好きです！鈴鹿が。プロジェクト ～」の4つのプロジェクトを定め、シティセールスを進めました。

各プロジェクトにおける取組項目は次表のとおりで、取組項目ごとに主な取組実績を示します。

①	都市イメージ向上、情報交流人口拡大プロジェクト	(1) 地域資源のブランド化による都市イメージ向上
		(2) ターゲットへの効果的な情報発信
②	交流人口拡大プロジェクト	(1) モータースポーツ交流プロジェクト
		(2) 観光誘客プロジェクト
		(3) 自然、文化、スポーツ交流プロジェクト
		(4) ものづくり交流プロジェクト
③	定住人口維持・増加、移住促進プロジェクト	(1) 結婚・出産・子育て応援プロジェクト
		(2) 定住・移住促進プロジェクト
		(3) 雇用支援プロジェクト
④	シビックプライド醸成プロジェクト	(1) 子ども・若者応援プロジェクト
		(2) 地域づくり応援プロジェクト
		(3) インナープロモーションの強化

(1) ① 都市イメージ向上、情報交流人口拡大プロジェクト

～いいね！鈴鹿は。プロジェクト～

(1) 地域資源のブランド化による都市イメージの向上

取組方針

『モータースポーツ都市宣言』に盛り込んだ精神に基づき、モータースポーツ振興の促進を一層図るとともに、官民連携の推進と様々な情報媒体を活用し、世界的な知名度を誇る「モータースポーツのまち鈴鹿」の都市ブランドの確立に取り組みます。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 「モータースポーツ」開催機運醸成イベントの実施 ／ 令和4年度～令和5年度

本市最大の地域資源である「モータースポーツ」による地域活性化とシビックプライドの醸成を目的として、ドライバー等ゲストによるトークショー、レーシングシミュレーターの搭乗体験、車両展示、地場製品のPRなどで構成される機運醸成イベントを実施しました。

〔実績〕 来場者数

・ 令和4年度

「SUZUKA FORMULA EXPO 2022」
約1,200人

・ 令和5年度

「SUZUKA FORMULA EXPO 2023」
約3,000人

「SUZUKA モータースポーツオープニング
ステージ」 約3,000人



● 「モータースポーツ振興コーナー」を活用した企画展 ／ 令和2年度～令和5年度

世界の国際都市に名を連ねる「SUZUKA」を意識することができるパネルや本市や「鈴鹿サーキット」、「モータースポーツ」の成長・発展の軌跡を共有することができる車両の展示等を通して、「モータースポーツのまち鈴鹿」に遡及する企画展を実施しました。

〔実績〕

・ 令和2年度：お宝博覧会

・ 令和3年度：F1 GP世界紀行

～世界からみるF1開催都市・鈴鹿～

・ 令和4年度：鈴鹿製作所生産第1号スーパーカブ

・ 令和5年度：ホンダ初の4輪市販車「T360」
等



取組方針

2020年の東京オリンピック・パラリンピックなどの好機を捉え、地域資源を活用した新商品の開発及び販路の開拓に対して支援を行い、個別分野ブランドや事業ブランドを確立します。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 「対面・通販・非接触」の3つの販路の提供 ／ 令和4年度

三十三フィナンシャルグループ及び吉本興業ホールディングスとの連携事業として、「販路拡大支援」をメインテーマに3つの販路を市内事業者提供し、販路拡大に向けた取組を実施しました。

〔実績〕 3つの販路

- ・ なんばグランド花月での鈴鹿市物産展
- ・ B S よしもとでの通販
- ・ 吉本興業東京本部内での自動販売機



● 自動販売機に見合った商品の開発、販売 ／ 令和5年度

三十三フィナンシャルグループ及び吉本興業ホールディングスとの連携事業として、「自動販売機事業」をメインテーマに、自動販売機に見合った商品の開発、1カ月間の販売を実施しました。

〔実績〕 自動販売機での販売

- ・ 場所：渋谷ヒカリエ ShinQs
地下1階（東京都渋谷区）
- ・ 期間：令和5年7月19日～8月20日
- ・ 商品：市内12事業者の商品



● ツーリズムEXPOジャパンでのPR ／ 令和5年度

大阪で開催された「ツーリズムEXPOジャパン」の吉本興業ブースにおいて、市内事業者が開発した新商品のPRを実施しました。



取組方針

本市が世界に誇る伝統産業である伊勢型紙や鈴鹿墨など地域固有の資源について、人材確保及び後継者育成の支援を図るとともに、商品開発及び販路拡大の取組を進めます。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 伊勢型紙の振興 ／ 令和2年度～令和5年度

販路開拓・PR

〔実績〕

伊勢型紙東京展（三重テラス）来場者数

- ・ 令和4年度：198人
- ・ 令和5年度：227人

後継者育成

- ・ 伊勢形紙協同組合研修生の育成を支援
- ・ 教育事業として小学校に出向き出前事業を実施
（令和2年度～令和5年度）

新商品開発

- ・ ミジユマルコラボワークショップ



● 鈴鹿墨の振興 ／ 令和2年度～令和5年度

販路開拓・PR

〔実績〕

鈴鹿墨展

- ・ 令和3年度：伊勢神宮外宮参道ギャラリー
- ・ 令和4年度：三重テラス 来場者数 300人
- ・ 令和5年度：三重テラス 来場者数 300人

鈴鹿墨書道わあるどかっふ出品数

- ・ 令和2年度：3,440点
- ・ 令和3年度：1,065点
- ・ 令和4年度：1,560点
- ・ 令和5年度：1,443点



● 市内における伊勢型紙・鈴鹿墨のPR ／ 令和5年度

イオンモール鈴鹿で開催した「モータースポーツEXPO」の際、伊勢型紙と鈴鹿墨のPRを実施しました。

本市の代表的な地域資源である「伊勢型紙」「鈴鹿墨」「モータースポーツ」を融合したイベントを実施することで、より多くの来場者を呼び込みました。



取組方針	一次産業の活性化を図るため、地産地消の推進のほか、農商工連携の下、農地や施設など生産基盤の維持・整備と消費拡大につながる特産物振興、六次産業化※への取組支援、情報発信などを推進します。 ※六次産業化…一次産業としての農林水産業と、二次産業としての製造業、三次産業としての小売業などの事業との総合的かつ一体的な推進を図り、地域資源を活用した新たな付加価値を生み出し、農林水産業者の所得向上や地域雇用の創出を図る取組
------	--

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 地産地消に関する情報の発信 ／ 令和3年度～令和5年度

地産地消特設サイト「大好きすずか産」を開設し、市内農業者の紹介や地産地消に関する情報発信を行いました。

本市の農林水産物をもっと身近に感じ、愛着を持ってもらい、地産地消への関心と理解を深めることを目的として、鈴鹿市地産地消推進ロゴマークを作成しました。



〔実績〕

- ・特設サイトアクセス数：12,521件

● お茶のおはなし会の開催 ／ 令和2年度～令和5年度

本市の特産物である茶の振興のため、市立小学校及び市立幼稚園を対象に、日本茶インストラクターを招き、おいしいお茶の淹れ方とお茶に関する講義を行う「お茶のおはなし会」を実施しました。

〔実績〕開催回数

- ・市立小学校：61回
- ・市立幼稚園：20回

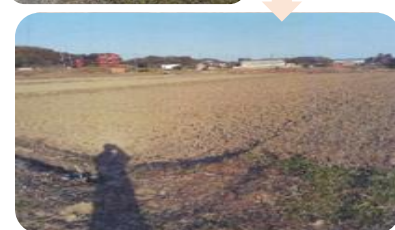


● 荒廃農地の解消 ／ 令和2年度～令和5年度

荒廃農地の解消及び有効利用を図り、農業生産基盤である農地を確保するため、荒廃農地を再生し、耕作できる状態へ復元する取組に対し支援を行いました。

〔実績〕

- ・実施面積：776.84a



取
組
方
針

すずか応援寄附金の更なる拡充を図り、地域資源の発信機会を増やし、地域産品の活性化、販路拡大につなげます。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● ふるさと納税ポータルサイトの増設 ／ 令和3年度～令和4年度

ふるさと納税ポータルサイトを増設することにより、寄附額の拡大を図りました。

〔実績〕

増設したポータルサイト

- ・ふるなび（令和3年度）
- ・楽天（令和3年度）
- ・ANA（令和3年度）
- ・ふるさとチョイス（令和4年度）

寄附額

- ・令和2年度：205,582千円
- ・令和3年度：250,584千円
- ・令和4年度：303,554千円
- ・令和5年度：492,975千円



● ふるさと納税PR ／ 令和2年度～令和5年度

各地で行うPRイベントの際に、寄附の推進に向けてふるさと納税のチラシを配布しました。

F1ガイドブックにふるさと納税の情報を掲載しました。



● ふるさと納税返礼品の拡充 ／ 令和2年度～令和5年度

市内事業者にふるさと納税制度の周知を行うことで、魅力ある地域産品の返礼品登録を推進しました。

(2) ターゲットへの効果的な情報発信

取組方針	市制施行50周年の1992（平成4）年に、全国に先駆けて制定したマスコットキャラクター「ベルディ」を活用し、本市のイメージを効果的に発信するため、シティセールスイベントとの連携、LINEなどのコミュニケーションアプリを活用した情報発信やグッズの製作など、「ベルディ」の認知度を向上するための取組を推進します。
------	--

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 鈴鹿市マスコットキャラクター「ベルディ」のLINEスタンプ配信 ／ 令和2年度～令和5年度

「ベルディ」の更なる周知を目的とし、身近なコミュニケーションツールとして利用してもらえるよう、平成30年度からLINEスタンプを配信し、販売を実施しました。

〔実績〕

- ・LINEスタンプ販売数：389個



● 鈴鹿市マスコットキャラクター「ベルディ」イラスト及び着ぐるみの活用 ／ 令和2年度～令和5年度

「ベルディ」を通して、市の取組等を親しみやすく周知できるよう、市が発行するチラシやポスター、冊子等に「ベルディ」のイラストを使用しました。

市や各種団体が実施する、シティセールスに寄与するイベント等において、「ベルディ」の着ぐるみを貸し出しました。

〔実績〕

- ・イラスト使用承認：191件
- ・着ぐるみ利用許可：64件



● 鈴鹿市マスコットキャラクター「ベルディ」啓発物品の配布 ／ 令和2年度～令和5年度

市のPRを広く効果的に実施するため、シティセールスを推進するイベント等において、「ベルディ」の啓発物品の配布を行いました。

〔実績〕 市内及び県外イベント等での配布数

- ・マスクケース：1, 889枚
- ・ステッカー：4, 620枚
- ・クリアファイル：4, 447枚 等



取組方針	都市イメージキャッチコピー「さあ、きつともっと鈴鹿。海あり、山あり、匠の技あり」の官民における利用促進を図り、都市イメージの向上につなげます。
------	---

主な取組実績（令和２年度～令和５年度）

● 鈴鹿市都市イメージキャッチコピーの使用 ／ 令和２年度～令和５年度

鈴鹿市都市イメージキャッチコピーを通して、市の魅力を発信できるよう、市が発行する広報物や啓発動画等でキャッチコピーを使用しました。



〔実績〕

- ・届出数：５１件

● 鈴鹿市都市イメージキャッチコピーの啓発物品 ／ 令和２年度～令和５年度

市のPRを広く効果的に実施するため、都市イメージキャッチコピーを使用した啓発物品について、市内２か所で販売を行い、シティセールスを推進するイベント等において配布を行いました。



〔実績〕

販売数（鈴鹿市観光協会、鈴鹿市共済組合）

- ・缶バッジ：１１５個
- ・ピンバッジ：７８個

配布数

- ・うちわ：３，９０３個
- ・マスクケース：１，８８９個
- ・クリアファイル：４，４４７個
- ・サランラップ：５１９個
- ・ボールペン：８４９個
- ・ポケットティッシュ：４，８６３個



取組方針

目的（モータースポーツ振興、物産振興など）に応じて、対象者、対象地域など、ターゲットを適切に絞った取組を展開するため、SNSや映像などを積極的に活用し、戦略的な情報発信を行います。

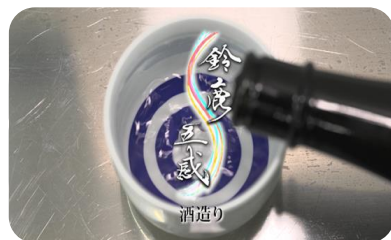
主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● テレビ広報「鈴鹿五感」の制作及び放送 ／ 令和3年度～令和5年度

鈴鹿市の魅力を発信する動画を作成しCNSで放送、YouTubeの市公式アカウントで配信しました。

〔実績〕 配信動画数

- ・ 令和3年度：12件
- ・ 令和4年度：12件
- ・ 令和5年度：12件



● 鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会公式Xを活用した情報発信

／ 令和2年度～令和5年度

「F1日本グランプリ」に関する情報に加えて、本市に所縁がある「モータースポーツ」に関連した情報を「鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会」の公式「X（旧Twitter）」を活用し発信し、インプレッション、フォロワー獲得を実現してきました。

〔実績〕 インプレッション数／フォロワー数

- ・ 令和2年度：約120万回／約1,700人
- ・ 令和3年度：約37万回／約2,700人
- ・ 令和4年度：約114万回／約4,500人
- ・ 令和5年度：約332万回／約6,000人



● 鈴鹿市商業観光政策課公式Instagramでの情報発信／令和2年度～令和5年度

令和2年度から鈴鹿市商業観光政策課公式Instagramを立ち上げ、情報発信を実施しました。

〔実績〕 投稿内容：件数

- ・ 伝統産業に関すること：35件
- ・ モータースポーツに関すること：16件
- ・ 物産に関すること：102件
- ・ 観光に関すること：24件



取組方針	人的資源である鈴鹿市シティセールス特命大使については、情報提供体制を構築し、人的ネットワークを活用した都市イメージの向上のための情報発信を積極的に取り組んでいきます。
------	---

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 鈴鹿市シティセールス特命大使を活用した情報発信の取組

／ 令和2年度～令和5年度

鈴鹿市シティセールス特命大使の日常的な活動において、情報発信体制を構築し、都市イメージ向上のための情報発信を積極的に行いました。

〔実績〕

- ・鈴鹿市シティセールス特命大使に
情報提供した回数：21件



取組方針	本市における特徴的な施策や新たなイベントなどについて、様々な広報媒体を活用し、効果的に情報発信を行います。
------	---

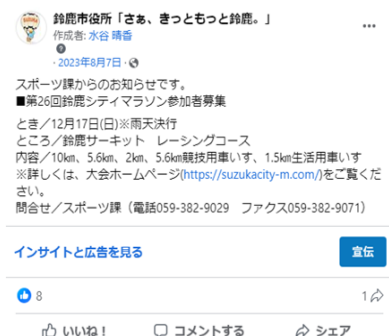
主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● SNSで施策及びイベント情報を発信

／ 令和2年度～令和5年度

SNS（Facebook、X、LINE、YouTube）で市の施策やイベント情報などを発信しました。

令和4年11月に市LINE公式アカウントを開設し、市のイベント情報などを発信しました。



(2) ② 交流人口拡大プロジェクト

～行こうよ！鈴鹿へ。プロジェクト～

(1) モータースポーツ交流プロジェクト

取組方針

F1日本グランプリや鈴鹿8時間耐久ロードレースなどのモータースポーツイベントの促進を一層図るため、官民連携の推進と様々な情報媒体を活用し積極的な情報発信とおもてなしを進めるほか、モータースポーツ体験型イベントなどを通して、集客・交流人口の拡大に取り組みます。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● eモータースポーツを活用した交流機会の拡大 ／ 令和4年度～令和5年度

国内外の若年層を中心に高い人気を誇る「eモータースポーツ」を活用し、新たなモータースポーツファンの獲得やファン同士の交流機会を創出し、モータースポーツに関わる業界全体の魅力を鈴鹿発で高めていこうとする観光DXにもつながる新しい事業を実施しました。

〔実績〕来場者数等

「SUZUKA eMOTORSPORTS EXPERIENCE」

令和4年度（2022）

- ・来場者数：870人
- ・SIM事業者数：15社
- ・出展事業者：6社

令和5年度（2023）

- ・来場者数：1,585人
- ・SIM事業者数：13社
- ・出展事業者：7社



● モータースポーツイベントを活用した観光・物産PR ／ 令和2年度～令和5年度

市内鈴鹿サーキットで行われたモータースポーツイベントを活用し、官民連携のもとブース出展等を行うことで、本市の観光・物産PR等を実施し、リピーターの獲得や新しいファンづくりに取り組みました。

〔実績〕ブース出展回数

- ・令和2年度：3回
- ・令和3年度：1回
- ・令和4年度：1回
- ・令和5年度：2回



(2) 観光誘客プロジェクト

取組方針

インバウンド（訪日外国人旅行）による観光誘客を促進するため、国外への観光情報発信の強化、外国人観光客をターゲットにした観光ルートの形成などに取り組みます。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● F1日本グランプリを活用した観光情報の発信 ／ 令和4年度～令和5年度

世界最高峰の自動車レースである「F1日本グランプリ」には、国内外から多くの観戦客が本市を訪れることから、インバウンド客向けに、周辺のおすすめ観光ルートなどの情報発信を行いました。

〔実績〕 外国人来場者数

- ・ 令和4年度：約40,000人
- ・ 令和5年度：約50,000人



● 外国人に向けた観光・物産情報の発信 ／ 令和4年度～令和5年度

鈴鹿サーキットの最寄り駅である伊勢鉄道・鈴鹿サーキット稲生駅において、鈴鹿商工会議所青年部（YEG）の協力のもと、F1日本グランプリの観戦に訪れた外国人をメインターゲットに据えた観光・物産情報の発信を行いました。

〔実績〕 伊勢鉄道・鈴鹿サーキット稲生駅 乗降者数

- ・ 令和4年度：59,409人
- ・ 令和5年度：61,522人



取
組
方
針

周辺市町と連携し、テーマ性・ストーリー性を持った一連の魅力ある観光地をネットワーク化し、広域連携による集客・交流人口の拡大を図ります。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 北伊勢広域観光推進協議会による広域観光誘客 ／ 令和2年度～令和5年度

三重県北部に位置する北勢5市5町で構成される「北伊勢広域観光推進協議会」の枠組みを利用し、観光誘客につながるよう四季折々の地域の魅力を発信する事業を実施しました。

〔実績〕PR事業実施場所

- ・令和2年度：スタンプラリー
- ・令和3年度：スタンプラリー、セントレア写真展
- ・令和4年度：金山駅 観光物産展
- ・令和5年度：金山駅 観光物産展



● F1日本グランプリを活用した広域観光誘客 ／ 令和5年度

「F1日本グランプリ」の開催を契機と捉え、「鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会」に参画する周辺の市町（5市1町）で連携し、周辺のおすすめ観光ルートなどの紹介を通して、地域の魅力を発信し、誘客につなげる取組を実施しました。



取組方針

2018（平成30）年度に新名神高速道路が供用開始されるほか、各方面の道路整備や（仮称）鈴鹿PAスマートIC周辺の基盤整備など、今後の本市の活性化や魅力向上となる取組を進めるとともに、スマートICを活用した新たな観光誘客ルートの形成を図ります。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 新名神高速道路・鈴鹿PAを活用した地域資源のPR ／ 令和2年度～令和5年度

本市最大の地域資源である「モータースポーツ」に関連する車両等の展示のほか、伝統的工芸品である「伊勢型紙」や「鈴鹿墨」の展示を通して話題を創出することで、鈴鹿PAが目的地として選ばれるよう展示を行いました。

【実績】鈴鹿PA車両入替回数

- ・ 令和2年度：3回
- ・ 令和3年度：4回
- ・ 令和4年度：4回
- ・ 令和5年度：7回



● 鈴鹿西部地域の周遊マップとアプリの活用による周遊観光促進 ／ 令和5年度

本市の西部地域への玄関口となる新名神高速道路・鈴鹿PAを入口として、周辺の体験スポットや食、歴史、文化などといった隠れた地域資源にフォーカスしたマップを作成し、市内の周遊性を高める取組を実施しました。

交通系のアプリを展開する「NAVITIME」と連携し、2輪ユーザー向けに、市内の観光スポットを紹介する取組を実施したほか、スーパーフォーミュラの開催に併せて、「SFgo」のアプリを活用し、レース開催の前後において市内周遊性を高める取組を実施しました。



(3) 自然、文化・スポーツ交流プロジェクト

取
組
方
針

市民との協働による豊かな自然環境の保全活動や美化活動などを通して自然と共生する社会をめざすとともに、自然環境を生かした取組を推進し、交流人口の拡大につなげます。

主な取組実績（令和２年度～令和５年度）

● ボランティア清掃活動支援 ／ 令和２年度～令和５年度

ごみ袋の支給、清掃後のごみ回収を行い、ボランティア活動支援を実施しました。

〔実績〕 ボランティア活動支援件数

- ・ 令和２年度：２２９件
（自治会１２３件、その他団体６６件、企業４０件）
- ・ 令和３年度：２５５件
（自治会１３６件、その他団体７８件、企業４１件）
- ・ 令和４年度：２８５件
（自治会１６９件、その他団体７７件、企業３９件）
- ・ 令和５年度：２８８件
（自治会１６１件、その他団体８２件、企業４５件）

※その他団体…老人会、子ども会、ＰＴＡなど



● 自然観察会の実施 ／ 令和２年度～令和５年度

自然環境の保全や生物多様性の保全など自然共生社会の構築に関連する事業として、専門家や関係機関との連携により、市民を対象に生き物調査も兼ねて観察会を実施しました。

〔実績〕

- ・ 自然観察会開催件数：２０回
- ・ // 参加人数：５７８人



● 里山保全活動の実施 ／ 令和２年度～令和５年度

自然環境の保全や生物多様性の保全など自然共生社会の構築に関連する事業として、安全に里山保全活動を実践する知識・技術を持った人材を育成するための講座の開催及び里山に触れる機会の提供を行いました。

〔実績〕

- ・ 里山保全活動開催件数：１６回
- ・ // 参加人数：３７１人
（消えゆく里山を保全するための意義と知識を学ぶ活動）



取組方針

地域資源である文化財や博物館・記念館など展示施設の積極的な活用を図り、郷土の歴史及び文化に触れる機会を積極的に提供し、内外における交流の拡大を図ります。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 考古博物館特別展等の開催 ／ 令和2年度～令和5年度

郷土資料の保存・活用を図るため、特別展、企画展等を開催し、交流人口の増加につなげました。

〔実績〕 来館者数

- ・ 29,995人
（うち特別展：5,158人、企画展：7,709人、速報展：5,725人、特別陳列：1,147人）



● 伊勢国分寺まつりの開催 ／ 令和4年度

市制施行80周年、伊勢国分寺史跡指定100周年及び史跡伊勢国分寺跡歴史公園竣工を記念して、伊勢国分寺まつりを開催し、交流人口の増加に向けて市内外にその存在価値を発信しました。

開催にあたり、地域との連帯やまちづくりに資することにも重きをおき、河曲地区地域づくり協議会、国分町自治会及び考古博物館サポート会等による実行委員会と協働で催しの計画・運営を行いました。

〔実績〕 来場者数

- ・ 約1,200人（うち入館者数：568人）



● 大黒屋光太夫記念館及び佐佐木信綱記念館特別展等の開催／令和2年度～令和5年度

郷土資料の保存・活用を図るため、大黒屋光太夫記念館及び佐佐木信綱記念館において特別展と企画展を開催し、交流人口の増加につなげた。

〔実績〕 来館者数

- ・ 大黒屋光太夫記念館：9,060人
（うち特別展：2,576人、企画展：6,484人）
- ・ 佐佐木信綱記念館：5,965人
（うち特別展：589人）



取組方針	2018（平成30）年の全国高等学校総合体育大会、2020年の東京オリンピック・パラリンピック、2021年の第76回国民体育大会、第21回全国障害者スポーツ大会など、集客力の高いスポーツイベントの開催を契機に、スポーツツーリズム※による観光誘客を進めます。 ※スポーツツーリズム…スポーツを通じた地域観光振興と観光を通じたスポーツ振興を双方向で目指す取組
------	---

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 太陽生命ウィメンズセブンズシリーズ鈴鹿大会への支援 ／ 令和3年度～令和5年度

女子ラグビー国内最高峰の大会に対して、シティセールスを目的として、トロフィ（伊勢型紙※令和3年度のみ）、副賞（特産品）を提供しました。

〔実績〕 来場者数

- ・ 令和3年度：1, 372人
- ・ 令和4年度：1, 649人
- ・ 令和5年度：3, 331人



● 鈴鹿シティマラソンを開催 ／ 令和4年度～令和5年度

歴代の名ドライバーを虜にした世界最高峰のレーシングコースを会場に、全国から参加者を募り、スポーツツーリズムによる地域活性化を目的とした鈴鹿シティマラソンを実施しました。

〔実績〕 申込者数／参加者数

- ・ 令和4年度：4, 509人／3, 894人
- ・ 令和5年度：4, 727人／4, 173人



取組方針	2018年の全国高等学校総合体育大会に出場した選手（高校生）たちが、2021年の第76回国民体育大会において、再度、本市を訪れることが想定されることから、選手及び関係者とのスポーツ交流の拡大を図ります。
------	--

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● インターハイに出場する選手の市長表敬訪問 ／ 令和3年度

市内高等学校の生徒が、インターハイ出場の報告に市長表敬訪問を行いました。

〔実績〕 表敬者数等

- ・ 令和3年度：5校、約20人

(4) ものづくり交流プロジェクト

取組方針

本市特有の魅力であるものづくり技術、伝統産業を積極的に活用し、産業観光による誘客や、農水産品、特産品などの地域資源を活用し、集客・交流を促進します。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 飲食店と連携した事業 / 令和2年度～令和5年度

関東圏の飲食店と連携し、食や伝統工芸品等、地域資源の魅力を発信し、販路開拓及び集客・交流人口の増加に繋がりました。

〔実績〕

- ・東京～結ぶ食房～しまゆしでの「鈴鹿市特集」の開催



(3) ③ 定住人口維持・増加、移住促進プロジェクト

～暮らそう！鈴鹿で。プロジェクト～

(1) 結婚・出産・子育て応援プロジェクト

取組方針

婚活情報の提供、不妊治療への助成、子育て支援センターの各種事業などを実施し、安心して子育てなどができる支援体制を構築し、特に若い世代の定住人口の確保につなげます。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 子育て支援センター・つどいの広場 ／ 令和2年度～令和5年度

乳幼児とその保護者が気軽に集い、子どもたちを遊ばせることができる施設「子育て支援センター」や「つどいの広場」を整備し、保護者同士の交流や子育て相談の場を創出する支援事業を実施しました。



〔実績〕利用者数／施設数

- ・令和2年度：58, 290人／9箇所
- ・令和3年度：57, 288人／9箇所
- ・令和4年度：58, 198人／9箇所
- ・令和5年度：69, 131人／9箇所

● 子育て支援総合コーディネーターによる講座の開催 ／ 令和2年度～令和5年度

子育て支援サービスや制度に関する情報提供をしたり、関係機関との連絡調整を行うなど、子育てに関して総合的に支援を行う「子育て支援総合コーディネーター」を子ども政策課と子育て支援センターりんりに配置し、転入ママの交流企画等の講座を実施しました。

〔実績〕開催日数／参加数

令和2年度

- ・転入ママのつどい：4日間／27組
- ・1. 2歳児ママのつどい：4日間／12組

令和3年度

- ・転入ママのつどい：9日間／56組
- ・ご近所ママのつどい：4日間／16組

令和4年度

- ・転入ママのつどい：8日間／42組
- ・ご近所ママのつどい：4日間／21組
- ・プレママのつどい：4日間／15人
- ・つながる子育てひろば：5日間／18組

令和5年度

- ・転入ママのつどい：8日間／38組
- ・1. 2歳児ママのつどい：4日間／8組
- ・ご近所ママのつどい：4日間／22組
- ・プレママのつどい：2日間／14人
- ・つながる子育てひろば：2日間／6組

取組方針

『婚姻届を提出する市役所で誓う“届け出挙式”』の実施など、結婚支援のための取組を進めます。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 婚姻届を提出する市役所で誓う“届け出挙式” ／ 令和2年度～令和5年度

婚姻届を提出する市役所で誓う“届け出挙式”は、新型コロナウイルス感染症の影響により、実施を見送りました。



● 染物体験ができる！婚活イベント ／ 令和5年度

本市に縁のある伊勢型紙の染物体験を通じて、出会いと交流の場を創出し、若年層に向けた婚活支援を実施しました。

〔実績〕 イベント概要

- ・日時：令和5年10月7日（土）
13:30～16:30
- ・場所：鈴鹿市伝統産業会館
- ・応募人数：男性31人、女性12人
- ・参加人数：男性6人、女性8人
- ・成立カップル数：1組

● 出逢い・結婚に関する何でも相談会 ／ 令和5年度

〔実績〕 相談会概要

- ・日時：令和5年10月8日（日）
10:00～12:00
- ・場所：鈴鹿市役所12階1205会議室
- ・相談者数：2組2人

取
組
方
針

適切な教育・保育環境を確保し、質の高い教育・保育サービスを総合的に提供し、子育てと仕事の両立ができる環境を整備します。

主な取組実績（令和２年度～令和５年度）

● 病後児保育の開始 ／ 令和２年度～令和５年度

令和２年４月から、西条保育所において、病後児保育※を開始しました。

※病後児保育…子どもが病気の回復期にあり、保護者の仕事の都合等で家庭での保育が困難な場合、保育所の専用スペースで一時的に保育を行うもの

〔実績〕利用者数

- ・令和２年度：１７人
- ・令和３年度：７９人
- ・令和４年度：１７０人
- ・令和５年度：２７７人



● 一時預かり事業の拡充 ／ 令和２年度～令和５年度

令和２年度から５年度にかけて、一時預かり事業を実施する保育所（園）及び認定こども園を合計３園拡充し、これまで以上に利用しやすい環境づくりを整備しました。

〔実績〕実施保育所（園）数

- ・令和元年度：１２園（公立２園／私立１０園）
- ・令和２年度：１３園（公立３園／私立１０園）
- ・令和３年度：１３園（公立３園／私立１０園）
- ・令和４年度：１３園（公立３園／私立１０園）
- ・令和５年度：１５園（公立３園／私立１２園）



取組方針

子育て応援サイトの拡充など、結婚・出産・子育てに対する情報を発信することで、結婚以降の不安感の軽減と子育て世代が暮らしやすい環境づくりを促進します。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 子育て情報の発信 ／ 令和2年度～令和5年度

本市の子育てに関するさまざまな情報を掲載した情報誌「すずっこナビ」を作成し、これから子育てをする方や現在子育て中の方に役立つ情報を紹介しました。

子育て応援サイト「きら鈴」で、親子で楽しめる市内イベントなどの情報を発信しました。

〔実績〕

子育て応援ブック「すずっこナビ」発行部数

- ・令和2年度：6,000部
- ・令和3年度：6,000部
- ・令和4年度：6,000部
- ・令和5年度：7,000部

子育て応援サイト「きら鈴」アクセス数

- ・令和2年度：101,491回
- ・令和3年度：116,140回
- ・令和4年度：115,475回
- ・令和5年度：177,370回



(2) 定住・移住促進プロジェクト

取組方針

空き家に関する情報を提供することにより、空き家の流通と利活用を促進するとともに、居住支援の充実を図ります。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 移住・定住ポータルサイトでの空き家バンクの活用 ／ 令和2年度～令和5年度

空き家バンクの登録物件を市ポータルサイトに掲載し、空き家の購入、賃借を検討している方に情報発信を行いました。

〔実績〕

- ・空き家物件登録数：80件
- ・成約数：50件



取組方針

三重県外から移住される方が、定住のために空き家をリノベーション※する場合、費用の一部を補助し、定住・移住を促進します。

※リノベーション…既存の建物に大規模な改修を行い、用途や機能を変更して性能を向上させたり付加価値を与えること。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 移住・定住ポータルサイトでの補助制度 ／ 令和2年度～令和5年度

リノベーション補助金の内容、要件を移住・定住ポータルサイトに掲載し運用しました。

〔実績〕

- ・リノベーション補助金交付件数：4件



取
組
方
針

子育て世代の移住者の体験談や本市で暮らすことの魅力などの情報を集約した移住促進パンフレット「鈴鹿暮らし」を活用し、首都圏などで子育て世代をターゲットに情報発信を行います。また、子育て世代が求める情報を一体的に提供するウェブサイトを構築し、移住を促進します。

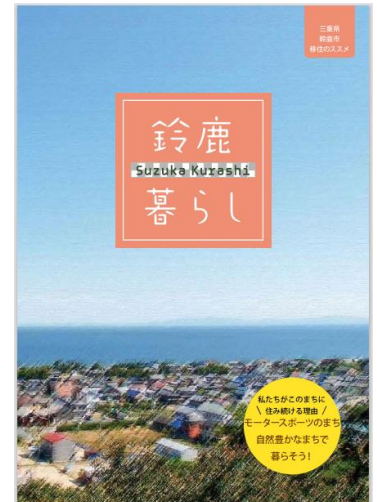
主な取組実績（令和２年度～令和５年度）

● 移住促進パンフレットの配布 ／ 令和２年度～令和５年度

移住定住ポータルサイトや移住促進イベントでのパンフレット配布により鈴鹿市の移住促進に対する取り組み、補助金を周知しました。

〔実績〕

- ・パンフレット配布数：約２，０００冊
- ・移住相談数：１９件



(3) 雇用支援プロジェクト

取
組
方
針

平成30年度に開通予定の（仮称）鈴鹿PAスマートICを活用した周辺地域の基盤整備事業を実施し、就業人口・交流人口を生み出し、地域活性化が図られるよう産業系の立地誘導の取組を進めます。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

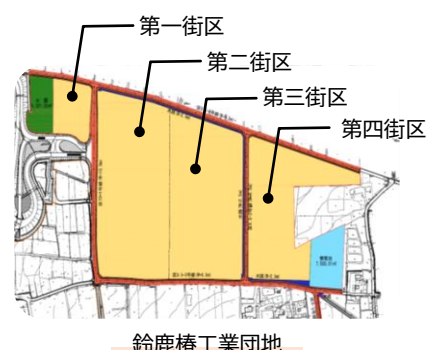
● 鈴鹿樁工業団地への企業誘致活動 / 令和2年度～令和5年度

地権者が組合の構成員となる組合施行方式による土地区画整理事業として、造成された「鈴鹿樁工業団地」（第一街区～第四街区）に企業誘致を行いました。

〔実績〕 第一街区：約8,300m²

進出決定企業

- ・ 全農みえ（本部：津市）
- ・ 市内花川町の「北勢茶センター」と多気郡大台町の「南勢茶センター」を統合し、新設移転
- ・ 令和6年度末に建築工事完成予定
- ・ 令和7年度に操業開始予定



〔実績〕 第二街区：約5.2ha

交渉中の企業

- ・ 物流業及びガラス製造業
- ・ ガラス製造業の従業員規模は70名程度
- ・ 令和8～9年度に操業開始予定

〔実績〕 第三街区：約4.6ha

交渉中の企業

- ・ 金属シリコン（半導体封止材）等の製造業
- ・ 令和7～9年度に操業開始予定

〔実績〕 第四街区：約3.3ha

進出決定企業

- ・ 株式会社日本陸送（本社：鈴鹿市）
- ・ 物流の2024年問題に対応した施設を建設中
- ・ 令和7年7月末に操業開始予定

取組方針

自動車産業を基軸とした産業のほかに、次世代産業の立地誘導、研究開発機能の強化を進めます。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 新規立地及び増設等のトップセールスによる企業の本社訪問

／ 令和2年度～令和5年度

〔実績〕 本社訪問

- ・ 令和2年度：0社 ※新型コロナウイルス感染症の影響により
- ・ 令和3年度：4社
- ・ 令和4年度：7社
- ・ 令和5年度：4社



深溝町・寿屋フロンテ中部工場(新設)

● 本市への企業誘致及び投資の促進

／ 令和2年度～令和5年度

〔実績〕 新規誘致等／増設等

- ・ 令和2年度：1社／3社
- ・ 令和3年度：なし／2社
- ・ 令和4年度：なし／4社
- ・ 令和5年度：なし／2社

● 定住人口維持・増加、移住促進プロジェクトに係る雇用支援

／ 令和2年度～令和5年度

〔実績〕 雇用の創出（雇用奨励金の交付対象人数）

- ・ 令和2年度：40人
- ・ 令和3年度：42人
- ・ 令和4年度：50人
- ・ 令和5年度：23人



御園町・ヨシザワ新社屋(新築移転)

取
組
方
針

地域に活力を与える産業の振興と都市基盤整備の実現に向け、広域的な道路整備事業を促進します。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 中勢バイパス全線開通に伴うイベントの開催 ／ 令和5年度

令和5年11月19日の中勢バイパス鈴鹿(安塚)工区の開通により、鈴鹿市から松阪市までが暫定2車線で全線開通しました。これに先立ち、令和5年10月22日に津市、松阪市や経済団体協議会とともに、産業経済の発展並びに住民福祉の向上を目的とした全線開通記念イベントを開催しました。



〔実績〕

・来場者数：12,000人

● 鈴鹿・亀山みちフォーラムの開催 ／ 令和5年度

令和4年4月に三重県により新規事業化がなされた「鈴鹿亀山道路」を広く市民に知っていただき、地域の声を国に伝え、事業の整備促進を図ることを目的に、主催者の「新名神と鈴鹿亀山地域の幹線道路整備を進める会」とともに「鈴鹿・亀山みちフォーラム」を令和5年11月25日に開催しました。



〔実績〕

・来場者数：650人

● 広域的な幹線道路の事業促進を図るための要望活動 ／ 令和2年度～令和5年度

広域的な幹線道路（中勢バイパス、鈴鹿四日市道路、鈴鹿亀山道路、新名神高速道路三重県区間）の促進を図るため、期成同盟会や市単独での国土交通省への要望活動を行いました。



〔実績〕 要望回数

・期成同盟会：19回
・市単独：5回

取組方針

創業や起業に向けた支援、市外からの若年者などの就職希望者を本市の求人募集企業にマッチングさせるなどのU I J ターン※就職支援に係る取組を進めます。
※U I J ターン…大都市圏の移住者が地方に移住する動きの総称のことで、U ターンは出身地に戻る形態、J ターンは出身地の近くの地方都市に移住する形態、I ターンは出身地以外の地方へ移住する形態

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 「合同企業説明会 i n すずか」の開催 ／ 令和2年度～令和5年度

鈴鹿市内の企業に就職を希望しているすべての方を対象に、市内企業と出会うための場となる「合同企業説明会 i n すずか」を開催しました。

〔実績〕 出展企業数／来場者数

- ・令和4年度：32社／46人
- ・令和5年度：38社／156人

※新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、令和2年度～令和3年度は開催を見送り



● 鈴鹿市お仕事情報サイト「鈴鹿 de はたらこっ！」での発信

／令和2年度～令和5年度

鈴鹿市内の雇用情勢の安定を図るため、鈴鹿市お仕事情報サイト「鈴鹿 de はたらこっ！」を開設し、鈴鹿市内企業の求人情報やマッチングイベント、無料セミナー、就職相談会の情報を掲載しました。

〔実績〕 掲載企業数

- ・令和5年度末時点：90件



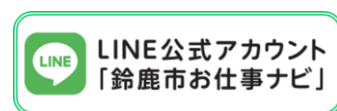
● LINE公式アカウント「鈴鹿市お仕事ナビ」での配信

／ 令和2年度～令和5年度

LINE公式アカウント「鈴鹿市お仕事ナビ」を開設し、LINE登録者を対象に、イベント開催情報、就職セミナー情報、新規求人情報などを定期的に配信しました。

〔実績〕 LINE登録者数

- ・令和5年度末時点：1,000件



(4) ④ シビックプライド醸成プロジェクト

～好きです！鈴鹿が。プロジェクト～

(1) 子ども・若者応援プロジェクト

取組方針

市内高等教育機関と連携し、高等教育機関の研究シーズや学生の研究成果を生かし、地域活性化に向けた取組を協働で行います。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 市内高等教育機関との学官連携 ／ 令和2年度～令和5年度

地域の活性化と教育・文化の振興のため、相互が連携し協力するための学官連携協定を締結した市内高等教育機関と、意見交換の場として学官連携協議会議を開催しました。

[実績] 議題数

鈴鹿工業高等専門学校

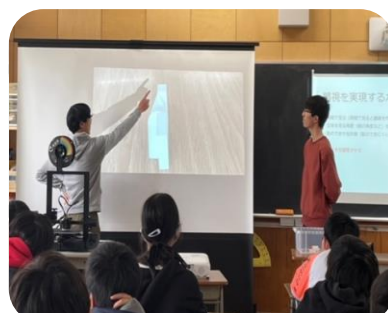
- ・ 令和2年度：3件
- ・ 令和4年度：6件
- ・ 令和5年度：4件

鈴鹿医療科学大学

- ・ 令和3年度：4件
- ・ 令和4年度：5件
- ・ 令和5年度：7件

鈴鹿大学・鈴鹿大学短期大学部

- ・ 令和2年度：3件
- ・ 令和3年度：2件
- ・ 令和4年度：4件
- ・ 令和5年度：3件



取組方針

子どもたちが、地域の良さや郷土の豊かな自然、歴史、文化を学ぶため、地域と連携し、地域の人材や文化施設を活用した郷土教育を推進することで、郷土を愛し、地域のために貢献する人材を育てます。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● すずか夢工房出前講座の実施 ／ 令和2年度～令和5年度

文化・芸術等様々な分野において、豊かな経験や優れた知識・技術を有する地域人材を講師として学校（園）へ派遣し、講師による保育や授業、講演会等を実施しました。



〔実績〕実施校数（割合）

- ・ 令和2年度：小学校13校、中学校1校
(35.0%)
- ・ 令和3年度：小学校17校、中学校10校
(67.5%)
- ・ 令和4年度：小学校17校、中学校10校
(67.5%)
- ・ 令和5年度：小学校21校、中学校10校
(77.5%)

● 社会科副読本「のびゆく鈴鹿市」を活用した授業の実施／令和2年度～令和5年度

子どもたちが地域の伝統や産業、自然環境を学び、理解を深め誇りをもって語れるようになるため、鈴鹿市の産業・文化・歴史等を扱った、小学校3・4年生用の社会科副読本「のびゆく 鈴鹿市」を活用した授業を実施しました。



〔実績〕実施校数／配布数

- ・ 令和2年度：小学校30校／1,799人
- ・ 令和3年度：小学校30校／1,639人
- ・ 令和4年度：小学校30校／1,693人
- ・ 令和5年度：小学校30校／1,667人

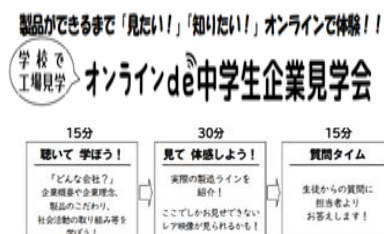
取組方針

「中学生による企業見学会」など地域参画型のキャリア教育を推進し、地域や地元企業の活動に対する子どもたちの関心や愛着を高め、将来、生まれ育った地域で夢を叶え、活躍する子どもたちを育成します。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 中学生企業見学会の実施 ／ 令和2年度～令和5年度

キャリア教育の一環として、中学生が「鈴鹿の企業は全世界に及ぶ仕事網を持ち、その製品の魅力がいかに大きいものであるか」を知り、地域への関心と愛着を持って、将来において地域社会等で活躍しようと意欲ある生徒を育成することを目的に企業見学会を実施しました。



【実績】

- ・ 令和3年度：参加生徒数108人、参加企業4社
旭化成(株)製造統括本部鈴鹿製造所
AGF鈴鹿(株)、本田技研工業(株)鈴鹿製作所
富士フィルムマニファクチャリング(株)鈴鹿事業所
- ・ 令和4年度：参加生徒数125人、参加企業2社
AGF鈴鹿(株)、本田技研工業(株)鈴鹿製作所
- ・ 令和5年度：参加生徒数117人、参加企業2社
AGF鈴鹿(株)、本田技研工業(株)鈴鹿製作所

※新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年度は実施なし

● チャレンジ14（職場体験学習）の実施 ／ 令和2年度～令和5年度

学校の学習と社会とを関連付けた教育活動として、学校と保護者、受入体験先が連携し、中学生が働くことの喜びや厳しさを実感し、職業の社会的な意義や役割等を学ぶことを目的に職場体験学習を実施しました。

【実績】

- ・ 令和4年度：5校実施
実施日数：2日～4日間
実施学年：中学2年生（参加生徒数974人）
協力事業所数：合計336事業所
- ・ 令和5年度：10校実施
実施日数：3日～4日間
実施学年：中学2年生（参加生徒数1,690人）
協力事業所数：合計584事業所

※新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年度・3年度は実施なし



(2) 地域づくり応援プロジェクト

取組方針

地域の自慢できる資源（伝統文化、行事、文化財、特産品、偉人、伝説など）の情報発信に努め、地域づくり活動と連携し、地域住民の地域愛の醸成を図ります。

主な取組実績（令和2年度～令和5年度）

● 地域づくり協議会の立上げ支援 ／ 令和2年度

地域課題の解決や地域資源の継承などを目的とした地域づくり協議会の立ち上げ支援を行い、市内全地域に地域づくり協議会が設立されました。

〔実績〕

- ・ 地域づくり協議会設立数：28協議会



● 地域資源や地域づくり協議会に関する周知広報 ／ 令和2年度～令和5年度

地域の資源を収録した地域カルテ及び住民相互の話し合いにより策定された地域計画を、地域づくり協議会から地域住民に発信し地域愛の醸成を図りました。

（全28協議会）

地域の資源を収録した地域カルテ及び各地域づくり協議会から提出された地域計画を市ホームページに掲載することにより地域間での情報共有を行い、地域資源の魅力発信を行いました。（全28協議会）

広報すずか毎月20日号に「地域づくりNavi」を連載し、各協議会が実施する地域資源を活かした取組について情報発信を行いました。

（令和4年1月20日号以降）



● 地域カルテの改定版作成及び公表 ／ 令和4年度

地域計画改定に向けて、各地域の資源を洗い出し、まとめた新たな地域カルテを作成し、各地域づくり協議会へ提供した結果、地域計画改定に向けた住民相互の話し合いの場において地域資源の再確認等に活用されました。



取
組
方
針

地域の消防・防災力を高める消防団活動、消防出初め式、消防操法大会などの市民参加を通して、地域の誇りとなる取組としていきます。

主な取組実績（令和２年度～令和５年度）

● 消防出初め式への市民参加 ／ 令和２年度～令和５年度

消防職員及び消防団員の旺盛な士気と消防車両、装備等の消防力を広く市民に披露することで消防に対する理解を深め、市民の自助・共助意識を高めるために、消防の年頭行事として消防出初め式を実施しました。



〔実績〕 来場者数

- ・ 令和２年度：無観客で実施
※新型コロナウイルス感染症の影響により
- ・ 令和３年度：無観客で実施
※新型コロナウイルス感染症の影響により
- ・ 令和４年度：約５,５００人
- ・ 令和５年度：約６,０００人

● 消防操法大会の開催 ／ 令和２年度～令和５年度

消防団員の消火技術の向上、士気の高揚及び相互研さんを図るために、消防操法大会を開催しました。



〔実績〕 実施した消防操法大会

- ・ 令和４年度：三重県消防操法大会
- ・ 令和５年度：鈴鹿市消防団消防操法大会
全国女性消防操法大会

● 消防団員による自治会等への消防訓練の指導 ／ 令和２年度～令和５年度

地域の消防・防災力を向上させるために、地域防災の中核となる消防団員により地域の特性に応じた訓練を実施しました。



〔実績〕 訓練回数／参加者数

- ・ 令和２年度：２６回／１,７０７人
- ・ 令和３年度：３０回／１,５７０人
- ・ 令和４年度：５７回／３,１０６人
- ・ 令和５年度：８８回／７,４９０人

鈴鹿市シティセールス戦略最終評価・総括

(発行日) 令和6年9月

(発行) 鈴鹿市

(編集) 政策経営部 総合政策課

〒513-8701 三重県鈴鹿市神戸一丁目18番18号

電話 059-382-9038 FAX059-382-9040

E-mail sogoseisaku@city.suzuka.lg.jp

URL <https://www.city.suzuka.lg.jp>

