

白岡市  
シティプロモーション戦略  
短期計画期間進捗状況及び  
中期計画期間アクションプラン



平成30年4月  
埼玉県白岡市

## 目次

1	短期（平成27年～29年度）計画期間における取組結果	3
2	短期（平成27年～29年度）計画期間アクションプランの評価	4
3	短期計画期間アクションプラン進捗状況調査結果	5
(1)	市民満足度の向上	5
①	健康シティプロモーションの推進	5
②	生涯学習施設の建設と利用促進	7
③	のりあい交通	8
④	公共施設無料Wi-Fiの整備	9
⑤	子育て世代を対象としたPR活動	10
⑥	安心安全メールの活用	12
(2)	知名度の向上・交流人口の増加	13
①	ふるさと納税	13
②	特産品のPR	14
③	地域イベントのPR	16
(3)	市民満足度の向上、知名度の向上・交流人口の増加	18
①	市民記者	18
②	市のホームページの充実	19
③	ソーシャルネットワークの活用	20
④	フリーペーパー等の活用	21
⑤	マスコットキャラクターの活用	22
(4)	定住人口の増加	24
①	市外を対象としたPR活動	24
(5)	企業進出の進展	26
①	産業団地整備の推進	26
(6)	定住人口の増加、企業進出の進展	27
①	企業との協働によるPR活動	27
4	中期（平成30年～32年度）計画期間のアクションプラン	28
(1)	市民満足度の向上	28
①	はぴすシティプロモーションの推進	28
②	公共施設無料Wi-Fiの整備	29
③	子育て世代を対象としたPR活動	30
④	安心安全メールの活用	30
⑤	介護予防運動の普及	31
⑥	民間放送局データ放送サービス	32
(2)	知名度の向上・交流人口の増加	32
①	ふるさと納税	32

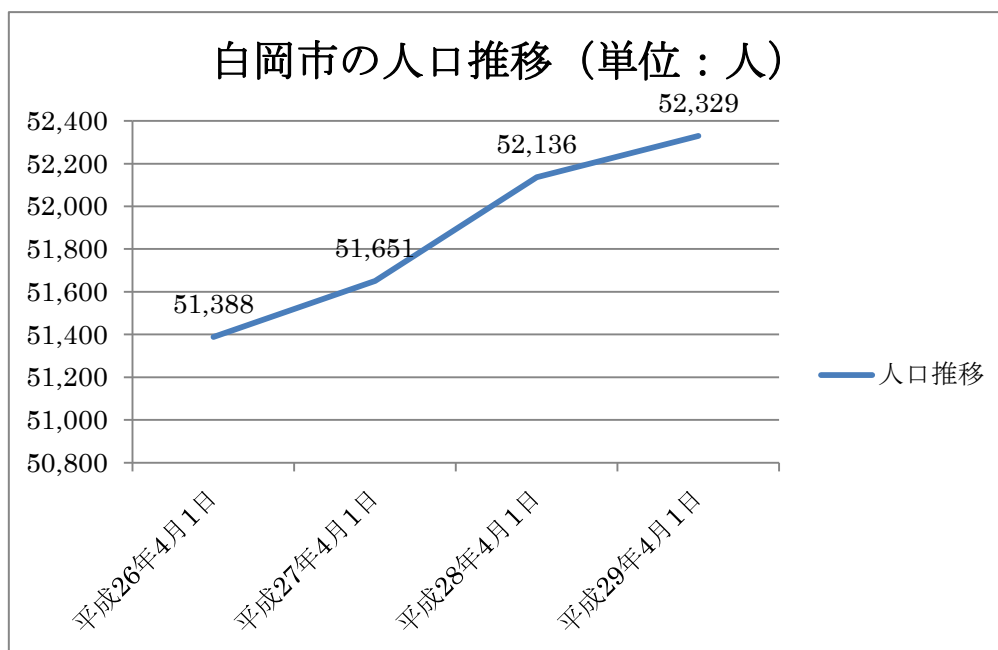
② 特産品のPR .....	33
③ 地域イベントのPR .....	34
④ 白岡市親善大使 .....	35
(3) 市民満足度の向上、知名度の向上・交流人口の増加.....	36
① 市民記者 .....	36
② 市のホームページの充実 .....	36
③ ソーシャルネットワークの活用 .....	37
④ フリーペーパー等の活用 .....	37
⑤ マスコットキャラクターの活用 .....	38
⑥ 生涯学習センターの利用促進 .....	38
⑦ 商工観光アプリ .....	39
⑧ 大山・菁莪地域活性化推進事業.....	40
(4) 市民満足度の向上、定住人口の増加 .....	41
① のりあい交通.....	41
② 白岡こども・ゆめ・みらいプロジェクト.....	41
(5) 定住人口の増加 .....	42
① 市外を対象としたPR活動.....	42
(6) 企業進出の進展 .....	42
① 産業団地整備の推進 .....	42
(7) 定住人口の増加、企業進出の進展.....	43
① 企業との協働によるPR活動 .....	43
(8) 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、企業進出の推進.....	43
① 白岡中学校周辺区域土地利用推進事業 .....	43

## 1 短期（平成27年～29年度）計画期間における取組結果

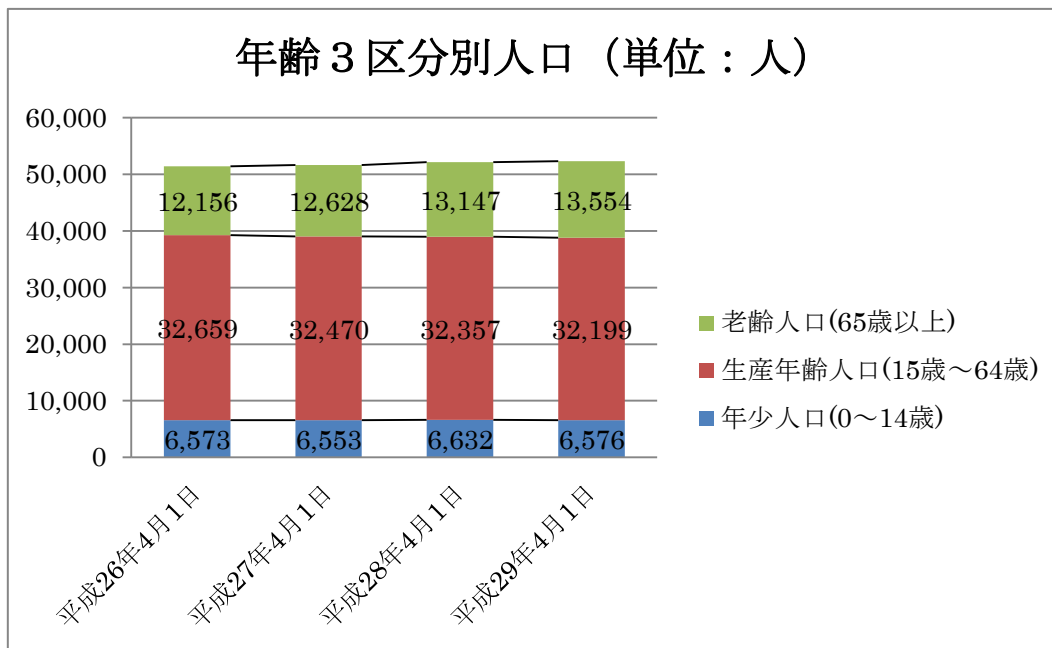
本市のシティプロモーションの目的は、「市民と共にシティプロモーションを推進し、市民に本市の魅力を再認識していただき、本市への愛着度を高めていただくことで市民協働によるまちづくりを進めていきます。これにより、進展する人口減少・少子高齢化社会において、市民と共に本市の緩やかな発展を一步一步進めていくことを目指します。」と定めています。

主な目的としては、市のイメージアップを図り、将来的な定住人口の増加を目指すことであるため、短期計画期間の成果として、白岡市の人口推移を検証します。

シティプロモーション戦略を策定する前の平成26年4月1日現在の人口は、51,388人となっておりましたが、平成29年4月1日現在の人口は、52,329人となり、微増が続いています。



しかしながら、本市の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、減少し続けており、この3年間で、市の人口の高齢化がさらに進んでいます。



このことから、中期（平成30年～32年度）計画期間は、若年層や子育て世代など定住人口増加のターゲットとなる人々に対して、アクションプランを展開していく必要があるといえます。

## 2 短期（平成27年～29年度）計画期間アクションプランの評価

本市の短期（平成27年～29年度）計画期間のシティプロモーションでは、目的別に17のアクションプランを提示しました。

このアクションプランについては、全体の88%以上が中期（平成30年～32年度）計画期間に向けて充実、もしくは現状維持をしていく方向性を示しています。

また、このアクションプランは、それぞれの担当部署が進捗管理を行うことで、全庁的にシティプロモーションの視点を持って施策を実施することができました。この機会に短期計画期間のアクションプランを振り返ることで、中期計画期間をより充実したものにします。シティプロモーションの効果が低くなっているものについては、見直しをして有効なアクションプランを再構築します。

### 3 短期計画期間アクションプラン進捗状況調査結果

短期（平成27年～29年度）計画期間に実施したアクションプランについて、担当部署に進捗状況調査を行いました。ここでは、その調査結果を報告します。

#### (1) 市民満足度の向上

##### ① 健康シティプロモーションの推進

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。		
時期	平成27年4月から	場所	市内
対象者	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の「はぴスイッチ（健康やる気スイッチ）」をONにするための啓発活動。白岡市健康増進計画内の「健康意識の向上」における「はぴすシティプロモーション事業」</p> <p>「はぴすスイッチ宣言事業」</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</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（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、はぴすスイッチ宣言に関する特集を組み、はぴすスイッチ宣言の紹介やはぴすスイッチ宣言をした方のコメントを掲載</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について、庁舎、医療機関、関係団体、駅、小中学校にポスターを掲示、また、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の掲載</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</p> <p>・通知用封筒に、なし梨キャンペーンラベルの貼付</p> <p>・平成29年4月号から10月号まで、広報しらおか裏表紙に、「スイッチオン！はぴすスイッチ！」と題した、健康づくり通信を掲載</p>		

効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・健康づくりに関しての啓発を行うことで市民の健康増進を図ることができ、また市民一人ひとりがはぴす（健康で幸せ）を感じることで、市の良いイメージを市内外に発信できた。</li> <li>・全戸配布の広報紙や若者が利用するツイッターになし梨キャンペーンを掲載し、幅広い世代に周知することができた。また、広報しらおかの裏表紙に健康づくり通信を掲載し、健康増進の推進が図られた。</li> </ul>	
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・広報しらおかでは、同じ内容での特集化は難しいため、今後、はぴすシティプロモーションを取り上げるためには、新たな内容・結果等が必要である。</li> </ul>	
中期計画に向けた方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 充実</li> <li>② 現状維持</li> <li>3 見直し・改善</li> <li>4 休止</li> <li>5 完了</li> </ul>	<p>【理由】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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づけの啓発活動を行う。</li> <li>・引き続き、市民の健康増進を推進するため、広報紙をはじめとした様々なツールで情報発信を行う。</li> </ul>

② 生涯学習施設の建設と利用促進

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現在建設予定中の複合型生涯学習施設の建設促進を図る。</li> <li>・完成後は、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。</li> </ul>		
時期	平成27年度から	場所	市内
対象者	市民（子どもからお年寄りまでの幅広い世代）		
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・小中学生によるワークショップや市民シンポジウム、オープンハウス（出張説明会）などでいただいた市民の意見、アイデアなどを可能な限り生かし、平成28年3月に基本設計を取りまとめた。</li> <li>平成28年6月 設計業務が完了</li> <li>平成28年10月 建設工事に着手</li> <li>平成28年12月 センターの管理運営計画を作成</li> <li>平成29年2月 センターの愛称を「こもれびの森」に決定</li> <li>平成29年6月 「白岡市生涯学習センター条例」を制定</li> <li>平成29年7月 「白岡市生涯学習センター条例施行規則」を制定</li> <li>平成29年10月 市民の投票により、センターのロゴマークを決定</li> <li>平成29年12月 「白岡市生涯学習センター運営協議会設置規則」を制定</li> </ul>		
効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市民の意見、アイデアを可能な限り生かしつつ、平成30年10月1日の開館に向け、計画的に整備を進めることができた。</li> </ul>		
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市民の意見、アイデア等をセンターの整備に反映する方法が課題であった。</li> <li>・センターの整備について、市民にどう周知・PRしていくかが課題であった。</li> <li>・いかに計画的に整備を進めていくか、スケジュール管理が課題であった。</li> </ul>		
中期計画に向けた方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 充実</li> <li>2 現状維持</li> <li>③ 見直し・改善</li> <li>4 休止</li> <li>5 完了</li> </ul>	<p>【理由】</p> <p>平成30年10月1日にセンターがオープンするため、センターの建設などハード的な目標から効率的・効果的な管理運営などソフト的な目標に改める必要がある。</p>	



③ のりあい交通

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成26年10月1日から実証運行が開始された「のりあい交通」のPRを積極的に行い、利用者の増加を図る。</li> </ul>		
時期	平成27年4月から	場所	市内
対象者	市民（高齢者などの交通弱者）		
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成27年4月1日から本格運行が開始される。</li> <li>・制度周知のため、各年度において広報紙4月号に合わせてパンフレットを全戸配布</li> <li>・当該パンフレットにおいて、路線バスとの接続を市民に提案</li> <li>・職員出前講座を通じた市民への制度周知</li> <li>・平成30年度から運行内容を改正するための協議を実施（昼休み時間の運行及びインターネット予約を実施することを合意）</li> </ul>		
効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1日当たりの利用者を指標とすると、平成27年度で30.5人/日、平成28年度で33.5人/日、平成29年度（平成29年12月末時点）で35.3人/日と着実に増加しており、市民に定着してきている。</li> </ul>		
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・路線バスやタクシーと適切に役割分担しながら、一体として機能するように配慮した上で、利便性の向上を考えていかなければならない。</li> </ul>		
中期計画に向けた方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 充実</li> <li>② 現状維持</li> <li>3 見直し・改善</li> <li>4 休止</li> <li>5 完了</li> </ul>	<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。今後も引き続き、市民の声を聞くとともに実態を踏まえて、改善の方向性を検討していく。</p>	

④ 公共施設無料W i F i の整備

目的・効果	・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	—	場所	市内
対象者	市民（施設利用者）		
取組内容	<p>・総務省では、平成29年度から公衆無線LAN（W i F i）環境整備支援事業が導入され、公衆無線LAN整備を行う地方公共団体に対して、費用の一部補助金の補助が開始された。</p> <p>現在のところ白岡市は補助対象とはならないが、今後も動きを注視していきたい。</p> <p>・平成30年10月1日開館の白岡市生涯学習センター〔こもれびの森〕に公共施設無料W i F i を導入する。</p>		
効果	—		
課題	—		
中期計画に向けた方向性	① 充実	<b>【理由】</b> ・短期計画期間内でのW i F i 整備ができなかったため、中期計画期間内での導入に向け、今後、手法等について検討をする。	
	2 現状維持		
	3 見直し・改善		
	4 休止		
	5 完了		

※W i F i : 電波（無線LAN）を用いて数十メートル程度の範囲内で高速なデータ通信を行う通信技術

⑤ 子育て世代を対象としたPR活動

目的・効果	<p>・本市の充実した子育て環境・施策の情報発信を行い、本市で子育てをすることの楽しさを子育て世代に知ってもらう。</p>		
時期	平成27年から	場所	市内
対象者	市民（子育て世代）		
取組内容	<p>（平成27年度）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・出生予定日2週間前から、無料でベビーベッドを貸し出す。1歳の誕生日前日まで貸し出し可能。（平成21年度から実施）</li> <li>・毎月1日に発行している広報紙に、市内4か所の子育て支援拠点で行われるイベント情報を掲載した。</li> <li>・年1回、広報紙において、子育て支援に関する特集記事を掲載し、子育て支援政策のPRを図った。</li> <li>・民間企業との協働により、「しらおかし いとおかし」を刺繍した本市オリジナルの「スタイ」を1,000枚製作し、保健師が家庭を訪問した際に配布した。</li> </ul> <p>（平成28年度）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大山小学校の児童の協力によるシティプロモーションの動画製作を行い、ホームページに公開し、市のPRを図った。</li> <li>・こども医療費の無償化を中学生から18歳までに年齢を引き上げた（平成29年1月診療分から実施）</li> </ul> <p>（平成29年度）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「こども・ゆめ・みらいプロジェクト」で、日本サッカー協会と「JFAこころのプロジェクト夢の教室」に関する協定を締結し、現役のアスリートやOBを「夢先生」として、市内各小学校に夢の教室を開催した。</li> </ul>		
効果	<p>・子育て世帯を対象に市の魅力をPRすることで、市のイメージ向上につながった。</p> <p>・ベビーベッド貸出事業については、広報や市公式ホームページ、利用した方からの口コミで制度の周知が広まりつつあり、年々利用申請者数が増えている。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ている。</p> <p>平成28年1月末までの実績 新規貸出128件 延長貸出311件          平成29年1月末までの実績 新規貸出133件 延長貸出333件</p>		

課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・子育て世帯の満足度が向上するよう、市のイメージ・認知度を高めるためのPR方法の探求と、広報紙、市公式ホームページ、ツイッター、マスコミ等の活用方法を研究する必要がある。</li> <li>・ベビーベッド貸出事業については、利用者数が年々増加傾向にあるが、全ての子育て世代に周知が行き届いているわけではない。ソーシャルネットワークを活用した周知や、母子手帳交付時にパンフレットを配布するなど、今後の周知方法の工夫が必要</li> </ul>						
中期計画に向けた方向性	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">1 充実</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">② 現状維持</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">3 見直し・改善</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">4 休止</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">5 完了</td> </tr> </table>	1 充実	② 現状維持	3 見直し・改善	4 休止	5 完了	<p><b>【理由】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・子育て支援を市全体で支えていることをPRし、転入世帯の受け入れにより定住者を確保する。</li> <li>・ベビーベッド貸出事業については、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。予算との折り合いもあるが、ベッド以外の利用希望もあるので、事業の見直しを検討していきたい。</li> </ul>
1 充実							
② 現状維持							
3 見直し・改善							
4 休止							
5 完了							

⑥ 安心安全メールの活用

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>		
時期	平成27年から	場所	市内
対象者	市民		
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成22年11月から安心安全メールを導入</li> <li>・防災行政無線で放送した防災情報、火災情報、人命にかかわる情報などを携帯電話やパソコンに電子メールでお知らせする。</li> </ul>		
効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・情報配信手段の1つとして、効果的な方法となっている。</li> <li>・防災行政無線のデジタル化により、無線放送やソーシャルネットワーク（ツイッター）、市公式ホームページ等の複数の情報伝達手段との自動連携が可能となった。</li> </ul>		
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・安心安全情報以外の情報発信に活用できていないため、今後は、様々な情報発信に積極的に活用していく必要がある。そのためにも安心安全メールによる情報発信方法を、庁内で共有しなければならない。</li> <li>・他の情報を流すことにより重要な安心安全情報が埋まってしまう恐れがある。</li> </ul>		
中期計画に向けた方向性	① 充実	<b>【理由】</b> イベント情報等の発信にも活用するよう努める。	
	2 現状維持		
	3 見直し・改善		
	4 休止		
	5 完了		

(2) 知名度の向上・交流人口の増加

① ふるさと納税

目的・効果	<p>・ふるさと納税寄附者のお礼に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。</p>		
時期	平成27年度から	場所	市内
対象者	市外		
取組内容	<p>・ふるさと納税のお礼に本市の特産品等を送付することで、本市の知名度アップと、特産品生産者の育成を図った。特産品の販路拡大ができた。          (PR方法として、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)・雑誌への掲載を実施した。)</p>		
効果	<p>(寄附金受付状況)</p> <p>平成27年度 4,059件 63,638,101円          平成28年度 5,827件 92,578,500円</p>		
課題	<p>・寄附件数及び寄附金額のさらなる拡大          ・寄附金使途の具体化</p>		
中期計画に向けた方向性	<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】          これまで、ふるさと納税返礼品提供協力事業者の募集や、市公式ホームページやふるさと納税ポータルサイトにおいてPRを図ってきた。引き続き、協力事業者の呼びかけ、より効果的に多くPRできる方法を検討し実施していく。</p>	

## ② 特産品のPR

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>		
時期	平成27年度から	場所	市内・市外
対象者	市民・市外住民		
取組内容	<p>・キャラクターグッズ（なしべえ・なしりん）を白岡特産館、味彩センター、白岡駅内キオスクで販売</p> <p>・市内外各種イベント等に出店し、特産品を販売</p> <p>・市の魅力を市内外に発信するとともに、商工業の振興、消費者の購買意欲の拡大及び地域の活性化を推進することを目的として、女子栄養大学と連携し、新たな特産品を開発に取り組む</p> <p>・白岡市観光協会の主催により、梨の花掛けボランティアを募り、市内梨農家で梨の花掛けを体験してもらうなど、市の特産である梨のPRを実施</p> <p>・次のイベントで、マスコットキャラクター「シラオ仮面」を活用し、特産品をPRした。</p> <p>平成29年5月 大宮アルディージャ戦</p> <p>平成29年7月 埼玉県庁の展示コーナーにマスコットキャラクター「シラオ仮面」や特産品の梨を設置してPRを図った。</p> <p>平成29年7月 都市対抗野球（東京ドーム）</p> <p>平成29年8月 埼玉スタジアム夏まつり縁日</p> <p>平成29年9月 大宮駅コンコースで利根地域によるPR活動</p> <p>平成29年11月 世界キャラクターさみっとin羽生</p> <p>平成30年3月 大宮駅コンコースで利根地域によるPR活動</p> <p>・次の番組で、特産品のPRを行った。</p> <p>平成29年4月 ニュース530（テレビ埼玉）</p> <p>平成29年8月 今どき埼玉（テレビ埼玉）</p> <p>平成29年9月 首都圏ネットワーク（NHK）</p> <p>平成29年9月 マチコミ（テレビ埼玉）</p> <p>平成30年1月 あさいち（NHK）</p> <p>・平成29年5月に、市内9つの飲食店との共同開発で、「シラオカ麺」が販売開始。マスコットキャラクターシラオ仮面とコラボして積極的にPRを行う。</p> <p>・シラオ仮面をPRするのぼり旗、シラオカ麺とシラオ仮面がコラボ</p>		

	<p>したのぼり旗、横断幕などを作成し、掲示をした。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ふるさと納税の返礼品に梨など特産品を使用し、市の特産品のPRに繋げた。</li> </ul>	
効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内外を問わず、キャラクターグッズ等の販売や市の特産品である梨の花掛けを通じて、市の知名度の向上につながった。</li> <li>・マスコットキャラクターと共に各種イベントで特産品販売を行うことで、売りに貢献し、相乗効果的に本市の知名度が向上した。</li> <li>・シラオカ麺の反響が大きく、幾度かメディアに取り上げられた。好評につき、平成29年11月から「シラオカ麺の冬あったかバージョン」を販売開始</li> <li>・テレビ局の取材を受け、白岡市の特産品が放送されることで、生産者に問合せがあり、売りに貢献した。また、本市の知名度が向上した。</li> <li>・のぼり旗については、特産品やキャラクターの啓発にたいへん役立っている。市外においてブース等でPRをする際にも、高いPR効果を発揮している。</li> <li>・ふるさと納税の返礼品に特産品を使用することで、寄付者にも喜ばれている。</li> </ul>	
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・白岡市商工会では、新たなキャラクターグッズの製作や販売は検討していないため、既存のグッズの在庫がなくなった後の特産品PR手法について検討していく必要がある。</li> <li>・さらに多くの方に本市の特産品を知っていただく機会（メディアへの登場回数等）を増やしたい。</li> <li>・シラオカ麺については、限定された店でしか販売できないという課題がある。統一的なメニューを作成し、より多くの飲食店で取り扱っていただき、さらなる定着を目指したい。</li> </ul>	
中期計画に向けた方向性	<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> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新たな特産品の開発に合わせ、販路開拓をしていく中で、市の知名度の向上につなげていく。</li> <li>・特産品をさらに多くの方に知っていただき、本市の知名度向上のため、活動の場を広げたい。</li> </ul>



③ 地域イベントのPR

目的・効果	<p>・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。</p>		
時期	平成27年度から	場所	市内・市外
対象者	市民・市外住民		
取組内容	<p>・白岡市商工会と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うとともに、商工観光アプリ「ココシル白岡」を活用した情報発信を実施</p> <p>・平成28年10月にツイッターを開設以降、市内イベント等の告知及び開催報告を情報発信</p> <p>・平成29年1月に市民記者制度を運用して以降、市民記者から寄せられたイベント情報や市内の風景写真等を広報しらおか、ツイッターで発信</p> <p>・平成29年2月に、市公式ホームページに観光協会のホームページをリンクし、観光協会が把握しているイベント情報を閲覧できるようにする。</p> <p>・平成29年4月号から、市内の観光名所・イベント等を紹介する「白岡再発見！」を広報しらおかに掲載</p> <p>・平成29年5月にNACK5スタジアムで開催された大宮アルディージャホームゲームにおいて、市のPR活動の一環として、PR冊子「いとおかししらおかし」等を配布した。</p> <p>・平成29年7月に、東京ドームで開催された都市対抗野球協賛物産展において、市の魅力をPRするため、市特産の梨やトマトカレー、梨ゼリー等を販売</p> <p>・平成29年8月に埼玉スタジアムで開催された浦和レッズホームゲームにおいて、白岡市産の梨・コロッケ・こんにゃく等を販売し、白岡市をPR</p> <p>・平成29年8月にテレビ埼玉で白岡市の柴山沼及び川の立体交差が紹介される</p> <p>・平成29年9月に大宮駅コンコースで、PR冊子「いとおかししらおかし」等を配布し、市をPRする活動を行う</p> <p>・平成29年11月に世界キャラクターさみっとに参加し、PR冊子「いとおかししらおかし」等を配布</p>		

効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ツイッターで市・商工会・観光協会のイベント情報を発信したり、市外で開催されるイベントに参加したりしたことにより、市内外の多くの方に白岡市を知っていただくことができた。</li> </ul>	
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現状では市公式ホームページ及び広報紙等で市が発信するイベントと、観光協会が発信するイベントで閲覧コンテンツが分かれているため、情報を一元管理することが課題となっている。</li> <li>・白岡市を効果的にPRする活動を研究する必要がある。</li> </ul>	
中期計画 に向けた 方向性	① 充実	<b>【理由】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各団体が主催するイベントが多いため、引き続き各種イベントの継続実施に向けて商工会、観光協会と市が連携していく。</li> <li>・イベント情報の発信の充実を図りたい。</li> <li>・市のPR事業の充実を図りたい。</li> </ul>
	2 現状維持	
	3 見直し・改善	
	4 休止	
	5 完了	

(3) 市民満足度の向上、知名度の向上・交流人口の増加

① 市民記者

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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、市外の同世代への知名度の向上が図られる。</li> </ul>		
時期	平成29年1月から	場所	市内
対象者	市民、市外住民（特に子育て世代）		
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内イベント、地域の話題等の写真撮影及び取材により作成した原稿を、市に提供していただき、広報紙や市公式ツイッターに記事を掲載する。</li> </ul>		
効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市民目線での市内イベントや、職員も知らないような地域の話題などを取材し、投稿して頂くことで、いままで埋もれていた市の魅力を発掘することができている。ツイッター投稿における、フォロワーの反応も良い。白岡市を知ってもらうきっかけになっている。</li> </ul>		
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・登録している市民記者のなかで、実際に記事を投稿してくれる人は限られている。もっと投稿者が増えるよう、気軽に投稿してもらえる工夫や、方策を考える必要がある。</li> </ul>		
中期計画に向けた方向性	① 充実	<b>【理由】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・広い世代に気軽に記事を投稿して頂けるよう、工夫をする。</li> <li>・市民記者制度をさらに充実させていく。</li> </ul>	
	2 現状維持		
	3 見直し・改善		
	4 休止		
	5 完了		

② 市のホームページの充実

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本市の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。</li> </ul>		
時期	平成27年度から	場所	市内
対象者	市民、市外住民		
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成28年10月に市公式ツイッターを開設以降、適宜イベントの告知等を情報発信</li> <li>・平成29年1月から、市の360度動画を市公式ホームページで公開。また、シラオ仮面の動画のリンクを市公式ホームページに掲載</li> <li>・平成29年6月から、防災行政無線の放送内容を市公式ホームページに掲載</li> </ul>		
効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・防災行政無線の放送内容を掲載以降、約2,200件のアクセスがあった（平成29年12月31日現在）。</li> <li>・公開した動画は500～2,000件程度のアクセスがあり（平成29年12月31日現在）、白岡市をPRすることができた。</li> </ul>		
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ツイッターへの掲載判断及び原稿作成は原課対応のため、ホームページの情報を掲載するか否かにバラつきがある。</li> <li>・市民が知りたい情報をすぐに得られるようなホームページの仕組みを研究する必要がある。</li> </ul>		
中期計画に向けた方向性	① 充実	<b>【理由】</b> ・アクセシビリティの向上を図りたい。	
	2 現状維持		
	3 見直し・改善		
	4 休止		
	5 完了		

③ ソーシャルネットワークの活用

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ソーシャルネットワーク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。</li> </ul>		
時期	平成28年10月から	場所	市内
対象者	市民、市外住民		
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成28年10月に市公式ツイッターを開設し、タイムリーな情報を発信している。</li> <li>・平成27年2月にユーチューブを開設し、年一回程度市が製作した動画を掲載している。</li> </ul>		
効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市公式ツイッターはフォロワー数が1,000人を超え、各投稿への反応もよい。学校給食など毎日情報発信をすることで、固定客を掴んでいる。市民記者から投稿のあった記事を掲載することで、市民目線の情報発信をいち早く行えている。</li> </ul>		
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市公式ツイッターは順調に運営しているが、マスコットキャラクターを活用した発信は出来ていない。庁内活動組織teamシラオ仮面に情報発信してもらうなど、方策を考える必要がある。</li> <li>・ソーシャルネットワークのフォロワー数、各投稿への閲覧数を増やすための工夫が必要である。</li> <li>・ユーチューブについては年一回程度の更新と停滞状況にある。さらなる活用を検討したい。</li> </ul>		
中期計画 に向けた 方向性	① 充実	<b>【理由】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・マスコットキャラクターを活用した情報発信をさらに検討し実行したい。</li> <li>・フォロワー数や閲覧数を増やす方法を検討したい。</li> </ul>	
	2 現状維持		
	3 見直し・改善		
	4 休止		
	5 完了		

④ フリーペーパー等の活用

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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おう。</li> <li>・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。</li> </ul>		
時期	平成27年度から	場所	市内
対象者	市民		
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成27年度に「子育て支援ガイドブック」（5,000部）を作成し、市内の幼稚園・保育所（園）に在籍する児童の保護者に配布したほか、市内4か所の子育て支援拠点にも備え付けた。</li> <li>・平成29年度に行政情報のほか地域情報、生活情報を掲載し、市民生活に必要な情報を1冊に集約し、市民の利便性を高めた冊子である「白岡市暮らしの便利帳」（25,000部）を作成した。市内全世帯に配布するとともに、転入世帯に配布した。</li> </ul>		
効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・便利帳の編集事業者の特徴である地図を便利帳に掲載することで、市民に市全体の地図情報を提供したほか、平成27年度の蓮田都市計画事業野牛・高岩土地区画整理事業の換地処分後、初めて新白岡4丁目から新白岡9丁目までを網羅した地図情報も提供することができた。</li> <li>・パソコンを持たないかた（情報弱者）への配慮に貢献した。</li> <li>・民間企業の広告を掲載することで、市の経済活性化につながった。</li> </ul>		
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・情報化社会にある現在においては、常に新たな情報が生まれている。こうした中、有益な情報が数か月後には価値がなくなる場合がある。</li> </ul>		
中期計画に向けた方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 充実</li> <li>② 現状維持</li> <li>3 見直し・改善</li> <li>4 休止</li> <li>5 完了</li> </ul>	<p>【理由】</p> <p>現状の活動を維持し、市民が必要とする情報提供において、民間事業者を活用しながら施策を展開する。</p>	

⑤ マスコットキャラクターの活用

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本市のご当地マスコットキャラクターである「なしべえ」、「なしりん」を市内外のイベント、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。</li> </ul>		
時期	平成27年10月から	場所	市内、市外
対象者	市民、市外住民		
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成27年10月に一般公募からマスコットキャラクター「シラオ仮面」が誕生</li> <li>・平成28年3月にシラオ仮面の着ぐるみが完成</li> <li>・平成28年4月に市職員による庁内活動組織「teamシラオ仮面」が発足、以降市内・市外の様々なイベントに参加をし認知度をあげる。</li> <li>・平成29年2月に東京工科大学と製作をしたシラオ仮面と白岡市の紹介動画7種類を公開開始</li> <li>・平成29年3月市内のタクシー会社と協定締結し、のりあい交通のタクシー2台にシラオ仮面のラッピングを施した。</li> <li>・平成29年3月に日本工業大学と連携し、シラオ仮面専用自転車が完成。市内外のイベントでシラオ仮面の相棒としてPRを開始</li> <li>・平成29年4月からマスコットキャラクター「なしべえ・なしりん」の管理が市に移譲される。</li> <li>・平成29年4月から着ぐるみの一般貸出を開始。市内団体から利用希望がある。同時にイラスト画像データの提供を開始</li> <li>・平成29年5月から白岡市の新名物「シラオカ麺」が誕生、シラオ仮面とタイアップしたPRを行う。</li> <li>・平成29年8月、9月にはテレビ埼玉、NHKさいたまとシラオ仮面が番組出演をし、白岡市のマスコミ向けPRに活躍する。</li> <li>・平成29年10月にシラオ仮面のLINEスタンプ販売開始</li> <li>・平成29年11月、シラオ仮面、なしべえ、なしりんが世界キャラクターさみっとin羽生に出場</li> </ul>		
効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マスコットキャラクターを市内外のイベントやマスコミに出演させることで、本市の知名度が上がってきている。着ぐるみの貸出要請も寄せられ、マスコットキャラクターを活用したPRが浸透し、当市への愛着度が向上している。</li> </ul>		

課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・着ぐるみの一般貸出を開始したが、着ぐるみの使用方法や取扱い、申請開始日等について検討が必要 （例）シラオ仮面のポーズやしぐさ、設定を着ぐるみ借り受け者にどのように伝えるか。</li> <li>・シラオ仮面専用自転車の活用頻度が低いので、より効果的なPRに資する様、積極的に活用していく必要がある。</li> <li>・「なしべえ・なしりん」は市の管理となったが、上手く活用出来ていない。シラオ仮面と併せて運用方法を検討したい。</li> </ul>						
中期計画に向けた方向性	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">① 充実</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2 現状維持</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3 見直し・改善</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4 休止</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5 完了</td> </tr> </table>	① 充実	2 現状維持	3 見直し・改善	4 休止	5 完了	<p><b>【理由】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現状の活動を維持しつつも、グッズ展開などさらなる充実を図りたい。</li> <li>・着ぐるみの使用方法や取扱い、申請開始日等についても検討をしたい。</li> <li>・なしべえ、なしりんの運用方法を見直したい。</li> </ul>
① 充実							
2 現状維持							
3 見直し・改善							
4 休止							
5 完了							



(4) 定住人口の増加

① 市外を対象としたPR活動

目的・効果	<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>		
時期	平成27年度から	場所	市外
対象者	市外住民		
取組内容	<p>市外で開催されるイベントに参加し、パンフレットの配布やポスターを掲示</p> <p>(平成27年度)</p> <p>・平成26年度に白岡市シティープロモーション冊子「いとおかし しらおかし」を5万部作成した。この冊子は市内の風光明媚な景色や地図を掲載している。市外住民にも周知できるよう、市内の金融機関に配布するほか、市外では県、高坂SA（サービスエリア）、NEXCO（東日本高速道路）、ふるさと納税寄付者等に配布し、市の魅力をPRした。</p> <p>(平成28年度)</p> <p>・市職員による庁内活動組織「teamシラオ仮面」が発足、以降市外のようなイベントに参加をし認知度をあげる。</p> <p>(平成29年度)</p> <p>【テレビ放送】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・平成29年4月12日 ニュース530（テレビ埼玉）</li> <li>・平成29年8月19日 今どき埼玉（テレビ埼玉）</li> <li>・平成29年9月1日 首都圏ネットワーク（NHK）</li> <li>・平成29年9月21日 マチコミ（テレビ埼玉）</li> <li>・平成30年1月15日 あさいち（NHK）</li> </ul> <p>【市外のイベント】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・平成29年5月27日 大宮アルディージャ戦</li> <li>・平成29年7月3日～7月31日 埼玉県庁の展示コーナーにマスコットキャラクター「シラオ仮面」や特産品の梨を設置してPRを図った。</li> <li>・平成29年7月15日 都市対抗野球（東京ドーム）</li> <li>・平成29年8月19日 埼玉スタジアム夏まつり縁日</li> <li>・平成29年8月19日 世界キャラクターさみっとin羽生カウントダウン</li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成29年9月18日 大宮駅コンコースで利根地域によるPR活動</li> <li>・平成29年11月25日 世界キャラクターさみっとin羽生</li> <li>・平成30年3月11日 大宮駅コンコースで利根地域によるPR活動</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・平成29年10月1日 マスコットキャラクターのLINEスタンプ販売開始</li> </ul>	
効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市外住民に対して、市の情報発信を行うことにより、住みやすいまちをPRすることができた。人口減少社会の中で当市の人口は微増しており、定住人口の増加につながっている。</li> </ul>	
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市の認知度はまだまだ低く、今後も市外で開催されるイベントへの参加が必要である。市の広告塔であるマスコットキャラクター「シラオ仮面、なしべえ、なしりん」を活用し、市の魅力をPRしていかなければならない。</li> </ul>	
中期計画に向けた方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 充実</li> <li>② 現状維持</li> <li>3 見直し・改善</li> <li>4 休止</li> <li>5 完了</li> </ul>	<p>【理由】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・シラオ仮面を市の広告塔として、市の知名度、交流人口、定住人口の向上に努める。</li> <li>・市の魅力をPR活動し、ふるさと納税の利用を推奨する。</li> </ul>

(5) 企業進出の進展

① 産業団地整備の推進

目的・効果	・総合振興計画の土地利用構想に基づき産業団地の整備を推進することで企業進出の進展を図る。		
時期	平成27年から	場所	市内・市外
対象者	市内外企業		
取組内容	・白岡西部産業団地に事業所を新設した企業に対し、奨励措置を実施		
効果	・奨励措置の実施は、市の産業振興及び雇用機会の拡大に寄与した。		
課題	<p>・白岡西部産業団地については、全区画が完売したため、新たな企業進出の進展を図るための方策を検討する必要がある。</p> <p>・市では現在、白岡中学校周辺区域の土地利用を最優先で進めており、市内他区域の土地利用は、行政手続きの条件や財政状況に配慮する必要がある。</p>		
中期計画 に向けた 方向性	1 充実	<p>【理由】</p> <p>・新たな企業進出の進展に向けた方策を検討する。</p>	
	2 現状維持		
	③ 見直し・改善		
	4 休止		
	5 完了		

(6) 定住人口の増加、企業進出の進展

① 企業との協働によるPR活動

目的・効果	・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。		
時期	平成27年から	場所	市内
対象者	市内企業・市民・市外住民		
取組内容	・市、商工会及び観光協会が埼玉りそな銀行白岡支店及びJR白岡駅に対し、商工・観光等に関する情報及びパンフレットを提供し、PRブースの設置やPR動画の作成・放映を実施		
効果	・埼玉りそな銀行白岡支店、JR白岡駅の利用者に対し、市の商工・観光に関する情報に触れていただくことで、市の知名度の向上につながった。		
課題	—		
中期計画 に向けた 方向性	1 充実	【理由】 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。	
	② 現状維持		
	3 見直し・改善		
	4 休止		
	5 完了		

#### 4 中期（平成30年～32年度）計画期間のアクションプラン

短期計画期間のアクションプランの進捗状況を把握するなかで、短期計画期間の内容を継続するとともに、シティプロモーションの効果が低くなっているものについては、見直しの上、有効なアクションプランを再構築し、中期計画期間に臨みます。




また、中期計画期間に新たに実施する事業もアクションプランに追加し、目的別に24のアクションプランを提示します。

##### (1) 市民満足度の向上

###### ① はぴすシティプロモーションの推進

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>									
対象者	市民(主に30歳～40歳代の子育て世代)									
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・白岡市健康増進計画と連携し、はぴすシティプロモーションの認知 度向上のために、ホームページ、ソーシャルネットワーク、広報紙等 での情報発信を行う。</li> <li>・市民相互の情報発信により、健康意識の向上を図る。</li> <li>・平成31年度の健康増進計画の見直しにおいて、市民アンケート等 により市民の健康に関する意識調査を実施し、健康意識の高まりの確 認をする。</li> </ul>									
実施期間 (年度)	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36

② 公共施設無料W i F iの整備

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>																				
対象者	市民（施設利用者）																				
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・利用頻度の高い施設を優先に、無料W i F i環境の導入を推進する。</li> <li>・施設の無料W i F i環境の利便性を広くP Rし利用促進を図る。</li> <li>・施設の無料W i F i環境の整備とともに、施設内でパソコン等を活用した多世代交流できるコミュニティづくりを推進する。</li> <li>・中期計画期間中のW i F i環境整備に向けて、既に導入済の先進自治体での事例を参考に検討をしていく。</li> </ul>																				
実施期間 (年度)	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 10%;">27</td> <td style="width: 10%;">28</td> <td style="width: 10%;">29</td> <td style="width: 10%;">30</td> <td style="width: 10%;">31</td> <td style="width: 10%;">32</td> <td style="width: 10%;">33</td> <td style="width: 10%;">34</td> <td style="width: 10%;">35</td> <td style="width: 10%;">36</td> </tr> <tr> <td colspan="10" style="text-align: right;">  </td> </tr> </table>	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36										
27	28	29	30	31	32	33	34	35	36												
																					

※W i F i : 電波（無線L A N）を用いて数十メートル程度の範囲内で高速なデータ通信を行う通信技術

### ③ 子育て世代を対象としたPR活動

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本市の充実した子育て環境・施策の情報発信を行い、本市で子育てをすることの楽しさを子育て世代に知ってもらう。</li> </ul>									
対象者	市民(子育て世代)									
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本市の特色ある子育て関連事業をホームページ、ソーシャルネットワーク、広報紙等で積極的に情報発信を行う。</li> <li>・出生届の届出者にマスコットキャラクターを用いたお祝いを贈る。</li> <li>・民間ホームページとの連携により、本市の子育て関連情報発信の充実を図る。</li> </ul>									
実施期間 (年度)	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36

### ④ 安心安全メールの活用

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>									
対象者	市民									
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・イベントやお知らせなどの情報メールを、種類別に利用者の選択によってメール配信することで、利用者それぞれに必要な情報をリアルタイムで提供する。</li> <li>・安心安全メールとホームページ、ソーシャルネットワーク等との連携を図り、情報伝達経路の複数化を図る。</li> <li>・登録者数を増やすため、周知に努める。</li> </ul>									
実施期間 (年度)	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36

⑤ 介護予防運動の普及

<p>目的・効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高齢者世帯や認知症高齢者の増加が予想されるなか、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、地域における住民主体の介護予防活動の育成・支援を行う。</li> <li>・市民の介護予防に対する意識を向上させる。</li> <li>・住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。</li> </ul>																				
<p>対象者</p>	<p>市民（主に65歳以上の高齢者）</p>																				
<p>事業内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「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、ガンバルーン（市では「健だま」と命名）と呼ばれる直径20cmほどの柔らかい球体を用いた健だま運動を行う。教室修了者に対して、運動の継続化・習慣化を目的として、フォローアップ事業（フリートレーニング）を実施する。平成29年度現在、運動プログラムだけではなく、栄養、口腔機能講座、脳トレ等を行い、内容の充実化を図る。</li> <li>・介護予防ボランティアを養成し、地域に派遣することにより、介護予防体操健だま運動の普及を図り、地域で自発的に健だま運動を行えるよう活動を支援する。</li> <li>・市内で活動している住民団体を対象に、リハビリ専門職（理学療法士）を派遣して、介護予防のためのトレーニングを実施する。</li> </ul>																				
<p>実施期間 （年度）</p>	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 10%;">27</td> <td style="width: 10%;">28</td> <td style="width: 10%;">29</td> <td style="width: 10%;">30</td> <td style="width: 10%;">31</td> <td style="width: 10%;">32</td> <td style="width: 10%;">33</td> <td style="width: 10%;">34</td> <td style="width: 10%;">35</td> <td style="width: 10%;">36</td> </tr> <tr> <td colspan="10" style="text-align: right;">→</td> </tr> </table>	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	→									
27	28	29	30	31	32	33	34	35	36												
→																					



⑥ 民間放送局データ放送サービス




目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・従来の広報紙や市公式ホームページによる情報提供のほか、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ことを目的とする。</li> <li>・台風等風が強い時に、防災行政無線では音が流れて聞き取れない状況を回避できる効果がある。</li> <li>・いつでもどこでもテレビがあれば市の情報を視聴できる。デジタル弱者にも最新の情報を届けることが出来る。</li> </ul>																				
対象者	市民																				
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・テレビ埼玉のデータ放送を活用し、市の防災・イベント情報等を発信する。</li> </ul>																				
実施期間 (年度)	<table border="1"> <tr> <td>27</td><td>28</td><td>29</td><td>30</td><td>31</td><td>32</td><td>33</td><td>34</td><td>35</td><td>36</td> </tr> <tr> <td></td><td></td><td></td><td colspan="7" style="text-align: center;">—————→</td> </tr> </table>	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36				—————→						
27	28	29	30	31	32	33	34	35	36												
			—————→																		

(2) 知名度の向上・交流人口の増加

① ふるさと納税

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ふるさと納税寄附者のお礼に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。</li> </ul>																				
対象者	市外																				
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・返礼品の対象とする特産品の選定や開発を行う。</li> <li>・本市へ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等を活用し、市外住民に広くPRする。</li> <li>・ガバメントクラウドファンディングの活用</li> </ul>																				
実施期間 (年度)	<table border="1"> <tr> <td>27</td><td>28</td><td>29</td><td>30</td><td>31</td><td>32</td><td>33</td><td>34</td><td>35</td><td>36</td> </tr> <tr> <td colspan="10" style="text-align: center;">—————→</td> </tr> </table>	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	—————→									
27	28	29	30	31	32	33	34	35	36												
—————→																					

② 特産品のPR

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>																				
対象者	市民・市外住民																				
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特産品販売へのマスコットキャラクターの積極的な活用</li> <li>・新たな特産品の開発</li> <li>・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</li> <li>・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。</li> <li>・横断幕やのぼり旗などのPR用品の作成・掲示</li> <li>・ふるさと納税の返礼品に特産品を使用することで特産品のPRに繋げる。</li> <li>・新たな特産品「シラオカ麺」のさらなる定着</li> </ul>																				
実施期間 (年度)	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 10%;">27</td> <td style="width: 10%;">28</td> <td style="width: 10%;">29</td> <td style="width: 10%;">30</td> <td style="width: 10%;">31</td> <td style="width: 10%;">32</td> <td style="width: 10%;">33</td> <td style="width: 10%;">34</td> <td style="width: 10%;">35</td> <td style="width: 10%;">36</td> </tr> <tr> <td colspan="10" style="text-align: center;">  </td> </tr> </table>	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36										
27	28	29	30	31	32	33	34	35	36												
																					

③ 地域イベントのPR

<p>目的・効果</p>	<p>・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。</p>																				
<p>対象者</p>	<p>市民・市外住民</p>																				
<p>事業内容</p>	<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、ホームページ、広報紙、マスコミへのプレスリリース 等による情報発信を行う。</p> <p>【主なイベント等】</p> <p>「町ぐるみん白岡」 ペアーズ!しらおか 白岡新春マラソン大会 白岡まつり ふるさとまつり 農業祭 オープンガーデン 元荒川観桜会 柴山沼でのイベント（お客様を招くぞと泳ぐ鯉のぼり事業等） 白岡めぐり わんぱく商店街 市内の寺社での祭り 地域における祭り</p> <p>・ブランドメッセージを活用したイベントの開催やPR事業の推進 ・地域資源を活用したPR用品の宣伝及び活用 ・新井白石など市にゆかりのある人物や史跡を、事業やイベント等 において広く活用してPRを行う。</p>																				
<p>実施期間 (年度)</p>	<table border="1"> <tr> <td>27</td> <td>28</td> <td>29</td> <td>30</td> <td>31</td> <td>32</td> <td>33</td> <td>34</td> <td>35</td> <td>36</td> </tr> <tr> <td colspan="10" style="text-align: center;"> </td> </tr> </table>	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36										
27	28	29	30	31	32	33	34	35	36												

④ 白岡市親善大使

<p>目的・効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 白岡市親善大使を任命し、大使が各分野で活動する機会に、市の魅力を紹介し、全国に広く発信してもらう。大使に市内のイベント等に参加していただき、住民との積極的な交流を図る。</li> <li>・ 白岡市親善大使が、その活動の際に市の魅力を発信することで、当市の知名度の向上、イメージアップが図られる。また、大使に市内のイベント等に参加していただき、住民との積極的な交流を図っていただくことで、住民のイベント参加率や満足度の向上など、市民の市に対する愛着心がさらに高まる。</li> </ul>																				
<p>対象者</p>	<p>市民・市外住民</p>																				
<p>事業内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 親善大使を任命し、活動する際に市のPRをする。</li> <li>・ 親善大使の名刺を作成し、市のPRに使用する。</li> <li>・ 親善大使に市内のイベント等に参加して頂き、住民との積極的な交流を図る。</li> <li>・ 市の重点施策である「こども・ゆめ・みらいプロジェクト」への参画を依頼し、子どもたちへメッセージを頂く。</li> </ul>																				
<p>実施期間 (年度)</p>	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 10%;">27</td> <td style="width: 10%;">28</td> <td style="width: 10%;">29</td> <td style="width: 10%;">30</td> <td style="width: 10%;">31</td> <td style="width: 10%;">32</td> <td style="width: 10%;">33</td> <td style="width: 10%;">34</td> <td style="width: 10%;">35</td> <td style="width: 10%;">36</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td colspan="8" style="text-align: right;">—————→</td> </tr> </table>	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36			—————→							
27	28	29	30	31	32	33	34	35	36												
		—————→																			

(3) 市民満足度の向上、知名度の向上・交流人口の増加

① 市民記者

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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、市外の同世代への知名度の向上が図られる。</li> </ul>																				
対象者	市民、市外住民																				
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市民に記者となってもらい市内の名所、イベント、有名人、事件等の身の回りの情報をソーシャルネットワークを活用して発信してもらう。</li> <li>・市民記者が発信した情報を市公式ホームページとリンクさせる。</li> <li>・市民に記者として取材や調査を行ってもらい広報紙に掲載をする。</li> </ul>																				
実施期間 (年度)	<table border="1"> <tr> <td>27</td><td>28</td><td>29</td><td>30</td><td>31</td><td>32</td><td>33</td><td>34</td><td>35</td><td>36</td> </tr> <tr> <td></td><td></td><td colspan="8">→</td> </tr> </table>	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36			→							
27	28	29	30	31	32	33	34	35	36												
		→																			

② 市のホームページの充実

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本市の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。</li> </ul>																				
対象者	市民、市外住民																				
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本市のホームページの情報をツイッター（Twitter）等のソーシャルネットワークで提供する。</li> <li>・情報内容の充実</li> <li>・動画による情報提供</li> <li>・掲載情報の整理</li> <li>・ウェブアクセシビリティの対応</li> </ul>																				
実施期間 (年度)	<table border="1"> <tr> <td>27</td><td>28</td><td>29</td><td>30</td><td>31</td><td>32</td><td>33</td><td>34</td><td>35</td><td>36</td> </tr> <tr> <td colspan="10">→</td> </tr> </table>	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	→									
27	28	29	30	31	32	33	34	35	36												
→																					

### ③ ソーシャルネットワークの活用

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ソーシャルネットワーク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。</li> </ul>									
対象者	市民、市外住民									
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市民目線やタイムリーな情報等を、ソーシャルネットワークを活用して発信する。</li> <li>・行政から発信しにくい情報を、マスコットキャラクター等を活用して発信していく。</li> </ul>									
実施期間 (年度)	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36

### ④ フリーペーパー等の活用

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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おう。</li> <li>・暮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。</li> </ul>									
対象者	市民、市外住民									
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・フリーペーパー等で市内のイベントや観光情報等を紹介する。</li> <li>・暮らしの便利帳等を官民協働発行事業により作成し、市民に配布する。</li> </ul>									
実施期間 (年度)	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36




⑤ マスコットキャラクターの活用

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本市のご当地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。</li> </ul>									
対象者	市民、市外住民									
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商工会との連携を図り、マスコットキャラクターの効果的な活用を促進する。</li> <li>・権利関係や貸出ガイドラインを整理し、利用のオープン化に取り組む。</li> <li>・民間企業がコラボレーションしやすい利用体制を整備する。</li> <li>・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。</li> </ul>									
実施期間 (年度)	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36

⑥ 生涯学習センターの利用促進

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・センターの完成後は、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。</li> </ul>									
対象者	市民(子どもからお年寄りまでの幅広い世代)									
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市民が「長い時間くつろぎ、学べる場所」として活用できるための施設整備、展示物、イベントの開催等を行う。</li> <li>・センターの開館を周知・PRするため、センターの内覧会、現市立図書館の閉館イベント等開館イベントを開催する。</li> <li>・開館記念事業として、開館セレモニー、記念式典、開館記念文化講演会、開館記念特別展及び「(仮称)こもれびの森まつり」等各種イベントを開催する。</li> </ul>									
実施期間 (年度)	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36

⑦ 商工観光アプリ

<p>目的・効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> <li>・ 市内のアプリ登録店舗の新着情報、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。</li> <li>・ 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。</li> </ul>																				
<p>対象者</p>	<p>市民、市外住民</p>																				
<p>事業内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 商工観光アプリに市内の観光施設、イベント情報を掲載する。</li> <li>・ 市のお知らせ、イベント等情報を、市のホームページやツイッターとリンクさせる。</li> <li>・ 市内店舗にアプリ登録をしてもらい、店舗の営業時間や最新情報を自ら発信してもらう。</li> </ul>																				
<p>実施期間 (年度)</p>	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 10%;">27</td> <td style="width: 10%;">28</td> <td style="width: 10%;">29</td> <td style="width: 10%;">30</td> <td style="width: 10%;">31</td> <td style="width: 10%;">32</td> <td style="width: 10%;">33</td> <td style="width: 10%;">34</td> <td style="width: 10%;">35</td> <td style="width: 10%;">36</td> </tr> <tr> <td colspan="10" style="text-align: right;">  </td> </tr> </table>	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36										
27	28	29	30	31	32	33	34	35	36												
																					



⑧ 大山・菁莪地域活性化推進事業

<p>目的・効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>																					
<p>対象者</p>	<p>市民（大山地域・菁莪地域内の住民）</p>																					
<p>事業内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大山地域・菁莪地域を魅力的で元気な地域にすることを目的とする「白岡元気プロジェクト」を実施する。具体的には、慶應義塾大学SFC研究所との連携により、地域活性化イベントの開催や地域住民をつなげる取組を実施する。また、活性化の取組に関する効果的な情報発信を行う。</li> <li>・大山地域・菁莪地域の住民の主体的な地域づくりへの参加を促し地域に対する愛着の醸成を図ることを目的として、実践的地域活性化人材育成研修を実施する。具体的には、地域活動の先進事例を学びながら、参加者同士で話し合いを行い地域活動の実践につなげる。</li> </ul>																					
<p>実施期間 (年度)</p>	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 10%;">27</td> <td style="width: 10%;">28</td> <td style="width: 10%;">29</td> <td style="width: 10%;">30</td> <td style="width: 10%;">31</td> <td style="width: 10%;">32</td> <td style="width: 10%;">33</td> <td style="width: 10%;">34</td> <td style="width: 10%;">35</td> <td style="width: 10%;">36</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td colspan="5">—————→</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36			—————→								
27	28	29	30	31	32	33	34	35	36													
		—————→																				

(4) 市民満足度の向上、定住人口の増加

① のりあい交通

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成27年4月1日から本格運行が開始された「のりあい交通」のPRを積極的に行い、超高齢社会に対応した移動手段となるよう、市民への定着を図る。</li> </ul>									
対象者	市民（高齢者などの交通弱者）									
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・市内の公共交通機関の利用促進のため、バス事業者やタクシー事業者と連携し、ホームページ等に情報を掲載する。</li> <li>・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。</li> </ul>									
実施期間 (年度)	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36

② 白岡子ども・ゆめ・みらいプロジェクト

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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・支援するところを市内外にPRする。</li> <li>・市内の子どもたちに関するさまざまな事業を展開しているところを情報発信し、白岡市は子どもたちの育成（キャリア教育）に力を入れているまちであることをPRすることで、市民満足度の向上や、定住人口の増加が見込まれる。</li> </ul>										
対象者	市民・市外住民										
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・子どもたちに、普段の授業では得られないさまざまな学びの場を提供している様子をソーシャルネットワークや市公式ホームページ、広報紙等に掲載する。</li> </ul>										
実施期間 (年度)	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	

(5) 定住人口の増加

① 市外を対象としたPR活動

目的・効果	・市外の子育て世帯に本市をPRすることにより、定住人口の増加を図る。									
対象者	市外住民（30歳代前後の子育て世帯）									
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・JR宇都宮線沿線の駅や市町などへのパンフレットの配布やポスターの掲示により本市のPRを行う。</li> <li>・パンフレットの配布やポスターは、金融機関や不動産業者など不動産物件を探している人、子育て世帯の手に渡りやすい場所に設置する。</li> <li>・交流人口、定住人口の増加につなげるために、市の魅力を掲載したPR冊子を作成し、市外のイベントで配布する。</li> <li>・市のイメージ・認知度を高めたPR活動を展開する。</li> </ul>									
実施期間 (年度)	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
	—————→									

(6) 企業進出の進展

① 産業団地整備の推進

目的・効果	・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、新たな企業誘致施策を推進することで、企業進出の進展を図る。									
対象者	市内外企業									
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産業団地の整備推進</li> <li>・企業誘致の推進</li> <li>・市内の土地利用の状況を踏まえつつ、新たな土地利用を検討する</li> </ul>									
実施期間 (年度)	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
	—————→									

(7) 定住人口の増加、企業進出の進展

① 企業との協働によるPR活動

目的・効果	・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。									
対象者	市内企業・市民・市外住民									
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・取引先や他市町村の本支店など、本市外に住む人に本市をPRしてもらう。</li> <li>・企業パンフレットの共同作成（本市の紹介の掲載など）</li> <li>・企業パンフレットへのマスコットキャラクターの使用</li> <li>・ブランドメッセージの企業活用</li> </ul>									
実施期間 (年度)	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
	—————→									

(8) 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、企業進出の推進

① 白岡中学校周辺区域土地利用推進事業

目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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、にぎわいの創出を図る。</li> <li>・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。</li> </ul>									
対象者	市民、市外住民、企業									
事業内容	・土地区画整理事業を実施することにより、市街化区域へ編入し、大型商業施設や研究教育施設の誘致を目指す。									
実施期間 (年度)	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
	—————→									