四国中央市

シティプロモーション戦略

ブランディング方針

（案）

令和５年３月

日本一の紙のまち

四国中央市

目　次

第１章　はじめに　04

背景と目的　05

戦略の位置づけ　07

第２章　現状把握　08

四国中央市の現状　09

四国中央市民へのアンケート調査結果　14

四国中央市民によるワークショップ実施結果　21

現状把握のまとめ　23

第３章　未来構想　24

未来像への課題　25

戦略の方針　27

実施テーマと18のアイディア　30

第４章　実施計画　32

アプローチの考え方　33

ロードマップ・活動計画　35

推進体制　36

「結∞人（ゆいひと）」推進メンバーのご紹介　37

第１章　はじめに

日本一の紙のまち
四国中央市

第１章　はじめに

背景と目的（1/2）

人口減少・少子高齢化による地方の衰退、新型コロナウイルス感染症拡大等の影響による日常の多様化を背景に、本市は持続可能なまちとして発展し続けるため、「選ばれる市」を目指し、この戦略を策定します。

本市を取り巻く環境



人口減少・少子高齢化

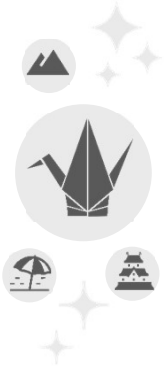
本市では人口減少・少子高齢化が進展しており、全国でも人口減少に歯止めがかからない状況です。人口が減少していくと市民生活の活力低下を招き、地域経済や自治基盤維持に大きな影響を及ぼすことが予想されます。



多様化する日常

新型コロナウイルス感染症の拡大や、気候変動により引き起こされる自然災害、世界情勢による影響が不安視される中で、人々の価値観やライフスタイルが変化し、居住地・勤務地の選択基準も多様化する動きがみられます。

本市のミッション



日本一の紙のまち・四国のまんなか・豊かな自然や伝統文化等の独自価値により人々や世間を魅了し、様々な分野で「選ばれる市」となる

持続可能なまちとして発展し続けるため、世界・日本の動きを見据えてまちの独自価値を再探求し、「選ばれる市」として定住・交流・関係人口の増加等を目指した取組が必要です。この戦略は、「選ばれる市」を目指して策定したものです。

背景と目的（2/2）

本市が目指すシティプロモーション戦略とは

1 四国中央市らしさを強化し認知を高める

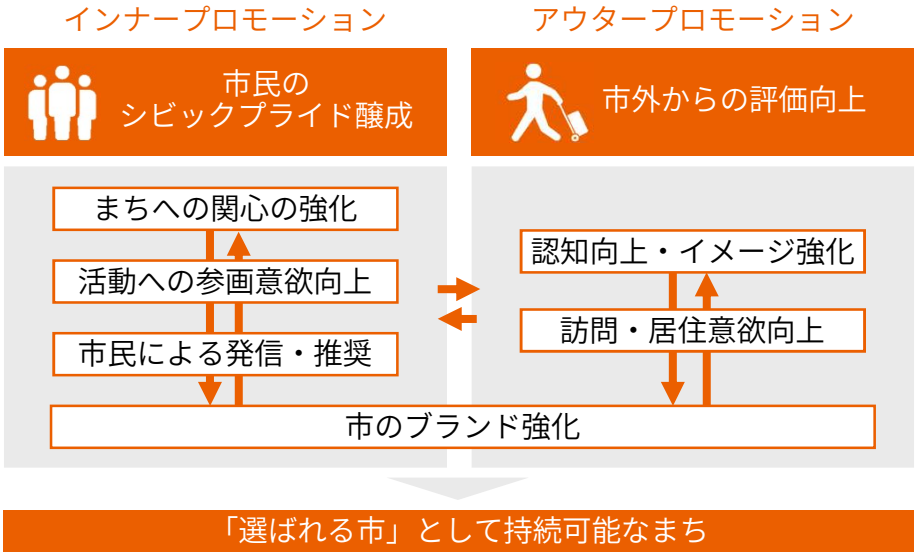
「選ばれる市」となるには、まちの資源を磨き上げ、市内外の認知を高めることが重要です。本市の四国のまんなかという特徴や、日本一を誇る紙産業、水引細工等の伝統文化、山から海に至る豊かな自然等のまちの資源を活かしたブランドを、市内外に効果的に発信します。

2 市民と行政の連携の促進

持続的な活動を目指すには、行政と市民がともにまちの魅力を語り、並走してまちのありたい姿を考え、まちをつくろうとする意思と行動が不可欠です。また、本市全職員が共通の目的を共有し、各部門の垣根を越え、地元企業や協力団体と知見やリソースを連携することが重要です。

3 市民が主役のまちづくりへ

この戦略では、「選ばれる市」を目指す本市のブランディング方針を示し、①市民（本市に関わる全ての人）がまちの未来・課題に関心を向け、自らまちをつくる当事者としてシビックプライド*を持ち、市内外にまちの魅力を発信すること、②市外からの評価が高まることで、シビックプライドが更に芳醇なものになることを目指します。



*シビックプライドとは、「まちに対する市民の誇り」のことです。郷土愛だけでなく、市民やまちに関わる人たちが、まちをより良くするために自ら関与しているという、当事者意識を伴う自負心を意味します。

戦略の位置づけ

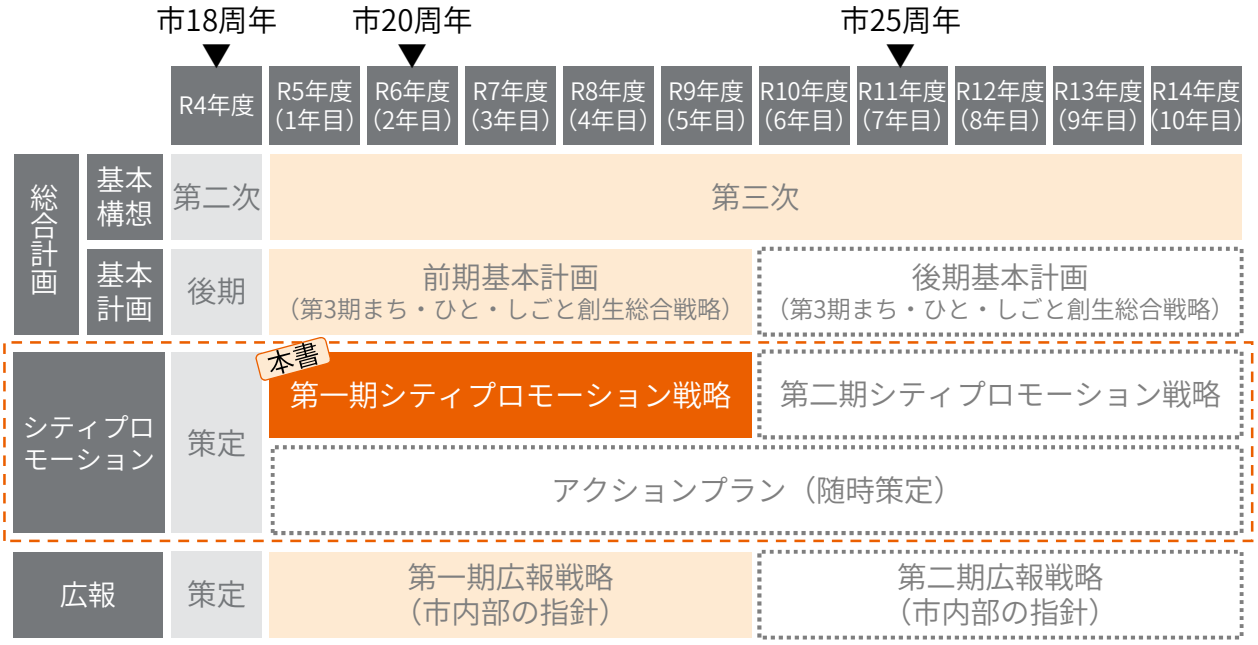
第三次四国中央市総合計画との紐づき

令和９年度までの第三次総合計画の一端としてのシティプロモーション

この戦略は、第三次四国中央市総合計画の前期基本計画（令和５年度から９年度まで）の下位計画として位置づけ、令和９年度をマイルストーンの一つとして定めています。

実現に向けて社会情勢に応じて柔軟に対応する「アクションプラン」

新型コロナウイルス感染症の拡大をはじめとする予測不可能な事象が発生した際に、軌道修正し、施策の効果に応じて柔軟に見直すため、施策の方針を示す「アクションプラン」を随時策定します。



第２章　現状把握

第２章　現状把握

四国中央市の現状（1/5）

各種統計や市民へのアンケート・ワークショップの結果から、本市が抱える課題を抽出しました。

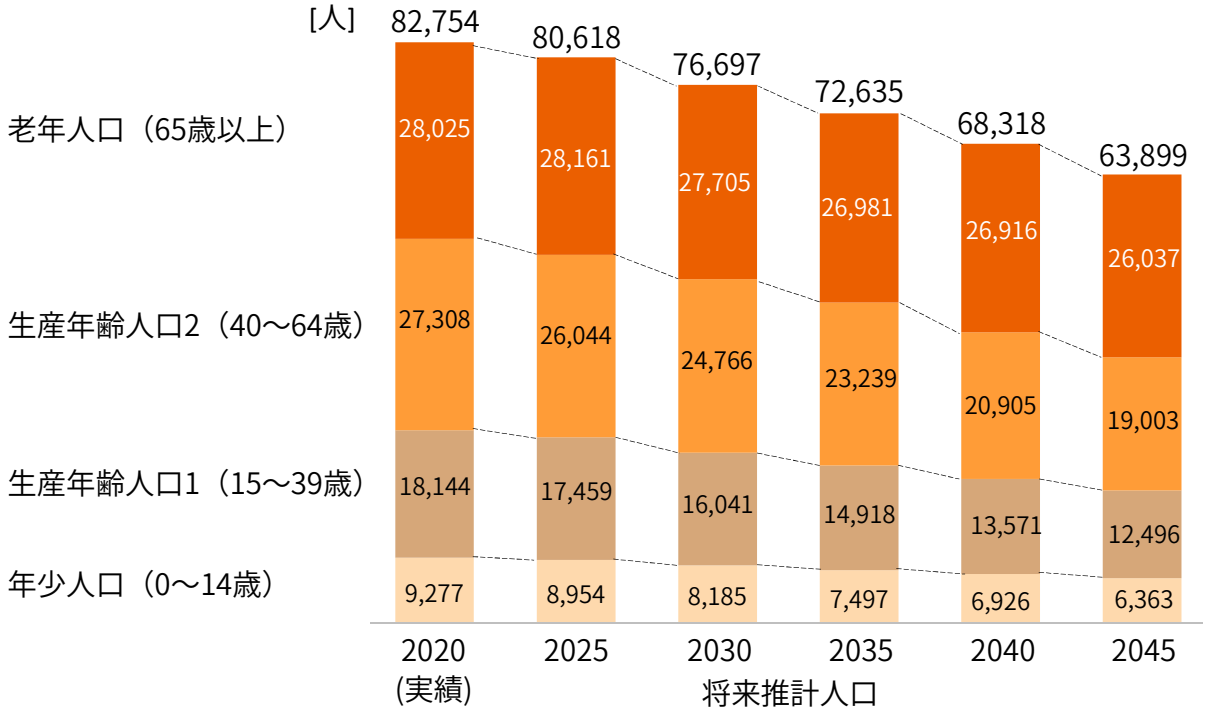
人口・世帯

減少が予測される将来人口推計

本市の人口は、今後減少を続けることが予測され、総人口は、2045年に63,899人になると予測されています。

社会トレンドと将来予測に対する懸念

本市の総人口のうち、生産年齢人口（15‐64歳)は、2020 年から 2045 年において 約1.5 万人減少すると推計されています。老年人口（65歳以上）についても、2025年をピークに減少を続けると予測されており*、長期的な人口減少と少子高齢化の進行により、地域の活力が低下し、生活サービス機能の維持が困難になる等、様々な影響が懸念されます。



*後期高齢者人口（75歳以上）の場合、14,488人（2020年）→15,779人（2045年）への増加が予測されます。
出所：国立社会保障・人口問題研究所（2018年3月推計）、総務省「国勢調査」

四国中央市の現状（2/5）

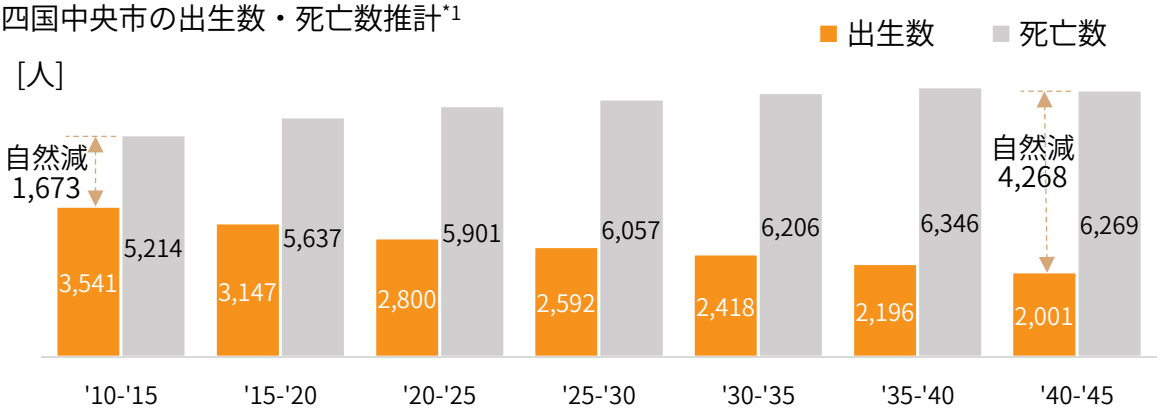
減少する本市の出生数と増加する死亡数推計

本市の死亡数が出生数を上回る自然減の状況にあり、減少幅は年々拡大傾向にあります。今後も減少幅が拡大すると考えられ、2040-2045年には、自然減は4,268人になると予測されています。

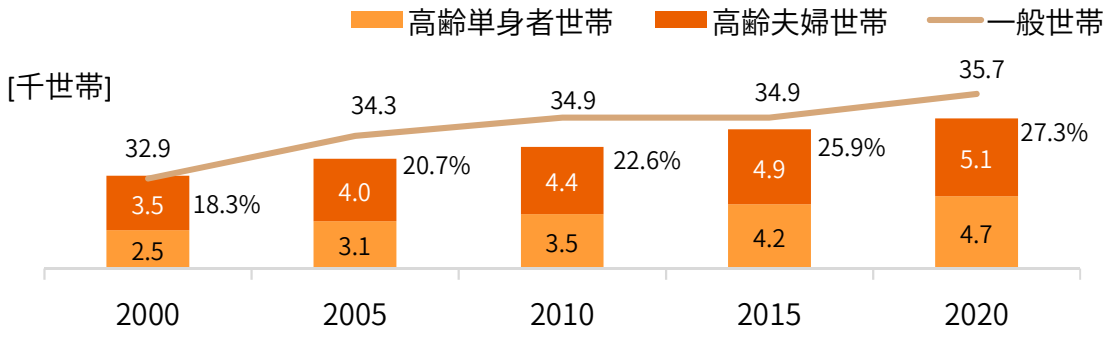
本市の世帯数の推移と求められる対応

本市の世帯数の推移では、単身世帯の増加や核家族化が進展しており、特に高齢者世帯の増加が予測されています。地域での見守りや支え合いを進め、地域インフラを維持する対応が求められます。

四国中央市の出生数・死亡数推計*1



四国中央市の世帯数の推移*2



*1：外国人含む
*2：一般世帯数。高齢単身者世帯は65歳以上の単独世帯、高齢夫婦世帯は夫65歳以上、妻60歳以上の夫婦のみの世帯。2000年は2市1町1村の合計
出所：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来人口から見た将来の出生数」「日本の地域別将来人口から見た将来の死亡数」、総務省「国勢調査」

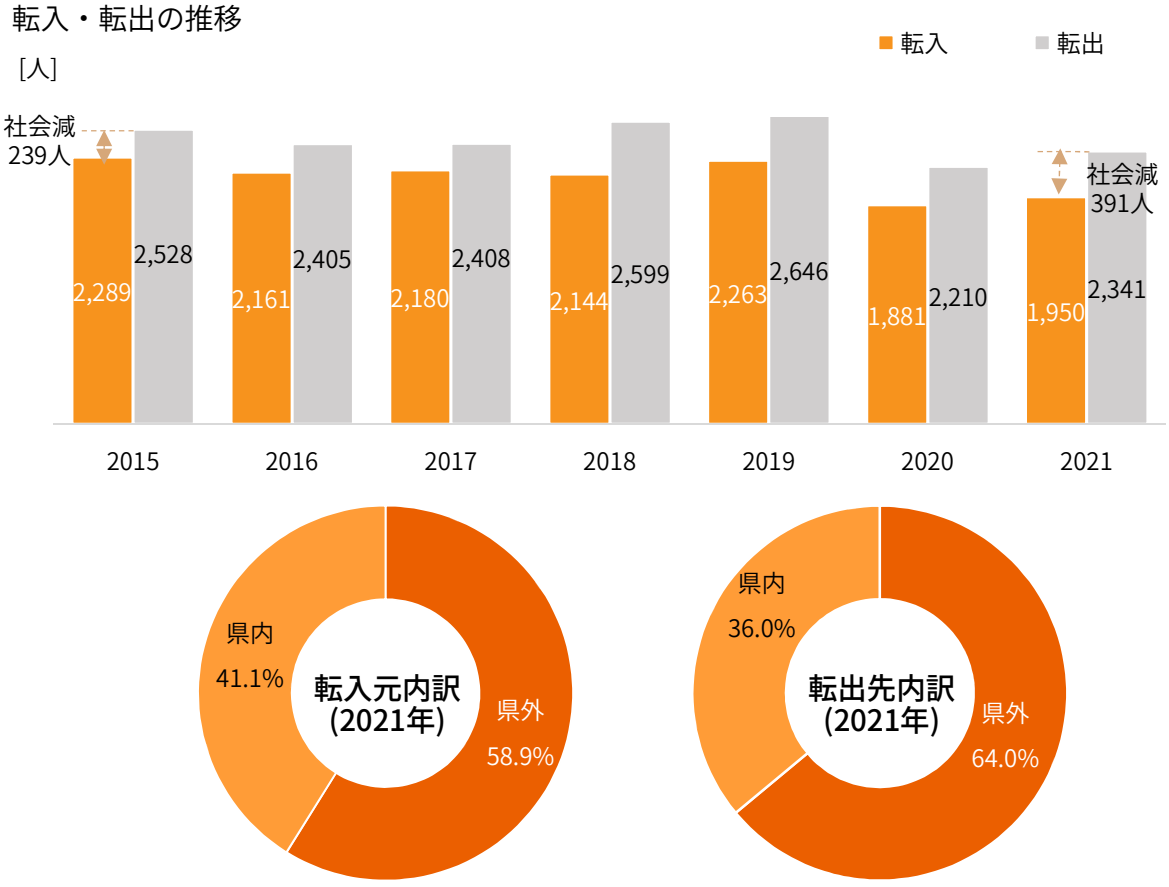
四国中央市の現状（3/5）

社会動態

転出人口が転入人口を超過

本市では、転出が転入を上回る社会減が続いています。県内より県外の転入・転出が多いことも特徴です。出産・育児支援等による自然減の抑制と、地元就職や定住促進・ＵＩＪターン等、社会減に歯止めをかける取組が重要です。

転入・転出の推移



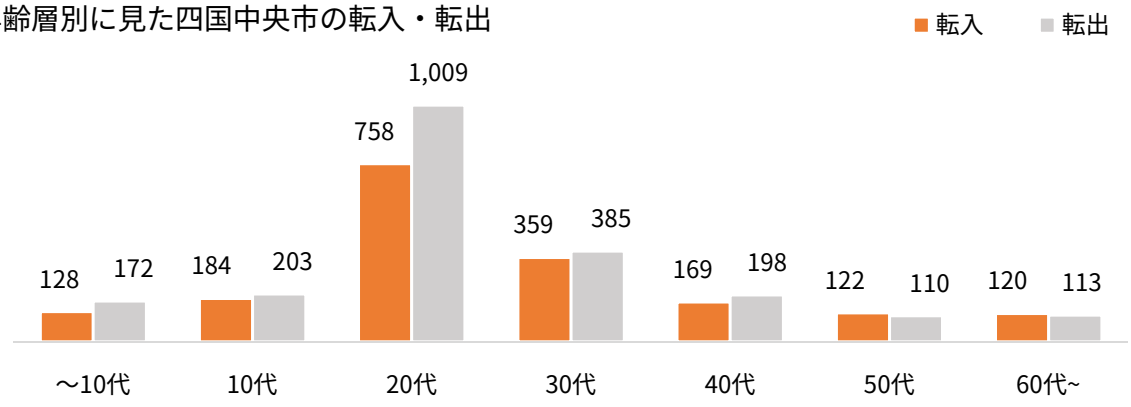
出所：総務省「住民基本台帳移動報告」

四国中央市の現状（4/5）

年齢層別にみた本市の転入・転出傾向

本市の転入・転出を年齢別にみると、20代及び30代の市民の転出が顕著であり、他の年齢層より転入も多い状況です*。高校や大学等への進学や就職のタイミングに地元を離れる一方、結婚や出産等を契機に本市へのＵターンが見込まれます。この戦略では、特に20代より若い年代へのアプローチが重要であるといえます。

年齢層別に見た四国中央市の転入・転出

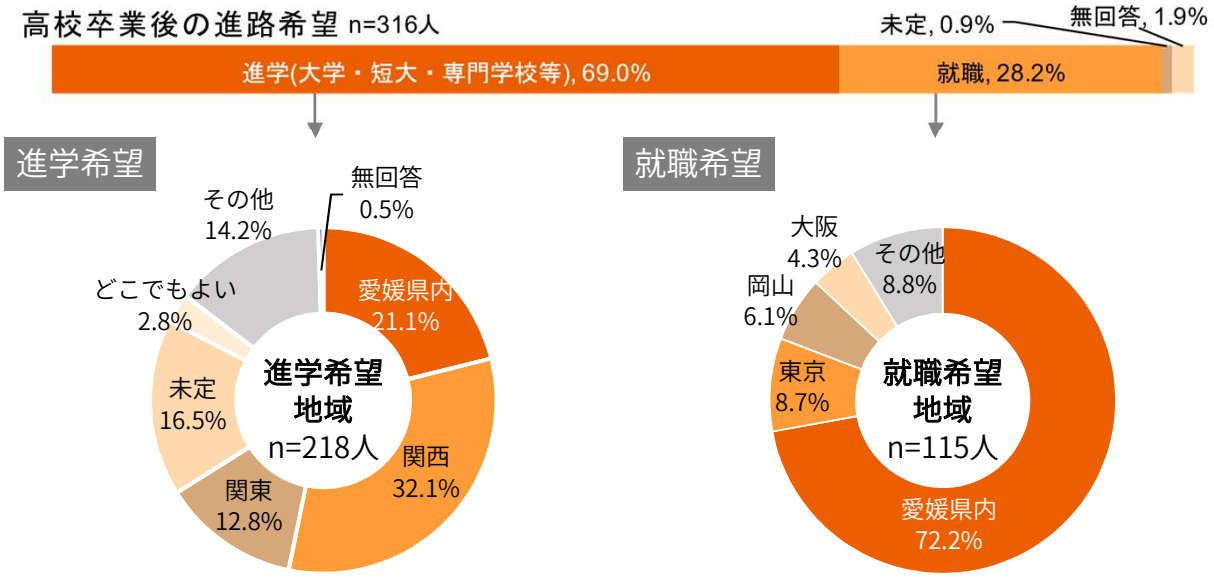


出所：総務省「住民基本台帳移動報告」2021年
* 実家以外に生活拠点を持つ学生（10代・20代）等、様々な状況があると認識しております。

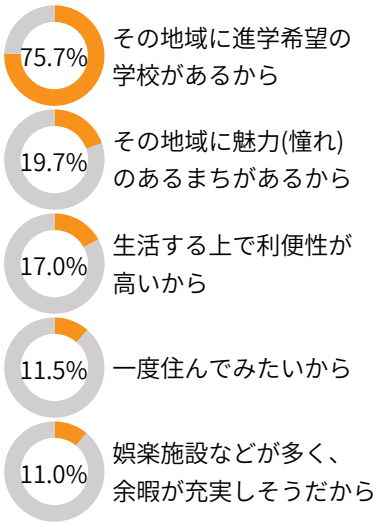
四国中央市の現状（5/5）

転出人口が転入人口を上回る本市の若年層の進路動向

市内高校生の約７割が進学を希望しており、市内に大学がないことから、県外への進学希望者が過半数を占めます。就職希望者の多くは、愛媛県内を選んでいます。実態として、本市の就職希望者の多くは、製造業（製紙等）への従事意向があると考えられます。



進学希望地域を選んだ理由 (上位5項目) n=218人



就職希望地域を選んだ理由 (上位5項目) n=115人



*川之江高校、三島高校、土居高校の3年生を対象に2019年5-6月に実施したアンケート(有効回答316)に基づく
出所：四国中央市 令和2年3月 「四国中央市まち・ひと・しごと創生『第2期人口ビジョン』」

四国中央市民へのアンケート調査結果（1/7）

アンケート実施方針

５つの評価指標について

この戦略の市民アンケートでは５つの指標を採用しており、シビックプライドに関する４つの基本指標（「愛着」、「誇り」、「継続居住意向」及び「他者推薦意向」）に加え、「ウェルビーイング*」を追加しています。近年の社会変化から、人間らしく生き生きと過ごせるウェルビーイングの考え方がまちづくりにおいて一層重視されていることから、当アンケートには市民の幸福度を測る質問も含まれます。

当アンケートは令和４年度を始期として継続的に実施し、 ５つの指標の変化・推移を読み取ることで、市民のシビックプライド向上のための効果的な施策づくりと改善に繋げます。



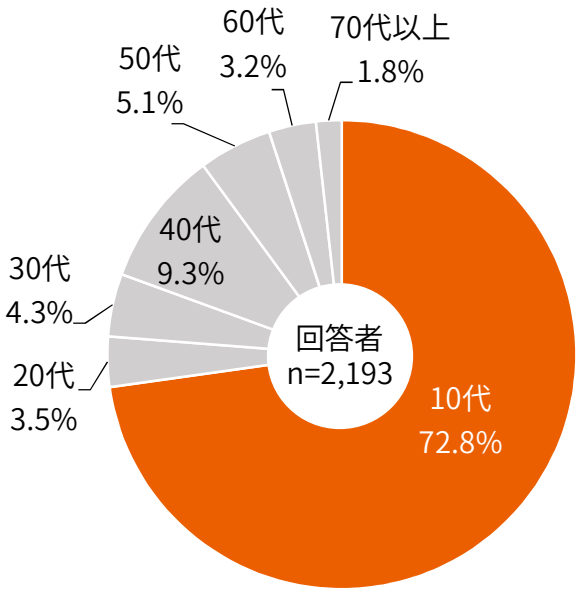
*ウェルビーイングとは、身体の健康だけではなく、精神的・社会的にも充足している状態、満足した生活を送れている状態等、多面的な幸せを意味する概念です。

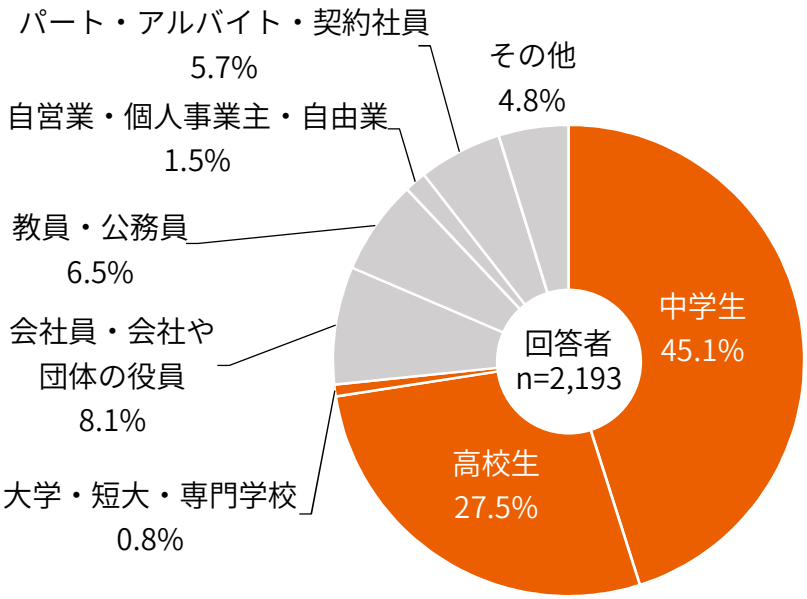
四国中央市民へのアンケート調査結果（2/7）

アンケート実施結果

公式LINE及び学校を経由したアンケート回答者の基本情報

2022年11月2日～25日にかけて、本市の公式LINE経由と、中学校・高等学校経由にて、オンラインアンケートを配布しました。回収数は2,193件であり、10代が72.8%と過半数を占め、中学生が45.1%、高校生が27.5%でした。



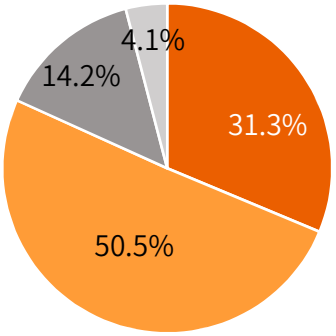


四国中央市民へのアンケート調査結果（3/7）

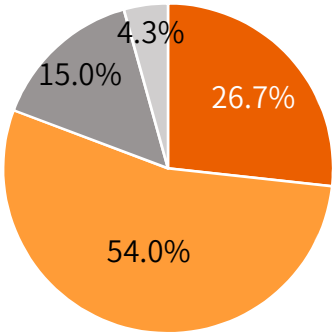
５つの評価指標ごとのアンケート回答結果｜【愛着】

本市に「愛着を感じる」（「とても愛着を感じる」「やや愛着を感じる」）が約８割を占めました。高校生も同様で、他の年代と比較して、「とても愛着を感じる」割合よりも「やや愛着を感じる」が多い結果となりました。

■ 全体



■ 高校生

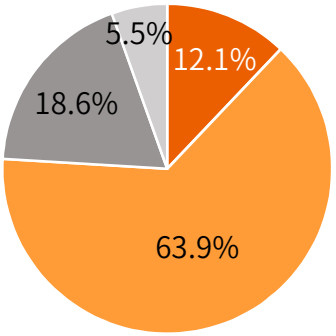


■ とても愛着を感じる
■ やや愛着を感じる
■ あまり愛着を感じない
■ まったく愛着を感じない

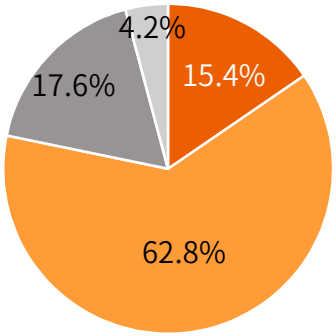
本市の活動への参加意欲は軒並み高い

本市をより良くする・魅力を高めるための活動に対し、「参加したい」（「ぜひ参加したい」「機会があれば参加したい」）が７割以上を占めました。高校生も同様で、他の年代と比較して、「ぜひ参加したい」が多い結果となりました。

■ 全体



■ 高校生



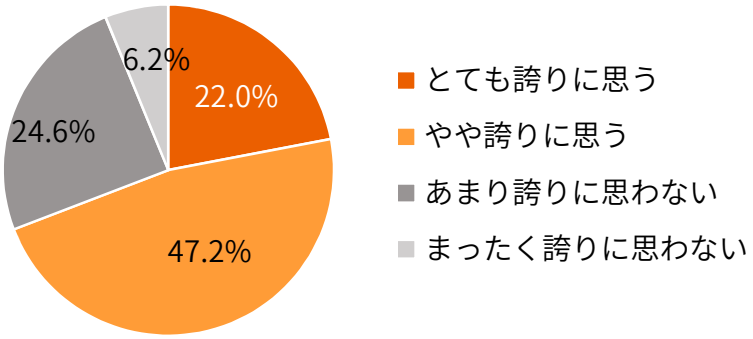
■ ぜひ参加したい
■ 機会があれば参加したい
■ あまり参加したくない
■ まったく参加したくない

四国中央市民へのアンケート調査結果（4/7）

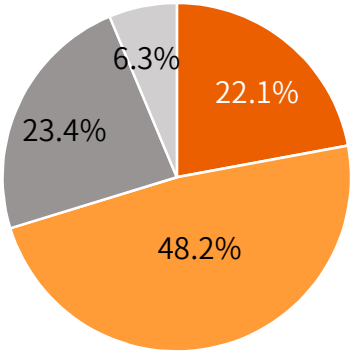
５つの評価指標ごとのアンケート回答結果｜【誇り】

本市民であることを「誇りに思う」（「とても誇りに思う」「やや誇りに思う」）が約７割を占めました。高校生においても同様でした。

■ 全体



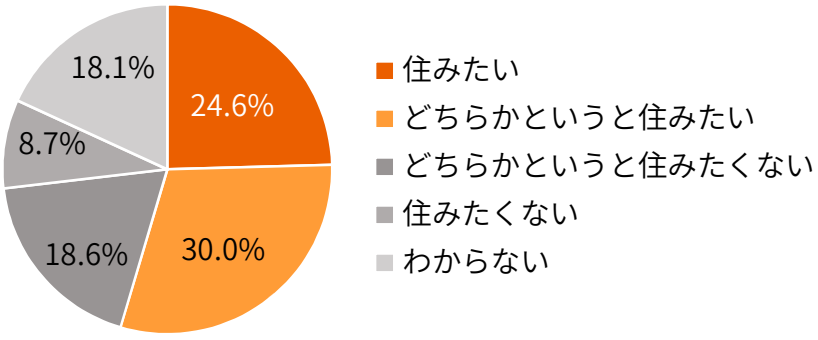
■ 高校生



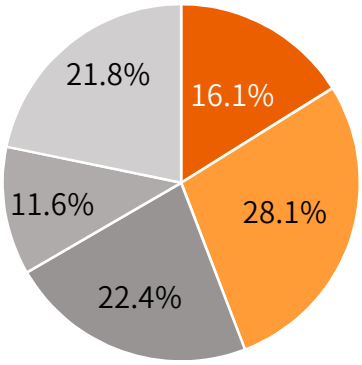
５つの評価指標ごとのアンケート回答結果｜【継続居住意向】

本市にこの先も「住みたい」（「住みたい」「どちらかというと住みたい」）が５割以上と過半数を占めました。高校生においては５割以下となり、「どちらかというと住みたくない」「住みたくない」又は「わからない」が他の年代よりも多い結果となりました。

■ 全体



■ 高校生

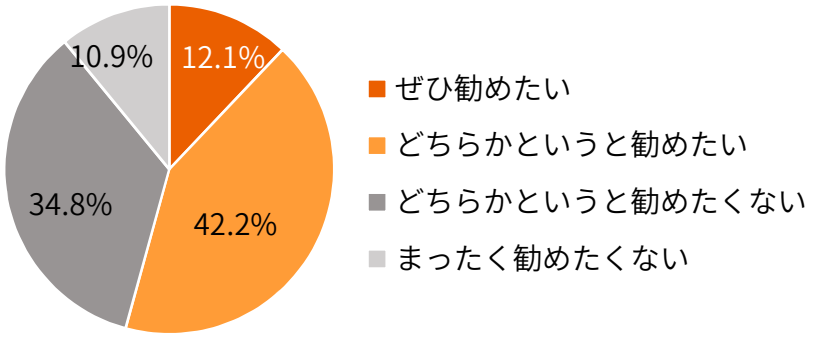


四国中央市民へのアンケート調査結果（5/7）

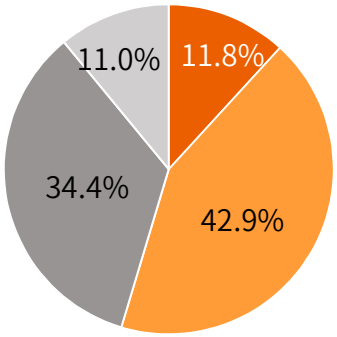
５つの評価指標ごとのアンケート回答結果｜【他者推薦意向】

本市に「住むことを市外の友人・知人に勧めたい」（「ぜひ勧めたい」「どちらかというと勧めたい」）が54.3%、勧めたくない（「どちらかというと勧めたくない」「まったく勧めたくない」）が45.7%と、拮抗する結果となりました。高校生においても同様でした。

■ 全体



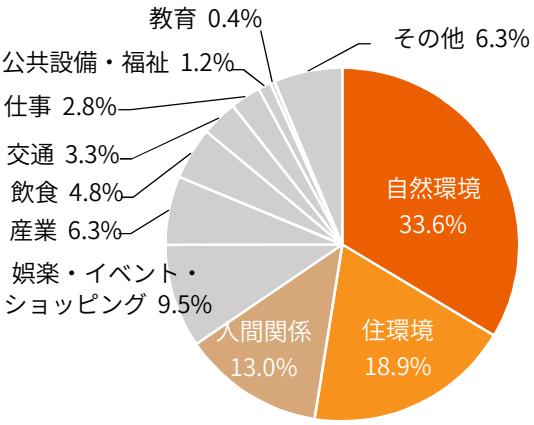
■ 高校生



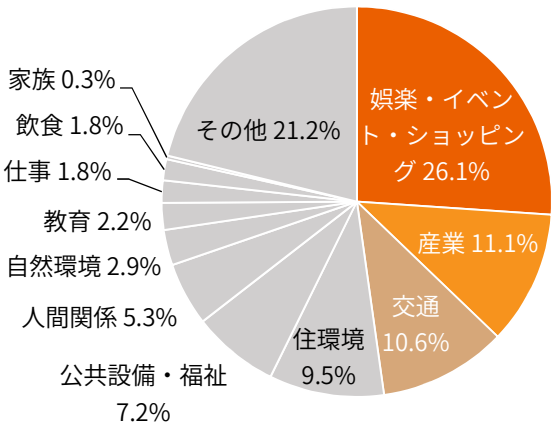
「住むこと」を勧めたいところ、移り住んでもらうために必要なもの

勧めたいと答えた方は、自然環境や住みやすさ、人の良さを勧めたいという記述が多数見られました。勧めたくないと答えた方は、市外から移り住んでもらうには、遊べる場所・商業施設の充実や、子育て支援等のサービスの充実、大気のにおいの改善が必要との記述が多数見られました。

■ どのようなところを勧めたいか（全体）



■ 移り住んでもらうために必要なもの（全体）

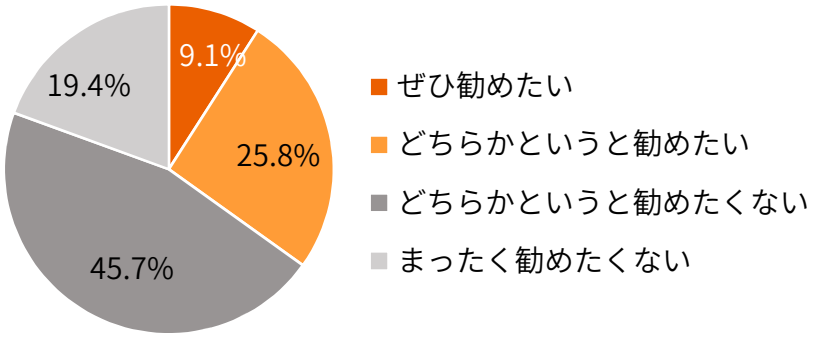


四国中央市民へのアンケート調査結果（6/7）

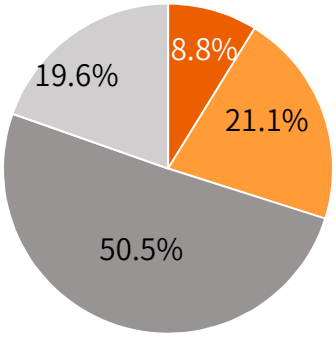
５つの評価指標ごとのアンケート回答結果｜【他者推薦意向】

本市に「観光・遊び・買い物等で訪れることを市外の友人・知人に勧めたい」（「ぜひ勧めたい」「どちらかというと勧めたい」）が34.9%、勧めたくない（「どちらかというと勧めたくない」「まったく勧めたくない」）が65.1%と、勧めたくないと感じている市民が過半数を占めました。高校生は特に「どちらかというと勧めたくない」を選択する割合が高い結果となりました。

■ 全体



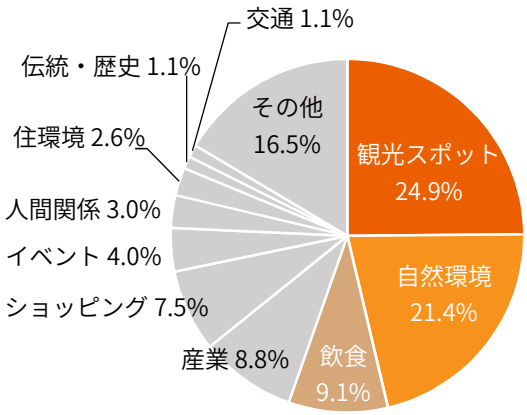
■ 高校生



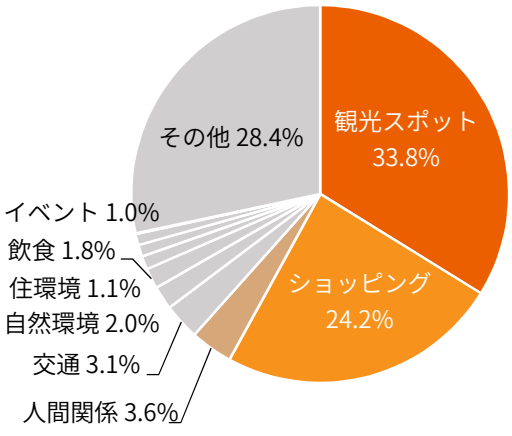
「訪れること」を勧めたいところ、訪れてもらうために必要なもの

勧めたいと答えた方は、自然環境のほか、観光スポット（霧の森・新宮・翠波高原・川之江城等）を勧めたいという記述が多数見られました。勧めたくないと答えた方は、市外から訪れてもらうには、テーマパーク・映画館等の観光スポットや、商業施設が必要との記述が多数見られました。

■ どのようなところを勧めたいか（全体）



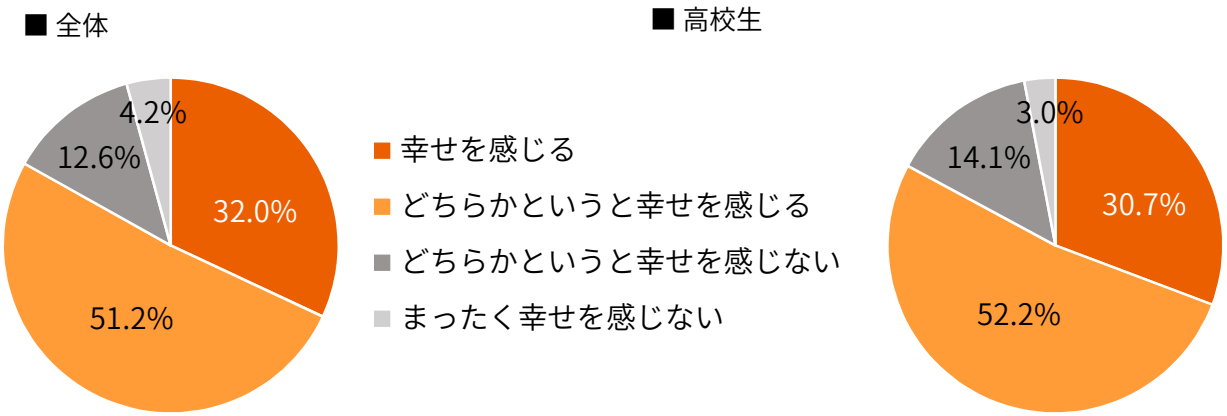
■訪れてもらうために必要なもの（全体）



四国中央市民へのアンケート調査結果（7/7）

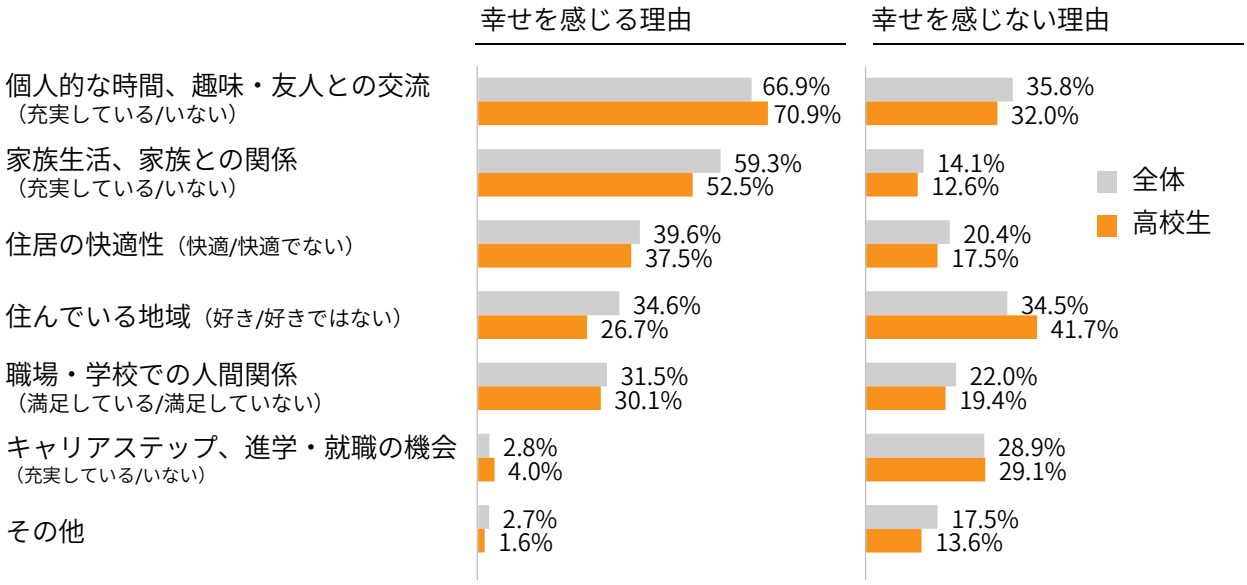
５つの評価指標ごとのアンケート回答結果｜【ウェルビーイング】

本市に住んでいて「幸せを感じる」（「幸せを感じる」「どちらかというと幸せを感じる」）が約８割を占めました。高校生においても同様でした。



「居住する幸せ」を実感する、実感しない理由｜【ウェルビーイング】

幸せを感じる理由は、個人的な時間・家族生活による要因が多くを占め、住んでいる地域がもたらす要因は３割程度と低く、高校生も同様の結果となりました。幸せを感じない理由は、特に高校生では、住んでいる地域がもたらす要因と、キャリア・進学・就職機会がもたらす要因が比較的多くを占める結果となりました。



四国中央市民によるワークショップ実施結果（1/2）

ワークショップ実施結果

ワークショップの概要

この戦略の策定にあたり、未来を担う学生・青年等の市民と市職員の意見や要望を聞く場として、ワークショップを開催しました。2022年11月12日～14日にかけて、本市の消防防災センターにて以下のプログラムを実施しました。

実施内容

- 高校生２名へのインタビュー（まちづくり活動の現状・参加意欲等について）
- 市民15名（高校生７名）へ四国中央市に対する好意・推奨度調査
- 水引の魅力をレクチャー・制作体験
  （協力：現代美術アーティスト兼僧侶 風間天心氏）
- 講演「四国中央市誕生時の当時のまちの状況」とパネリストと議論
- 現在・未来の四国中央市に対する期待やアイデアをグループ議論
- 未来の四国中央市のまちづくりに関するアイデアを議論
  （協力：アーティスト 鷲尾友公氏）
- 導出されたアイデアを視覚化。イラストや塗り絵でワークショップ参加者が表現
- 最終的に導出された18のアイデアはビジョンマップ構想へと展開






四国中央市民によるワークショップ実施結果（2/2）

ワークショップから得られた市民の声や、未来への期待・希望

ワークショップの成果として、参加した市民より、未来（2040年頃）のまちづくりに向けた18のアイディアが導出されました。

キーワード	１８のアイディア	キーワード	１８のアイディア
表現し、刺激を受ける体験	①音楽イベント ②環境づくり ③意見の反映	まちの安心・安全のためのアイデアとテクノロジー	⑪道路、渋滞 ⑫安心のまちづくり
若者に、遊びやデート、仲間と集える場所	④アクティビティ ⑤観光・商店街	山、まち、海に吹きるぬける風	⑬風
あらゆる学びの場	⑥学び・大学	アートが人々をつなぐ街づくり	⑭アート
四国のまんなかの強み	⑦交通・立地	商店街の活気の蘇り	⑮時間
まちの活性化に、インバウンドの活用	⑧紙、自然	伝統文化の承継と発展	⑯工芸、伝統
モニュメントを起点にした本市のブランディング	⑨煙突	若者が主役。自分たちだけで動かす各高校の特色を活かした活躍の場	⑰川之江三島,土居等の事業の場
今ある価値を再編集した付加価値の創出	⑩編集＝紙	まちの良さを見直し、既存・新規活動をよりよく伝達	⑱愛着、地元の良さ

現状把握のまとめ

1 将来的な人口減少を免れず、特に進学・就職を機に転出する若年層等への対策が求められています

2040-2045年には、総人口・生産年齢人口の減少はさらに加速する見込みです。長期的な人口減少と少子高齢化の進行により、地域の活力が低下し、生活サービス機能の維持が困難になる等の影響が懸念されます。若年層は進学・就職を機に市外へ転出し、結婚や出産等をきっかけに市内に戻るUターン人口は一部に留まります。

2 未来を担う高校生が、他世代よりも「継続居住意向」や「他者推薦意向」が低い傾向にあります

アンケート結果から、「愛着」を持つ市民は回答者全体の約８割、「活動参画意欲」「誇り」を持つ市民は７割以上を占めるポジティブな結果でした。「住み続けたい」と思う市民は約５割、高校生は５割以下と、消極的な傾向が見られました。市外の人に「住むことを勧めたい」と思う市民・高校生はともに約５割、「観光・遊び・買い物等で訪れることを勧めたい」と思う市民はさらに低い約３割、高校生は３割未満と、意欲の低さが見られました。とりわけ高校生において、本市への愛着や誇りを持つ一方で、住み続けることへの意欲が高くなく、市外への推奨にも消極的な傾向が把握されました。

3 高校生たちの未来のまちへの想いを18のアイディアに込め、ビジョンマップとして可視化しました

高校生を主とするワークショップにて、より具体的な市民の声を抽出し、遊べるところがない不満・マンネリ感、製造業が主となる就職先の選択肢の少なさ、意見を言う・発信する機会がないことからくる不信感・諦め等、ネガティブな意見も見られました。一方で、未来の本市への期待として、まちが活発的に発展していくことへの期待・渇望を背景に、様々なまちづくりのきっかけとなる18のアイディアが導出されました。この戦略では、18のアイディアをビジョンマップとして可視化しています。

第３章　未来構想

日本一の紙のまち
四国中央市

第３章　未来構想

未来像への課題（1/2）

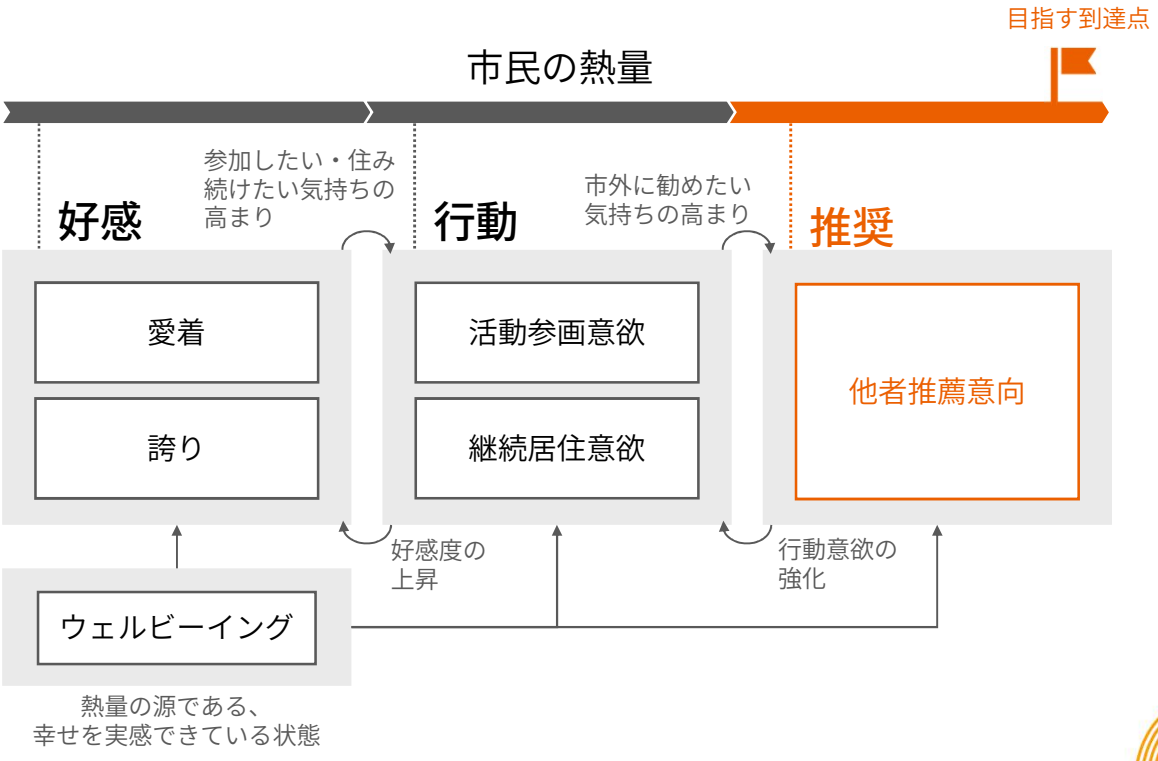
前章では、本市の現状と未来像を示しました。第３章では、未来像の実現を目指し、取り組む主な課題とこの戦略の方針を示します。

取り組む課題の概観

熱量を上げる循環づくり

問題点の一つとして、高校生等若く未来を担う世代が、まちへの好感度はあるものの本市に「住み続けたい」、市外の人々に「推奨したい」という気持ちまで熱量が上がらない点を挙げられます。このままでは、未来を担う世代が本市に住み続けることや、将来的に本市へ戻ることに消極的なままであり、市外の人々が本市を勧められること・本市に好感を持つきっかけが失われたまま、まちの衰退を免れません。

市民、特に未来を担う世代に熱量を上げてもらうには、まちに「好感」を抱いている状態になるだけではなく、自分自身が住み続けたい・まちをよくしていきたいという何らかの「行動」として具現化し、さらに「推奨」へと繋がる、という循環を生み出すことが大切です。

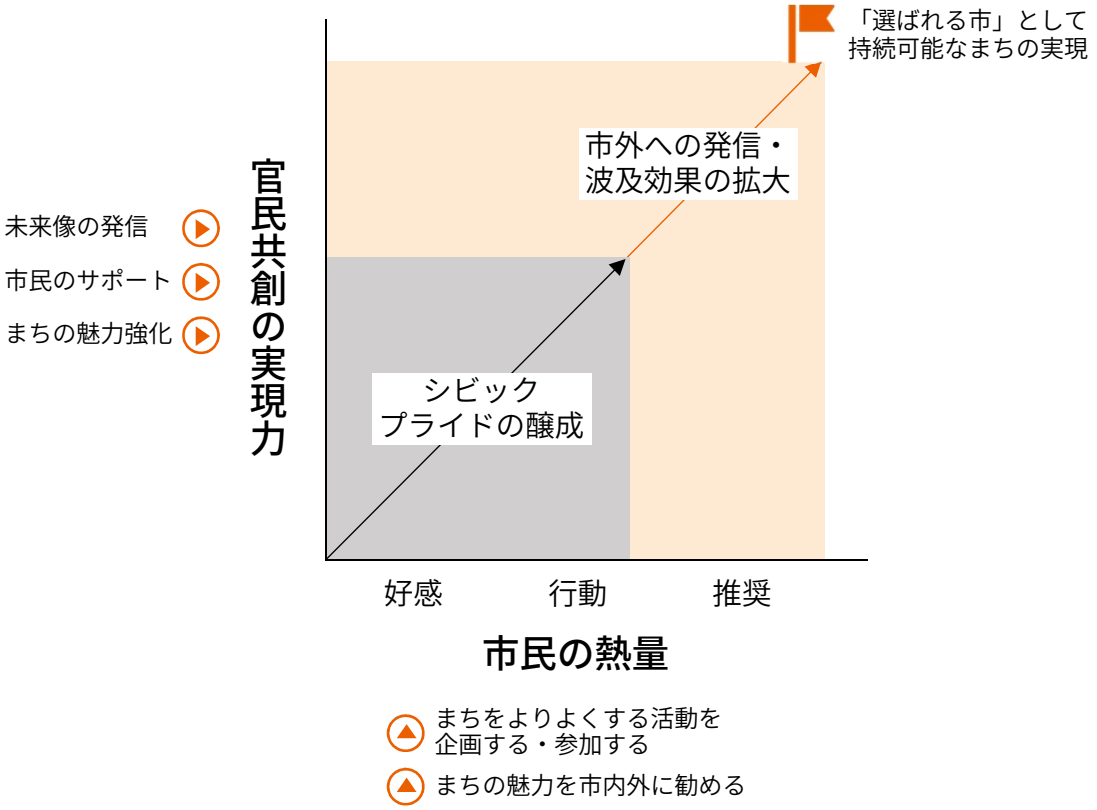


未来像への課題（2/2）

官民共創と市民主体の行動変容の加速

市民の熱量を高めるためには、「共感する・わくわくするような未来像」を市民の共通目的としてもち、市民が自らまちを変えたいと手を上げた時に、行政が地元の企業・協力団体・教育機関等と連携しながら市民に必要な知見・リソースを提供し、市民の行動を支える・促す役割として貢献できることが重要です。また、市役所の全職員も共通目的を認識し、部署間の壁を越えた意識の醸成を進め、行政が主導となりまちの未来像やこれからのアクションを市内外に発信・周知していくことも重要です。

官民連携と市民主体の行動変容が同時に加速することで、市民の熱量がさらに高まり、市外へ波及効果を広げ、「選ばれる市」として持続可能なまちとなります。



戦略の方針（1/3）

考え方の前提

本市の誕生から18周年を迎えた2022年（令和４年度）より、さらに18年後である2040年という未来を見据え、本市らしいオンリーワンの未来づくりをおこないます。



人口減少・少子高齢化の深刻化

2040年、本市は人口７万人、生産年齢人口は４万人を下るとの推計があります。市民生活の活力低下や地域経済の衰退が生じ、行政予算の減少、と限られたリソースでは追いつかない負の渦にまきこまれ、もはや脱出不可能かもしれません。



「豊かなまち」の価値基準の変容

「人口減少＝衰退」ではなく、より一人一人にまちの資源やサービスが行き渡り、個々の活躍が注目される機会と捉えます。人口が増えずとも、まちの規模を最適化*し、豊かに繋栄していくまちを目指します。

*例：既存資源の再生・活性化による新規ビジネス・移住者誘引、自然の力を活かすグリーンインフラ・公共空間の整備等



「人の魅力」を本市の本質的価値に

市民の声から、未来に繋げたい・市外に勧めたいまちの特長として、人の温かさや人の良さが多く挙がりました。本市は「人がまんなか」のまちであり、人の魅力こそが「選ばれる」ための本質的な価値といえます。



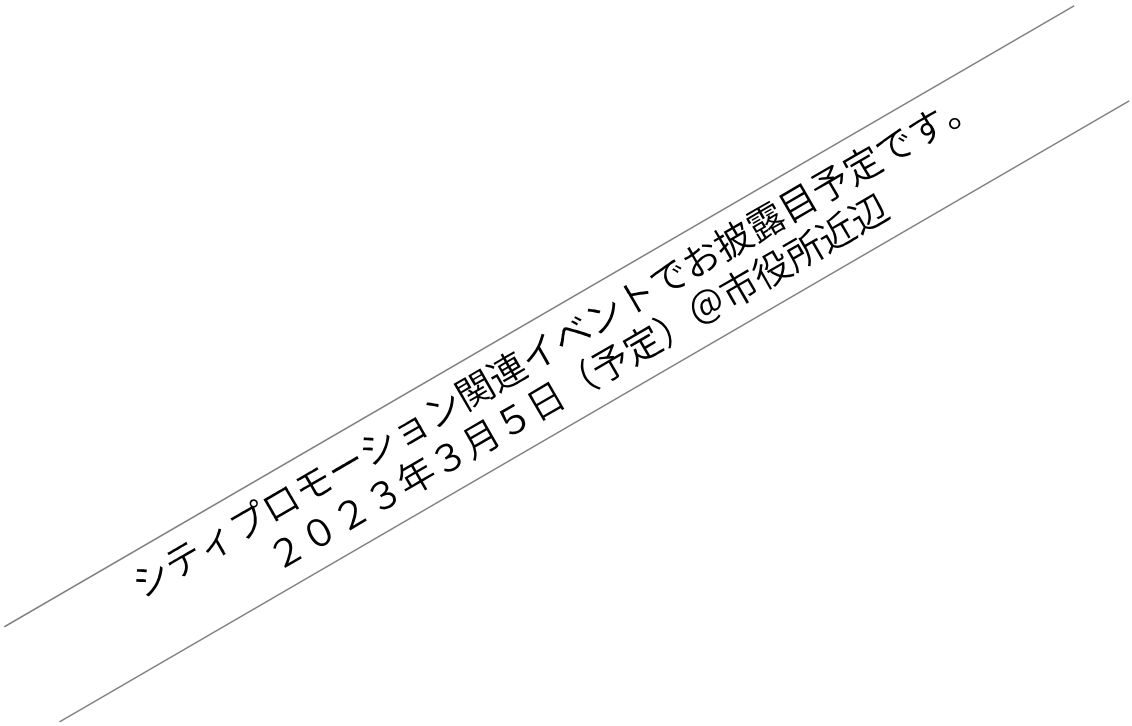
紙産業等の発展の根幹である創造力・支え合いのマインドの強化

本市の紙産業にみる、職人が知恵や技術を共有して発展した歴史や、本市出身の温暖化研究の先駆者・真鍋淑郎博士のノーベル物理学賞受賞にみる、興味・関心から創造力を育み世界に影響を与えた先人の存在は、これからの未来に紡いでいくべきまちの独自性と捉えます。

戦略の方針（2/3）

未来への期待・希望

第２章で示した18のアイディアにもとづき、未来への期待・希望を「ビジョンマップ」として可視化しました。なお、可視化ではアーティスト鷲尾友公氏の協力を得ております。



シティプロモーションのコンセプト

yui | hito
結∞人

四国のまんなかにある、日本一の紙のまち

そこには「結∞人（ゆいひと）」がいて

点と点が結ばれ線となり、結びの輪となり、

さらに輪と輪の結びが広がります

そんな特別なまちに集う私たちだからこそ、

幸せを実感するまちを築く「結び」が創れると信じています

「結∞人（ゆいひと）」が中心になりながら、

ヒトとヒト、熱中できるモノやコト、

組織や地域、さらには世界へと

「結び」を大切にすれば、広がる可能性は無限大

私たちのまちの主人公である「結∞人（ゆいひと）」

それはあなたです

実施テーマと18のアイディア（1/2）

３つのステージとテーマ

「結∞人（ゆいひと）」の活躍は、３つのステージで構成されます。①まちの発展に関わるモノ・コトや自身の夢に本気で熱中することで、②まちの様々な場を盛り上げ、③まちの中心から外まで影響力を広げます。各ステージで、シティプロモーションとして取り組むべきテーマを定めます。

■ ３つのステージ



■ テーマ案

① 結∞人（ゆいひと）が夢を育む

夢・目標を叶えたい人が、人がまんなかの本市ならではの求心力で仲間と出逢い・発想を育み・共創する環境やサポートを得られる。

結∞人（ゆいひと）が学びを育む

共通の関心・興味を持つ人が世代や組織等の境界を越えて知識や技術をシェアできる。学びの機会やネットワークを得られる。

③ 結∞人（ゆいひと）が魅力を発信する

人がまんなか、四国のまんなかという場所由来の特性を含むまちの魅力や活動を発信し、市内外の人を巻き込む。移住や定住のパートナーとなる。

② 結∞人（ゆいひと）が賑わいをつくる

市街地や水辺・山間・産業ゾーンに人が集う・活躍する拠点をつくる。食や芸術・趣味・仕事等、本市ならではのコンテンツを通じたコミュニティを身近にする。

結∞人（ゆいひと）が新しきを創造する

様々な課題に取り組む人と組織が集う実験・実証の場から、紙産業等での新しいビジネスを創出できる。水引等の伝統文化や自然等の地元資源の発展に寄与できる。

実施テーマと18のアイディア（2/2）

テーマに紐づくアクションと18のアイディア

各テーマに紐づく既存・新規のアクションを整理し、令和５年度策定予定のアクションプランにて、優先順位付けと施策の方針を定めます。新規アクションの検討には、2040年の本市を描くビジョンマップのキーワードを考慮の上、アイディアを導出します。

● 既存アクション ● 新規アクション（案）

	テーマ（案）	既存のアクション・新規のアクション（案）*	関連する ビジョンマップのキーワード
本気で熱中する	結∞人（ゆいひと）が 夢を育む	● まちづくりワークショップ ● キャリア教育 ● 高校シティプロモーション部の創設 ● 創業志望者の支援 ● ベンチャー精神を養う教育	● 表現し、刺激を受ける体験 ● 若者が主役。自分たちだけで動かす各高校の特色を活かした活躍の場
	結∞人（ゆいひと）が 学びを育む	● 様々な経歴を持つ講師陣による、まちの学校 ● 世界と繋がるオンライン教室・旅体験	● あらゆる学びの場
場を盛り上げる	結∞人（ゆいひと）が 賑わいをつくる	● 書道パフォーマンス甲子園 ● 市内共創スペース、森のオフィス(新宮) ● 農家・職人・アーティストと交わるマーケット、マルシェ、アートイベント ● 山・海を活かしたアクティビティ開発 ● 公共空間の遊び場・集い場へのリノベーション	● アートが人々をつなぐ街づくり ● 四国のまんなかの強み ● モニュメントを起点にした本市のブランディング ● 商店街に活気の蘇り ● 山、まち、海に吹きるぬける風 ● 若者が遊びやデート、仲間と集える場所
	結∞人（ゆいひと）が 新しきを 創造する	● アイディアソンの実施 ● 公共空間のインキュベーション・ラボ化 ● ウェルビーイング促進等、新しいライフスタイルの提案・サポート	● 今ある価値を再編集した付加価値の創出 ● まちの安心・安全のためのアイデアとテクノロジー ● 伝統文化の継承と発展
周りに影響を広げる	結∞人（ゆいひと）が 魅力を発信する	● 市民リポーターによるnote投稿 ● シティプロモーションポータルサイトの新設 ● 空き家・公共空間を活用したイベント開催や移住体験	● まちの良さを見直し、既存・新規活動をよりよく伝達 ● まちの活性化に、インバウンドの活用

*既存のアクションは例示です。今後、その他の市の施策においても、シティプロモーションとの関連性を明確に示し、シティプロモーションのアクションとして位置付け、実行する必要があります。

第４章　実施計画

日本一の紙のまち
四国中央市

第４章　実施計画

アプローチの考え方（1/2）

第４章では、前章で定めたこの戦略の方針に基づくアプローチ対象と成果指標、５か年の計画（ロードマップ）、実行体制を定めます。

アプローチ対象

第三次総合計画にもとづき、若年層の地元への定着を図るため、現15-29歳をコアターゲットとし、現14歳以下も主なターゲットとなりうると考えています。

また、その他年代についてもこの戦略の活動に関係しており、市民全員が熱量を高める、「選ばれる市」として持続可能なまちを目指します。

成果指標

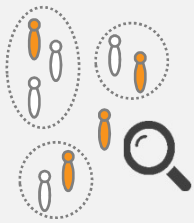
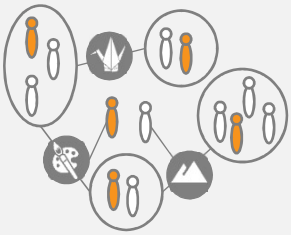
第三次総合計画にもとづき、下記を目標値として定めつつ、この戦略の活動を進めながら、今後、測定・管理の適切な時期・手法を検証の上設定します。

取組事項	方針
成果指標名・目標値の設定	第三次総合計画の下記目標値に加えて、この戦略の施策ごとに、追加の成果指標・目標値を検討します。 • プロモーションサイトへの年間アクセス数（18-34歳）：150,000件（令和９年度） • 高等学校（市内３校）３年生の本市の他者推薦意向（プラス評価）：80%（令和９年度）
成果指標の策定時期	シティプロモーション戦略の下位計画であるアクションプランに基づき、成果指標を策定します。
目標値の測定・管理方法	具体的手法の一例として、社会的インパクトを定量的に可視化するSROI（社会的投資収益率）という手法等を用いて、アクションの適正な価値判断と効果測定・管理を行います。

アプローチの考え方（2/2）

アプローチのステップ

この戦略を実現するために、４つのステップでシティプロモーション活動を推進します。

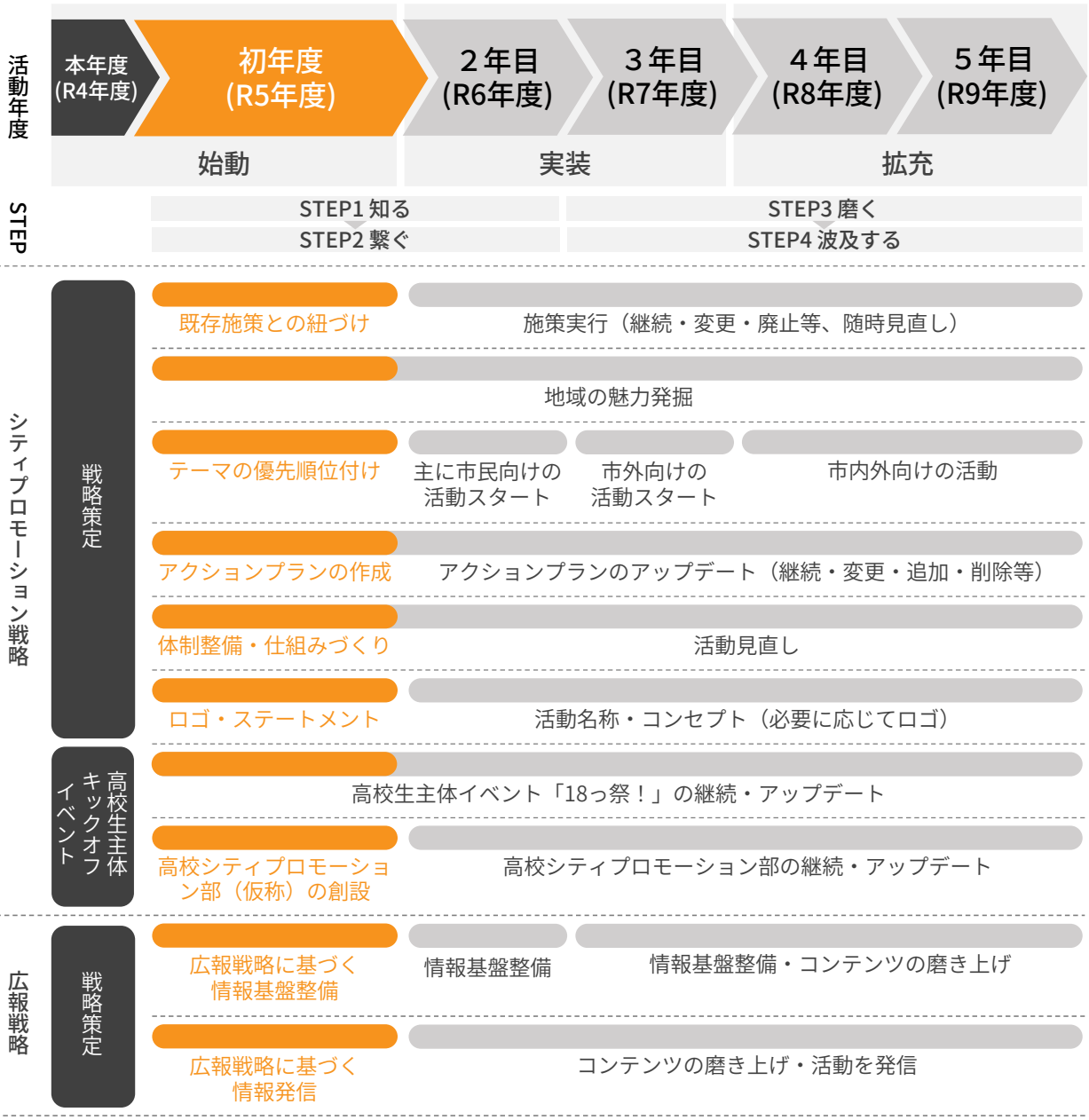
本気で熱中する	STEP1 知る	● 市民に「結∞人（ゆいひと）」の戦略方針を認知・理解してもらう ● 本市の発展に繋がるモノ・コトに熱中する「結∞人（ゆいひと）」を見つけ、又は育て、活動に参画してもらう	
場を盛り上げる	STEP2 繋ぐ	● テーマ・アクション別に、四国のまんなかという地の利や本市に受け継がれる産業・文化・自然環境等を活用し、「結∞人（ゆいひと）」と「結∞人（ゆいひと）」に共感する人たちを繋ぐ	
	STEP3 磨く	● テーマ・アクション別に、「結∞人（ゆい ひと）」たちの個性と連帯力を生かして、まちの資源を磨く ● 四国のまんなかという地の利を生かした活動の拠点づくりや、アイディアの具現化を行う	
周りに影響を広げる	STEP4 波及する	● 「結∞人（ゆいひと）」たちの取組を、四国のまんなかである本市から市外に広く波及させ、活動に参画・伴走する人、応援する人を増やす	
目指す成果	5年後 [令和9年度]	● プロモーションサイトへの年間アクセス数(18‐34歳)：150,000件 ● 高等学校(市内3校)3年生の本市の他者推薦意向(プラス評価)：80% ● その他、アクションプランにおいて成果指標を追加予定	
	2040年	● 世界中に「結∞人（ゆいひと）」の仲間（共感者・参加者・応援者等）の輪を広げること、それにより「選ばれる」市として確立すること*	

インナープロモーション強化
アウタープロモーション強化

*何らかの接点・機会としてすぐに思い浮かぶ、ブランドイメージが定着している状態を指します。

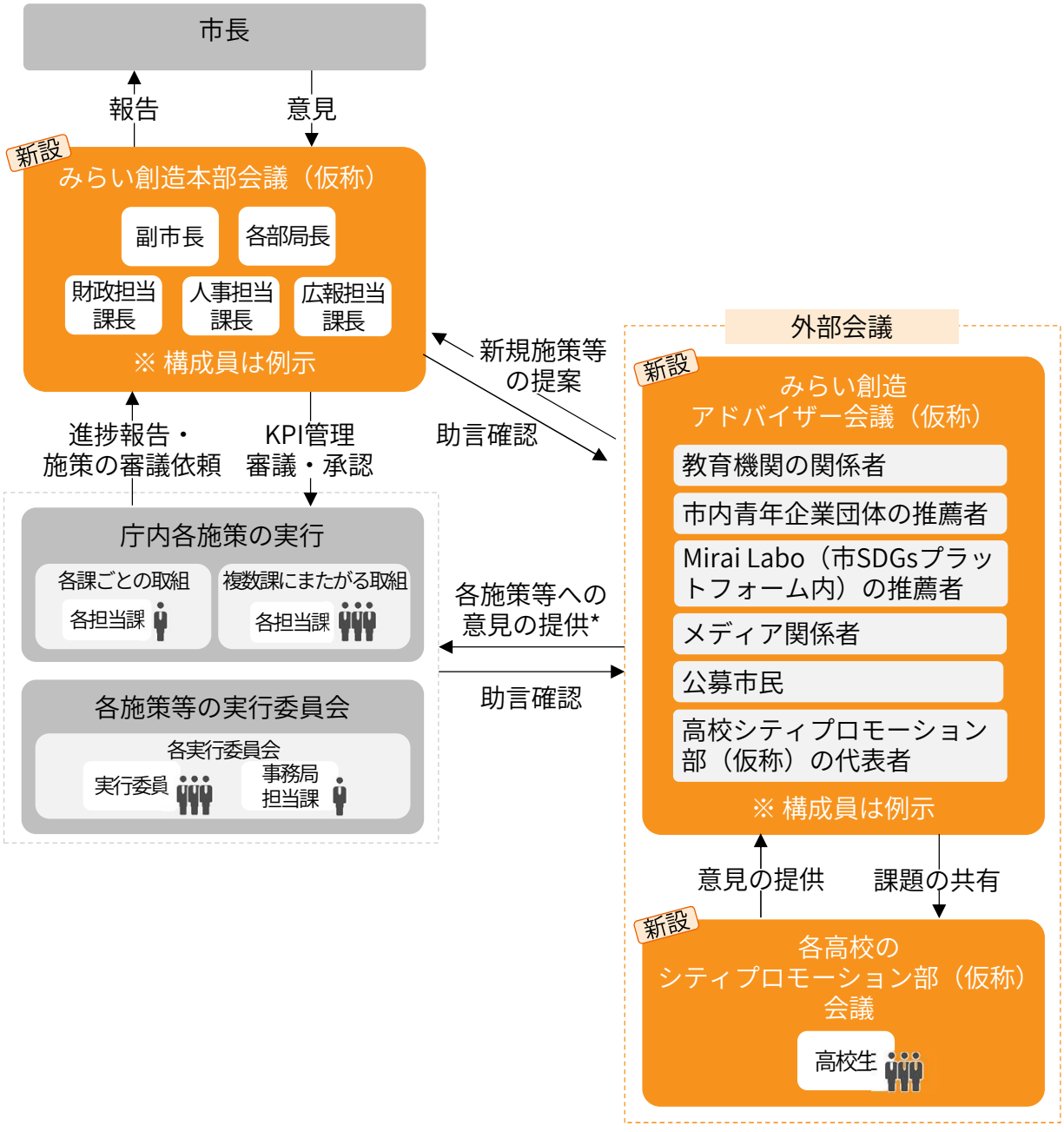
ロードマップ・活動計画

５年間のロードマップでは、令和５年度を「始動」の年とし、３年目までに活動の基礎を固めるため、様々な「実装」を行い、５年目までに施策の「拡充」を図り、市外への波及を目指します。シティプロモーション戦略と広報戦略を連動させて取り組んでいきます。



推進体制

新設する「みらい創造本部会議（仮称）」を意思決定機関とし、庁内各担当課の全体管理と調整を担うことで、全職員の意識醸成と各施策の実効力の向上を図ります。また、外部の企業・協力団体・教育機関等から構成される「みらい創造アドバイザー会議（仮称）」と、市内各高校の「シティプロモーション部（仮称）会議」の意見を反映し、シティプロモーションを推進します。



*必要に応じ、市民アンケート等を実施

この戦略策定にあたり、ご協力いただいた高校生等の写真を掲載予定です。

日本一の紙のまち
四国中央市

〒799-0497　愛媛県四国中央市三島宮川４丁目６番55号
TEL : 0896-28-6000（代）
URL : https://www.city.shikokuchuo.ehime.jp/
発行 : 四国中央市 政策部 政策推進課 みらい創造室