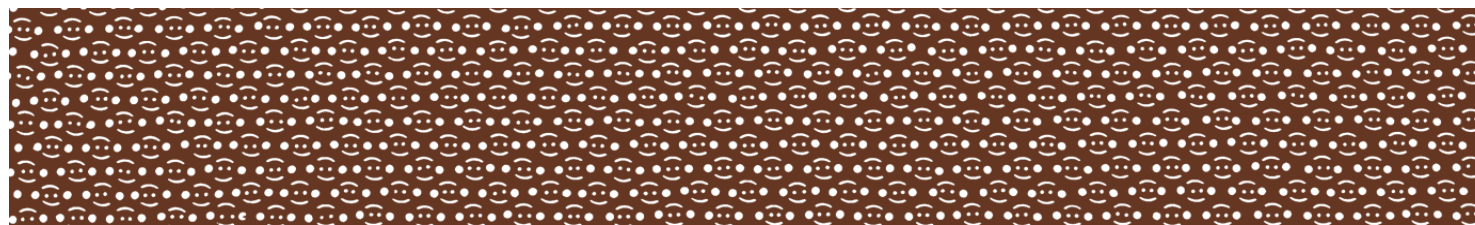


鈴鹿市シティセールス戦略 中間評価



令和2年12月

鈴鹿市



1 シティセールス戦略の目的と位置付け

シティセールス戦略は、総合計画2023の将来都市像である『みんなで創り 育み 成長し みんなに愛され選ばれるまち すずか』の実現のため、必要となる様々な経営資源を獲得することを目的としています。

「みんなで創り 育み 成長し みんなに愛され選ばれるまち すずか」

また、「ヒト、モノ、カネ、情報・技術」の獲得について示した、シティセールス戦略は総合計画推進のための個別計画として、同じく将来都市像の実現のために人口減少抑止策、人口減少社会対応策などを示した『鈴鹿市まち・ひと・しごと創生総合戦略』と連携させることで総合計画2023の施策の推進につなげていきます。

2 計画期間

計画期間は総合計画2023との整合を図るため、2018（平成30）年度から2023（令和5）年度までの6年間としています。

3 シティセールスの定義

シティセールス戦略では、定住人口の維持・確保がシティセールスを推進する上で重要な課題になるとしています。これまでの外部からの経営資源の獲得を主にした活動を見直し内部への働き掛けも意識した取組を推進するため、市民に向けたプロモーションも活動に含めています。

あわせて市の活力創造を図る上では、外部との交流だけでなく、市民相互の交流を促進することも重要となります。

このことから、シティセールス戦略ではシティセールスを、「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様々な資源の獲得を目的として、本市の有する『魅力や個性＝強みや固有の素材』を市内外に売り込み、市に愛着と誇りを持ち、住み続けたい、あるいは応援したいと感じていただく方を増やす取組。」と定義しています。

また、オール鈴鹿で将来都市像を実現するために「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」を基本目標に定め、「誰」に対して「何」を「どのように」発信していくのか、ターゲットとなる対象をより明確にし、本市の地域資源や強みを最大限に活用してシティセールスを推進していくこととしています。

4 推進体制

(1) 庁内の推進体制

総合計画2023の将来都市像の実現に向けて、基本計画（施策、単位施策）や実行計画には、シティセールスの一翼を担う事業が盛り込まれていることを各分野で強く意識し、全庁でシティセールスを推進することとしています。

(2) 様々な主体との連携、協働による推進

シティセールスの推進に当たっては、本市を構成する様々な主体や本市を愛する人々が、それぞれの立場からあらゆる機会を捉え、協働しながら推進していくことが必要となります。

(i) 地域住民との連携

(ii) 企業との連携

(iii) 高等教育機関との連携

(3) 評価・検証体制

個別計画の達成度を測るために、シティセールス戦略において推進目標を設定しており、計画期間における進行管理については、庁内会議において情報交換を実施します。

推進目標は1「交流人口の拡大」、2「定住人口の確保、移住促進」、3「シビックプライドの醸成」の3つであり、それぞれ成果指標を設定していることから、その実績値を測定することで評価を行うこととします。

5 評価の実施

シティセールス戦略においては、成果値を定める3つの推進目標を、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）と鈴鹿市まち・ひと・しごと創生総合戦略の基本目標と同じにすることで、最上位計画である総合計画と連携して推進することとしています。

また、総合計画2023において取組を推進している、行政経営システムの効率化に基づき、計画期間中における評価に当たっては、総合計画2023及び第1期の鈴鹿市まち・ひと・しごと創生総合戦略の進行管理において実施した評価・検証作業の結果を活用することで、作業の軽減を図ることとします。

シティセールス戦略では、推進目標ごとに各個別計画における取組の方向や具体的な施策から推進プロジェクトを定めていますので、各推進プロジェクトを推進するための主な取組の実績を記載することとします。

シティセールス戦略の評価については、総合計画2023の前期基本計画（施策、単位施策）及び第1期の鈴鹿市まち・ひと・しごと創生総合戦略の計画期間が2019年度で終了することから、いったん2019年度までの実績に基づき中間評価を実施することとします。

今後の評価・検証は、総合計画2023の後期基本計画及び第2期鈴鹿市まち・ひと・しごと創生総合戦略の終了後に実施しますが、その間においても、目標達成に向けた進行状況の確認作業を実施します。

6 目標値の見直し

推進目標2の「定住人口の確保、移住促進」の社会動態による人口動態の2023年度の目標値は、第1期の鈴鹿市まち・ひと・しごと創生総合戦略の基本目標1-2に合わせて130人に設定していました。

第1期のまち・ひと・しごと創生総合戦略が2019年度で終了したことに伴い、2020年3月に策定された第2期の鈴鹿市まち・ひと・しごと創生総合戦略では、2023年度の新たな目標値として300人と設定したため、シティセールス戦略における目標値も、2020年度から見直すこととします。

第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略では、社会動態による人口動態は市内企業などの経済活動の影響を受けやすいものの、企業誘致や本市固有の地域資源であるモータースポーツの振興などを図ることで、総合計画2023基本構想における2023年度の人口目標20万人を維持するためにこの目標値を設定しています。

【推進目標 1】

●交流人口の拡大

【指標名】

■ 観光レクリエーション入込客数

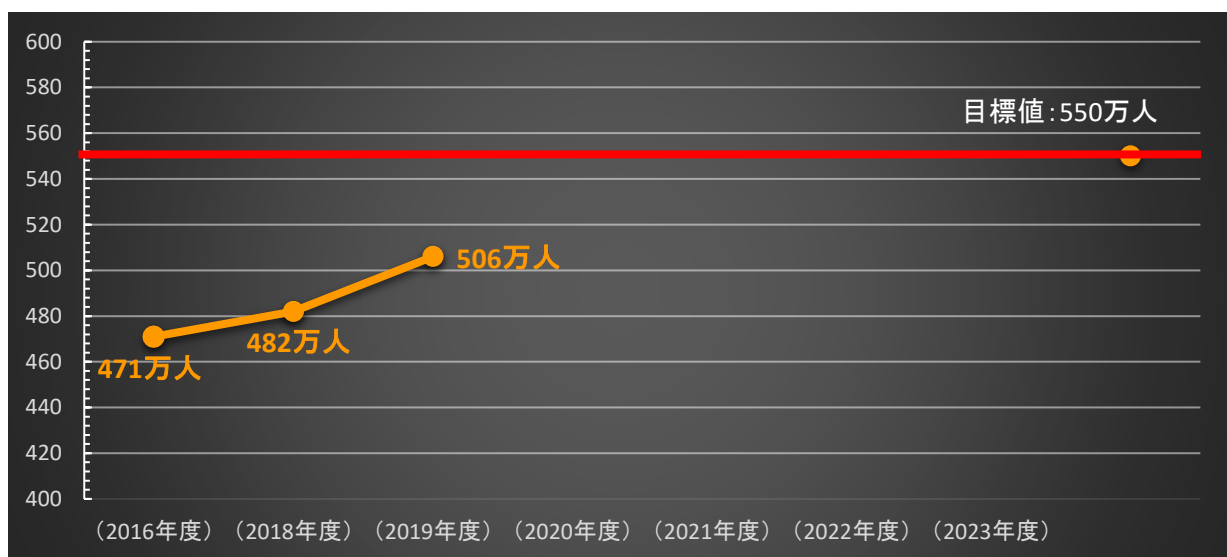
総合計画2023のめざすべき都市の状態に対する成果指標【個別指標22】

【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	506万人	***	***	***	***	550万人



【推進プロジェクトの主な取組実績】

モータースポーツ交流プロジェクト

取組内容	2018年度実績	2019年度実績
8耐での観光PRブースの出展	入込客数 111,000人	入込客数 109,000人
F1日本グランプリでの観光PRブースの出展	入込客数 165,000人	入込客数 122,000人
モースポフェス SUZUKA ~モータースポーツファン感謝デー~ での観光PRブースの出展	入込客数 50,000人	開催中止
鈴鹿モータースポーツフェスティバルの開催	開催中止	入込客数 11,000人

観光誘客プロジェクト

取組内容	2018年度実績	2019年度実績
外航クルーズ客船ダイヤモンド・プリンセスの四日市港寄港時における観光PRを実施	外国人乗船客 1,127人	外国人乗船客 1,166人
北勢5市5町で構成される「北伊勢広域観光推進協議会」において、誘客のためのプロモーション活動を実施	鳥取県教育旅行 キャラバン3件	大阪府教育旅行 キャラバン2件

取組内容	2018年度実績	2019年度実績
PIT SUZUKA地域連携コーナーにおけるF1マシンなどモータースポーツ関係展示	—	4回
新名神高速道路開通記念イベントを開催	5,000人	—
中期的な鈴鹿市への観光誘客PRイベント「夏は鈴鹿へ」を開催	—	11,580人

自然、文化・スポーツ交流プロジェクト

取組内容	2018年度実績	2019年度実績
自然観察会（昆虫，魚類，植物，野鳥など）を開催	7回	7回
里山保全活動を開催	3回	3回
ボランティア（地域の方，団体など）が行う清掃活動の支援	237件	245件
鈴鹿市考古博物館の来場者	12,275人	9,486人
大黒屋光太夫記念館の来場者	3,812人	3,148人
佐佐木信綱記念館の来場者	3,711人	3,066人
伊勢型紙資料館の来場者	4,087人	3,811人
鈴鹿市稲生民俗資料館の来場者	2,743人	2,565人
庄野宿資料館の来場者	3,759人	1,832人
前川定五郎資料室の来場者	230人	75人
国民体育大会鈴鹿市実行委員会公式ホームページへのアクセス件数	—	15,179件
国民体育大会鈴鹿市実行委員会公式Twitterによる情報発信	—	193件
女子7人制ラグビー鈴鹿大会で「鈴鹿バルーンフェスティバル」への観光誘客のため熱気球係留PR事業を実施	入込客数 3,436人	入込客数 3,400人

ものづくり交流プロジェクト

取組内容	2018年度実績	2019年度実績
関東圏・関西圏等のホテルや飲食店と連携して食や伝統工芸品の魅力を発信するコンシェルジュ事業を実施	4回	3回
東京オリンピック・パラリンピックを活用した地域活性化推進首長連合事業による旅するマーケットなどへの出展	6回	4回

《中間評価》

推進目標である「観光レクリエーション入込客数」は、推進のための各プロジェクトの取組の成果もあり、現状値から2年連続で実績値が上昇しています。

2019年3月には本市の新しい玄関口として、新名神高速道路鈴鹿PAの商業施設「PIT SUZUKA」がオープンし、観光入込客数の増加が期待できます。

一方で、今後は新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、移動の制限や活動の自粛の実施やイベントの中止などにより観光・レクリエーションの入込客数に影響があることが予想され、推進目標についても来年度以降、実績値が下降することが予想されます。

このような状況下において推進目標を達成するためには、観光地や施設、伝統産業や食、文化施設やスポーツ施設などの地域資源をはじめとした本市の魅力の向上と新たな魅力の創出に取り組むとともに、本市の魅力やイベント関連の情報発信に新たな手法を取り入れるなど、効果的に発信し、交流人口、関係人口の拡大に取り組むことで目標値の達成を目指します。

【推進目標 2】

●定住人口の確保，移住促進

【指標名】

- 社会動態による人口動態*¹

鈴鹿市まち・ひと・しごと創生総合戦略【基本目標1 - 2】

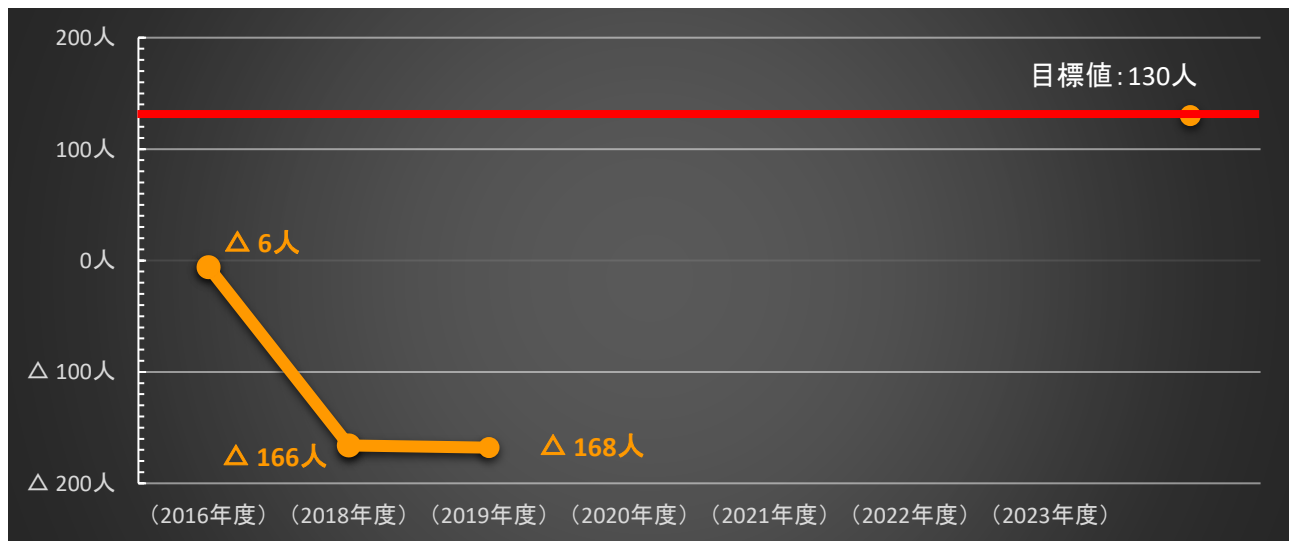
【指標設定理由】

- 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 (2016年度)	実績値						目標値 (2023年度)
	(2018年度)	(2019年度)	(2020年度)	(2021年度)	(2022年度)	(2023年度)	
△ 6人	△ 166人	△ 168人	***	***	***	***	130人

* 1 転入者数－転出者数（年度当たり）



【推進プロジェクトの主な取組実績】

結婚・出産・子育て応援プロジェクト

取組内容	2018年度実績	2019年度実績
不妊治療費の助成を実施	298件	270件
不育症治療費の助成を実施	4件	5件
子育て支援センターやつどいの広場の利用者	103,176人	88,486人
子育て支援総合コーディネーターによる転入ママのつどいを開催	2回	2回
市内企業への子育て支援事業を紹介	—	2社
私立保育所等での一時預かり事業を実施	22施設	21施設
私立保育所への延長保育事業補助を実施	29施設	28施設
認可外保育施設運営費補助を実施	運営費2施設 健康診断3施設	運営費2施設 健康診断5施設
婚姻届を提出する市役所で誓う届け出挙式を実施	1件	5件
結婚支援に係るイベント等の情報発信	9件	6件
子育て情報の発信（子育て応援サイト「きら鈴」，市ホームページ，Facebook等）	2,597件	2,499件
子育て応援サイト「きら鈴」へのアクセス件数	99,876件	107,919件

取組内容	2018年度実績	2019年度実績
妊娠届出時や赤ちゃん訪問時に鈴鹿市子育て応援ブック「すずっこナビ」を配布	約3,000冊	約3,000冊

定住・移住促進プロジェクト

取組内容	2018年度実績	2019年度実績
空き家バンク制度への物件の登録	22件	40件
空き家バンク制度を利用した成約件数	13件	17件
移住促進のための空き家リノベーション等補助を実施	0件	1件
移住促進パンフレット「鈴鹿暮らし」を配布	2,109冊	888冊
鈴鹿市移住・定住ポータルサイト（平成31年3月20日開設）へのアクセス件数	612件 (11日間)	29,196件

雇用支援プロジェクト

取組内容	2018年度実績	2019年度実績
鈴鹿PAスマートIC周辺土地区画整理事業組合設立準備会を開催	6回	6回
鈴鹿PAスマートIC周辺土地区画整理事業組合総会・理事会を開催	—	総会2回 理事会3回
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	6社	6社
新規立地企業等の誘致	0社	2社
増設等を実施した企業	3社	1社
本社訪問や企業の誘致、増設などによる新規雇用効果	45人	163人
広域的な幹線道路整備の促進を図るための要望の実施	6回	8回
企業版ふるさと納税を活用した鈴鹿市ふるさと就職者等雇用支援補助金（移住を伴う）を交付	1件	1件
若年者等ふるさと就職者支援事業（合同企業説明会）による就職者	4人	2人
企業と高校の採用・就職に関する情報交換会を開催	—	参加企業21社 参加高校18校
鈴鹿市移住・定住ポータルサイトでの紹介企業	38社	40社
創業支援セミナーを実施	創業者4人	創業者1人

《中間評価》

推進目標に掲げる「社会動態による人口動態」の実績値は、2018年度、2019年度ともにほぼ同じ結果でした。2019年度でみると4月から2020年2月までの社会増減は112人の転入超過の状況でしたが、3月に△280人になったため、全体として△168人になりました。過去の実績からも特に3月に転出が集中しており、中でも10代後半から20代前半の世代の転出が多いことから、進学や就職、転勤などを機に市外に転出することが要因と考えます。また、外国人が297人の増加に対して日本人は△465人でした。外国人は2016年度から4年連続での転入超過でしたが、日本人は2014年度から6年連続で転出超過になっています。

今後、経済の先行きは不透明ですが、新型コロナウイルス感染症の影響で本市の雇用環境が悪化すると、これまで転入超過であった外国人も転出超過に転じる可能性があり、推進目標の実績値の下降要因を含んでいます。推進目標の達成に向けては、各プロジェクトの実績にあるような結婚・出産・子育て応援及び雇用支援について引き続き取り組むとともに、10代後半から20代前半の世代に対して本市の暮らしに関する情報を積極的に発信していくことが求められます。

なお、第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定に伴い、本市の人口20万人を維持するために、社会動態による人口動態の目標値を300人に見直していることから、2020年度以降、シティセールス戦略の推進目標2の目標値も300人に見直します。

【推進目標 3】

●シビックプライドの醸成

【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の割合（18歳以上）

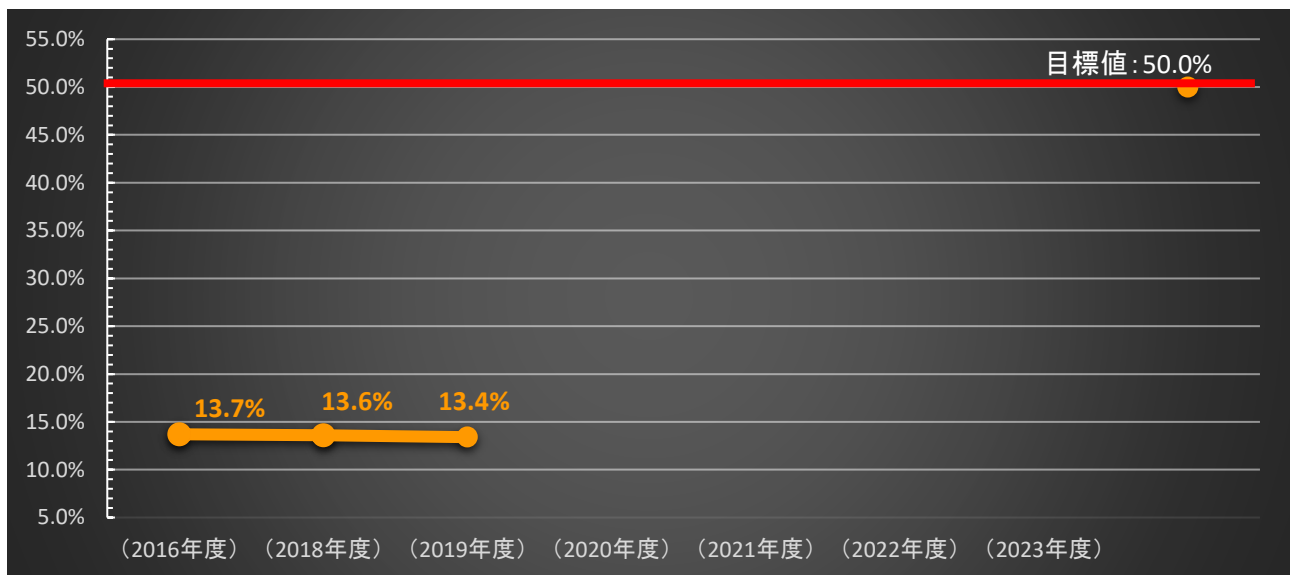
総合計画2023のめざすべき都市の状態に対する成果指標【個別指標24】

【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%	***	***	***	***	50.0%



【推進プロジェクトの主な取組実績】

子ども・若者応援プロジェクト

取組内容	2018年度実績	2019年度実績
学官連携協議会議で取り組んだ事業	15事業	15事業
地域の人材を外部講師として招いた授業の実施校	小学校26校 中学校9校	小学校24校 中学校7校
社会科副読本「のびゆく鈴鹿市」を活用した授業の実施校	小学校30校	小学校30校
企業見学会に参加した中学生	101人	106人
チャレンジ14（職場体験学習）に参加した中学生の割合	100%	100%

地域づくり応援プロジェクト

取組内容	2018年度実績	2019年度実績
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実施	21団体	27団体
市から地域資源を洗い出した地域カルテの提供を受け地域資源の再確認を実施した地域	29地域	—
地域づくりの基本となる地域計画を地域住民に発信し地域愛の醸成を実施した地域づくり協議会	—	27協議会
地域計画の市ホームページへの掲載	—	27計画
消防出初式への市民の参加	約4,500人	約3,000人
消防団員の指導による自治会等訓練への市民の参加	9,650人	7,755人
消防団員の指導による救急法への市民の参加	4,481人	3,776人

《中間評価》

推進目標に掲げる「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の割合（18歳以上）」の実績値は、2016年度の現状値からほぼ横ばいで推移しており、目標値である50%を達成することは非常に厳しい状況にあります。

地域の自慢できる資源の情報発信や本市の魅力を市民に発信する取組、子どもたちが地域の良さを知り、生まれ育った地域に関心や愛着を持つような活動の実施、地域づくり協議会などを通じた魅力ある地域づくり活動に関する取組の実施といった各プロジェクトにおいて更なるインナープロモーションの取組が求められます。

この市民に対するインナープロモーションに関する取組を推進することは、シティセールス戦略の目標達成だけでなく、本市の総合計画2023の基本構想の全体指標である「鈴鹿市に住み続けたいと思う市民の割合」の指標の向上と目標の達成につながります。このことから、計画期間において全庁をあげて各所属の各職員が日常的に市民に対するインナープロモーションを意識して取り組むことが求められます。