

## 玉野市シティプロモーション戦略策定に関するパブリックコメント結果について

- 1 意見募集期間 令和7年1月23日（木）～2月14日（金）
- 2 閲覧場所 市ホームページ、本庁情報公開室、各市民センター、図書館、ミネルバ、すこやかセンター
- 3 提出意見 4名
- 4 意見の概要

| 項目 | 意見の概要                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 意見に対する市の考え方・戦略への反映状況                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・玉野市自体が企業城下町のため地域への意識が薄く、個人事業主が輝ける場面が限定的であったことがアンケート調査で感じられた。</li> <li>・将来的に、経済的な潤いか、交流人口、定住人口を増やすのか考える時期である。</li> <li>・玉野市の宝を見つけることが大切である。</li> <li>・当たり前の景色が魅力になる。</li> <li>・老後移住の街、災害に強い街、リモートワークしやすい街など「地味だけど温かい街」がキーワードになる。</li> <li>・個々のビジネスでなく総力戦で玉野市が儲けられる環境を考えることが重要。</li> <li>・現代では「美意識」をもって取り組むことが大切。</li> <li>・良いことは伝わりにくく定着が困難、悪いことは伝わりやすく定着する。</li> </ul> | <p>本市の認知度を上げることにより、交流・関係人口から、移住人口の増加へと、一連の流れを意識してシティプロモーションを展開することは、地域内における経済活動の活発化や、地域経済の底上げに繋がり、ひいては市民生活にも利益が還元されるものと考えます。</p> <p>本戦略策定にあたり、開催した関係団体や移住者との意見交換会においても、地元住民には当たり前になっている温暖な気候、豊かな自然などのほか、程良い人との距離感は本市の強みであるという意見が多数ありました。</p> <p>これらの強みを更に磨き上げ、統一したまちのイメージにより、戦略的に市内外へ発信していくことが重要です。</p> <p>本戦略においては、「基本方針3 メインターゲットに応じた効果的な応報発信」を掲げ、交流・関係人口や移住・定住人口の向上を図るべく、それぞれの取組ごとにメインターゲットを設定しており、その価値観やライフスタイル等の特性により、強化する地域資源や媒体を使い分けて、継続的に取組むことで本市の住みやすいイメージの定着を図ってまいります。</p> |

| 項目 | 意見の概要                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 意見に対する市の考え方・戦略への反映状況                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 今後もっと首都圏や主要都市からの移住を検討している方が増えると思う。</li> <li>・ 地方で暮らしたいと思っていてそれを実行する後押しになるのが子どもである。友人達は生まれる前から保活をはじめ、自分たちが望む教育を実現できる保育園・幼稚園を一生懸命探していた。玉野市の保育園は情報も乏しく、現在の子育ての特色のある政策も全国的に平均的という印象である。</li> <li>・ 例えば、災害の少ない岡山県というのと合わせて、地産地消を取り入れた給食を進め食の安心もアピールすることで、親目線では少しばかり移住先リストに残るフックになりえると思う。個人的にはオーガニック給食など、大人が本気でこどものことを考えた政策をしている市や保育所にとっても惹かれると思う。</li> <li>・ 本当に素敵な玉野なので、たくさんの方に玉野を知ってもらって住んでもらいたい。</li> </ul> | <p>本市では、令和7年度からスタートする「第3期たまの創生総合戦略」において、特に若者や子育て世代に焦点を当て、若者世代が魅力を感じ本市への移住・定住を促進する施策を展開していくこととしておりますが、本市の特色を活かした子育て世代の移住者の獲得や、子育て環境の充実に関する貴重なご提案であると考えますので、施策を進めるうえで参考にさせていただきます。</p> <p>また、本市の認知度を向上し、交流・関係人口や移住・定住人口へとつながるよう、本戦略では、メインターゲットごとの価値観、ライフスタイル等の特性によって、発信する地域資源やツールを選択するなど、効果的にまた継続的にシティプロモーションを展開してまいります。</p> |
| 3  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 関東に住んでいた時、宇野、玉野の知名度の低さを痛感した。近年、瀬戸内国際芸術祭で宇野がかなり知られるようになったが、宇野が玉野市にあることは認知されていない。</li> </ul> <p>宇野周辺の官公庁や温泉ではほとんどが「玉野」と称している。市内には宇野と玉野が混在していることから、宇野駅を玉野駅に改称してはどうか。</p>                                                                                                                                                                                                                                     | <p>本市におきまして、瀬戸内国際芸術祭の岡山県内唯一の会場である宇野港は、近年、現代アートの聖地と言われる香川県・直島への玄関口として、また、旅客船寄港地としても脚光を集めており、本市の魅力的な地域資源です。</p> <p>本戦略では、国内外や市全体としての魅力発信を強化するとともに、「基本方針2 ネットワークの拡大と連携」の「戦略5 国内外の都市との連携」において、本市の生活圏や観光振興の推進面で関係性の深い直島町とも連携した発信など、広域的に「玉野市」の認知度を高めていくよう、付加価値の高い施策を進めることとしています。</p>                                             |

| 項目 | 意見の概要                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 意見に対する市の考え方・戦略への反映状況                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4  | <ul style="list-style-type: none"> <li>日本の人口が減少する中で、国内からの流入を期待することは限界がある。</li> <li>中長期的な視点からインバウンドに対するプロモーションを強化すべきであり、インバウンドの確保による市の賑わいの創出は、市全体の観光産業の発展、ひいては住みたい街、住み続けたい街につながることを期待される。</li> <li>この視点から考えると、短期的には知名度向上に効果を有すると考えられる『ののちゃん』というコンテンツは、ふさわしいとは考え難い。</li> <li>インバウンドの獲得を見据えつつ、これから玉野市の主役になる10代や、まだ生まれていない、これから生まれる子供たちが玉野市を誇りに持てるような市となることを目指し、より広い視点、より長い視野を持ち、改めてプロモーション全体の構成を考えていただきたい。</li> </ul> | <p>本戦略の上位計画である「本市総合計画」の将来像「誰もが行ってみたい、住み続けたいまち」の実現を目指し、「行ってみたいまち」から「住みたい・住み続けたいまち」へと一連の流れに繋げるべく、中長期的な視点を市民や企業団体、行政間で共有しながら、アウタープロモーションとインナープロモーションを戦略的に展開することが重要です。</p> <p>本戦略に基づき、令和7年度から、まちの魅力づくりや交流・関係人口、また移住定住人口の拡大に向けて、関係機関と連携しつつシティプロモーションに取り組んでいきます。</p> <p>イメージキャラクター「ののちゃん」につきましては、玉野市出身の漫画家、いしいひさいち氏が玉野市をモデルとした漫画の主人公であり、市制70周年を記念してイメージキャラクターとなりました。全国紙に掲載され市内外において認知されておりますことから、今後もイメージキャラクターとして活用することとしています。</p> <p>ご意見につきましては、インバウンドをターゲットにした交流人口拡大面でのプロモーション強化に繋がる視点でありますことから、施策を進めるうえで参考にさせていただきます。</p> |