

基礎データ分析及びアンケート調査 実施概要(案)

平成28年8月19日

吹田市

「魅力認知」「交流増大」「定住促進」に向けた取組に際し、各種調査及び会議運営を以下の通り実施する。

魅力認知

交流増大

定住促進

■各種調査

①文献調査
(社会潮流資料や基礎データ収集・整理・分析)

②市民アンケート調査
(市内外 2,000サンプル)

■会議運営

※ワーキンググループは6回、その他会議は各4回実施予定

(1)戦略プランワーキンググループ

アイデア・取組検討

(2)戦略プラン検討委員会

方針・取組への提言

■庁内会議

(戦略部会・戦略プラン推進本部会議)

戦略方針・取組の検討及び決定

効果的シティプロモーション手法の実施

シティプロモーション戦略プラン 素案作成

吹田市の特徴を統計的に数字で示していくとともに、「魅力認知」「交流増大」「定住促進」をテーマに仮説を組み立て、それを他都市と比較することで、吹田市シティプロモーションにおける“ポジショニング”を明らかにする。

仮説

吹田市には他都市に比べ、多様な魅力があり、とくに学生などの若者に人気の要素がある。
また、近年、スポーツやその他集客施設を中心に新たな魅力が成長しつつあるが、十分に認知されていない

目的

吹田市の様々なデータを都市イメージや立地条件、人口規模等が類似した他の自治体のデータと比較し、吹田市が特徴づけている様々な要因を定量的に把握する。

調査方法

○統計書等による文献調査(他都市を含む)

対象自治体

- 豊中市(北摂、ニュータウンなど)
- 茨木市(北摂、ニュータウンなど)
- 高槻市(北摂、ニュータウン+街なか居住など)
- 西宮市(阪神間拠点、大学、学生のまち、商業)
- 三田市(人口増加、大学) など

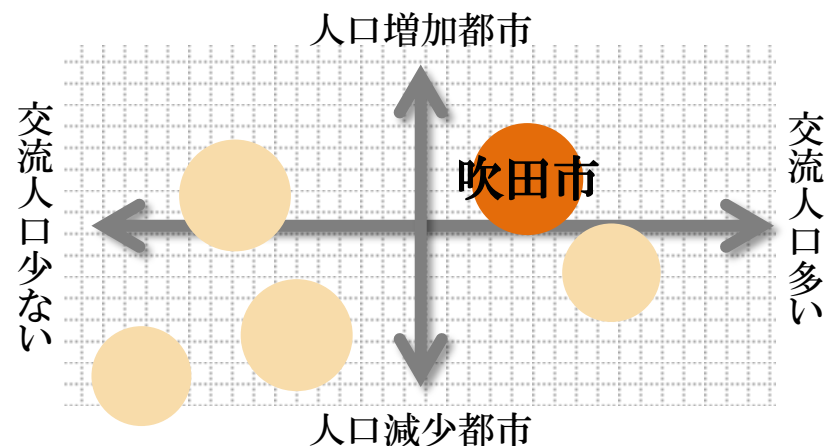
調査内容

- 人口推移、人口ピラミッド
- 小売店舗年間販売額
- 主要観光施設の入込客数の推移
- 主な都市施策

効果

他都市との比較検討の中で、吹田市の位置づけができ、シティプロモーション戦略に向けてのポジショニング(以下のイメージ)が明確となる。

これにより、「魅力認知」「交流増大」「定住促進」に向けた課題が浮き彫りとなり、目指すべき方向性を明らかにすることができる。



インターネット調査による意向把握

吹田市への転出入に関する意向や地域資源の認知度等に関して、市内住民に加え、吹田市外の方々の意向や認知状況等の把握が必要。

そのため、インターネットによるアンケート調査を行い、市内外のサンプルを抽出し、調査する。

インターネットアンケート調査の利点

本調査では、吹田市民だけでなく、外部からどのように評価されているのか、市外の方々の意向を把握することがポイントとなるため、インターネットアンケート調査による調査を行う。

インターネット調査(案)

<調査対象>

①吹田市民：1,200サンプル

②吹田市外の方々(吹田市からの転出人口の多い市町村などを参考に、関西圏を対象とする)：800サンプル

<共通項目>

○基本属性

・性別【男・女】

・年齢【20歳代・30歳代・40歳代・50歳代・60歳代・70歳代・80歳代以上】

・家族構成【 人家族】

【単身世帯・夫婦のみ・子どもがいる(就学前・小学生・中学生)・65歳以上の家族がいる】

・居住地【町丁目単位まで回答】

・職業【会社員・自営業・会社経営・

・勤務・通学地【吹田市内・吹田市外(市・町・村)】

・出身地(中学卒業時住所)【吹田市(現在地と同じ・違う)・吹田市外(市・町・村)】

インターネット調査(案)

<吹田市民>

○居住に関すること

【居住年数】・現在の場所での居住年数

【転入の有無】・吹田市に転入してこられたかどうか。

→【転入者の場合】

・転入のきっかけ・理由

・吹田市を選択した理由

【定住意向】・このまま住み続けたいかどうか。

・その理由(選択肢設定)

【住替意向】・住み替えや転居を考えているかどうか。

・その理由(選択肢設定)

【ライフステージごと(結婚・出産・子育てなど)の
段階で求める

機能やサービスなどの環境について】

○シティプロモーションに関すること

【吹田市の都市イメージ】

吹田市について持たれるイメージ

【市内の魅力資源についての認知度】

【市内の魅力資源についての利用(来訪)経験】

【吹田市のアピールすべきポイント
(プロモーションの方向性)

<吹田市外の方々>

○居住に関すること

【居住年数】・現在の場所での居住年数

【吹田市での居住経験の有無】

→【吹田市からの転出者の場合】

・転出のきっかけ・理由

・吹田市を選択しなかった理由

・定住及び住替意向とその理由

→【吹田市出身者】

・Uターン希望の有無とその理由

○シティプロモーションに関すること

・吹田市の都市イメージ

・市内の魅力資源についての認知度と利用(来訪)経験

・吹田市のアピールすべきポイント

(プロモーションの方向性)