

さがみはらみんなのシビックプライド向上計画の概要について

本市では、全国の自治体で初となる「さがみはらみんなのシビックプライド条例」（令和3年相模原市条例第3号。以下「条例」という。）を制定し、令和3年4月1日に施行しました。

条例は、市民のみならず、「本市と関わりのあるみんな※1」の「シビックプライド※2」を高めることを目的とし、「さがみはらファン※3」が市内外にあふれ、誰にでも自慢したくなるまちになることを願って制定したもので、将来にわたり誇れるまちづくりを推進するための基本理念をみんなで共有するものです。

- ※1 「本市と関わりのあるみんな」…相模原市在住、在学、在勤の人、相模原市と何らかのつながりのある人や関心のある人のことだよ。
- ※2 「シビックプライド」…相模原市に対する誇り、愛着、共感を持って、まちのために自らかかわっていこうとする気持ちのことだよ。
- ※3 「さがみはらファン」…相模原市のことを好きな人のことだよ。



相模原市マスコットキャラクター「さがみん」

本計画は、条例第8条の規定により、シビックプライドを高める取組を効果的かつ計画的に推進するために策定するものです。

1 計画の位置付け

本計画は、条例第8条の規定による計画として、また、相模原市総合計画の部門別計画（施策4-7 戦略的なシティプロモーション）として策定します。

2 計画期間

5年間（令和5年度から令和9年度まで）

3 計画の構成

第1章 計画の策定に当たって

シビックプライドの向上に係る計画策定の必要性、相模原市のこれまでの取組、計画の位置付けなどについて記しています。

第2章 相模原市の現状及び課題

各種調査や分析結果から、相模原市の現状及び課題についてまとめています。

第3章 基本方針・基本施策

現状及び課題を踏まえ、目標などの基本方針及び基本施策について定めています。

第4章 計画の推進

基本方針・基本施策を踏まえ、計画を推進するための手法や、取組の成果を測るための指標を定めています。

4 計画の内容

(1) 基本方針

本市に対する誇り、愛着及び共感を持ち、まちのために自ら関わっていかこうとする気持ち(シビックプライド)を持ったみんなを市内外に増やすための取組を推進します。

ア 目標

(ア) 継続居住促進(本市に誇りと愛着を持ち住み続けてもらう)

(イ) 認知度向上(本市のことを知ってもらう)

(ウ) 転入促進(本市に住んでもらう)

イ ターゲット

施策	世代	エリア
シビックプライド向上	全世代	本市内外
対外的シティプロモーション	20歳代～30歳代	東京都及び神奈川県 の区域 (本市の区域を除く)

(2) 基本施策

ア 相模原市の魅力の発掘・向上と更なる発信

イ 市民等多様な主体との連携・協働による取組の推進

ウ 効果的なシティプロモーションの着実な展開



この3つを柱に、取組を進めるよ。

(3) アピールポイント

ア 子育てしやすいまち さがみはら

イ 都市と自然のベストミックス さがみはら

ウ 宇宙を身近に感じられるまち さがみはら

エ スポーツに親しめるまち さがみはら

みんなの意見をもとにこの4つをみんなと一緒に重点的にアピールするよ。



(4) 手法

多様な主体との連携・協働等を図り、動画配信、各種SNS、メディアリレーション、各種広告、ファンサイト、イベント、紙媒体(広報さがみはら、各種PR冊子等)や新たな媒体の活用等により効果的に取り組めます。

(5) 成果指標

(単位 %)

	成果指標	基準値 (令和3年度)	目標値 (令和9年度)
対象… 20～30歳代の市民 市内向け調査	【継続居住促進】		
	住んでいる地域に愛着を感じている市民の割合 *相模原市総合計画基本計画の指標(全年代対象)	80.7	85.0
	住んでいる地域に愛着を感じている市民の割合 *20～30歳代	75.3	79.3
	相模原市への「愛着」を感じている市民の割合	76.5	80.6
	「共感」を持つ市民の割合	59.3	62.5
	「誇り」を持つ市民の割合	49.3	51.9
	「継続居留意向」を持つ市民の割合	79.0	83.2
	「他者推奨意向」を持つ市民の割合	64.8	68.3
対象… 東京都及び神奈川県在住の 20～30歳代の方 市外向け調査	【認知度向上】		
	相模原市の認知度 *相模原市総合計画基本計画の指標	90.1	95.0
	相模原市の資源や施策についての認知度	64.0	67.5
	相模原市のイメージ量(イメージ選択肢の総和) *イメージを持っている人の割合	80.7	85.1
	相模原市への訪問魅力度	62.6	66.0
	【転入促進】		
	相模原市への居留意欲度	23.6	24.9

取組の成果は、アンケート調査を行って測ることとするよ。



(6) 策定のポイント

- ア 策定に当たっては、シビックプライド向上計画策定委員会を設置したほか、オープンハウス型調査や若手職員ワーキングを実施し、広く意見を募りました。
- イ 本市の魅力として「アピールポイント」を設定し、協働により新たな魅力の発掘・向上を図るとともに、重点的に伝えていくこととしました。
- ウ 手法について、社会の変化に合わせて再構築するとともに、総合的なメディア戦略についても盛り込むこととしました。