

平成 30 年度

彦根市シティプロモーション戦略策定支援業務

アンケート調査結果報告書

＜第 2 回彦根市シティプロモーション戦略策定委員会配布用・概略版＞

株式会社いろあわせ

Ver.3.1

目次

- ・はじめに
- ・分析結果
- ・アンケート設問表及び単純集計結果

はじめに

「シティプロモーションは、まちに住む人やまちに関わる人たちの、想いと働きを生み出す道具だ。シティプロモーションという仕掛けによって、想い・意欲を持った、まちに住む人たちや、まちに関わる人たちが動き出す。役所に頼らない、役所だけでは担いきれない、役所では担えない様々な人を幸せにする仕組みや、まちの困ったことを解決しようと動き出す。そのためにシティプロモーションがある。」

(河井孝仁著「失敗からひも解く シティプロモーション 何が成否をわけたのか」より)

彦根市のシティプロモーション戦略では、上記のような視座から、以下の①～③のサイクルを廻していくことで、彦根市の総合的な価値を高めていくことを目的とした取組みを展開しようとしています。(第1回彦根市シティプロモーション戦略策定委員会での確認事項)

- ①市民がまちに誇りと魅力を感じる。
- ②市民が当事者意識を持ち、まちの課題解決に向けた取組に参画する。
- ③市民の熱(まちへの誇りや行動、実績)が市内外や世界に発信され、共感や憧れを獲得する。

そこで、市民が彦根市に対してどのような魅力を感じているのかなどの現状把握を行うことを目的に、市民アンケート調査を実施しました。また、県外在住者との意識のギャップを把握するため、東京、名古屋、大阪在住の方へ向けたインターネットアンケート調査も実施しました。

●調査概要

実施した2つのアンケート概要は以下の通りです。

1)彦根市民向けアンケート

タイトル「彦根市の魅力に関する市民アンケート調査」(以下、【市民向け】)

- ・実施期間 2018年7月4日～2018年7月20日
- ・対象者 滋賀県彦根市在住の18歳～75歳
- ・実施方法 上記対象者に無作為にアンケート用紙を郵送。
(郵送部数の内訳は、18～39歳に500通、40～75歳に500通 計1,000通)
- ・回答者数 302人
- ・回収率 30.2%

設問内容及び単純集計結果は P.25 ～P.37 参照

2)県外住民向けアンケート

タイトル「地域に関するアンケート調査」(以下、【県外向け】)

- ・実施期間 2018年7月19日～2018年7月23日
- ・対象者 東京都23区、大阪府大阪市、愛知県名古屋市在住の10代～60代
- ・実施方法 Webアンケートにて、東名阪それぞれ200サンプルを回収
- ・回答者数 600人

設問内容及び単純集計結果は P.38 ～P.52 参照

分析結果

*本分析では0～10段階の各評価について「8～10＝意欲が高い」「0～7＝意欲が低い」と定義しています。

推奨意欲・参画意欲・感謝意欲の関係性

前述した、彦根市シティプロモーション戦略の目的については、以下指標にて現状を可視化しています。

- ①まちの魅力を他人に奨める意欲を表す「推奨意欲」
- ②まちを自ら良くする活動に参加する意欲を表す「地域参画意欲」
- ③良くしていきたいと活動している方への感謝共感を「感謝意欲」

本報告書では、上記の成果指標（推奨意欲、参画意欲、感謝意欲）と地域への愛着度との相関性など、現状と課題の整理を目的に分析を行っています。

□高低で比較した各意欲の平均値

推奨意欲・参画意欲・感謝意欲の高低ごとに、各意欲の平均値を出した。全体母数の平均値と比較した結果は以下の通り。

		推奨意欲		参画意欲		感謝意欲	
		平均	全体平均(5.72)との差	平均	全体平均(5.08)との差	平均	全体平均(7.88)との差
推奨意欲	高	/		6.58	1.50	8.78	0.9
	低			4.73	-0.35	7.64	-0.24
参画意欲	高	7.24	1.52	/		8.61	0.73
	低	5.48	-0.24			7.77	-0.11
感謝意欲	高	6.19	0.47	5.55	0.47	/	
	低	4.91	-0.81	4.31	-0.77		

アンケート調査結果より、いずれの指標においても、意欲が高い層は、別の指標においても意欲が高くなることが明らかとなり、まずは①に焦点をあて「推奨意欲」を高めていくための課題を分析しました。

推奨意欲から見える課題

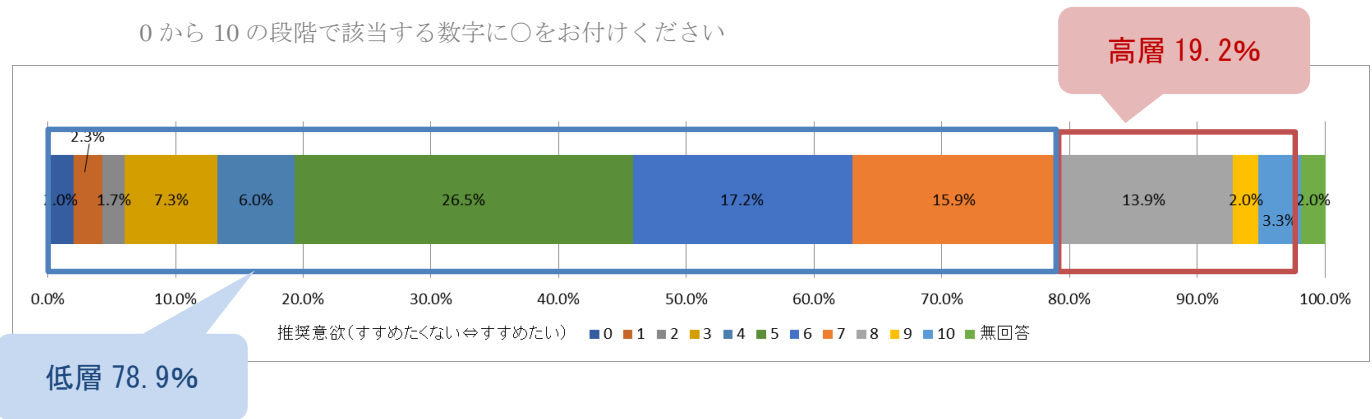
□推奨意欲の内訳

彦根市民及び県外住民に自身の住まいに対する推奨意欲を聞いた結果は以下の通り。

【市民向け】<彦根市の魅力に関する市民アンケートより>

問2【3】：あなたは、「彦根の魅力を誰かにすすめたい」とどの程度思いますか？

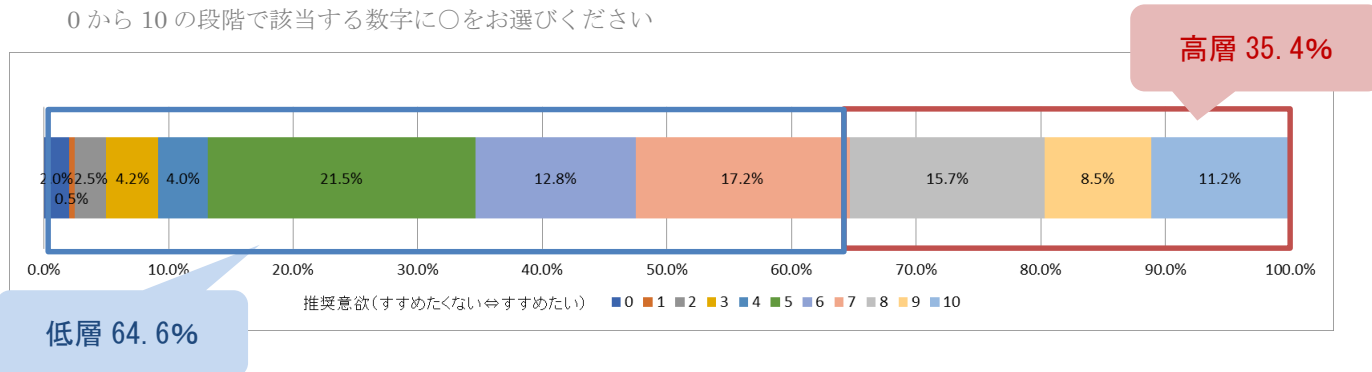
0から10の段階で該当する数字に○をお付けください



【県外向け】<地域に関する市民アンケートより>

問8 あなたは、「自分の住んでいる市区町村の魅力を誰かにすすめたい」とどの程度思いますか？

0から10の段階で該当する数字に○をお選びください



彦根市民の約8割が積極的な推奨意欲を持っていない。

県外住民の推奨意欲と比較しても彦根市民の推奨意欲は低いことがわかり、推奨意欲の向上が課題の1つとしてあげられる。

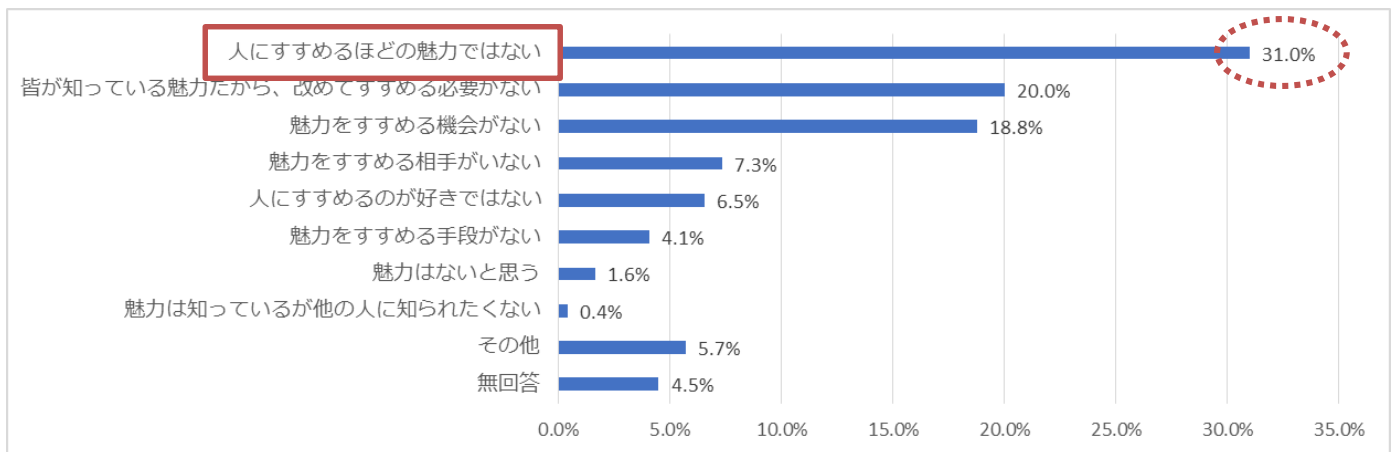
□ 推奨意欲が低い理由

推奨意欲低層に対して意欲が低い理由を質問したところ、「人にすすめるほどの魅力ではない」が31%と最も多い。この層の特徴を把握し、『人にすすめたくなる魅力』を感じてもらいコミュニケーションが彦根市民全体の推奨意欲をあげるために重要と仮説立てられる。

【市民向け】 <彦根市の魅力に関する市民アンケート>

問2【4】：全問【3】で「0～7」と回答した方にお聞きします（「8～10」に回答した方は【5】へお進みください）

積極的にすすめるとしなかった理由はなぜですか？最も近いものを1つ選び○をお付けください



「人にすすめるほどの魅力ではない」と感じる層の特徴

□デモグラフィックから見える特徴

問2【4】で「人にすすめるほどの魅力ではない」と回答した人に加え、「魅力はないと思う」と回答した人を“魅力を感じていない層”、それ以外の回答を“魅力は感じている層”と分類しデモグラフィックを整理した結果は以下の通り。

	魅力を感じていない層	魅力は感じている層
問2【4】 選択肢内容	(5) 人にすすめるほどの魅力ではない (8) 魅力はないと思う	(1) 魅力をすすめる相手がいない (2) 魅力をすすめる手段がない (3) 魅力をすすめる機会がない (4) 魅力は知っているが他の人に知られたくない (6) 皆が知っている魅力だから、改めてすすめる必要がない (7) 人にすすめるのが好きではない
年齢	30～39歳 60歳以上が少なめ (18.75%)	30～39歳 60歳以上が多め (35.25%)
性別	男性がやや多め	女性がやや多め
職業	会社員・公務員・団体職員	会社員・公務員・団体職員 専業主婦がやや多め
婚歴	既婚	既婚
子供有無	いない いる人の割合がやや多め	いない
居住年数	30年以上 20年未満の人 がやや多め (42.5%)	30年以上 ※20年未満の人 (33.81%)
エリア	東中学校区/南中学校区が多め	東中学校区/南中学校区が多め
きっかけ	彦根市生まれ育ち	彦根市生まれ育ち

※詳細のデータはP.17～19 参照

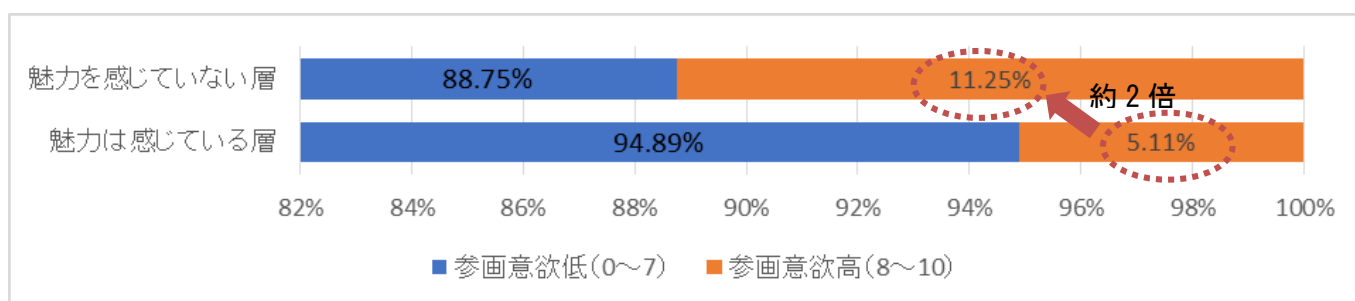
大きな差はないが、両者を比較したときの“魅力を感じていない層”の特徴として

- ・年齢層が低め
- ・居住年数が短め

の2点をあげることができる。

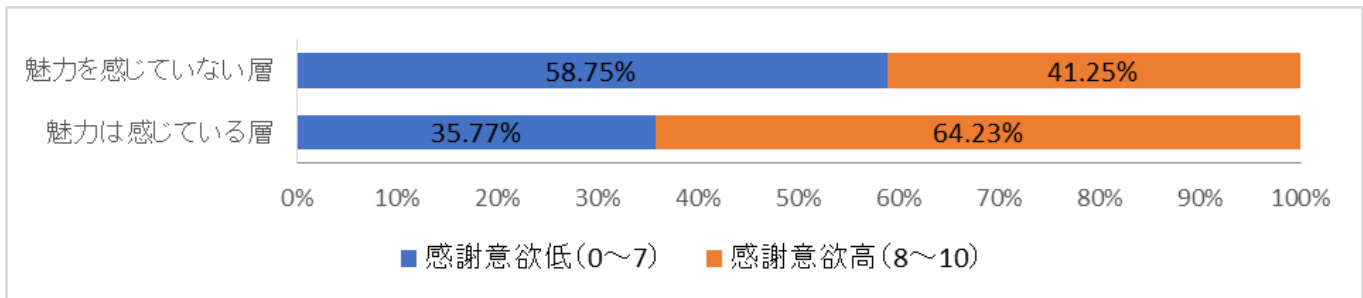
□参画意欲の差

参画意欲の平均値は、“魅力を感じていない層”が5.33、“魅力は感じている層”が4.28である。参画意欲に関しては魅力を感じていなくても低くはない。参画意欲が高い層を見ると“魅力を感じていない層”は11.25%と、“魅力は感じている層”の5.11%より倍以上の結果となっている。



□感謝意欲の差

感謝意欲の平均値は、“魅力を感じていない層”が6.15、“魅力を感じている層”が4.42。一方、高層と低層の比率を見ると、高層は“魅力を感じていない層”が41.25%、“魅力を感じている層”が64.23%であり、“魅力を感じている層”の方が感謝意欲は高い。



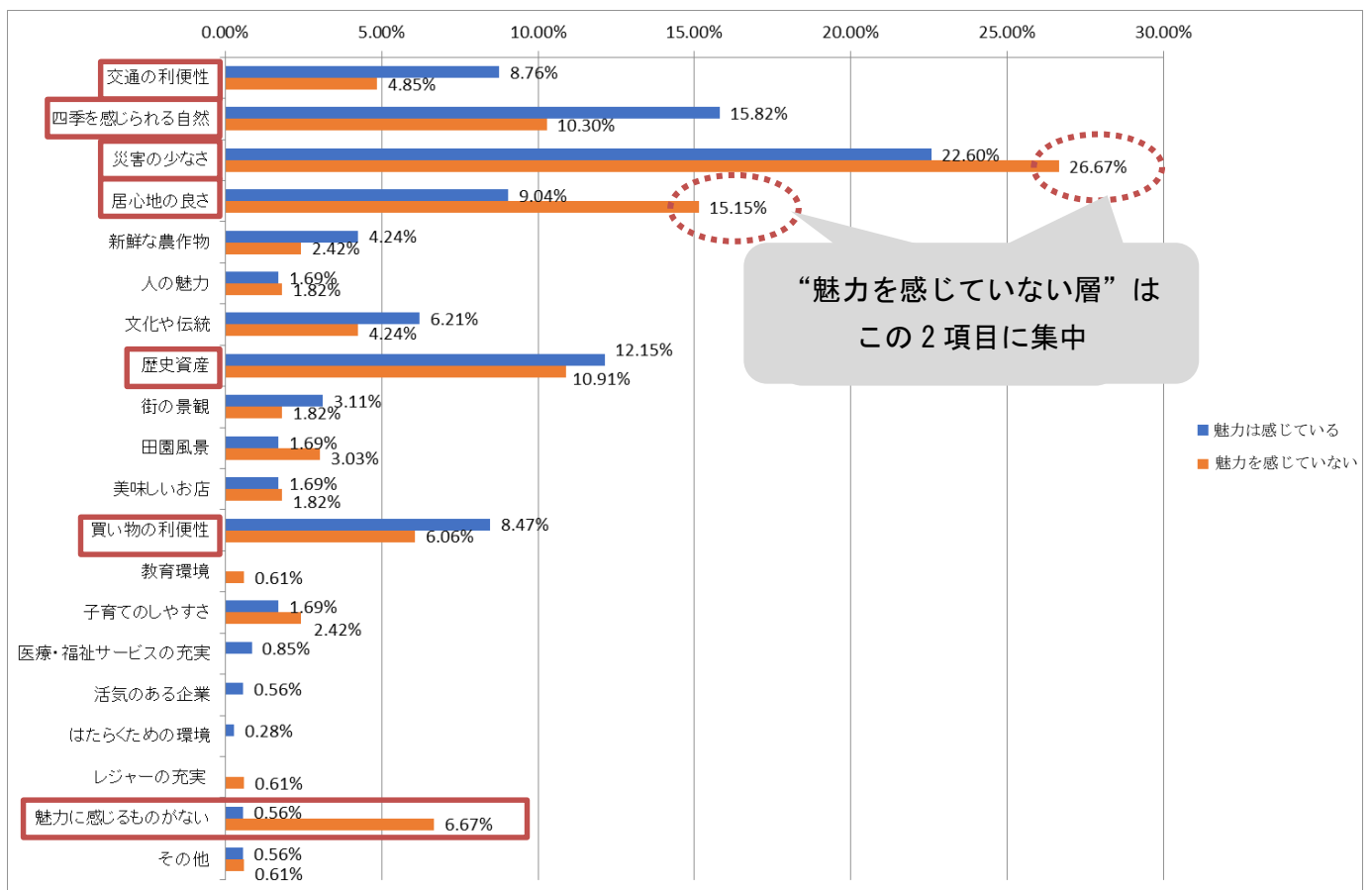
□彦根市の魅力に関する差

両者とも、上位にあがる魅力は以下の6点と共通している。

災害の少なさ・居心地の良さ・歴史資産・四季を感じられる自然・買い物の利便性・交通の利便性

これらの項目は全回答者の結果と同じ上位6項目となっており、彦根市民が魅力に感じる項目とすることができる。一方、“魅力を感じていない層”が選択した項目は「災害の少なさ」「居心地の良さ」の2項目に集中していることから、この2項目は、“魅力を感じていない層”が「人にすすめるほどではない魅力」だと認識していると推察される。

“魅力を感じていない層”がまだ魅力として認識していない項目や、上記2項目（災害の少なさ・居心地の良さ）を、人に推奨できる魅力として感じてもらうコミュニケーションが重要と考えられる。



県外住民の彦根市に対する推奨意欲

□訪問経験の有無と推奨意欲の関係性

滋賀県外住民に彦根市に対する認知度及び訪問経験を聞いたところ、知っているし行ったことがある(38.3%)、知っているが行ったことはない(48.8%)、と、「彦根市を知っている人」は全体の87.6%を占め、認知度は非常に高い。

【県外向け】<地域に関するアンケート>

問13：あなたは滋賀県彦根市を知っていますか？

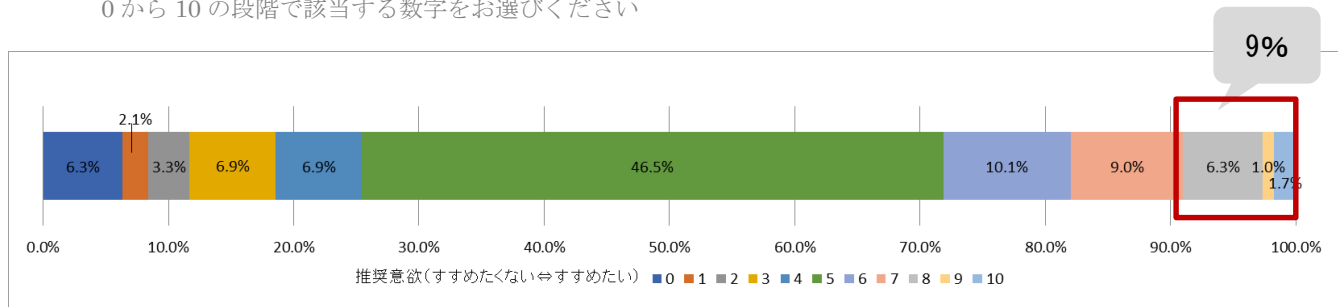


「知っているし行ったことがある」「知っているが行ったことはない」層に対して彦根市の推奨意欲を聞いたところ、推奨意欲高は全体の9%と非常に低い。

【県外向け】<地域に関するアンケート>

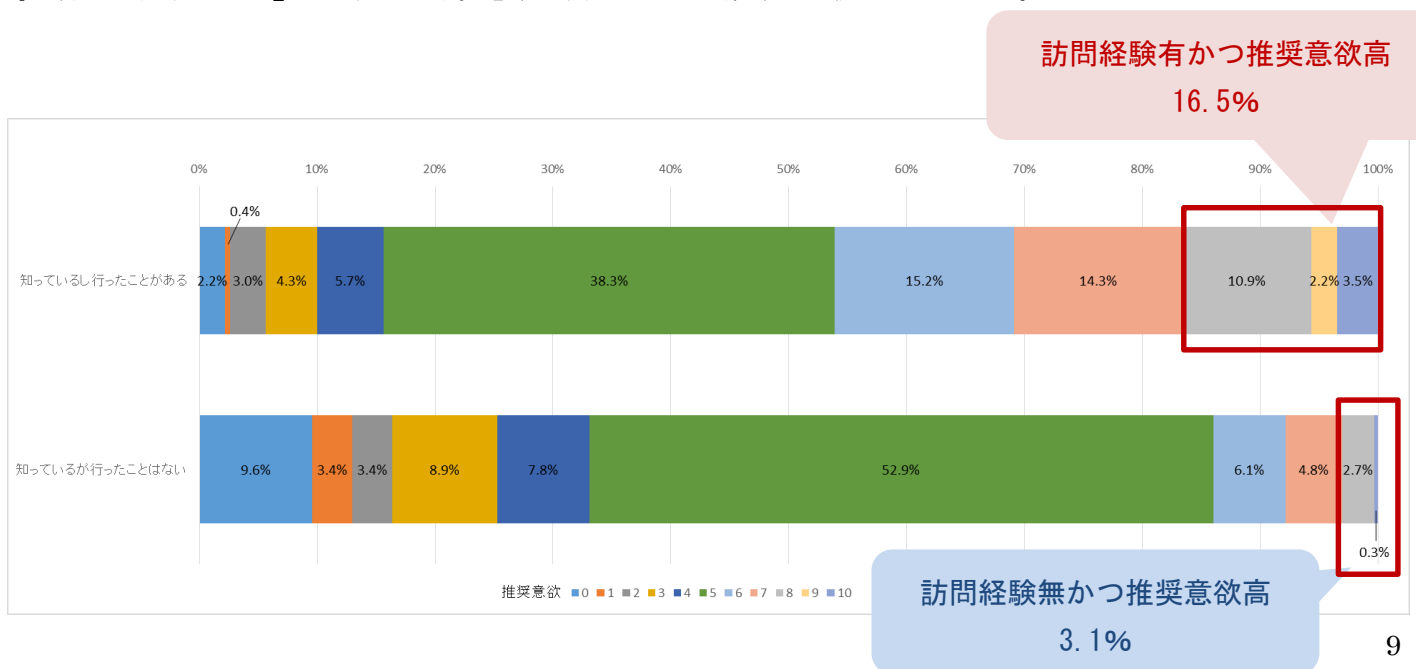
問15：あなたは、「彦根の魅力」を誰かにすすめたい」とどの程度思いますか

0から10の段階で該当する数字をお選びください



全体の彦根市民の推奨意欲は低いですが、彦根市への訪問の有無で差があるかをみたところ、“訪問経験有かつ推奨意欲高”の人はのべ16.5%、“訪問経験無かつ推奨意欲高”の人はのべ3.1%と大きく差が出た。

『実際に訪問すること』は彦根市の推奨意欲を高めるために効果的と仮説立てられる。



県外住民が感じる彦根市の魅力

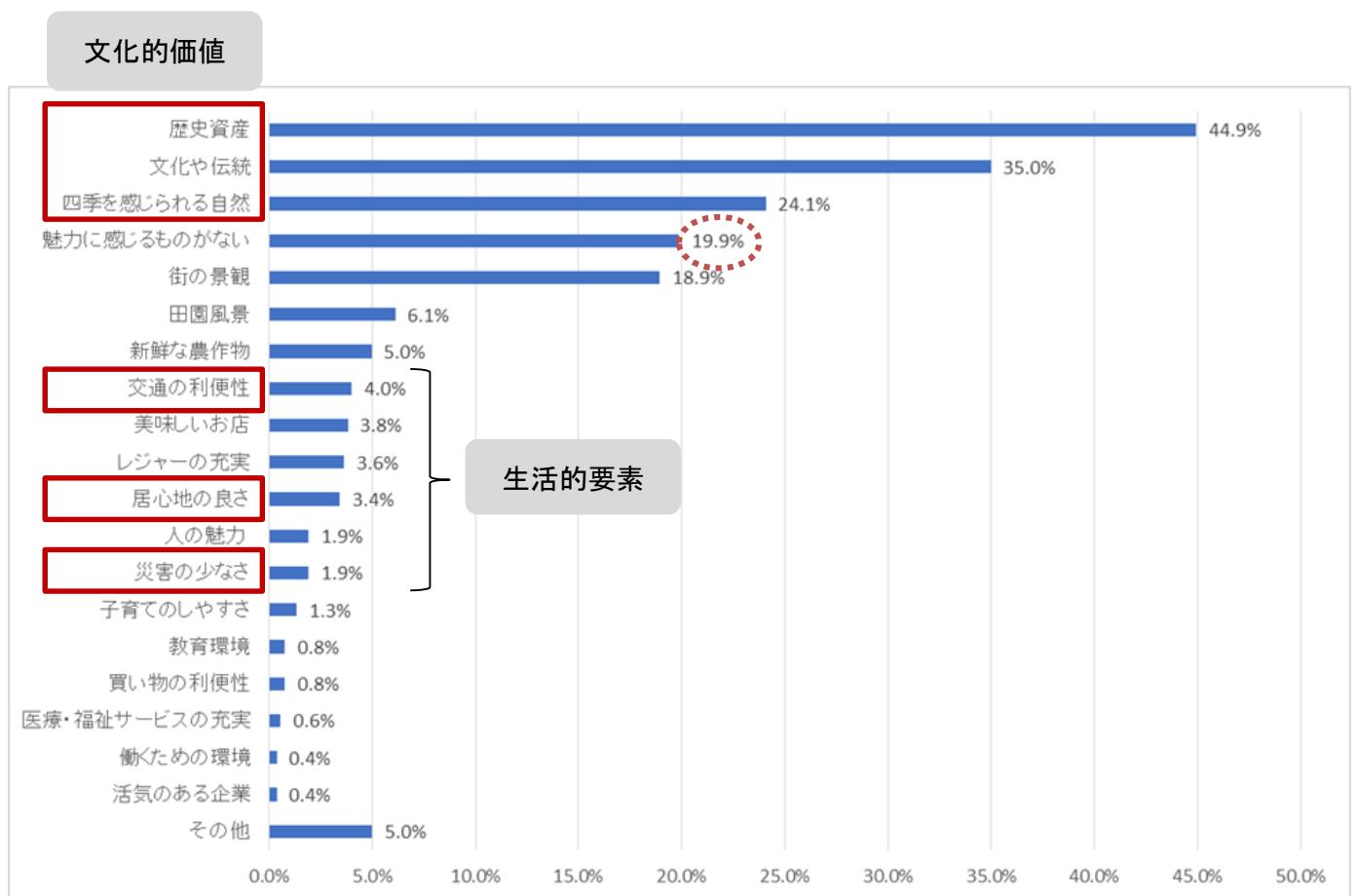
口中からみた彦根と外からみた彦根のギャップ

滋賀県外住民に彦根市の魅力について聞いたところ、「歴史資産(44.9%)」「文化や伝統(35.0%)」「四季を感じられる自然(24.1%)」が上位を占める。一方、彦根市民の回答で上位に挙げた項目を見ると「災害の少なさ(1.9%)」「居心地の良さ(3.4%)」「交通の利便性(4.0%)」という結果が出ており、両者が感じる彦根市の魅力には大きくギャップがあり、外からは【文化的価値】に、中からは【生活的要素】に魅力を感じている傾向が見受けられる。また、上位3つに続く回答が「魅力を感じるものがない(19.9%)」であることは課題の1つだ。

【県外向け】<地域に関するアンケート>

問1 4 あなたは、彦根のどんなところが魅力だと思いますか

最もあてはまるものを3つ以内でお選びください



□移住検討時に重視される魅力

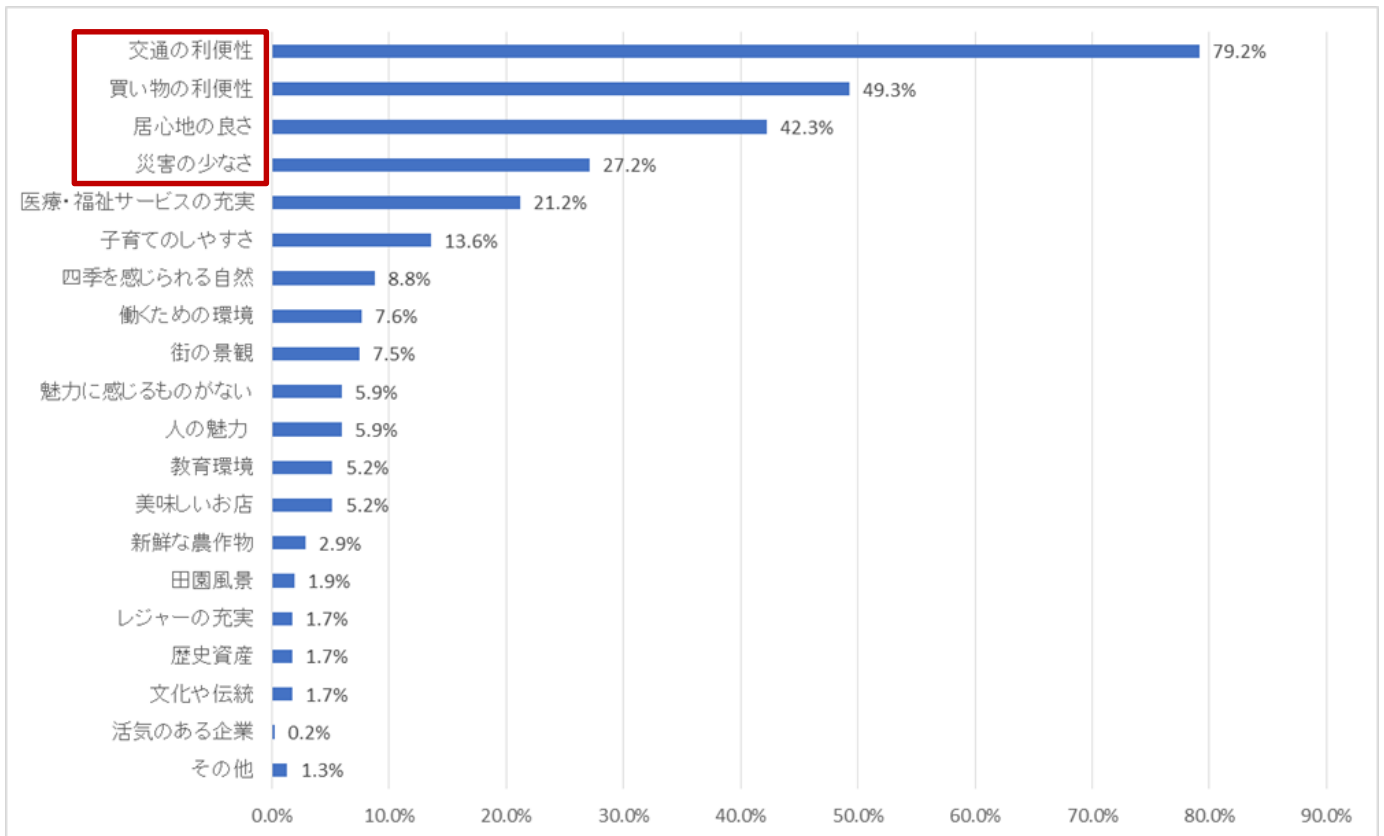
滋賀県外住民に移住検討時に重視する魅力について聞いたところ、交通の利便性(79.2%)、買い物の利便性(49.3%)、居心地の良さ(42.3%)、災害の少なさ(27.2%)が上位にあげられた。これは、県外住民が認識していない彦根市民からみた【生活的要素】の魅力の上位項目と一致している。

この魅力を県外住民に伝えるコミュニケーションによって、移住先の候補に彦根市を加えることができると仮説立てられる。

【県外向け】<地域に関するアンケート>

問18 あなたが移住を考える際、何を重視しますか？

最もあてはまるものを3つ以内でお選びください

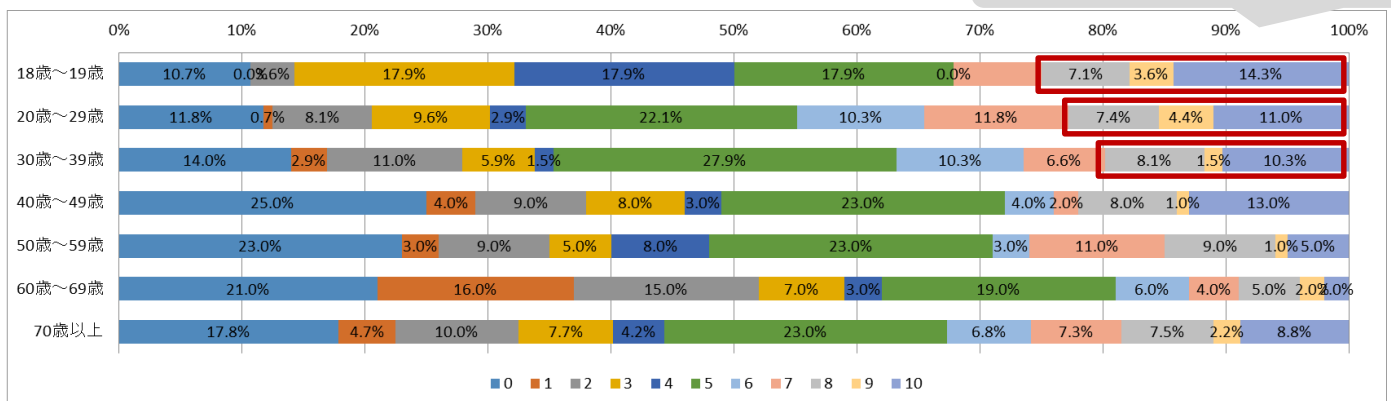


□移住意欲高層の特徴

移住意欲といくつかの項目を掛け合わせた結果、年齢に傾向があることが分かった。

移住意欲高層が多い年代は上から10代(25%)、20代が(22.8%)、30代(19.9%)。他の年代とも比べると移住意欲は若いほど高いことが明らかになる。

上から 25%、22.8%、19.9%



まとめ — 「人にすすめたくなる魅力」を伝えるコミュニケーション—

彦根市への推奨意欲を向上させるためには、『人にすすめたくなる魅力』をより認識してもらうことが重要。
以上の分析結果をまとめた内容は以下の通り。

1) 彦根市民に伝える『人にすすめたくなる魅力』とその効果

- ・すでに認識されている【災害の少なさ・居心地の良さ】に加え、
【歴史資産・四季を感じられる自然・買い物の利便性・交通の利便性】を伝えたい
- ・対象は若年層または彦根市への居住期間が短い人
- ・魅力の伝達及び実感が推奨意欲かつ感謝意欲の向上を期待できる

2) 滋賀県外市民に伝える『人にすすめたくなる魅力』とその効果

- ・災害の少なさ、居心地の良さ、交通の利便性などの【生活的要素】を伝えたい
- ・訪問誘導も推奨意欲の向上に重要な点で、魅力の訴求と掛け合わせたアプローチが有効
- ・まだ認識されていない魅力の伝達が推奨意欲を向上させ、移住促進効果も期待できる
- ・移住促進を目的としたアプローチは若年層を対象にするのが有効