

白岡市シティプロモーション戦略  
中期計画期間アクションプラン取組状況  
及び  
長期計画期間アクションプラン策定

令和3年3月  
埼玉県白岡市

## 目 次

1	白岡市シティプロモーションの目的.....	3
2	中期計画期間（平成30年度～令和2年度）における人口の推移 .....	3
3	中期計画期間（平成30年度～令和2年度）アクションプランの取組状況 .....	6
	(1) 大山・菁莪地域活性化推進事業.....	6
	(2) 白岡こども・ゆめ・みらいプロジェクト.....	7
	(3) 子育て世代を対象としたPR活動.....	9
	(4) 市外を対象としたPR活動.....	10
	(5) ふるさと納税 .....	12
	(6) 特産品のPR .....	13
	(7) 地域イベントのPR .....	16
	(8) 白岡市親善大使 .....	18
	(9) 市のホームページの充実 .....	19
	(10) ソーシャル・ネットワーク・サービスの活用.....	20
	(11) マスコットキャラクターの活用 .....	21
	(12) 市民記者.....	23
	(13) フリーペーパー等の活用 .....	24
	(14) 民間放送局データ放送サービス.....	25
	(15) 公共施設無料Wi-Fiの整備 .....	27
	(16) 安心安全メールの活用.....	27
	(17) 商工観光アプリ .....	28
	(18) のりあい交通.....	29
	(19) 産業団地整備の推進 .....	30
	(20) 企業との協働によるPR活動 .....	32
	(21) 白岡中学校周辺区域土地利用推進事業 .....	33
	(22) はぴすシティプロモーションの推進.....	34
	(23) 介護予防運動の普及 .....	36
	(24) 生涯学習施設の建設と利用促進.....	37
4	長期計画期間（令和3年度～6年度）アクションプラン .....	40
	(1) 白岡美人プロジェクト推進事業.....	40
	(2) 子育て世代を対象としたPR活動.....	41
	(3) 市外を対象としたPR活動.....	41
	(4) ふるさと納税 .....	42
	(5) 特産品のPR .....	42
	(6) 地域イベントのPR .....	43

(7) 白岡市親善大使 .....	44
(8) 市のホームページの充実 .....	44
(9) ソーシャル・ネットワーク・サービスの活用.....	45
(10)マスコットキャラクターの活用.....	45
(11)市民記者 .....	46
(12)のりあい交通 .....	46
(13)企業誘致事業 .....	47
(14)民間保育所等の整備推進 .....	47
(15)はぴすシティプロモーションの推進.....	48
(16)白岡中学校周辺区域土地利用推進事業 .....	48
(17)新土地利用検討事業 .....	49
(18)幹線道路の整備促進 .....	50
(19)生涯学習センターの利用促進 .....	50
(20)白岡市文化財保存活用地域計画推進事業.....	51

## 1 白岡市シティプロモーション戦略の目的

人口減少社会及び少子高齢化が進展する中で、本市が将来にわたって活力を維持していくためには、人口の流出を防ぐとともに若年層や子育て世代が増加するまちづくりに取り組む必要があります。

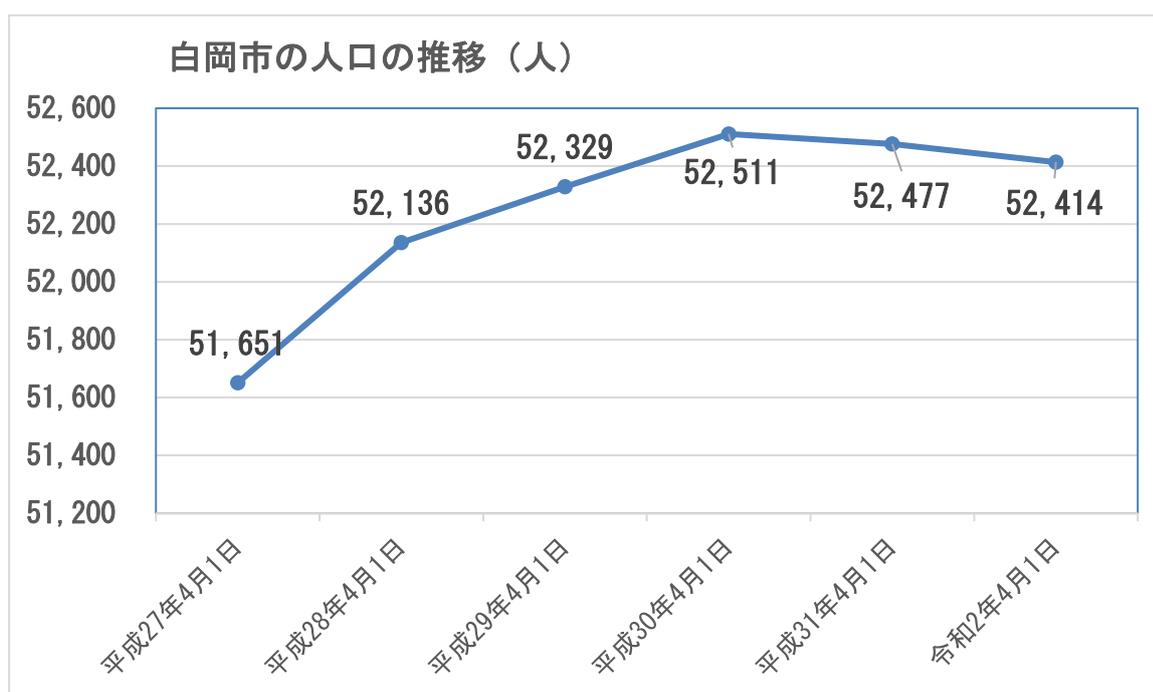
平成27年度から令和6年度までを計画期間とする白岡市シティプロモーション戦略は、市の魅力や政策を市内外に効果的に発信することにより、市民の満足度や市への愛着度の向上を図って人口流出を抑制するとともに、市外住民へ白岡市の知名度を向上させて定住人口の増加や企業進出の進展に波及させていくことで、本市の持続的な発展を目指すものです。

## 2 中期計画期間（平成30年度～令和2年度）における人口の推移

白岡市シティプロモーション戦略短期計画期間（平成27年度～29年度）においては、「市民満足度の向上」及び「知名度の向上・交流人口の増加」を、中期計画期間（平成30年度～令和2年度）においては「定住人口の増加」を、長期計画期間（令和2年度～6年度）においては「企業進出の進展」を主な目的にしています。

中期計画期間（平成30年度～令和2年度）の成果を計る指標のひとつである本市の人口の推移は、グラフ1のとおり、平成30年度をピークに微減が続いておりますが、月ごとに増減を繰り返し、令和3年1月1日現在の人口は52,475人です。

【グラフ1】



また、グラフ2及びグラフ3のとおり、白岡市シティプロモーション戦略のメインターゲットである若年層や子育て世代などの生産年齢人口は、人数、割合ともに微減を続けており、高齢化はさらに進んでいます。

ただし、年少人口は増減を繰り返していることから、長期計画期間(令和3年度～6年度)は、引き続き、定住促進のターゲットとなる若年層や子育て世代などに対してアクションプランを実施していくとともに、長期計画期間(令和3年度～6年度)の目的である「企業進出の進展」に資するアクションプランを追加しています。

【グラフ2】



【グラフ3】



### 3 中期計画期間（平成30年度～令和2年度）アクションプランの取組状況

中期計画期間（平成30年度～令和2年度）では、引き続き、短期計画期間（平成27年度～29年度）のアクションプランに取り組みつつ、新たに「のりあい交通」や「白岡こども・ゆめ・みらいプロジェクト」など、定住人口の増加に資するアクションプランを追加しました。

各アクションプランについて、担当課における取組内容や効果、課題は次のとおりです。

24のアクションプランのうち、16のアクションプラン（66%以上）について「充実」または「現状維持」の方向性を示しており、引き続き、目的の達成に向けて、各アクションプランを実施していきます。

#### (1) 大山・菁莪地域活性化推進事業【市民満足度の向上、知名度の向上・交流人口の増加】

<p>目 的</p>	<p>○大山地域・菁莪地域における地域活動の活性化と生活利便性の向上を図り、市民満足度の向上及び市内外からの交流人口の増加を目指す取組を推進する。</p> <p>○地域住民の地域への愛着を醸成することができ、市民満足度の向上に資することができる。</p> <p>○地域活性化に向けた取組の中で他地域との交流を図る取組を実施することにより、両地域における交流人口の増加を図ることができる。</p>		
<p>時 期</p>	<p>平成29年度から</p>	<p>場 所</p>	<p>市内</p>
<p>対 象</p>	<p>市民（大山地域・菁莪地域内の住民）</p>		
<p>取組内容</p>	<p>●平成29年度 慶應義塾大学と連携協定を締結し、「白岡元気プロジェクト」を3か年計画として始動した。</p> <p>●平成30年度 「白岡元気プロジェクト」を推進する上で3つのチーム（リヤカー隊チーム、菁莪多世代交流チーム、大山地域交流チーム）を編成し、各チームによる地域活動を実施した。</p> <p>●令和元年度 各チームによる取組を実施し、3か年の集大成として、「白岡元気プロジェクト成果発表会」を開催した。また、学生から提言された市の特産品である梨をブランド化する取組を始動し、「白岡美人ブランド化戦略策定委員会」を設置して全4回の会議を開催した。</p>		

	<p>●令和２年度</p> <p>令和元年度に設置した「白岡美人ブランド化戦略策定委員会」から提言書が提出され、市では「白岡美人プロジェクト推進計画庁内検討委員会」を設置して検討し、「白岡美人プロジェクト推進計画」を策定した。</p>		
効 果	<p>地域住民が集まる「場」と住民間の「ネットワーク」の構築が図られ、地域住民同士の新たな交流を創造することに寄与した。</p>		
課 題	<p>慶應義塾大学との連携協定が令和元年度で満了したことに伴い、地域住民が主体となる地域活動の継続、定着が課題である。</p>		
長 期 計 画 期 間 に 向 け た 方 向 性	1 充実	<p>【理由】</p> <p>平成２９年度から令和３年度までの期間における施策分野ごとの目指すまちの姿などを示した「第５次総合振興計画後期基本計画」の重点プロジェクトとして実施し、大山・菁莪両地域における新たな住民同士の交流が生まれるなど、一定の成果を上げることができた。</p> <p>今後は、事業の継続について見直し・改善していく。</p>	
	2 現状維持		
	③ 見直し・改善		
	4 休止		
	5 完了		

(2) 白岡こども・ゆめ・みらいプロジェクト【市民満足度の向上、定住人口の増加】

目 的	<p>○市の未来を担う子どもたちが市に愛着と誇りを持ち、ずっと住み続けたいと思えるよう、子どもたちの将来の夢と希望を応援・支援していることを市内外にPRする。</p> <p>○市内の子どもたちの未来のためにさまざまな事業を展開していることを情報発信し、本市が子どもたちの育成（キャリア教育）に力を入れていることをPRすることにより、市民満足度の向上や定住人口の増加を図る。</p>		
時 期	平成２９年度から	場 所	市内
対 象	市民（市内小学生・中学生・高校生）		

<p>取組内容</p>	<p>市内の小学生や中学生、高校生に対して、「夢」や「希望」を持つことを応援し、子どもたちのキャリア形成に寄与することができた。</p> <p>●平成29年度 5事業 参加者数 615名</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・JFAこころのプロジェクト「夢の教室」事業</li> <li>・未来のエンジニア事業</li> <li>・市内企業見学会事業</li> <li>・南摩ダム「水のふるさと見学ツアー」事業</li> <li>・白岡こども会議事業</li> </ul> <p>●平成30年度 7事業 参加者数 969名</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・JFAこころのプロジェクト「夢の教室」事業</li> <li>・未来のエンジニア事業</li> <li>・市内企業見学会事業</li> <li>・ゆめまつり実行隊事業</li> <li>・りそなキッズアカデミー2018事業</li> <li>・企業版「夢先生」事業</li> <li>・白岡こども会議事業</li> </ul> <p>●令和元年度 5事業 参加者数 885名</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・JFAこころのプロジェクト「夢の教室」事業</li> <li>・未来のエンジニア事業</li> <li>・市内企業見学会事業</li> <li>・ゆめまつり実行隊事業</li> <li>・りそなキッズアカデミー2019事業</li> </ul> <p>●令和2年度 1事業 参加者数 439名</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・JFAこころのプロジェクト「夢の教室」事業</li> </ul>
<p>効果</p>	<p>市内の小学生や中学生、高校生に対して、「夢」や「希望」を持つことを応援し、子どもたちのキャリア形成に寄与することができた。</p>
<p>課題</p>	<p>第5次総合振興計画後期基本計画の重点プロジェクトの一つとして実施したプロジェクトであるが、今後の施策の優先度を鑑み、事業の継続について検討する必要がある。</p>

長期計画 期間に 向けた 方向性	1 充実	<b>【理由】</b> 平成29年度から令和3年度までの期間における施策分野ごとの目指すまちの姿などを示した「第5次総合振興計画後期基本計画」の重点プロジェクトとして実施し、これまで約2,900名の子ども達が参加するなど、「夢」や「希望」を持つことを市全体で応援し、一定の成果を上げることができた。 今後は、事業の継続について見直し・改善を図っていく。
	2 現状維持	
	③ 見直し・改善	
	4 休止	
	5 完了	

(3) 子育て世代を対象としたPR活動【市民満足度の向上】

目的	本市の充実した子育て環境や施策について情報発信を行い、本市で子育てをすることの楽しさを子育て世代に再確認してもらう。		
時期	平成27年から	場所	市内
対象	市民（子育て世代）		
取組内容	○広報紙において、子育て応援情報コーナーを設置し、各施設からの子育てに関する情報を提供した。 ○無料でベビーベッドを貸し出した（出生予定日2週間前～1歳の誕生日前日）。		
効果	○毎月発行される広報紙にきめ細やかな子育て情報を掲載することで、子どもの健やかな成長をサポートし、子育て世代の負担の軽減を図ることができた。 ○ベビーベッドの無料貸出しについて、広報紙や市公式ホームページ、口コミで制度の周知が広まりつつあり、利用者数は増加傾向である。 平成29年度 新規貸出158件 延長貸出76件 平成30年度 新規貸出147件 延長貸出81件 令和元年度 新規貸出167件 延長貸出89件		
課題	○広報媒体が広報紙に偏っている傾向がある。 ○新しい周知方法を模索しながら、市公式ホームページ、広報紙を活用して周知を継続していく。 ○アンケート結果を参考にベッド以外の貸出しを検討していきたい。		

長期計画 期間に 向けた 方向性	1 充実	【理由】 ○広報紙に加えて、さまざまな媒体により、 市の子育て支援策やイベントを広報して いく。 ○ベビーベッドの無料貸出しについて、毎月 利用者を対象にしたアンケートを集計し、 「満足」という回答を多く得ている。
	② 現状維持	
	3 見直し・改善	
	4 休止	
	5 完了	

(4) 市外を対象としたPR活動【定住人口の増加】

目的	市外の子育て世代に本市をPRすることにより、定住人口の増加を図る。		
時期	平成27年度から	場所	市外
対象	市外住民		
取組内容	<p>○市外イベントへの参加・メディアへの出演</p> <p>●平成30年度 11件</p> <p>6月 大宮アルディージャイベント（さいたま市）</p> <p>8月 埼玉西武ライオンズイベント（所沢市）、 世界キャラクターさみっと関連イベント（羽生市）</p> <p>9月 埼玉ラグビーフェスティバル（熊谷市）</p> <p>11月 県庁オープンデー（さいたま市）、 埼玉ラグビーフェスティバル（熊谷市）、 世界キャラクターさみっと（羽生市）</p> <p>1月 埼玉ラグビーフェスティバル（熊谷市）</p> <p>2月 ムジナモン誕生日会（羽生市）、 テレビ埼玉「マチコミ」出演、 映画「翔んで埼玉」試写会（東京都）</p> <p>●令和元年度 15件</p> <p>6月 埼玉ラグビーフェスティバル（熊谷市）、 ラグビーワールドカップ関連イベント（さいたま市）</p>		

	<p>7月 都市対抗野球（東京都）</p> <p>8月 埼玉西武ライオンズイベント（所沢市）、 テレビ埼玉「マチコミ」出演</p> <p>9月 大宮アルディージャイベント（さいたま市）、 ラグビーワールドカップ関連イベント（熊谷市）、 特定健診受診促進キャンペーン（春日部市）</p> <p>10月 アニ玉祭（さいたま市）、 大宮アルディージャイベント（熊谷市）、 埼玉葛人権を考える集い（幸手市）</p> <p>11月 世界キャラクターさみっと（羽生市）、 県庁オープンデー（さいたま市）</p> <p>12月 深谷ねぎグランプリ（深谷市）、 利根地域合同プロモーション（さいたま市）</p> <p>●令和2年度（12月末） 5件</p> <p>5月 テレビ埼玉「ニュース545」出演</p> <p>7月 テレビ埼玉「SDDKダンス」動画投稿、 埼玉西武ライオンズ 「メットライフエクササイズヒーロー賞」動画投稿</p> <p>10月 アニ玉祭（オンライン）</p> <p>11月 ムジナモンチャンネル24時間生配信（オンライン）</p> <p>○ その他 広報紙での活用、各刊行物にイラストデータを使用、LINEスタンプの販売、グッズ作成・配布など</p>
効 果	<p>市外の多くのイベントに参加することにより本市の知名度の向上が図られ、また、PR冊子の配布により市の魅力を発信した。</p>
課 題	<p>マスコットキャラクターの活用により、本市の知名度が向上しているものの相対的に高いとは言えない。</p>

長期計画 期間に 向けた 方向性	1 充実	<b>【理由】</b> ○マスコットキャラクターの活用を続ける。 ○ふるさと納税返礼品を通じて魅力を発信する。 ○マスコットキャラクターの市外イベント、オンラインイベントへの参加を積極的に進める。 ○マスコットキャラクターのイベント参加に併せて市のPR冊子を配布する。 ○市の魅力発信に係るPR動画を作成し、SNS等で配信する。
	② 現状維持	
	3 見直し・改善	
	4 休止	
	5 完了	

(5) ふるさと納税【知名度の向上・交流人口の増加】

目的	ふるさと納税の返礼品として本市の特産品を送付することで、本市の知名度アップを図るとともに、特産品生産者の育成を図る。																				
時期	平成27年度から	場所	市内																		
対象	市外住民																				
取組内容	<table border="1"> <tr> <td>平成27年度</td> <td>件数4,059件</td> <td>寄附額63,638,101円</td> </tr> <tr> <td>平成28年度</td> <td>5,827件</td> <td>92,578,500円</td> </tr> <tr> <td>平成29年度</td> <td>5,192件</td> <td>69,054,008円</td> </tr> <tr> <td>平成30年度</td> <td>3,186件</td> <td>43,252,000円</td> </tr> <tr> <td>令和元年度</td> <td>1,501件</td> <td>23,592,000円</td> </tr> <tr> <td>令和2年度(10月末)</td> <td>1,297件</td> <td>19,569,000円</td> </tr> </table> <p>市公式ホームページやふるさと納税ポータルサイトへの掲載、東北自動車道蓮田サービスエリア（上り線）でのチラシ配布、新聞（プレゼント企画）・雑誌などにより、市のふるさと納税を積極的にPRした。</p>			平成27年度	件数4,059件	寄附額63,638,101円	平成28年度	5,827件	92,578,500円	平成29年度	5,192件	69,054,008円	平成30年度	3,186件	43,252,000円	令和元年度	1,501件	23,592,000円	令和2年度(10月末)	1,297件	19,569,000円
平成27年度	件数4,059件	寄附額63,638,101円																			
平成28年度	5,827件	92,578,500円																			
平成29年度	5,192件	69,054,008円																			
平成30年度	3,186件	43,252,000円																			
令和元年度	1,501件	23,592,000円																			
令和2年度(10月末)	1,297件	19,569,000円																			

効 果	<p>○全国に向けて本市の特産品である梨や米、トマト、野菜、花き等についてPRし、知名度アップを図ることができた。</p> <p>○特産品の販路拡大に資することができた。</p>	
課 題	<p>○ふるさと納税ポータルサイトを活用し、全国に向けて本市の政策や特産品などをPRしているが、ふるさと納税市場の拡大に伴い多くの自治体が寄附集めを競う中で、寄附者の目に留まりづらい。</p> <p>○返礼品は肉、魚介、果物等の人気が高い。本市においても資源を掘り起こす必要がある。</p>	
長 期 計 画 期 間 に 向 け た 方 向 性	① 充実	<p>【理由】</p> <p>市では、平成27年度からふるさと納税制度の運用をリニューアルしたが、平成28年度をピークに寄附額、寄附件数ともに減少している。</p> <p>令和元年から総務省の自治体指定制度がはじまり、どの自治体もルールに則って制度を運用することになったことから、本市独自の返礼品を掘り起こすとともに、創意工夫により、魅力的な返礼品情報を発信できるよう努めていく。</p>
	2 現状維持	
	3 見直し・改善	
	4 休止	
	5 完了	

(6) 特産品のPR【知名度の向上・交流人口の増加】

目 的	<p>本市ならではの特産品を積極的にPRしていくことで、特産品生産者の育成や本市の知名度の向上を図る。</p>		
時 期	平成27年度から	場 所	市内・市外
対 象	市民、市外住民		
取組内容	<p>○梨ののぼり旗等のPR用品を設置した。</p> <p>○ふるさと納税の返礼品として特産品である梨を活用した。</p> <p>○しらおか味彩センターにおいて、「白岡美人の梨箱」を活用した。</p> <p>○女子栄養大学との協働により、新たな特産品として「トマトのジュレ」、「トマトのふりかけ」の2品を開発した。</p>		

○高速道路のサービスエリアでの販売など特産品取扱店の拡大

白岡市推奨特産品を製造している市内事業所では、独自に販路を拡大しており、成功している事例もあるが、サービスエリア等で販売する際には、ブースに対して月額の使用料がかかるうえ、販売手数料がかかり、事業者にとってデメリットが多いことから、実施を見合わせている状況がある。

○梨の花かけボランティアや農業ボランティアなど体験事業を活用し、本市の特産品のPRを行った。

○白岡市観光協会が実施している梨の花かけボランティアについて、継続して特産品としての梨のPRを行った。

○マスコットキャラクターを活用して各種イベントでPR

●平成30年度 10件

- 6月 大宮アルディージャイベント（さいたま市）
- 8月 白岡まつり、埼玉西武ライオンズイベント（所沢市）、  
世界キャラクターさみっと関連イベント（羽生市）
- 9月 埼玉ラグビーフェスティバル（熊谷市）
- 11月 県庁オープンデー（さいたま市）、  
埼玉ラグビーフェスティバル（熊谷市）、  
世界キャラクターさみっと（羽生市）
- 1月 埼玉ラグビーフェスティバル（熊谷市）
- 2月 ムジナモン誕生日会（羽生市）

●令和元年度 13件

- 6月 埼玉ラグビーフェスティバル（熊谷市）、  
ラグビーワールドカップ関連イベント（さいたま市）
- 7月 都市対抗野球（東京都）
- 8月 白岡まつり、埼玉西武ライオンズイベント（所沢市）
- 9月 大宮アルディージャイベント（さいたま市）、  
ラグビーワールドカップ関連イベント（熊谷市）
- 10月 アニ玉祭（さいたま市）、  
大宮アルディージャイベント（熊谷市）
- 11月 世界キャラクターさみっと（羽生市）、  
県庁オープンデー（さいたま市）
- 12月 深谷ねぎグランプリ（深谷市）、  
利根地域合同プロモーション（さいたま市）

	<p>●令和2年度（1月末） 2件  10月 アニ玉祭（オンライン）  11月 ムジナモンチャンネル24時間生配信（オンライン）</p> <p>○メディアを活用したPR  平成31年2月 テレビ埼玉「マチコミ」  令和元年8月 テレビ埼玉「マチコミ」  令和2年5月 テレビ埼玉「ニュース545」</p> <p>○ふるさと納税の返礼品として活用  梨、米、トマト</p>
<p>効 果</p>	<p>○特産品である梨のPRが図られた。</p> <p>○梨の花かけボランティア事業については、市民、市外住民からある程度認知されており、「梨」をPRするのに一定の効果があると考えられる。</p> <p>○特産品の開発については、原価が高いため、現在は市内飲食店で調味料として使用されるにとどまっている。</p> <p>○サービスエリア等で販売する際には月額使用料及び販売手数料がかかるため、事業者にとってデメリットが多いことから販路拡大には至っていない。</p> <p>○マスコットキャラクターが参加するイベントで特産品をPRしたことで、特産品及び本市に対する認知度が向上した。</p>
<p>課 題</p>	<p>○高齢化等により梨農家が減少しており、年々、梨の生産量も減少しているため、梨のPRに加えて、引き続き、梨農家への支援を続けていく必要がある。</p> <p>○特産品について、市内の産品を使用して開発する場合は原価が高止まりする傾向にあり、市場において競争力に乏しいという課題がある。</p> <p>○販路開拓について、スーパー、コンビニ等のチェーンストアでは支店単位で商品を仕入れる裁量権が制限される傾向にあり、参入することが難しい。</p> <p>○新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けて、マスコットキャラクターが参加するイベント等の中止や延期が相次いだことに伴い、特産品をPRする場が減っている。</p> <p>○マスメディアでのPRの機会が少ない。</p>

長期計画期間に向けた方向性	① 充実	<p>【理由】</p> <p>○引き続き、梨ののぼり旗等を設置するなどPRに努める。</p> <p>○引き続き、ふるさと納税の返礼品として梨を活用することでPRを図る。</p> <p>○梨マップ等を作成して市内外へ配布することにより、特産の梨をPRする。</p> <p>○特産品の新規開発は製造原価の問題、販路拡大についてはストア側の都合により、参入が困難な状況であり、改善される見込みが薄いことから、見直しが必要である。</p> <p>○特産品の知名度向上のためにPRの場を広げていく。</p> <p>○オンラインイベントを含むマスコットキャラクターのイベントへ積極的に参加する。</p> <p>○特産品に係るPR動画を作成し、SNS等で配信する。</p> <p>○マスメディアでのPRを増やす。</p>
	2 現状維持	
	3 見直し・改善	
	4 休止	
	5 完了	

(7) 地域イベントのPR【知名度の向上・交流人口の増加】

目的	本市の魅力あるイベントや地域資源を発掘し、情報発信を行うことで市民参画を促すとともに、本市の知名度の向上を図る。		
時期	平成27年度から	場所	市内・市外
対象	市民、市外住民		

取組内容	<p>○市公式ホームページやSNS、市民記者による投稿、市外イベントにおける白岡市PR冊子の配布などにより、イベントのPRを実施した。</p> <p>○地域イベントにマスコットキャラクターを派遣し、また、着ぐるみの貸出しを行った。</p> <p>○市による後援を行った。</p> <p>○白岡市商工会や白岡市観光協会が主催するイベント等について、市・商工会・観光協会それぞれのホームページや広報紙等で周知を行った。</p> <p>○イベントの準備の様子等について、商工観光アプリ「ココシル白岡」や市公式Twitterを活用して情報発信を行うことで、広くPRを行った。</p>	
効果	<p>○広報紙や市公式ホームページ、記者発表など、各広報媒体を活用して広く効果的なPRを行った。</p> <p>○イベント情報等について、各媒体を通じて発信することにより、市内外を問わず、多くの方に本市を周知することができた。</p>	
課題	<p>○地域イベントの掘り出しが困難である。</p> <p>○新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、開催が危ぶまれる地域イベントがあると想定される。</p> <p>○市公式ホームページやSNS、ココシル白岡と媒体が異なるため、同じイベント情報について複数回記事を作成する必要があることから、業務が煩雑化しており、今後SNS連携機能等を強化する必要がある。</p>	
長期計画期間に向けた方向性	<p>1 充実</p> <hr/> <p>② 現状維持</p> <hr/> <p>3 見直し・改善</p> <hr/> <p>4 休止</p> <hr/> <p>5 完了</p>	<p><b>【理由】</b></p> <p>○現行のPR方法を継続しつつ、より多くの地域イベントについて情報発信していく。</p> <p>○観光協会、市民団体、市民記者などと協力して地域イベントの掘り起こしを行い、広報するイベントの数と頻度を増やす。</p> <p>○各団体が主催するイベントが多いため、連携して情報発信に努めていくとともに、今後も各イベントの継続実施に向けて連携していく。</p>

(8) 白岡市親善大使【知名度の向上・交流人口の増加】

目 的	<p>○白岡市親善大使が活動の際に本市の魅力を発信することで、市の知名度の向上、イメージアップが図られる。</p> <p>○白岡市親善大使が市内のイベント等に参加して市民との積極的な交流を図ることで、イベント参加率や満足度が向上し、市民の市に対する愛着がさらに高まる。</p>		
時 期	平成29年度から	場 所	市内
対 象	市民、市外住民		
取組内容	<p>○成人式で新成人へメッセージを配布した（平成30年度～令和2年度）。</p> <p>○白岡新春マラソン大会にスターターとして参加した（平成30年度）。</p>		
効 果	市のイメージアップ及び市民の市への愛着の向上が図られた。		
課 題	○親善大使の奈良原氏は、プロ野球チームの2軍監督やコーチとして活躍しているため、シーズン中の活動参加は難しい（依頼できる事業は、成人式のメッセージ寄稿と白岡新春マラソン大会への参加のみとなっている。）。		
長 期 計 画 期 間 に 向 け た 方 向 性	1 充実	<p>【理由】</p> <p>○白岡市親善大使の協力を得られる範囲で、事業への参加依頼を継続していく。</p> <p>○市内出身者や市にゆかりのある人物など、新たな親善大使の候補者について検討していく。</p> <p>○親善大使活動を広報する。</p>	
	② 現状維持		
	3 見直し・改善		
	4 休止		
	5 完了		

(9) 市のホームページの充実【市民満足度の向上、知名度の向上・交流人口の増加】

目 的	市公式ホームページを充実させることにより、市民の利便性の向上を図るとともに、市外からのアクセス数を向上させることにより知名度の向上を図る。		
時 期	平成27年度から	場 所	市内
対 象	市民、市外住民		
取組内容	<p>○市公式ホームページスマホ版を構築し、令和2年7月に運用を開始した。</p> <p>○災害時用トップページを構築し、令和2年7月に運用を開始した（ただし、被災していないため未使用）。</p> <p>○令和2年は新型コロナウイルス関連情報ページを作成し、市民が必要とする情報を細やかに発信した。</p>		
効 果	<p>新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあり、ホームページへのアクセス数が大きく増えた。</p> <p>アクセス数</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●平成30年度・・・・・・・・・・582,555件</li> <li>●令和元年度・・・・・・・・・・717,515件</li> <li>●令和2年度（12月末）・・・・1,017,519件</li> </ul> <p>ページビュー数</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●平成30年度・・・・・・・・・・1,768,905ページ</li> <li>●令和元年度・・・・・・・・・・2,143,275ページ</li> <li>●令和2年度（12月末）・・・・3,040,297ページ</li> </ul>		
課 題	<p>○課により情報更新の頻度やページの作成方法などが異なる。</p> <p>○必要な情報に速やかにたどり着くための仕組みづくりが必要である。</p> <p>○アクセシビリティの向上を図っていく。</p>		
長期計画期間に向けた方向性	<p>1 充実</p> <p>② 現状維持</p> <p>3 見直し・改善</p> <p>4 休止</p> <p>5 完了</p>	<p>【理由】</p> <p>○市民が必要としている情報を適確に把握し、適切な情報提供に努めていく。</p> <p>○市内外に向けて、本市の魅力や市政情報を積極的に発信していく。</p>	

(10) ソーシャル・ネットワーク・サービスの活用【市民満足度の向上、知名度の向上・交流人口の増加】

目 的	ソーシャル・ネットワーク・サービスを活用して市民目線での情報発信を行うことで、市民満足度の向上や知名度の向上を図る。		
時 期	平成28年10月から	場所	市内
対 象	市民、市外住民		
取組内容	<p>○市公式T w i t t e rで多くの情報を発信した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●平成30年度 417件 <ul style="list-style-type: none"> <li>学校給食 185件</li> <li>お知らせその他 131件</li> <li>防災無線 101件</li> </ul> </li> <li>●令和元年度 450件 <ul style="list-style-type: none"> <li>学校給食 177件</li> <li>お知らせその他 170件</li> <li>防災無線 103件</li> </ul> </li> <li>●令和2年度（12月末） 294件 <ul style="list-style-type: none"> <li>学校給食 16件</li> <li>お知らせその他 152件</li> <li>防災無線 126件</li> </ul> </li> </ul> <p>○健康増進課において、市公式Y o u T u b eを活用して沐浴動画を配信した。</p> <p>○秘書広報課において、市公式Y o u T u b eを活用して新型コロナウイルス感染症拡大防止に係る市長メッセージを配信した。</p>		
効 果	<p>○市公式T w i t t e rのフォロワー数が2,000人を超えた。</p> <p>○災害情報や不審者情報など、迅速に発信することができ、また、プッシュ通知のため、確実に情報を届けることができる。</p>		
課 題	<p>○各課で情報発信するための仕組みづくりが必要である。</p> <p>○フォロワー数、チャンネル登録数及び閲覧数を増やすための工夫が必要である。</p> <p>○市公式Y o u T u b eについて、さらなる活用を検討したい。</p>		

	○他自治体においては、記事の性質に応じて自由なことをつぶやいているが、本市においては行政らしい情報のみの発信となっているため、どのような情報をどのようにつぶやいて共感を得るか、研究が必要である。	
長期計画期間に向けた方向性	① 充実	【理由】 緊急時の情報や平時の市政情報、マスコットキャラクターを活用したイベント周知など、情報提供のツールとしてさまざまな活用を試みていく。
	2 現状維持	
	3 見直し・改善	
	4 休止	
	5 完了	

(11) マスコットキャラクターの活用【市民満足度の向上、知名度の向上・交流人口の増加】

目的	市公式マスコットキャラクターである「なしべえ」、「なしりん」、「シラオ仮面」を市内外のイベント、各種事業、地域活動、マスメディアへの出演等に積極的に活用することで本市の知名度の向上を図る。		
時期	平成27年度から	場所	市内・市外
対象	市民、市外住民		
取組内容	<p>○イベントへの参加・マスメディアへの出演</p> <p>●平成30年度 19件</p> <p>5月 ごみ・ゼロクリーン運動</p> <p>6月 大宮アルディージャイベント（さいたま市）</p> <p>7月 非行防止街頭キャンペーン</p> <p>8月 白岡まつり、埼玉西武ライオンズイベント（所沢市）、世界キャラクターさみっと関連イベント（羽生市）</p> <p>9月 埼玉ラグビーフェスティバル（熊谷市）、白岡GO!! DANCE FESTA</p> <p>10月 生涯学習センター開館記念式典、白岡ふるさとまつり</p> <p>11月 県庁オープンデー（さいたま市）、埼玉ラグビーフェスティバル（熊谷市）、世界キャラクターさみっと（羽生市）、児童虐待防止キャンペーン</p>		

	<p>1月 埼玉ラグビーフェスティバル（熊谷市）、 白岡新春マラソン</p> <p>2月 ムジナモン誕生日会（羽生市）、 テレビ埼玉「マチコミ」出演、 映画「翔んで埼玉」試写会（東京都）</p> <p>●令和元年度 22件</p> <p>6月 埼玉ラグビーフェスティバル（熊谷市）、 ラグビーワールドカップ関連イベント（さいたま市）</p> <p>7月 都市対抗野球（東京都）、 非行防止街頭キャンペーン、児童館まつり</p> <p>8月 白岡まつり、埼玉西武ライオンズイベント（所沢市）、 テレビ埼玉「マチコミ」出演</p> <p>9月 大宮アルディージャイベント（さいたま市）、 ラグビーワールドカップ関連イベント（熊谷市）、 白岡GO!! DANCE FESTA、 特定健診受診促進キャンペーン（春日部市）</p> <p>10月 アニ玉祭（さいたま市）、 大宮アルディージャイベント（熊谷市）、 埼玉葛人権を考える集い（幸手市）、白岡ふるさとまつり</p> <p>11月 世界キャラクターさみっと（羽生市）、 県庁オープンデー（さいたま市）、 児童虐待防止キャンペーン</p> <p>12月 深谷ねぎグランプリ（深谷市）、 利根地域合同プロモーション（さいたま市）</p> <p>1月 白岡新春マラソン</p> <p>●令和2年度 5件</p> <p>5月 テレビ埼玉「ニュース545」出演</p> <p>7月 テレビ埼玉「SDDKダンス」動画投稿、 埼玉西武ライオンズ「メットライフエクササイズ ヒーロー賞」動画投稿</p> <p>10月 アニ玉祭（オンライン）</p> <p>11月 ムジナモンチャンネル24時間生配信（オンライン）</p>
--	---

	<p>○着ぐるみの一般貸出し（PTAバザーや、地域の夏祭りなど）</p> <p>平成30年度 30件</p> <p>令和元年度 16件</p> <p>令和2年度（12月末） 1件</p> <p>○その他</p> <p>広報紙での活用、イラストデータの提供、LINEスタンプの販売グッズ作成・配布など</p>		
効 果	<p>マスコットキャラクターの積極的な活用により、本市の認知度アップや市民の市への愛着の向上に寄与した。</p>		
課 題	<p>○新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けて、マスコットキャラクターが参加するイベント等の中止・延期が相次いでいるため、PRする場が減っている。</p> <p>○マスメディアでのPRの機会が年間1件程度である。</p> <p>○シラオ仮面に比べて、なしべえ・なしりんの活用頻度が低いため、各キャラクターの活用のバランスをとっていく。</p>		
長 期 計 画 期 間 に 向 け た 方 向 性	1 充実	<p>【理由】</p> <p>新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、活躍の場が減っているが、代替案としてオンラインイベントなどを活用していく。</p>	
	② 現状維持		
	3 見直し・改善		
	4 休止		
	5 完了		

(12) 市民記者【市民満足度の向上、知名度の向上・交流人口の増加】

目 的	<p>○市民が記者となり自ら情報発信者となることで、市民目線での情報提供を行うことができる。</p> <p>○市民との協働で情報を発信することで市民満足度の向上、市外と同世代への知名度の向上が図られる。</p>		
時 期	平成28年度から	場 所	市内
対 象	市民、市外住民		

取組内容	地域のイベント、風景などを投稿していただき、広報紙や市公式Twitterで紹介している。 ●平成30年度 投稿件数： 3回 市民記者数： 3名 ●令和元年度 投稿件数：20回 市民記者数：20名 ●令和2年度（1月末）投稿件数： 5回 市民記者数：13名		
効果	市民目線で地域イベントや風景などの紹介を行っていただくことで、本市の魅力の再発見につながり、また、市民の市への愛着向上に寄与している。		
課題	○市民記者の登録者の確保に苦慮している。 ○新型コロナウイルス感染症拡大の影響により市民記者の取材機会が減っていることに伴い、投稿件数も減少している。		
長期計画期間に向けた方向性	1 充実	【理由】 ○市民参画の重要な手段の一つとして継続していく。 ○市民記者による投稿を市公式Twitterで発信する。 ○市民記者の登録者数を増やすための周知を行っていく。 ○市民記者に対して、イベント情報などを提供する。	
	② 現状維持		
	3 見直し・改善		
	4 休止		
	5 完了		

(13) フリーペーパー等の活用【市民満足度の向上、知名度の向上・交流人口の増加】

目的	○フリーペーパー等でイベントなどの情報発信をすることで市内外の幅広い人たちに、知ってもらい、来てもらい、本市の良さを感じてもらう。 ○くらしのガイド等を作成・配布することで市民に情報提供を行う。		
時期	平成27年度から	場所	市内・市外
対象	市民、市外住民		

取組内容	平成29年度に、市民生活に必要な行政情報や地域情報、生活情報を掲載した「白岡市暮らしの便利帳」（25,000部）を作成し、市内全世帯に配布するとともに転入世帯に配布している。		
効果	全戸及び転入者に配布することで、市民の生活利便性の向上に資することができた。		
課題	紙媒体のため、情報の更新がされていない。		
長期計画期間に向けた方向性	1 充実	【理由】 市制施行5周年記念事業として実施したため。	
	2 現状維持		
	3 見直し・改善		
	4 休止		
	⑤ 完了		

(14) 民間放送局データ放送サービス【市民満足度の向上】

目的	<p>○広報紙や市公式ホームページを活用した情報提供のほか、子どもから高齢者まで幅広い世代が気軽に利用できるテレビを媒体とした民間放送局のデータ放送機能を導入することで、新たな情報提供手段の確立を図る。</p> <p>○荒天時に防災行政無線が聞き取れない状況を回避できる。</p> <p>○テレビがあれば防災情報等を視聴できる。デジタル弱者にも最新の情報を届けることができる。</p>		
時期	平成30年から	場所	市内
対象	市民		
取組内容	<p>●令和30年度 防災情報7件 Jアラート試験放送、緊急地震速報、ブロック塀安全点検イベント情報16件 白岡まつり、マラソン大会、わんぱく商店街、生涯学習センター開館記念イベントなど</p>		

	<p>その他4件 シラオ仮面スタンプ発売、交通指導員募集、市民記者募集、ふるさと納税事業者募集</p> <p>●令和元年度 防災情報6件 Jアラート試験放送、緊急地震速報 イベント・講座情報24件 白岡まつり、わんぱく商店街、農業祭、こもれびの森まつり等 その他15件 シラオ仮面スタンプ発売、国勢調査調査員募集、ふるさと納税事業者募集など</p> <p>●令和2年度 新型コロナウイルス感染症に係るイベント中止情報 その他 市民記者募集、国勢調査、保留地公売など</p>	
<p>効 果</p>	<p>○子どもから高齢者、デジタル弱者まで、幅広い世代・層が気軽に利用できるテレビの民間放送局のデータ放送を活用してさまざまな情報を提供することができた。</p> <p>○荒天時など防災行政無線が聞き取れない状況でも災害情報などを発信できた。</p>	
<p>課 題</p>	<p>○平常時は、市政情報やイベント情報等を掲載しているが、文字のみによる情報提供のため、視聴者の興味を引くのが難しいなど効果的なPRにつながらない。</p> <p>○テレビがあれば情報を簡単に取得できるが、データ放送の存在を広く周知することが必要である。</p>	
<p>長期計画 期間に 向けた 方向性</p>	<p>1 充実</p> <p>2 現状維持</p> <p>3 見直し・改善</p> <p>④ 休止</p> <p>5 完了</p>	<p>【理由】 事業廃止のため。</p>

(15) 公共施設無料Wi-Fiの整備【市民満足度の向上】

※Wi-Fi：電波（無線LAN）を用いて一定の範囲内で高速なデータ通信を行う通信技術

目的	市内の情報通信環境の整備を行い、施設利用の利便性を向上させることで市民満足度の向上を図る。		
時期	平成30年10月から	場所	市内
対象	市民（施設利用者）		
取組内容	<p>○平成31年3月から生涯学習センター〔こもればの森〕で無料Wi-Fiの利用を開始した。</p> <p>○令和元年8月からコミュニティセンターで無料Wi-Fiの利用を開始した。</p>		
効果	無料Wi-Fi環境を導入することにより、施設利用の利便性が向上し、市民満足度の向上を図ることができた。		
課題	○生涯学習センター〔こもればの森〕とコミュニティセンターでは、無料Wi-Fiについて館内掲示により案内しているが、PRや利用促進が図れていないため、今後は、市公式ホームページ等において周知する必要がある。		
長期計画期間に向けた方向性	<p>1 充実</p> <p>② 現状維持</p> <p>3 見直し・改善</p> <p>4 休止</p> <p>5 完了</p>	【理由】	○財政状況を勘案しながら、各施設の利用頻度や利用形態を考慮し、段階的に整備を進めていくため。

(16) 安心安全メールの活用【市民満足度の向上】

目的	本市で発信している安全安心メールを他の情報発信にも活用することで、受信者の利便性の向上や情報伝達経路の拡大が図られる。		
時期	平成27年から	場所	市内

対 象	市民													
取組内容	<p>防災行政無線で放送した防災情報や火災情報、人命に係る情報などを携帯電話やパソコンに電子メールで送信する。</p> <p>安心安全メール登録者の推移</p> <table border="1"> <tr> <td>平成27年度</td> <td>2, 283人</td> </tr> <tr> <td>平成28年度</td> <td>2, 460人</td> </tr> <tr> <td>平成29年度</td> <td>3, 028人</td> </tr> <tr> <td>平成30年度</td> <td>3, 188人</td> </tr> <tr> <td>令和元年度</td> <td>3, 236人</td> </tr> <tr> <td>令和2年度</td> <td>3, 925人</td> </tr> </table>		平成27年度	2, 283人	平成28年度	2, 460人	平成29年度	3, 028人	平成30年度	3, 188人	令和元年度	3, 236人	令和2年度	3, 925人
平成27年度	2, 283人													
平成28年度	2, 460人													
平成29年度	3, 028人													
平成30年度	3, 188人													
令和元年度	3, 236人													
令和2年度	3, 925人													
効 果	安心安全メールを他の情報発信にも活用することで、受信者の利便性の向上や情報伝達経路の拡大が図られた。													
課 題	防災行政無線の難聴エリア対策や災害情報伝達手段の多様化の一環として、登録者数の増加に努めていく必要がある。													
長期計画期間に向けた方向性	<table border="1"> <tr> <td>1 充実</td> <td rowspan="5"> <b>【理由】</b>            平成28年10月に市公式Twitterが開設され、また、安心安全メールを活用して発信する情報については、防災行政無線のデジタル化に伴い、平成29年4月から市公式ホームページや市公式Twitterなどと連携が図れるようになった。            このようなことから、安心安全メールの事業は継続するが、防災情報だけではない市公式Twitterなどを充実させていくのが望ましい。         </td> </tr> <tr> <td>2 現状維持</td> </tr> <tr> <td>3 見直し・改善</td> </tr> <tr> <td>4 休止</td> </tr> <tr> <td>⑤ 完了</td> </tr> </table>	1 充実	<b>【理由】</b> 平成28年10月に市公式Twitterが開設され、また、安心安全メールを活用して発信する情報については、防災行政無線のデジタル化に伴い、平成29年4月から市公式ホームページや市公式Twitterなどと連携が図れるようになった。 このようなことから、安心安全メールの事業は継続するが、防災情報だけではない市公式Twitterなどを充実させていくのが望ましい。	2 現状維持	3 見直し・改善	4 休止	⑤ 完了							
1 充実	<b>【理由】</b> 平成28年10月に市公式Twitterが開設され、また、安心安全メールを活用して発信する情報については、防災行政無線のデジタル化に伴い、平成29年4月から市公式ホームページや市公式Twitterなどと連携が図れるようになった。 このようなことから、安心安全メールの事業は継続するが、防災情報だけではない市公式Twitterなどを充実させていくのが望ましい。													
2 現状維持														
3 見直し・改善														
4 休止														
⑤ 完了														

(17) 商工観光アプリ【市民満足度の向上、知名度の向上・交流人口の増加】

目 的	<p>○商工観光アプリ「ココシル白岡」を活用し、市内外住民に対して、市の魅力ある地域資源及び商工観光に関する情報提供を行う。</p> <p>○市内のアプリ登録店舗の新情報、地域イベントや市内の散策コースを紹介することで、市民満足度の向上及び知名度の向上が図られる。</p> <p>○スマートフォン、タブレット端末のGPS機能と連動した道案内機能を有するため、観光客の周遊性促進が図られる。</p>
-----	--

時 期	平成28年度から	場所	市内															
対 象	市民、市外住民																	
取組内容	<table style="width:100%; border:none;"> <tr> <td style="width:30%;"></td> <td style="text-align:center;">ページビュー</td> <td style="text-align:center;">セッション</td> </tr> <tr> <td>平成28年度</td> <td style="text-align:center;">34,272</td> <td style="text-align:center;">9,510</td> </tr> <tr> <td>平成29年度</td> <td style="text-align:center;">37,880</td> <td style="text-align:center;">11,922</td> </tr> <tr> <td>平成30年度</td> <td style="text-align:center;">33,310</td> <td style="text-align:center;">14,525</td> </tr> <tr> <td>令和元年度</td> <td style="text-align:center;">23,152</td> <td style="text-align:center;">13,348</td> </tr> </table> <p>※ページビュー = ココシル内のページ閲覧回数 セッション = ココシルへの訪問回数</p>				ページビュー	セッション	平成28年度	34,272	9,510	平成29年度	37,880	11,922	平成30年度	33,310	14,525	令和元年度	23,152	13,348
	ページビュー	セッション																
平成28年度	34,272	9,510																
平成29年度	37,880	11,922																
平成30年度	33,310	14,525																
令和元年度	23,152	13,348																
効 果	市内のイベント情報や風物等について幅広く発信することができた。																	
課 題	<p>ココシル白岡は、市、観光協会、商工会だけでなく、登録している市内事業者であれば、自由に情報を更新することができるが、事業者の多くは活用していない。</p> <p>理由として、WEBによる宣伝活動を行っている事業者の多くは、ユーザーが多いTwitterやインスタグラムなど既存のSNSを活用しており、また、ココシル白岡にも記事を掲載する場合は二度手間になってしまうことが考えられる。</p>																	
長期計画 期間に 向けた 方向性	1 充実 2 現状維持 ③ 見直し・改善 4 休止 5 完了	【理由】 Twitterやインスタグラムに連携する機能の導入によりさらなる効果が望めるものと考えられる。																

(18) のりあい交通【市民満足度の向上、定住人口の増加】

目 的	平成27年4月から本格運用が開始された「のりあい交通」のPRを積極的に行い、高齢者などのいわゆる交通弱者に対応した移手段となるよう市民への定着を図る。		
時 期	平成27年4月から	場所	市内

対 象	市民（高齢者などのいわゆる交通弱者）	
取組内容	<p>○平成27年4月1日から本格運行が開始された。 制度周知のため、各年度において広報しらおか4月号に併せてパンフレットを全戸配布した。</p> <p>○職員出前講座を通じて、市民へ制度を周知した。</p> <p>○利便性の向上のため、平成30年度からインターネット予約の導入及び昼休み時間（12：30～13：29）の運行を開始した。</p> <p>○令和2年9月～令和3年3月は、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、換気・清掃等に加えて、乗り合いになりやすい午前中の車両を1台増車した。</p>	
効 果	<p>1日当たりの利用者を指標とすると、平成29年度の35.3人/日に対して、平成30年度で38.1人/日、令和元年（平成31年度）では37.1人/日と着実に増加しており、市民に定着してきている。</p>	
課 題	<p>市民ニーズや運行実績を十分に分析し、のりあい交通が持続可能な交通手段の一つとして適切に運行できるよう、運行内容を適宜改善する必要がある。</p>	
長 期 計 画 期 間 に 向 け た 方 向 性	1 充実	<p>【理由】</p> <p>これまで、アンケートによる市民の意見の把握や運行記録の分析により、課題を把握し、改善するよう協議を実施してきた。</p> <p>引き続き、市民の声を聞くとともに実態を踏まえて改善を検討していく。</p>
	② 現状維持	
	3 見直し・改善	
	4 休止	
	5 完了	

(19) 産業団地整備の推進【企業進出の進展】

目 的	<p>総合振興計画の土地利用構想に基づき、産業団地の整備と新たな企業誘致政策を推進することで、企業進出の進展を図る。</p>		
時 期	平成27年から	場所	市内

対 象	市内外企業	
取組内容	<p>○圏央道白岡菖蒲IC周辺の工業系産業誘導地域における工業系産業のまちづくりの実現に向け条件等の整理をするため、埼玉県と打合せを実施した。</p> <p>○白岡西部産業団地については、既に分譲が終了しており、奨励金についても令和2年度に全ての進出企業への支出が完了することとなっている。</p>	
効 果	<p>○今後の事業推進に向けた課題を確認することができた。</p> <p>○白岡市内に新たな企業が進出したことに伴い、地域に新たな雇用が生まれ、地域振興の一助となった。</p>	
課 題	<p>○市内において優先的に都市的土地利用を推進すべき地区（農業振興地域農用地区域外地区）の開発計画が進んでいないため、農林調整の整理が難しい。</p> <p>○工業系産業誘導区域は、農業振興地域農用地区域で農業基盤整備済みの優良農地であることから、農業政策上は都市的土地利用への転換が困難な地域となっている。</p> <p>○まちづくりの実現に向け、①事業に関する関係権利者の同意取得、②周辺環境へ影響を及ぼさない土地利用計画（案）の策定、③事業完了後に立地する企業の見込等の整理が必要となる。</p> <p>○白岡西部産業団地の分譲完了に伴い新たな企業進出の支援策として「白岡市で成長したい企業を支援する条例」を平成30年度に策定したものの、企業の進出ニーズに応じる種地がないことから、以後の新たな企業進出はなされていない。</p> <p>○白岡市内への企業の進出ニーズはコロナ禍にあっても一定数見込まれるため、活用する土地の確保が今後の課題となる。</p>	
長期計画期間に向けた方向性	1 充実	<p>【理由】</p> <p>○地元組織である（仮称）白岡市荒井新田・下大崎地区まちづくり協議会準備会が行う、まちづくりを実現するための課題等の整理の進捗状況に応じて支援・協力をしていく。</p> <p>○市内への新たな企業進出は、税収確保等の面からも重要な施策となると考える。</p>
2 現状維持		
3 見直し・改善		

	4 休止	<p>今後は、埼玉県企業局や新土地利用推進課等と連携し、活用する土地の確保及び企業誘致に向けた更なる協力関係を構築していくことが重要と考える。</p>
	5 完了	

(20) 企業との協働によるPR活動【定住人口の増加、企業進出の進展】

目的	<p>市内の企業に本市のPRをしてもらうことにより、知名度の向上、定住人口の増加、企業進出の進展を図る。</p>		
時期	平成27年から	場所	市内
対象	市内企業、市民		
取組内容	<p>○市内の事業者が広くその活動や業績をPRし、埼玉県の実施している「彩の国工場」への登録を市内企業に勧めることで、本市の認知度を高める。</p> <p>○令和2年度に田野井製作所が彩の国工場として新たに認定されたことから、今後もこのような活動をPRして、事業者の参加を促していく。</p>		
効果	<p>市の情報が埼玉県のホームページ等に掲載されることにより、より多くの市外住民の方が本市に興味を持つきっかけを作ることができた。</p>		
課題	<p>各事業者の姿勢によるところが大きいと、協力していただける信頼関係の構築と維持が課題といえる。</p>		
長期計画期間に向けた方向性	1 充実	<p>【理由】</p> <p>○商工会理事会等の事業者の集まる話し合いの場に積極的に参加し、情報交換や協力していただける環境を今後も維持していく必要があることから現状維持とした。</p> <p>○各事業者が主催しているため、事業の継続実施に向けた定期的な情報交換を実施する。</p>	
	② 現状維持		
	3 見直し・改善		
	4 休止		
	5 完了		

(21) 白岡中学校周辺区域土地利用推進事業【市民満足度の向上、知名度の向上・交流人口の増加、定住人口の増加、企業進出の進展】

目 的	<p>○総合振興計画の重点プロジェクトに基づき、白岡中学校周辺区域における都市的土地利用を推進し、人とモノが集まる都市機能を集中させてにぎわいの創出を図る。</p> <p>○土地利用を推進することで、魅力的な市街地の形成、商業の振興、雇用の確保、災害対策の充実、税収の確保などが図られる。</p>		
時 期	平成29年から	場 所	市内（白岡中学校周辺区域）
対 象	市民、市外住民、市内外企業		
取組内容	<p>●平成30年度</p> <p>都市的土地利用推進に向けたまちづくりの実現化を推進するため、市、白岡中学校周辺区域土地利用協議会及び事業化検討パートナーである東日本総合計画株式会社の3者による協定を締結した。</p> <p>●令和元年度</p> <p>市民が望む土地利用のあり方を把握するアンケート及び商業系企業立地意向アンケートを実施した。</p> <p>事業区域検討のため、区域南東部地区の権利者を対象に土地利用推進に係る意見交換会及び意向調査を実施した。</p> <p>●令和2年度</p> <p>新型コロナウイルス感染症拡大による事業への影響を把握するため、商業需要調査において出店を検討する旨の回答があった企業にヒアリングを実施した。</p>		
効 果	事業推進体制の構築及び事業推進に向けた取組をすることができた。		
課 題	新型コロナウイルス感染症拡大の影響による経済情勢の悪化等から、当初の土地利用構想に基づく商業系の土地利用の実現が大変難しい状況である。		
長 期 計 画 期 間 に 向 け た 方 向 性	<p>1 充実</p> <hr/> <p>2 現状維持</p> <hr/> <p>③ 見直し・改善</p>	<p>【理由】</p> <p>商業施設の誘致を想定していた県道春日部菖蒲線の北側を中心に土地利用計画を見直し、今後の社会情勢に対応できる実現可能な事業計画に変更する。</p>	

	4 休止	また、健康・医療・福祉施設の誘致を想定してきた県道春日部菖蒲線の南側については、市民の健康や安心安全を守るための施設の誘致を目指し、継続して事業を進める。
	5 完了	

(22) はぴすシティプロモーションの推進【市民満足度の向上】

目 的	市民の健康増進を推進し、健康寿命を延ばすためのPRを効果的に行う。		
時 期	平成27年4月から	場所	市内
対 象	市民（主に30歳～40歳代の子育て世代）		
取組内容	<p>○若い頃からの健康づくりへの関心を高めるために、「はぴすイッチ（健康やる気スイッチ）をONにしよう」をメインテーマとした啓発活動及び白岡市健康増進計画の「健康意識の向上」に位置付けた「はぴすシティプロモーション事業」の実施に取り組んだ。</p> <p>「はぴすイッチ宣言事業」</p> <p>○健康づくりに関する宣言・実行をしてもらう事業。宣言実行報告書をいただいた方の中から「年間はぴすイッチ大賞」を選定し、表彰している。</p> <p>○健康づくりに関する宣言を募集し、広報紙やイベント等で紹介した。</p> <p>○平成28年度、平成29年度 白岡まつり（健康まつり）において、宣言大賞授賞式を実施した（平成27年度はまつりが中止されたため実施せず）。</p> <p>○平成28年4月号の広報紙で、はぴすイッチ宣言に関する記事を組み、はぴすイッチ宣言の紹介やはぴすイッチ宣言をした方のコメントを掲載した。</p> <p>○令和2年度については、新型コロナウイルス感染症の影響で白岡まつりでの授与式は中止であったが、対象受賞者に個別で表彰状及び記念品の授与を行い、広報しらおか令和2年10月号で対象受賞者のコメント等を掲載した。</p>		

	<p>「なし梨キャンペーン事業」</p> <p>○毎月健康に関するテーマをポスター等で発表し、健康について意識するきっかけ作りを行っている。</p> <p>○作成したポスターは、庁舎、医療機関、関係団体、駅、小中学校に掲示した。また、広報紙、市公式ホームページ、市公式Twitter、庁舎行政情報モニター等への掲載を行った。</p> <p>○保健事業や成人式、健康まつり等のイベント時や会議において、啓発品の配布をしている。令和2年度は健康まつりが中止となったため、市内の小学5年生と中学1年生に対して啓発品を配布した。</p> <p>○令和元年度3月から市民公募を開始し、応募数は令和2年度10月末時点で13件となっている。</p>	
<p>効 果</p>	<p>○はぴすイッチ宣言数は第1次白岡市健康増進計画で目標としていた年間100宣言を達成した。</p> <p>○なし梨キャンペーンは平成30年に行った市民アンケートで市民の周知率が31.0%であり、一定の成果が認められた。</p>	
<p>課 題</p>	<p>○宣言をしてもらうだけではなく、健康意識や行動の変化等を確認する方法として、任意で宣言実行報告を提出してもらっているが、提出数が少ないため、提出を促す方法について検討が必要。また、宣言実施後やキャンペーンの実施による健康意識の高まりについて確認していく必要がある。</p> <p>○宣言やタイトル応募は、20代30代の層からの応募が少なく、新しい周知方法を検討し、若い層への周知を行い若いときからの健康意識作りを働きかける必要がある。</p>	
<p>長期計画 期間に 向けた 方向性</p>	<p>1 充実</p>	<p>【理由】</p> <p>健康を意識する市民が増えることで健全な市のイメージが広がるよう、引き続き、健康づくりに関する意識付けの啓発活動を行う。</p>
<p>② 現状維持</p>		
<p>3 見直し・改善</p>		
<p>4 休止</p>		
<p>5 完了</p>		

(23) 介護予防運動の普及【市民満足度の向上】

<p>目 的</p>	<p>○高齢者世帯や認知症高齢者の増加が予想される中、いつまでも住み慣れた地域で暮らし続けることができるよう、要介護状態となることを防止するため、介護予防の必要性について普及・啓発し、地域における市民全体の介護予防活動の育成・支援を行う。</p> <p>○市民の介護予防に対する意識を向上させる。</p> <p>○市民運営の通いの場を充実させることにより、人と人とのつながりを通じて、参加者や通いの場が継続的に拡大していく地域づくりが推進される。</p>		
<p>時 期</p>	<p>平成27年から</p>	<p>場所</p>	<p>市内</p>
<p>対 象</p>	<p>市民（主に65歳以上の高齢者）</p>		
<p>取組内容</p>	<p>○「シニア元気アップ教室」を開催し、トレーニングマシンを用いた筋力向上トレーニングや健だま運動、栄養・口腔機能講座、脳トレを行った。（令和元年度末までに1,913名参加 1,790名修了）</p> <p>○教室修了者に対し、フォローアップ事業としてフリートレーニングを実施し、運動の継続・習慣化を図った。</p> <p>○健だま運動指導員やトレーニングサポーターといった介護予防ボランティア養成研修を実施し、地域の通いの場に派遣することで健だま運動の普及を図り、地域の自発的な活動を支援した（令和2年4月1日時点登録人数 健だま運動指導員30名、トレーニングサポーター20名）。</p> <p>○地域の通いの場にリハビリ専門職（理学療法士、作業療法士）を派遣し、介護予防のためのトレーニングを実施した（平成30年度から実施 令和元年度末までに17回派遣）。</p>		
<p>効 果</p>	<p>○フリートレーニングには年間で延べ約3万人が参加するなど、介護予防や日々の運動の習慣化が普及している。</p> <p>○地域活動者向けに健だま運動を中心とした介護予防体操の指導法研修を実施したことにより、地域で独自に健だま運動等を行う団体が充実してきた。</p>		
<p>課 題</p>	<p>ボランティアの高齢化が進み、介護予防ボランティアの新たな担い手が不足している。</p>		

長期計画 期間に 向けた 方向性	1 充実	【理由】 引き続き、市民や地域活動団体へ周知啓発を行い、地域における介護予防を支援していく。
	2 現状維持	
	3 見直し・改善	
	4 休止	
	⑤ 完了	

(24) 生涯学習施設の建設と利用促進【市民満足度の向上、知名度の向上・交流人口の増加】

目的	生涯学習センター完成後、図書、展示物、イベント等の情報を効果的に発信し、利用の促進を図る。		
時期	平成27年度から	場所	市内（生涯学習センター〔こもれびの森〕）
対象	市民（子どもからお年寄りまでの幅広い世代）		
取組内容	<p>●開館記念事業、イベント等</p> <p>平成30年 9月15日、16日 内覧会 延べ214名  10月 1日 開館セレモニー  10月 7日 開館記念式典 351名  11月 3日 開館記念事業第32回文化講演会 362名  11月17日 第1回こもれびの森まつり 約3,200名</p> <p>令和元年10月22日～11月4日 開館1周年記念事業「プリンちゃん」とあそぼう！ 延べ930名  11月 3日 開館1周年記念事業第33回文化講演会 388名  11月16日 第2回こもれびの森まつり 約2,800名</p>		

	<p>●事業等</p> <p>平成30年度</p> <table border="0"> <tr> <td>生涯学習事業</td> <td>1事業</td> <td>18回</td> <td>延べ331名</td> </tr> <tr> <td>図書館事業</td> <td>8事業</td> <td>74回</td> <td>延べ2,460名</td> </tr> <tr> <td>文化財啓発普及事業</td> <td>3事業</td> <td>10回</td> <td>延べ186名</td> </tr> </table> <p>令和元年度</p> <table border="0"> <tr> <td>生涯学習事業</td> <td>1事業</td> <td>18回</td> <td>延べ298名</td> </tr> <tr> <td>図書館事業</td> <td>16事業</td> <td>124回</td> <td>延べ4,504名</td> </tr> <tr> <td>文化財啓発普及事業</td> <td>4事業</td> <td>30回</td> <td>延べ802名</td> </tr> </table> <p>令和2年度(12月末)</p> <table border="0"> <tr> <td>生涯学習事業</td> <td>1事業</td> <td>10回</td> <td>延べ129名</td> </tr> <tr> <td>図書館事業</td> <td>5事業</td> <td>33回</td> <td>延べ483名</td> </tr> <tr> <td>文化財啓発普及事業</td> <td>4事業</td> <td>11回</td> <td>延べ277名</td> </tr> </table> <p>●図書館総資料数</p> <table border="0"> <thead> <tr> <th></th> <th>年度末時点</th> <th>前年度増</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>平成30年度</td> <td>133,465点</td> <td>29,197点</td> </tr> <tr> <td>令和元年度</td> <td>141,397点</td> <td>7,932点</td> </tr> <tr> <td>令和2年度(12月末)</td> <td>150,782点</td> <td>9,385点</td> </tr> </tbody> </table> <p>●ギャラリー展示</p> <table border="0"> <tr> <td>平成30年度</td> <td>延べ6団体</td> </tr> <tr> <td>令和元年度</td> <td>延べ19団体</td> </tr> <tr> <td>令和2年度(12月末)</td> <td>7団体</td> </tr> </table> <p>●入館者数</p> <table border="0"> <thead> <tr> <th></th> <th>年間</th> <th>累計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>平成31年3月末</td> <td>130,491名</td> <td>—</td> </tr> <tr> <td>令和2年3月末</td> <td>239,987名</td> <td>370,478名</td> </tr> <tr> <td>令和2年12月末</td> <td>84,009名</td> <td>454,487名</td> </tr> </tbody> </table>	生涯学習事業	1事業	18回	延べ331名	図書館事業	8事業	74回	延べ2,460名	文化財啓発普及事業	3事業	10回	延べ186名	生涯学習事業	1事業	18回	延べ298名	図書館事業	16事業	124回	延べ4,504名	文化財啓発普及事業	4事業	30回	延べ802名	生涯学習事業	1事業	10回	延べ129名	図書館事業	5事業	33回	延べ483名	文化財啓発普及事業	4事業	11回	延べ277名		年度末時点	前年度増	平成30年度	133,465点	29,197点	令和元年度	141,397点	7,932点	令和2年度(12月末)	150,782点	9,385点	平成30年度	延べ6団体	令和元年度	延べ19団体	令和2年度(12月末)	7団体		年間	累計	平成31年3月末	130,491名	—	令和2年3月末	239,987名	370,478名	令和2年12月末	84,009名	454,487名
生涯学習事業	1事業	18回	延べ331名																																																																
図書館事業	8事業	74回	延べ2,460名																																																																
文化財啓発普及事業	3事業	10回	延べ186名																																																																
生涯学習事業	1事業	18回	延べ298名																																																																
図書館事業	16事業	124回	延べ4,504名																																																																
文化財啓発普及事業	4事業	30回	延べ802名																																																																
生涯学習事業	1事業	10回	延べ129名																																																																
図書館事業	5事業	33回	延べ483名																																																																
文化財啓発普及事業	4事業	11回	延べ277名																																																																
	年度末時点	前年度増																																																																	
平成30年度	133,465点	29,197点																																																																	
令和元年度	141,397点	7,932点																																																																	
令和2年度(12月末)	150,782点	9,385点																																																																	
平成30年度	延べ6団体																																																																		
令和元年度	延べ19団体																																																																		
令和2年度(12月末)	7団体																																																																		
	年間	累計																																																																	
平成31年3月末	130,491名	—																																																																	
令和2年3月末	239,987名	370,478名																																																																	
令和2年12月末	84,009名	454,487名																																																																	
<p>効 果</p>	<p>開館記念事業をはじめ、各種イベントを開催することにより、白岡市生涯学習センター〔こもれびの森〕の利用促進を図ることができた。</p>																																																																		

課 題	新型コロナウイルス感染症のため、一部施設の利用制限や各種イベントの中止及び変更が生じている。	
長期計画 期間に 向けた 方向性	① 充実	<p>【理由】</p> <p>新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を講じながら、文化講演会やこもれびの森まつりなどをはじめ、各種講座や企画展示などを実施する。</p> <p>また、書籍・視聴覚等の図書館資料の充実を図り、読書を通じて心豊かな人間形成を育む。</p>
	2 現状維持	
	3 見直し・改善	
	4 休止	
	5 完了	

#### 4 長期計画期間（令和3年度～6年度）アクションプラン

中期計画期間アクションプランへの取組による効果を確認し、白岡市のシティプロモーションに有効なアクションプランについて、長期計画期間（令和3年度～6年度）も継続して実施します。

また、長期計画期間（令和3年度～6年度）の目標である定住人口の増加や企業進出のに資するアクションプランとして、新たに新土地利用検討事業や企業誘致事業などを加え、20のアクションプランを実施します。

##### (1) 白岡美人プロジェクト推進事業【市民満足度の向上、知名度の向上・交流人口の増加】

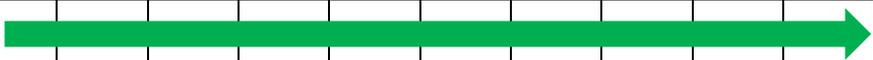
目的・効果	<p>○市の特産品である梨の愛称「白岡美人」を生かして市内外にPRすることで、本市のプロモーションを図る。</p> <p>○市内の梨生産者は年々減少し、梨生産量も減少に歯止めがかからないなどの課題があることから、当事業を推進することで梨生産者への支援と地域の活性化を図る。</p>										
対 象	市民、市外住民、梨生産者や梨生産に係わる団体など										
事業内容	<p>○令和2年度に「白岡美人プロジェクト推進計画」を策定し、この計画に定めた具体的な取組を令和3年度以降に実施していく。</p> <p>○白岡美人の魅力を再認識してもらうため、より多くの方に手に取っていただきやすいよう新たに3kg箱を製作し、多くの団体等が活用することで広く白岡美人を周知していく。また、市内の梨生産が盛んな地域などを記載した梨マップを作成し、白岡美人の新たな魅力を創出する。</p> <p>○SNSを活用した情報発信や、しらおか農業祭や園芸主産物共進会において優秀な梨生産者を表彰するなど、市を挙げて効果的に白岡美人をPRしていく。</p> <p>○白岡美人の生産高の維持のため、新規就農者及び後継者の支援を積極的に行うとともに後継者不足に悩む梨生産者とのマッチングを図る。</p>										
実施期間 (年度)	平成 27	28	29	30	令和 元	2	3	4	5	6	

(2) 子育て世代を対象としたPR活動【市民満足度の向上】

<p>目的・効果</p>	<p>○本市の充実した子育て環境や施策の情報を発信し、本市で子育てをすることの楽しさを子育て世代に再確認してもらう。</p> <p>○広報紙に「子育て応援情報コーナー」を設け、子育て世代にきめ細やかな情報を提供する。</p> <p>○ベビーベッドを無料で貸し出すことにより乳児の健やかな成長を支援するとともに保護者の経済的負担の軽減を図り、子育て家庭を支援する。</p>																				
<p>対 象</p>	<p>市民(子育て世代)</p>																				
<p>事業内容</p>	<p>○本市の特色ある子育て関連事業（ベビーベッド貸出事業、子育てに係る計画等）を市公式ホームページ、SNS、広報紙等の各媒体を活用して積極的に情報発信を行う。</p> <p>○0歳児を養育する保護者（市民）にベビーベッドを1歳まで無料で貸し出す。</p>																				
<p>実施期間 (年度)</p>	<table border="1"> <tr> <td>平成</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>令和</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>27</td> <td>28</td> <td>29</td> <td>30</td> <td>元</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> </tr> </table> 	平成				令和						27	28	29	30	元	2	3	4	5	6
平成				令和																	
27	28	29	30	元	2	3	4	5	6												

(3) 市外を対象としたPR活動【定住人口の増加】

<p>目的・効果</p>	<p>○市外住民に向けて積極的に本市の情報を発信することで、知名度の向上と交流人口の増加を図る。</p> <p>○市外の子育て世代に本市をPRすることにより、定住人口の増加を図る。</p> <p>○積極的なPRにより本市を認識してもらうことで、実際に足を運んでもらったり、定住を考えたりするきっかけづくりをする。</p>
<p>対 象</p>	<p>市外住民</p>
<p>事業内容</p>	<p>○多くの自治体や団体が参加するイベント（オンラインイベントを含む。）などに積極的に参加し、ポスターの掲示やPR冊子の配布、マスコットキャラクターによる賑やかしなどにより、本市を積極的にPRする。</p> <p>○駅や高速道路のサービスエリア、埼玉県庁などにおいて、デジタルサイネージやポスター、パンフレットなどを積極的に設置する。</p>

	<p>○シティプロモーションの観点から、本市のイベント情報や季節の出来事などを各メディアに積極的に発信する。</p> <p>○市の魅力発信に係る動画を作成し、SNS等で配信する。</p> <p>○毎年発表される「住みよさランキング」の結果を活用し、市外住民へ本市の「住みよさ」をPRする。</p>									
実施期間 (年度)	平成				令和					
	27	28	29	30	元	2	3	4	5	6
										

(4) ふるさと納税【知名度の向上・交流人口の増加】

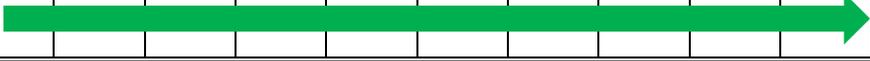
目的・ 効果	<p>ふるさと納税の返礼品として本市の特産品を活用することで、本市の知名度アップを図るとともに特産品生産者の育成を図る。</p>									
対 象	市外									
事業内容	<p>○ふるさと納税への取組体制を整備する。</p> <p>○返礼品とする特産品の選定や開発、マスコットキャラクターの活用</p> <p>○本市のふるさと納税を市公式ホームページやふるさと納税ポータルサイト、主要駅や施設におけるデジタルサイネージ等、多様な広報媒体を活用して市外住民に広くPRする。</p>									
実施期間 (年度)	平成				令和					
	27	28	29	30	元	2	3	4	5	6
										

(5) 特産品のPR【知名度の向上・交流人口の増加】

目的・ 効果	<p>本市ならではの特産品を積極的にPRしていくことで、特産品生産者の育成や本市の知名度の向上を図る。</p>									
対 象	市民、市外住民									
事業内容	<p>○梨をイメージしたマスコットキャラクターを積極的に活用する。</p> <p>○梨の花かけボランティアや農業ボランティアなど体験事業を活用して本市の特産品のPRを行う。</p>									

	<p>○しらおか味彩センター等に梨ののぼり旗などPR用品を設置する。</p> <p>○ふるさと納税の返礼品に特産品を活用することでPRに繋げる。</p> <p>○梨マップ等を作成して市内外の方に配布し、「梨のまちしらおか」を周知するとともに白岡産の梨の愛称である「白岡美人」のPRを図る。</p> <p>○マスコットキャラクターのイベント（オンラインイベント含む。）へ積極的に参加し、PRを行う。</p> <p>○市の魅力発信に係るPR動画を作成し、SNS等で配信する。</p> <p>○メディアでのPRを増やす。</p>									
実施期間 (年度)	平成				令和					
	27	28	29	30	元	2	3	4	5	6
										

(6) 地域イベントのPR【知名度の向上・交流人口の増加】

目的・効果	本市の魅力あるイベントや地域資源を発掘し、情報発信を行うことで、市民参画を促すとともに本市の知名度の向上を図る。									
対象	市民・市外住民									
事業内容	<p>○市、観光協会、商工会、各団体、地域等で開催しているイベント等を発掘・整理し、市公式ホームページ、広報紙、マスメディアへのプレスリリース等により情報発信を行う。</p> <p>○市民記者制度を地域イベントの発掘や周知に活用する。</p>									
実施期間 (年度)	平成				令和					
	27	28	29	30	元	2	3	4	5	6
										

(7) 白岡市親善大使【知名度の向上・交流人口の増加】

目的・効果	<p>○白岡市親善大使が活動の機会に本市の魅力を発信することで、市の知名度の向上やイメージアップを図る。</p> <p>○白岡市親善大使が市内のイベント等に参加し、市民と積極的な交流を図ることで、市民のイベント参加率や満足度の向上など、市民の本市に対する愛着を高める。</p>									
対 象	市民、市外住民									
事業内容	<p>○親善大使の名刺を作成し、本市のPRに使用する。</p> <p>○親善大使が市内のイベント等に参加し、市民との積極的な交流を図る。</p> <p>○新たな親善大使候補者について検討する。</p>									
実施期間 (年度)	平成				令和					
	27	28	29	30	元	2	3	4	5	6

(8) 市のホームページの充実【市民満足度の向上、知名度の向上・交流人口の増加】

目的・効果	<p>市公式ホームページを充実させることにより、市民の利便性の向上を図るとともに、イベント情報などを掲載することで市外からのアクセス数を向上させ、情報交流人口の向上を図る。</p>									
対 象	市民、市外住民									
事業内容	<p>○掲載情報を充実させるとともに、迅速な情報発信に努める。</p> <p>○掲載情報を整理し、見やすい画面の構築に努める。</p> <p>○ウェブアクセシビリティへ対応するよう努める。</p> <p>○親しみやすい動画による情報提供に努める。</p>									
実施期間 (年度)	平成				令和					
	27	28	29	30	元	2	3	4	5	6

(9) ソーシャル・ネットワーク・サービスの活用【市民満足度の向上、知名度の向上・交流人口の増加】

目的・効果	<p>○SNSの特長である情報の迅速性や拡散性を生かす。</p> <p>○市民目線での情報発信を行うことで市民満足度の向上や知名度の向上を図る。</p>									
対 象	市民、市外住民									
事業内容	<p>○ちょっとした情報やタイムリーな情報等についてSNSを活用して発信する。</p> <p>○行政として発信しづらい情報についてマスコットキャラクター等を活用して発信していく。</p> <p>○災害時には、迅速性及び拡散性に優れたTwitterを活用して情報を発信していく。</p>									
実施期間 (年度)	平成 27	28	29	30	令和 元	2	3	4	5	6

(10) マスコットキャラクターの活用【市民満足度の向上、知名度の向上・交流人口の増加】

目的・効果	<p>市公式マスコットキャラクターである「なしべえ」「なしりん」「シラオ仮面」を市内外のイベントや各種事業、地域活動、マスコミへの出演等に積極的に活用することで、本市の知名度の向上を図る。</p>									
対 象	市民、市外住民									
事業内容	<p>○市内外のイベント（オンラインイベントを含む。）に積極的に参加する。</p> <p>○マスコットキャラクターによる本市の魅力発信に係る動画を作成してSNS等で配信する。</p> <p>○マスコットキャラクターグッズ等を製作し、より広範囲にPRを行い、多くの方に愛着を持っていただく。</p> <p>○メディア等への出演によるPRを推進する。</p>									

実施期間 (年度)	平成				令和					
	27	28	29	30	元	2	3	4	5	6
										

(11) 市民記者【市民満足度の向上、知名度の向上・交流人口の増加】

目的・ 効果	<p>○市民自らが記者（情報発信者）となり、市民目線、市民感覚で親しみやすい情報を発信する。</p> <p>○市民との協働で情報を発信することにより、市民満足度の向上や市外の同世代への知名度の向上を図る。</p>									
対 象	市民、市外住民									
事業内容	<p>○市民に記者となってもらい、市の名所やイベント、有名人、出来事等の身近な情報についてソーシャル・ネットワーク・サービスを活用して発信してもらう。</p> <p>○市民記者として地域で取材を行っていただくために、市からイベント情報などを提供する。</p>									
実施期間 (年度)	平成				令和					
	27	28	29	30	元	2	3	4	5	6
										

(12) のりあい交通【市民満足度の向上、定住人口の増加】

目的・ 効果	「のりあい交通」のPRを積極的に行い、いわゆる交通弱者に対応した持続可能な移動手段となるよう、市民へのさらなる定着を図る。									
対 象	市民（高齢者などのいわゆる交通弱者）									
事業内容	<p>○のりあい交通の利用促進のため、利用方法や運行情報などを市公式ホームページ、広報紙、掲示物等において積極的にPRを行う。</p> <p>○適切に運行を実施するとともに、出前講座やパンフレット、啓発品の配布を通じて、市民に向けて制度の周知を行っていく。</p> <p>○警察と連携を図って免許返納者への周知を行うなど、交通弱者に対しての制度周知を図っていく。</p>									

	○アンケート調査や運行記録から分析処理を十分に行い、実態に応じた運行体系を検討する。									
実施期間 (年度)	平成				令和					
	27	28	29	30	元	2	3	4	5	6
										

(13) 企業誘致事業【企業進出の進展】

目的・効果	総合振興計画の土地利用基本構想に基づき、産業系の土地利用に関する環境の整備と「白岡市で成長したい企業を支援する条例」を活用することで、企業進出の進展を図る。									
対 象	企業（白岡市に進出を計画している事業）									
事業内容	○本市に進出を希望している企業に対して、埼玉県宅地建物取引業協会との協定に基づき産業用地情報を照会し、情報提供を行う。 ○本市に進出を希望している企業のニーズを捉え、積極的な情報発信を行う。 ○新たに本市に企業が進出した際には「白岡市で成長したい企業を支援する条例」に基づき各種奨励金を支払う。									
実施期間 (年度)	平成				令和					
	27	28	29	30	元	2	3	4	5	6
										

(14) 民間保育所等の整備推進【市民満足度の向上、定住人口の増加】

目的・効果	○保育需要の高まりに対応して保育所定員を増加することで、保育所待機児童数を解消し、市民の満足度の向上を図る。 ○本市の保育所定員が増加する情報を発信することで、子育て世帯が定住を考えるきっかけづくりとなる。									
対 象	市民、市外住民									
事業内容	○社会福祉法人等が実施する民間保育所・民間認定こども園などの施設整備に対して補助金を交付し、保育所定員の増加を図る。 ○シティプロモーションの観点から、保育所定員増加の情報を各メディアに対して発信する。									

実施期間 (年度)	平成				令和					
	27	28	29	30	元	2	3	4	5	6
										

(15) はぴすシティプロモーションの推進【市民満足度の向上】

目的・効果	市民の健康増進を推進し、健康寿命を延ばすためのPRを効果的に行う。									
対 象	市民									
事業内容	<p>○はぴすイッチ宣言事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・健康づくりに関する宣言を募集し、広報紙やイベント等で紹介する。</li> <li>・宣言大賞授賞式を実施する。</li> <li>・はぴすイッチ宣言の紹介やはぴすイッチ宣言をした方のコメントを掲載するなど広報紙で特集する。</li> </ul> <p>○なし梨キャンペーン事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・毎月健康に関するテーマについて、市役所、医療機関、関係団体、駅、小中学校にポスターを掲示し、広報紙、市公式ホームページ、ツイッター、庁舎行政情報モニター等へ掲載する。</li> <li>・保健事業や成人式、健康まつり等のイベント時や会議において啓発品を配布する。</li> </ul>									
実施期間 (年度)	平成				令和					
	27	28	29	30	元	2	3	4	5	6
										

(16) 白岡中学校周辺区域土地利用推進事業【市民満足度の向上、知名度の向上・交流人口の増加、定住人口の増加、企業進出の進展】

目的・効果	<p>○白岡中学校周辺区域における社会情勢の変化や新たな生活様式に適合する土地利用の実現に向けた取組を推進する。</p> <p>○土地利用を推進することで、魅力的な市街地の形成、産業の振興、雇用の確保、災害対策の充実、税収の確保などが図られる</p>									
-------	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

対 象	市民、市外住民、企業										
事業内容	<p>○商業施設の誘致を想定していた県道春日部菖蒲線の北側を中心に土地利用計画を見直し、今後の社会情勢に対応できる実現可能な事業計画に変更する。</p> <p>○健康・医療・福祉施設の誘致を想定してきた県道春日部菖蒲線の南側については市民の健康や安心安全を守るため施設の誘致を目指し継続して事業を進める。</p>										
実施期間 (年度)	平成 27	28	29	30	令和 元	2	3	4	5	6	

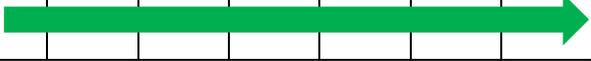
(17) 新土地利用検討事業【企業進出の進展】

目的・ 効果	総合振興計画の土地利用基本構想に基づき、産業団地の整備と新たな企業誘致施策を推進することで、企業進出の進展を図る。										
対 象	企業（市内外）										
事業内容	<p>○市内において優先的に都市的土地利用を推進すべき地区（農業振興地域農用地区域外地区）の土地利用の状況を踏まえつつ、総合振興計画の土地利用基本構想に位置付けた工業系産業誘導区域、計画的開発検討区域について、それぞれの区域の特性に応じた効果的・効率的な土地利用誘導を検討する。</p> <p>○工業系産業誘導区域のまちづくりの推進を図るため、地元組織である（仮称）白岡市荒井新田・下大崎地区まちづくり協議会準備会で課題等の整理を行っていただき、その進捗状況に応じて支援・協力をしていく。</p>										
実施期間 (年度)	平成 27	28	29	30	令和 元	2	3	4	5	6	

(18) 幹線道路の整備促進【定住人口の増加、企業進出の進展】

目的・効果	<p>○誰もが安心、安全に生活し、住み続けていくためには道路網を中心とした交通体系の整備が必要である。幹線道路の整備を推進することで日常生活の利便性が向上し、定住人口の増加を図ることができる。</p> <p>○幹線道路の整備により、沿道空間を活かした商業機能の集積を図る。また、幹線道路ネットワークを構築し、新たな産業系土地利用の推進を図る。</p>									
対 象	市民、市外住民、企業									
事業内容	<p>○白岡駅へと向かう東西方向の骨格道路網を形成する幹線道路として、都市計画道路白岡駅西口線、白岡駅東口線、白岡宮代線の整備を図る。</p>									
実施期間 (年度)	平成 27	28	29	30	令和 元	2	3	4	5	6
										

(19) 生涯学習センターの利用促進【市民満足度の向上、知名度の向上・交流人口の増加】

目的・効果	<p>各種イベント、図書館、展示物、講座等を充実させ、情報を効果的に発信することにより、幅広い世代への利用の促進を図る。</p>									
対 象	市民（子どもからお年寄りまでの幅広い世代）									
事業内容	<p>○生涯学習機能、図書館機能、資料館機能間において、個別事業及び連携事業を実施する。</p> <p>○書籍・視聴覚等図書館資料、企画展示物、生涯学習講座等を充実させる。</p> <p>○ボランティア団体や外部団体と協力し、各種イベント等の内容を充実させる。</p> <p>○各種イベントの情報を市公式ホームページ等で積極的にPRする。</p>									
実施期間 (年度)	平成 27	28	29	30	令和 元	2	3	4	5	6
										

(20) 白岡市文化財保存活用地域計画推進事業【市民満足度の向上、知名度の向上・  
交流人口の増加】

目的・ 効果	<p>○地域の文化財を活かした地域おこし、まちづくりを推進する。</p> <p>○地域の文化財を指定未指定にかかわらず、ストーリーやキーワードで結び保護すると同時に、周遊コースを整備するなどして、市外からの来訪を促進する。</p> <p>○「ユニークベニュー」やVR、ARなど新たな文化財の活用法による歴史文化の理解促進と市民満足度の向上を図る。</p>									
対 象	市民、市外住民、企業									
事業内容	<p>「白岡遺産保存活用市民会議」を創設し、以下の取組を推進する。</p> <p>○5つの歴史文化的特徴を生かした6つのストーリーの紹介・浸透</p> <p>○市民提案型の関連文化財群「白岡遺産」制度の構築</p> <p>具体的取組例</p> <p>○文化財解説板の設置・改修</p> <p>○6つのストーリーに即した関連文化財群周遊コースの設定</p> <p>○市公式ホームページによる情報発信の充実</p> <p>○白岡遺産パンフレットの作成</p> <p>○ユニークベニューの促進</p> <p>○多様なメディアへの積極的情報提供</p>									
実施期間 (年度)	平成 27	28	29	30	令和 元	2	3	4	5	6
										