

かな
「だったらいいなを叶える いけだ」の実現のために

池田がもっと好きになる

本市では、5年度にシティプロモーション基本方針を、6年度にはシティプロモーション戦略を策定しました。

今号の特集では、これまでの事例とともに、本市がめざすまちの未来に向けた、シティプロモーション事業について紹介します。

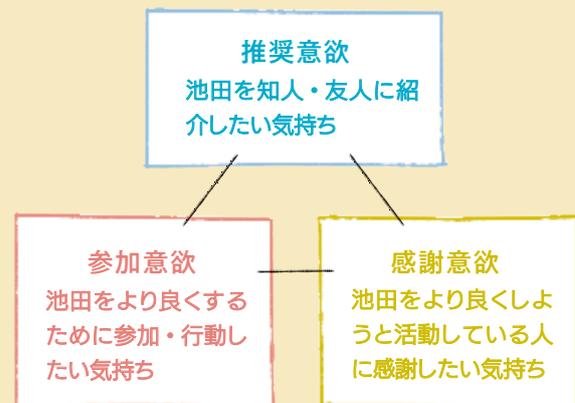
☎ 問合せ シティプロモーション課 ☎ 754・6244



● シティプロモーションとは

シティプロモーションとは、本市にある豊かで多様な資源から魅力を創出し、市内外に発信をすることで、資源を効果的に活用できるようにすることです。本市では、「推奨意欲」「参加意欲」「感謝意欲」の3つからなる「**地域への関与意欲**」を持続的に高めていくことをミッションとし、まちへの愛着を醸成し、市内外のファンを増やすことで、地域内に一人一人の「**まちに真剣（マジ）になる力**」を育む取り組みを進めています。

人口減少が進む中で持続的にまちを発展させるためには、定住人口の増加だけではなく、さまざまな形でまちに関わりたいと思う人たちの相互の交流による、一体的なまちづくりが望まれます。積極的にまちに関わりたいという「**地域への関与意欲**」を向上させることで、長期的にまちづくり人口（※）の増加や持続的なまちの発展をめざしています。



※まちづくり人口…地域活動に参加する住民を表す「活動人口」、住民以外で、通勤、通学、観光などで本市を訪れる人々を表す「交流人口」、住民や交流人口以外で、地域住民と継続的に関わる、本市のファンやサポーターのような人々を表す「関係人口」をまとめたもの。

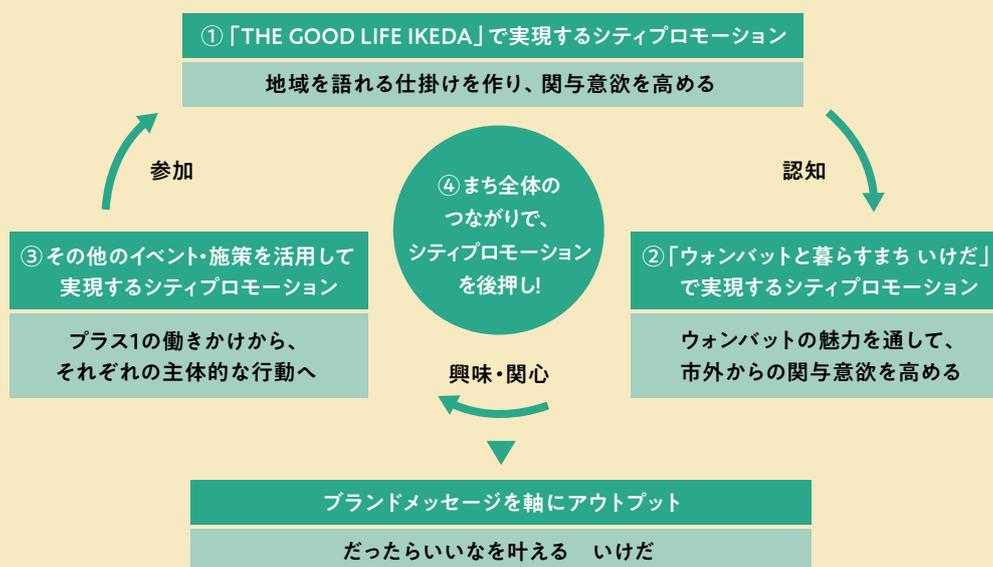
池田市のシティプロモーション戦略

～ 4つの施策と効果測定 ～

シティプロモーション戦略では、「だったらいいなを叶える いけだ」をブランドメッセージに掲げ、具体的な4つの施策や効果測定方法を示しました。施策のイメージと効果測定方法を紹介します。

4つの施策を軸にシティプロモーションを推進

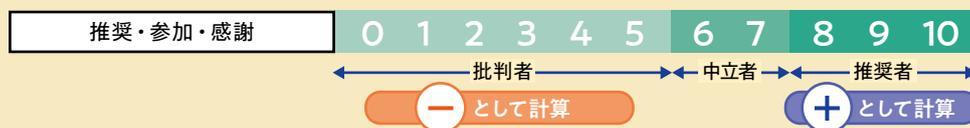
下図の①～④の施策を繰り返し実施し、個々の取り組みでは、効果測定により取り組み前後の関与意欲の増減を可視化します。結果をフィードバックして次回に生かすことで、一過性の取り組みにせず持続的な関与意欲の向上につなげていきます。



効果測定を実施 ～まちに真剣になる力を測ろう!～

池田への関与意欲を評価指標としたアンケートを用いて、取り組みの効果を測定します。市民には推奨・参加・感謝意欲を、市外に住む人には推奨意欲に関する質問から、それぞれの数値を測り、前後の差から関与意欲の上昇・低下を把握します。

● 各意欲について0～10の11段階で測定



● 各意欲の増減測定

取り組みの前後で各意欲を測定し、意欲がどれだけ増減したかを算出します。

例) 20人を対象に、Q. 池田市を知人・友人に紹介したい気持ちはどの程度ですか

8～10 … 35%(7人)
6～7 … 40%(8人)
0～5 … 25%(5人)

▶▶▶ 35 - 25 = 10

このアンケートは、シティプロモーション課が行う取り組みに限らず、市内のさまざまな取り組み（イベントやワークショップなど）でも活用することを想定しています。シティプロモーションを活用した動きが市内各地に広がることで、まち全体の「池田への関与意欲」が高まっていくと期待しています。また、別途市民アンケートなどから、市全体の関与意欲の変化についても継続的に測定していく予定です。

市内各地で「まちに真剣になる力」を測って盛り上げていきましょう!

シティプロモーション戦略について詳細は市ホームページをご覧ください。

ID 19714

これまでの取り組みから生まれた “関わりのかたち”

これまでに実施してきたシティプロモーションの取り組みについて、3 ページで紹介した効果測定の結果と合わせて紹介します。

ライフスタイルブック【THE GOOD LIFE IKEDA】 ID19660

市民へのインタビューや市内のお店を紹介する冊子を発行しました。市外で暮らす人が本市に興味を持ち、市民が本市の魅力に気付くきっかけになるよう企画しました。アンケート結果からは、特に市外の読者に市のイメージの好転が見られました。

意欲	読む前	読んだ後	増減
① 推奨意欲	43	→ 55	+12
② 参加意欲	53	→ 59	+6
③ 感謝意欲	65	→ 76	+11
④ 推奨意欲(市外居住者)	14	→ 73	+59

アンケート実施期間：6年4~11月 回答数：73件



● 参加者インタビュー ●

あらためて、さまざまな視点から池田の魅力を知る機会になりました。同様のワークショップを学校の授業でも実践できたほか、地域とのつながりをさらに深めるきっかけにもなりました。

ワークショップの手法が新鮮で、自分の人生と重ね合わせながら市の魅力とつなげていく過程が印象的でした。他の参加者の意見もとても興味深く、人とつながる面白さを感じました。



永藪さん・教員



明石さん・会社員

市民ワークショップ 【池田の魅力見つけ隊】 ID18822

本市の魅力を深く理解し自分の言葉で語れるようになることを目標とした全3回のワークショップを開催しました。アンケート結果からは、推奨意欲と参加意欲の大幅な上昇が見られました。

意欲	参加前	参加後	増減
① 推奨意欲	44	→ 88	+44
② 参加意欲	44	→ 88	+44
③ 感謝意欲	94	→ 100	+6

アンケート実施日：6年9月28日 回答数：16件
※市内・市外在住者合算で集計。

● ウォンバットを通じた池田のPR

4 年度に庁内職員有志による検討チーム「ウォンバット課（自称）」を結成し、ウォンバットを通じた本市の PR を実施しています。同チームで出展したイベント「ウォンバットの日 2024」のアンケート結果では、全体的に変化が小さい中、市民の感謝意欲の上昇が特に小さく、次回の課題を見つけることができました。

意欲	来場前	来場後	増減
① 推奨意欲	64	→ 73	+9
② 参加意欲	50	→ 70	+20
③ 感謝意欲	73	→ 75	+2
④ 推奨意欲(市外居住者)	71	→ 81	+10

アンケート実施日：6年10月20日 回答数：243件

今年度ウォンバット2頭が新たに来園予定。お楽しみに！



これからの池田の未来に、あなたの“関与”を

● シティプロモーション特設サイトをリニューアル ID11297

市ホームページ内のシティプロモーション特設サイトをリニューアルしました。

本市の魅力を紹介するページとして、今後もさまざまなコンテンツを追加していきます。



● 間もなく公開！ シティプロモーションインタビュー

本市の関与意欲の向上につながる活動を行っている人へのインタビュー記事を制作中です。池田に思いを持って活動する人の取り組みや本市の魅力の紹介を通じて、読者の共感を生み、本市への関与意欲を高めるきっかけとなることを目的としています。

7月下旬から特設サイトで随時公開予定です。お楽しみに！

● 『いけフォト』で池田の魅力を投稿しよう

池田の魅力が伝わる画像を募集しています。いけフォトは審査の上、市ホームページに画像を公開します。投稿テーマ例：「池田の夏」「お祭り」

投稿方法

市ホームページの
いけフォト投稿フォームから



● 特集に関する感想をお待ちしています！



特集を読んだ感想をアンケートにお寄せください。あなたの池田に関わりたい気持ちが少しでも増しているとうれしいです！

アンケート回答期限：7月31日(休)

(番外編)

池田の魅力をご紹介します！

あなたの“GOOD LIFE IKEDA”なもの・ことは？

石橋阪大前駅前はほんとローカルなお店がたくさん! (30代・女性)	3人目のダイハツ車リース、ありがたく利用しています! (30代・女性)	夜に五月山の有料道路を行くと鹿と猪に遭遇。意外と自然が多いのが良いです! (50代・女性)	猪名川沿いの道が走って気持ちいい (40代・男性)
駅前に官公庁がそろっていて便利 (40代・男性)	五月山から見る夜景がきれい (10代以下・男性)	ツナガリエで本を借りてもイケディアで返却できる!! (40代・女性)	落語「池田の猪買い」の舞台 (50代・男性)
古墳がある (60代・男性)	五月山動物園のウォンパットてれび (30代・女性)	ハローワークまでの道にステキな店がたくさんある! (40代・女性)	空港北の池田エリアでも飛行機の離陸写真が映えて撮れます! (50代・男性)
池田城や公園、動物園など自然や趣のあるスポットが多い。子どもがいる家庭は住みやすい町 (30代・男性)			

※ガンパ大阪池田市民応援デーでのアンケートから抜粋。