

■第2章 7つのプロジェクト～目指すべき方向性、実施事業～

4 国際観光都市MICE戦略・農業及び食を活用した観光産業戦略

■現状・課題

<現状>

- ・地域経済の活性化や国際化を図るため、コンベンションをはじめとするMICE誘致を推進
- ・本市の魅力ある観光や農業などの地域資源に関するイベントや情報発信を実施
- ・インバウンド需要を取込むことを目的として、ツアー造成を促進するためのプロモーションや受入環境整備のための支援を展開

<課題>

- ・主要なMICE施設は高稼働であるため、開催件数の増加に当たり、MICE施設の確保が必要
- ・より多くの観光誘客を図るには、地域資源などを活かした新たな観光コンテンツが必要
- ・東日本連携自治体の地域資源も活用する広域的な観光客の誘客を図ることが必要

■目指すべき方向性と主な取組

国際会議やイベントなどのMICE誘致を積極的に行い、国際観光都市としてのプレゼンスを高めるとともに、国内外からの観光客を誘客するため、地域資源を活用した新たな観光振興により地域経済の活性化を図ります。

<主な取組>

- ・MICE誘致戦略を策定し、コンベンション施設、宿泊施設、次世代型スポーツ施設等を誘致するなど、MICE誘致の取組を強化します。
- ・地域資源や食文化を活用した商品開発や本市の特産である農産物のブランド化の推進など、食を通じた観光振興を展開します。
- ・見沼田圃や東日本連携広域周遊ルートなどを活用した新たな観光振興の推進とインバウンド受入環境を整備します。



第21回国際疫学会総会の様子（平成29年8月、ソニックシティ）

4 国際観光都市MICE戦略・農業及び食を活用した観光産業戦略

- 4-1 次世代型スポーツ施設の誘致・整備
- 4-2 MICE施設の充実
- 4-3 MICE推進事業
- 4-4 地場産農産物の農商工連携やブランド化の推進
- 4-5 地域資源や食文化を活用した観光振興
- 4-6 見沼田圃基本計画の推進と新たな活用
- 4-7 官民一体となったWi-Fi環境の整備
- 4-8 東日本連携広域周遊ルート事業
- 4-9 民間と連携したシティセールスの強化

4-1 次世代型スポーツ施設の誘致・整備

■ 4年間の目的・目標、取組方針

<目的・目標>

「国際観光都市としての競争力の強化」や「国際スポーツタウンとしての競争力の強化」を図るため、従来の市民利用を目的として設置された体育施設とは異なる、スポーツ観戦やイベント開催による採算を重視した、安定的な運営が可能で行政の負担の少ない次世代型スポーツ施設を1か所誘致します。

<取組方針>

- ・民間スポーツ施設の誘致について検討します。
- ・民間スポーツ施設の誘致に当たり、交渉相手と候補地を選定します。
- ・民間事業者がスポーツ施設を設置するに当たり、行政としての支援制度を制定し、運営に当たっての協力体制を構築します。

■ 現状・背景

大規模スポーツイベントの会場としては県のスポーツ施設に頼らざるを得ないのが現状であり、さいたま市が新たにスポーツ施設を建設することも難しい状況であることから、他の施設と複合化した民間スポーツ施設の誘致が求められています。

<スポーツ興行(入場有料)で利用されたスタジアム・アリーナ>

- ・浦和駒場スタジアム(サッカー:なでしこリーグ)
- ・NACK5スタジアム大宮(サッカー:Jリーグ、なでしこリーグ)
- ・埼玉県営大宮公園野球場(野球:プロ野球、女子プロ野球、BCリーグ)
- ・さいたま市営大宮球場(女子プロ野球)
- ・さいたま市営浦和球場(女子プロ野球)
- ・さいたま市記念総合体育館(バスケットボール:bjリーグなど)
- ・さいたまスーパーアリーナ(フィギュアスケート、格闘技など)
- ・埼玉スタジアム2002(サッカー:Jリーグ、日本代表戦など)

(「さいたま市国際スポーツタウン構想」より)

■ 各年度の取組内容と目標

	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度～
取組内容	誘致に関する方針の検討				
	民間スポーツ施設、民間事業者の情報収集				
	候補地の選定、民間事業者との交渉等			事業者の決定	協定の締結
	誘致に関する支援制度の検討		誘致に関する支援制度の制定		支援制度の施行
					協力体制の構築
目標	候補地の選定	候補地の決定	支援制度の制定	事業者の決定	協定の締結

■ 民間連携・加速化のポイント

民間の資金と次世代型スポーツ施設の設置の経験のある民間事業者のノウハウを活用した効率的・効果的な手法を生かし、さいたま市が必要な支援を行うことで事業を推進します。

4-2 MICE施設の充実

■ 4年間の目的・目標、取組方針

<目的・目標>

コンベンションを始めとするMICE(注1)開催件数の増加や、インバウンド需要の取込み等により本市への宿泊を伴う観光客数の増加を見据え、平成32年度までの4年間の累計でMICE開催市有施設数を10施設とするとともに、宿泊施設開業件数を4件とします。

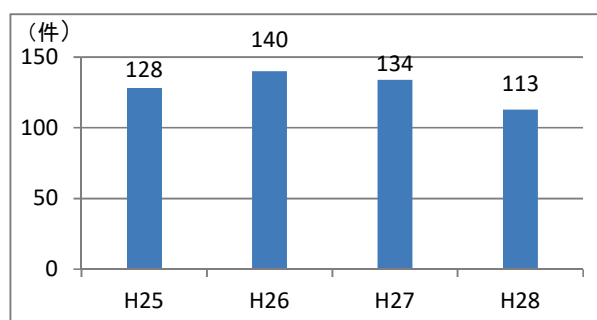
<取組方針>

- ・平成29年度にMICE開催件数の増加を目的に、MICE誘致戦略を策定します。
- ・MICE開催施設を確保するため、市有施設を有効活用します。
- ・コンベンション施設、宿泊施設の稼働状況を踏まえ、施設の誘致等に取り組みます。

■ 現状・背景

- ・平成29年度にMICE誘致戦略を策定します。
- ・国際会議を含む関東ブロック以上のコンベンション開催件数は平成25年度128件、平成26年度140件、平成27年度134件、平成28年度113件となっています。既存コンベンション施設の高稼働などもあり、開催件数は伸びていません。
- ・宿泊施設について、宿泊を伴う観光客の増加を見据え、誘致の検討をする必要があります。

<関東ブロック以上のコンベンション開催件数>



■ 各年度の取組内容と目標

	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度～
取組内容	MICE誘致戦略の策定				
	MICE誘致に向けた市有施設活用の協議	MICE誘致に向けた市有施設活用の協議			
		MICE開催事業者等へのヒアリング等による需要動向の把握	MICE開催事業者等へのヒアリング等による需要動向の把握	新たな施設の稼働状況を踏まえた需要動向の把握	
		金融機関等からの情報収集	金融機関等からの情報分析	金融機関等からの情報収集	
		誘致活動	誘致活動	誘致活動	
目標	<ul style="list-style-type: none"> ・戦略の策定 ・MICE開催市有施設数(収容人数100人以上)5施設 	<ul style="list-style-type: none"> ・MICE開催市有施設数(収容人数100人以上)5施設 ・宿泊施設開業件数(客室数100室以上)1件 	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設開業件数(客室数100室以上)1件 	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設開業件数(客室数100室以上)2件 	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設(客室数100室以上)は、更なる開業を目指す。

■ 民間連携・加速化のポイント

社会情勢や経済情勢により民間事業者の投資意欲は大きく影響されるものであることから、ヒアリング等を通じ、需要動向を継続して把握していきます。

(注1) 企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行)(Incentive Travel)、国際機関・団体学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称

4-3 MICE推進事業

■ 4年間の目的・目標、取組方針

<目的・目標>

コンベンションを始めとするMICE（注1）誘致を一層推進し、平成32年度までの4年間の累計で関東地方ブロック規模以上のコンベンションを580件開催するとともに、コンベンション開催に伴う経済波及効果を395億円生み出します。

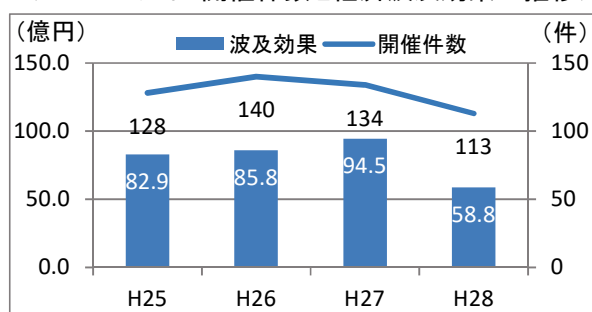
<取組方針>

- ・ MICE誘致における本市の強みや弱みを整理にした上で、重点的に誘致を行う催事を明確にし、情報収集、セールス活動を行い、開催件数の増加を図ります。
- ・ 市有施設の有効活用や、補助制度拡充の必要性等を検討し、受入環境の充実を図ります。
- ・ 経済団体、大学等が連携し、ALLさいたまでのMICE誘致体制の強化を検討します。

■ 現状・背景

- ・ 関東ブロック以上のコンベンション515件開催に伴う経済波及効果は約322億円（平成25年度～平成28年度累計）となっています。
- ・ コンベンションを始めとするMICEの開催は、高い経済波及効果だけでなく、産業力の強化、開催地のプレゼンスの向上等、多くの恩恵をもたらすことから、一層のMICE誘致が必要です。

<コンベンション開催件数と経済波及効果の推移>



■ 各年度の取組内容と目標

	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度～
取組内容	MICE誘致戦略の策定				
	MICE誘致に向けた市有施設活用	MICE誘致に向けた市有施設活用			
		官民連携による誘致体制強化			
	誘致活動	誘致活動	誘致活動	誘致活動	----->
目標	<ul style="list-style-type: none"> ・ 関東ブロック以上のコンベンション開催件数130件 ・ 関東ブロック以上のコンベンション開催による経済波及効果90億円 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 関東ブロック以上のコンベンション開催件数140件 ・ 関東ブロック以上のコンベンション開催による経済波及効果95億円 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 関東ブロック以上のコンベンション開催件数150件 ・ 関東ブロック以上のコンベンション開催による経済波及効果100億円 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 関東ブロック以上のコンベンション開催件数160件 ・ 関東ブロック以上のコンベンション開催による経済波及効果110億円 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 開催件数を年間170件（平成35年度） ・ 経済波及効果年間120億円（平成35年度）

■ 民間連携・加速化のポイント

戦略的な誘致活動を展開するため、（公社）さいたま観光国際協会を中心に、主要コンベンション施設である大宮ソニックシティ等と連携を強化します。

（注1）企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（インセンティブ旅行）（Incentive Travel）、国際機関・団体学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition / Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称

4-4 地場産農産物の農商工連携やブランド化の推進

■ 4年間の目的・目標、取組方針

<目的・目標>

地場産農産物の魅力を高めるため、農産物のブランド化を推進し、平成32年度までの4年間の累計でブランド化農産物の加工品販売店舗数を10件とします。

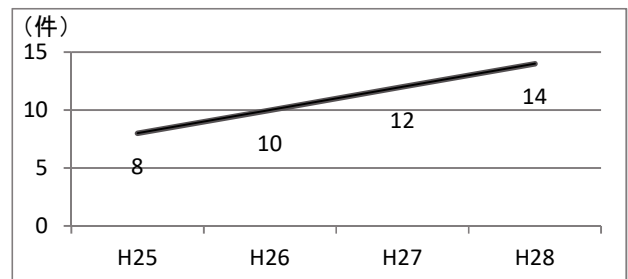
<取組方針>

- ・ヨーロッパ野菜を市の魅力として多くの消費者へ広めるため、消費者向け販売展開事業を行います。
- ・農商工連携により、紅赤等の特徴のある地場産農産物を活用した加工品開発を支援します。
- ・ヨーロッパ野菜の更なる販路拡大のため、東京2020大会へ向けて、食材調達基準であるGAP（注1）の取得を支援します。
- ・ブランド化農産物のPRのため、イベント開催や販売促進事業を行います。

■ 現状・背景

- ・ブランド化農産物の加工品販売店舗数は14件となっています。（平成28年度）
- ・ヨーロッパ野菜PRリーフレット作成やヨーロッパ野菜の料理講習会を開催しました。（平成28年度）

<ブランド化農産物商品販売店舗数>



■ 各年度の取組内容と目標

	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度～
取組内容	ヨーロッパ野菜リーフレット作成	農業祭等イベントによる消費者向けPR	イベントによる消費者向けPR	イベントによる消費者向けPR	
	ブランド化農産物を活用した加工品開発・販売支援	ブランド化農産物を活用した加工品開発・販売支援	ブランド化農産物を活用した加工品開発・販売支援	ブランド化農産物を活用した加工品開発・販売支援	
	GAP取得支援補助要綱整備	GAP取得支援5件	GAP取得支援3件	GAP取得支援3件	GAP取得農家の支援
		紅赤発祥120周年記念事業			
	花植木ブランド化市場調査、計画策定	直売所での販売促進・販路拡大支援	直売所での販売促進・販路拡大支援	直売所での販売促進・販路拡大支援	更なる販売促進・販路拡大支援
目標	ブランド化農産物の加工品販売店1件増	ブランド化農産物の加工品販売店3件増	ブランド化農産物の加工品販売店3件増	ブランド化農産物の加工品販売店3件増	更なるブランド化農産物活用事例の創出

■ 民間連携・加速化のポイント

- ・食品加工業者や外食・中食業者との連携により、新たな加工品開発を行います。
- ・包括連携協定を結ぶ企業や、その他民間企業との連携により、商品開発や農産物直売イベント、開発商品の販売イベントを行います。

（注1）GAPとは、農産物の安全を確保し、より良い農業生産を実現する取組のことで、環境の保全や労働の安全、経営の改善にも効果があります。

4-5 地域資源や食文化を活用した観光振興

■ 4年間の目的・目標、取組方針

<目的・目標>

観光客の誘致、地域経済の活性化を図るため、地域資源や食文化を活用し、食の観光振興に取り組み、平成32年度までの4年間の累計で観光体験PR企画を3件実施します。

<取組方針>

- ・地域資源や食文化など観光振興に新たな視点・意見を取り込むため、市内の飲食品開発事業者や販売事業者などによる「観光振興サポーター」を組織し、外部意見を取り入れるシステムを構築します。
- ・地域資源（さくらや盆栽など）をPRできるツールとして食とのコラボを行います。

■ 現状・背景

- ・SNSなどへの投稿による、“食のビジュアル”による集客がクローズアップされている近年、食や地域資源を活用した観光振興は、観光客誘致と地域経済の活性化の有効的なコンテンツです。
- ・現在のご当地名物品・有名土産品に加え、食と桜や盆栽など地域資源の情報をつなげ周遊を促すなど情報をコーディネートして発信していくことも重要となっています。

<さいたま市の地域資源(食)イメージ>



■ 各年度の取組内容と目標

	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度～
取組内容	観光振興サポーターの構築	観光振興サポーターを中心とする地域資源の掘り起し、商品開発・観光PRの企画			-----
	地域資源を活用した新商品の開発	地域資源を活用した新商品の開発	地域資源を活用した新商品の開発	商品・観光スポットなどの認知度調査等による効果検証	
	メディアを活用した食を絡めた観光体験PR企画の実施	メディアを活用した食を絡めた観光体験PR企画の実施	メディアを活用した食を絡めた観光体験PR企画の実施	メディアを活用した食を絡めた観光体験PR企画の実施	
目標	観光振興サポーター組織準備会の開催1回	観光体験PR企画の実施1件	観光体験PR企画の実施1件	観光体験PR企画の実施1件	効果検証を踏まえ、更なる事業展開を推進

■ 民間連携・加速化のポイント

- ・観光振興サポーター発の新たな食の開発や販売、SNS等の情報発信について協働で事業を行います。
- ・民間の専門知識・企画力を商品開発に活用します。

4-6 見沼田圃基本計画の推進と新たな活用

■ 4年間の目的・目標、取組方針

<目的・目標>

「農・自然・歴史とふれあう、憩いのふるさと“みぬま”」を実現するため、見沼田圃基本計画アクションプランを着実に推進するとともに、活用につながる取組の充実を図り、情報発信力を強化することで、平成32年度までの4年間の累計で、見沼田圃エリアにおける主なイベントへの来訪者数を42,600人とします。

<取組方針>

- ・見沼田圃基本計画アクションプラン（平成29年度～平成33年度）を策定し、推進します。
- ・積極的な活用につながる新たな取組を推進します。
- ・情報発信力を強化します。

■ 現状・背景

- ・見沼田圃は首都圏有数の緑地空間であり、平成23年1月に「さいたま市見沼田圃基本計画」を策定し、農・自然・歴史など様々な分野で事業を推進しています。
- ・見沼田圃エリアでは年間を通して様々なイベントが実施されており、とくに主要なイベントにおける平成28年度の入場者数は約7,900人でした（注1）。
- ・魅力ある田園空間としての再生、地域の活性化のためには、更なる積極的な活用の取組が必要です。

<見沼田圃>



■ 各年度の取組内容と目標

	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度～
取組内容	●見沼田圃基本計画アクションプラン(平成29年度～平成33年度)の策定・推進				
	○積極的な活用につながる新たな取組				
	☆見沼田圃を活用した観光ルートづくり				
	方向性の検討	資源調査・ルート案作成	マップ等の作成・配布	継続的な情報発信	
	☆見沼散策の拠点となる広場の整備(仮称 三崎広場の整備)				
	設計	地盤改良	基盤整備	施設整備	
	☆見沼田圃のサイクリング環境整備				
	ルートの設定	マップの作成	看板・路面標示設置	継続的な情報発信	
☆見沼田圃を積極的に活用した体験型観光農園の推進					
補助要綱等の整備	農園開設2か所	農園開設3か所	農園開設3か所		
☆サクラサク見沼たんぼプロジェクトの推進					
桜回廊の延長 200m	桜回廊の延長 200m	桜回廊の延長 200m	桜回廊の延長 200m		
新たな情報の収集と「見沼たんぼのホームページ」などを活用した情報の連携・集約					
目標	・アクションプランの着実な実施(各目標の達成率)100% ・見沼田圃エリアにおける主なイベントへの来訪者数(注2)7,900人	・アクションプランの着実な実施(各目標の達成率)100% ・見沼田圃エリアにおける主なイベントへの来訪者数10,000人	・アクションプランの着実な実施(各目標の達成率)100% ・見沼田圃エリアにおける主なイベントへの来訪者数11,700人	・アクションプランの着実な実施(各目標の達成率)100% ・見沼田圃エリアにおける主なイベントへの来訪者数13,000人	・アクションプランの着実な実施(各目標の達成率)100%(平成33年度以降) ・見沼田圃エリアにおける主なイベントへの来訪者数を増加

■ 民間連携・加速化のポイント

様々な取組・情報を連携・集約させることで、見沼田圃の取組を一体的に推進し効果を高めます。

(注1) とくに主要なイベントにおける来訪者数とは、見沼田圃の新たな交流の場である「見沼・さぎ山交流ひろば」で行われるイベント及び「さいたまマーチ～見沼ツアーウォーク～」の参加者・来訪者数としています。

(注2) 屋外で実施するイベントの実施日が雨等の場合、目標×0.6を目標とし、評価します。

4-7 官民一体となったWi-Fi環境の整備

■ 4年間の目的・目標、取組方針

<目的・目標>

Wi-Fi環境を整備し、City Wi-Fi（注1）の導入により利便性の向上を図るとともに、利用者にとって安心感のあるサービスを提供し、平成32年度までの4年間の累計で、公共施設等へのWi-Fi環境を15か所整備するとともに、外国人観光客受入環境整備及び誘致促進事業補助金を活用した民間事業者によるWi-Fi環境整備を14件とします。

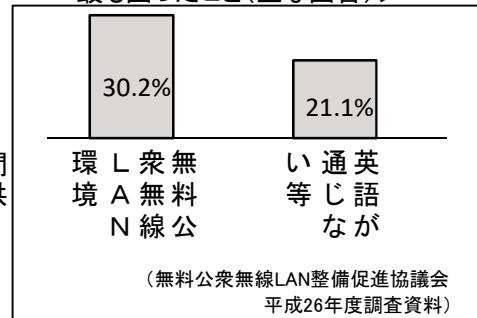
<取組方針>

- ・市の名称などを使用した独自のSSIDを複数のアクセスポイントに適用し、City Wi-Fiを導入します。
- ・利用促進のために利用方法及び整備箇所の周知等、認知度向上に取り組みます。
- ・通信事業者サービスとアクセスポイントを連携することにより、利用範囲を拡大します。
- ・外国人観光客受入環境整備及び誘致促進事業補助金を活用し、民間事業者によるアクセスポイントの整備を推進します。

■ 現状・背景

- ・一部の図書館やコミュニティセンター等の公共施設でWi-Fiの利用環境が整備されていますが、規格やSSID、認証方法等が統一されておりません。
- ・そのため、平成29年3月末に基本的な考え方を示すさいたま市公衆無線LAN整備指針を策定しました。
- ・東京2020大会等の国際的なイベントの開催を控え、国内外の訪問客等に対するインターネット利用環境の充実や観光情報等を提供できるおもてなし環境の構築が求められています。

<訪日外国人旅行者が旅行中に最も困ったこと(主な回答)>



■ 各年度の取組内容と目標

	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度～
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ・重点地区の洗い出し ・Wi-Fi連携時の設定内容の検討 ・周知方法の検討 	<ul style="list-style-type: none"> City Wi-Fiの導入 通信事業者サービスとの連携 	<ul style="list-style-type: none"> 公共施設へWi-Fi環境の整備 	<ul style="list-style-type: none"> 国の動向や技術の進歩等による整備指針の見直し 	<ul style="list-style-type: none"> 民間事業者への環境整備促進支援制度見直し 新制度によるWi-Fi環境整備促進
	外国人観光客受入環境整備及び誘致促進事業補助金を活用した民間事業者によるWi-Fi環境整備促進				
目標	<ul style="list-style-type: none"> ・Wi-Fi設定内容確定 ・City Wi-Fi導入方式確定 ・補助金活用件数 2件 	<ul style="list-style-type: none"> ・City Wi-Fi導入 ・公共施設等整備 5か所 ・補助金活用件数 3件 	<ul style="list-style-type: none"> ・公共施設等整備 5か所 ・補助金活用件数 4件 	<ul style="list-style-type: none"> ・公共施設等整備 5か所 ・補助金活用件数 5件 	<ul style="list-style-type: none"> ・整備指針の見直し ・新制度による整備促進

■ 民間連携・加速化のポイント

- ・通信事業者が提供するアクセスポイントの連携サービスを利用することにより、全国のアクセスポイントでサービスの利用を可能にします。
- ・外国人観光客受入環境整備及び誘致促進事業補助金を活用して民間事業者のWi-Fi設置事業を支援することにより、整備促進を強化します。

(注1) 市の名称などを使用した独自のSSIDを複数のアクセスポイントに適用し、連携した公衆無線LANの利用環境を提供するもの

4-8 東日本連携広域周遊ルート事業

■ 4年間の目的・目標、取組方針

<目的・目標>

東日本連携自治体間の地域資源を相互活用した広域観光振興を促進することを目的に、「東日本連携広域周遊ルート」の策定と周遊ルート及び連携自治体の認知度向上に向けた情報発信を実施し、平成32年度にルート策定研究会参加自治体の延べ宿泊者数の対前年伸び率を5%とします。

<取組方針>

- ・東日本連携広域周遊ルート策定研究会において、周遊ルートの策定と複数のモデルコースを提案し、国内外に情報発信することにより、民間旅行事業者に対しては旅行商品の開発を促し、FIT（個人手配旅行者）に対しては連携自治体への訪日機会を創出していきます。
- ・連携自治体ネットワークを活用する「（仮称）東日本連携支援センター」において、観光・宿泊・イベント等の最新情報を発信することにより、観光客の回遊性を一層高めめます。

■ 現状・背景

- ・第1回東日本連携・創生フォーラムにおいて、広域観光ルートの策定が提案されました。
- ・ルート策定に向けた具体的提案を行うため、各新幹線沿線自治体18都市が参加し、東日本連携広域周遊ルート策定研究会を発足しました。
- ・平成28年から、ターゲット国を台湾に設定し、本市のほか、各都市の魅力をPRするため、Facebookによる情報発信を開始しました。

<広域周遊ルートイメージ>



■ 各年度の取組内容と目標

	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度～
取組内容	ルート策定研究会の開催 (年2回程度、周遊ルート策定、モデルコース提案、共同PRの検討・実施等)				
			民間観光団体等主体の運営協議会への移行協議		
		モデルコース追加・見直し	モデルコース追加・見直し ・旅行者アンケート調査	モデルコース追加・見直し ・旅行事業者ヒアリング等	モデルコース追加・見直し
SNS等情報発信	SNS、共同PRの実施	東日本連携支援センターを活用した最新情報の発信 ・SNS、海外共同PRの実施			
	外国人動向調査	外国人動向調査 (エリアの見直し)	外国人動向調査 (エリアの見直し)	外国人動向調査	
目標	周遊ルートの策定・公表	研究会参加自治体の延べ宿泊者数対前年伸び率3%	研究会参加自治体の延べ宿泊者数対前年伸び率4%	研究会参加自治体の延べ宿泊者数対前年伸び率5%	平成35年度の研究会参加自治体の延べ宿泊者数対前年伸び率5%を目指す

■ 民間連携・加速化のポイント

- ・東日本各都市のほか、交通事業者、旅行事業者の協力を得ながら、事業を推進します。
- ・民間事業者による外国人観光客の受入体制の整備を促進します。

4-9 民間と連携したシティセールスの強化

■ 4年間の目的・目標、取組方針

<目的・目標>

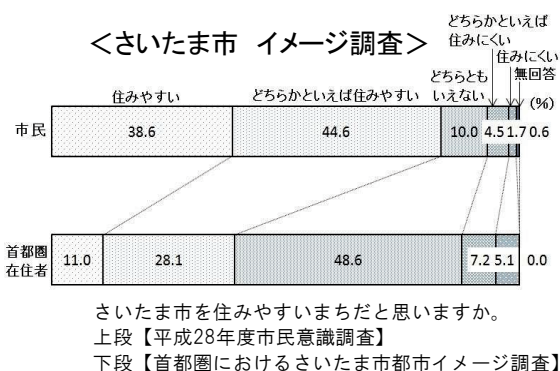
本市の都市イメージの向上を図るため、シティセールスの推進の仕組みを策定することで、本市事業を効果的に発信する環境を整えるとともに、シティセールスに繋がるような事業を行う民間と連携し、平成32年度に首都圏における本市のイメージを「住みやすい」と思う人の割合を50%にします。

<取組方針>

- ・本市の魅力、地域資源を市内外へ発信する庁内環境を整備します。
- ・シティセールスに資する施策を支援します。
- ・シティセールスに繋がるような事業を行う企業や団体と連携します。

■ 現状・背景

- ・平成28年度市民意識調査における市内在住者が感じる地域の住み心地は、「住みやすい」と「どちらかといえば住みやすい」を合わせ、83.2%となっています。
- ・首都圏におけるさいたま市都市イメージ調査の「住みやすい」と「どちらかといえば住みやすい」は39.1%であり、市内在住者と首都圏在住者との認識には大きな格差があります。
- ・本市の強みである「教育」「環境」、「健康・スポーツ」等を生かし、住みやすさをPRすることで、格差を解消し、交流・定住人口の増加に繋げる必要があります。



■ 各年度の取組内容と目標

	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度～
取組内容	シティセールスガイドラインの作成	(本市事業を効果的に発信する庁内環境を整備)			
	PRマスタープランアクションプランの改訂	(重点分野の決定)			
		重点取組事業の検討	選定	重点取組事業の支援	
	ビッグイベントを活用したシティセールスに繋がる	総合調整による魅力の発信	発信	連携による魅力の発信	
目標	・さいたま市のイメージを住みやすいと思う人の割合40.0% ・さいたま市を訪れてみたいと思う人の割合の調査	・さいたま市のイメージを住みやすいと思う人の割合43.0% ・平成29年度に比べさいたま市を訪れてみたいと思う人の割合の向上(注1)	・さいたま市のイメージを住みやすいと思う人の割合46.0% ・平成30年度に比べさいたま市を訪れてみたいと思う人の割合の向上	・さいたま市のイメージを住みやすいと思う人の割合50.0% ・平成31年度に比べさいたま市を訪れてみたいと思う人の割合の向上	・さいたま市のイメージを住みやすいと思う人の割合を増加 ・さいたま市を訪れてみたいと思う人の割合の更なる向上

■ 民間連携・加速化のポイント

PRの相乗効果を高めるため、様々な関係団体と効果的に連携していきます。

(注1) 平成30年度以降の目標については、平成29年度の調査結果を踏まえ、平成30年度に設定する予定

