【概要版】令和2年度「地域ブランディング・プロモーションに関する調査研究」（北海道室蘭市）

1. 調査研究の背景と目的

- ✓ 北海道室蘭市は、製造業を中心とした基幹産業の成長と共に発展した、北海道を代表する工業都市。
- ✓ 室蘭市の最重要課題は人口減少対策であり、市内外への魅力発信をしていくための地域ブランディング・プロモーションの方策を検討する必要がある。
- ✓ 現在の人口減少施策の潮流を見渡したときに、今後「関係人口」の創出・拡大の視点は重要であり、実態等の把握が必要。
- ✓ 室蘭市の持つどの資源をどのように売り込むかという視点から、関係人口の実態を踏まえたターゲットの選定と今後のブランディング・プロモーション方向性の検討を行う。

2. 調査内容一覧

	調査項目	出力情報
関係人口調査	➢ 地域ブランディング・プロモーションに関する文献等調査	□ 国内の人口対策施策動向
	➢ 関係人口に関するweb調査	□ 関係人口の動向・類型
	➢ 関係人口となる要因に関するヒアリング調査	□ 特定の地域と関係を持つようになる要因
地域資源調査	➢ 室蘭市来訪者分析	□ 室蘭市来訪者の属性・性質
	➢ 室蘭市認知度調査 ※大正大学提供調査	□ 室蘭市の認知度、市外から認知されている地域資源
	➢ 市内事業者等・室蘭市出身者ヒアリング調査	□ 市内外からみた室蘭市の特徴・資源

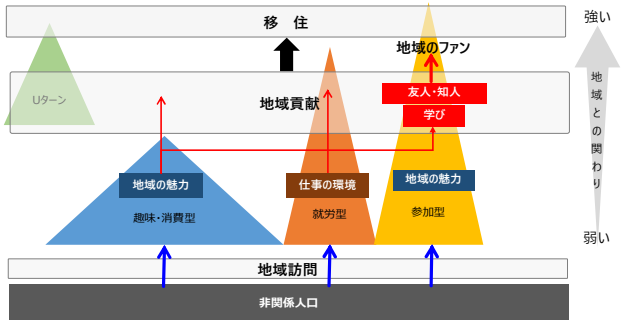
3. 人口政策における関係人口の位置付けと類型化／各類型の関係深化要因

- ✓ 地域創生の流れの中で、「関係人口（＝移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々）」が地域の担い手として注目され、国の政策においても実態把握調査がなされている。
- ✓ 今回の調査研究では、国の調査を基にしながら、関係人口を新たに4タイプに分類。
- ✓ 4タイプの中で特に地域貢献意向・移住意向の高い「参加型」関係人口へ変容させることが、人口政策としての関係人口「深化」に効果的と考えられる。
- ✓ それぞれの関係人口への深化要因は 地域の魅力 、 仕事の環境 、 友人・知人 、 学び に分類でき、参加型関係人口への深化を促進するためには、「地域の魅力」を基にした「友人・知人」づくり、「学び」の体験などの要素を組み合わせた取組が有用。

趣味・消費型	地縁・血縁先以外で、地域での飲食・趣味活動を実施
参加型	地域の人との交流・イベント等に参加、地域づくりへ関与 ※最も地域貢献意向・移住意向が高い類型
就労型	地域においてテレワーク及び副業を実施
Uターン型	地縁・血縁を一番のきっかけで地域を訪問

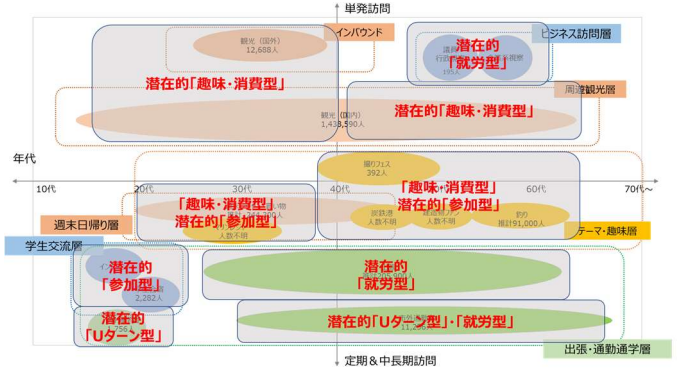
→ 関係人口「深化」

→ 関係人口「創出」



4. 室蘭市来訪者構成マップ

室蘭市への来訪者を構成マップに落とし込み、どの属性の来訪者がどの関係人口であるか／どの関係人口になり得るかを分析。

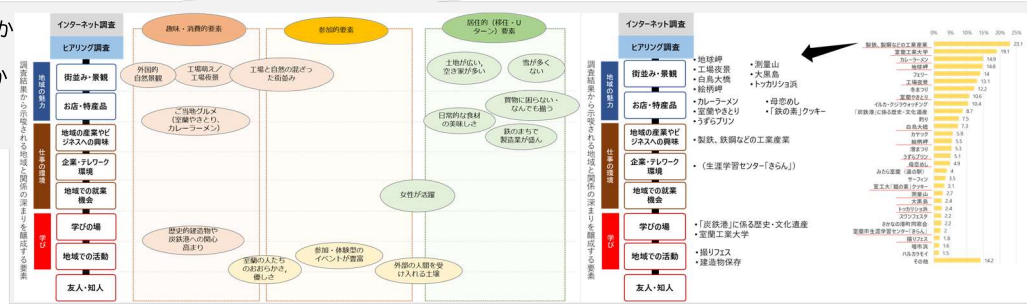


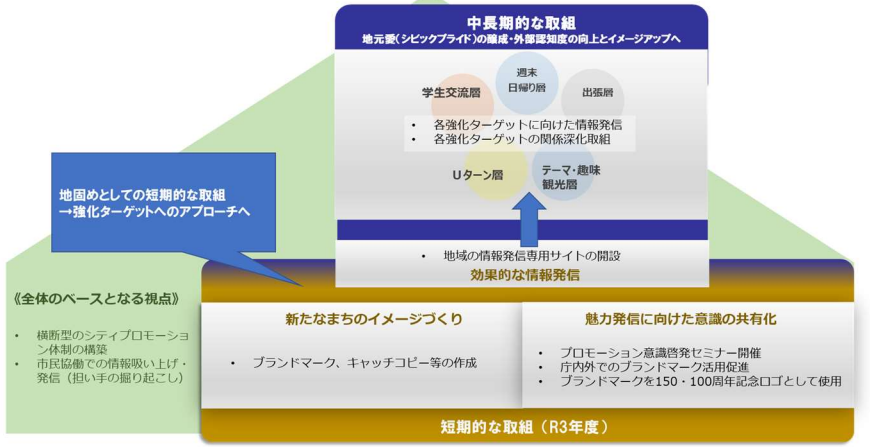
5. 室蘭市における地域ブランディング・プロモーションのターゲット設定

室蘭市来訪者構成マップから、これから地域との関わりを深化させることで地域貢献活動・移住につながるポテンシャルを有す層を「ターゲット」として設定、その層の特性を関係人口の類型に当てはめ、関係深化要因として考えられる室蘭市の資源とマッチングさせたアプローチ案を検討。

	方向性（関係人口深化）	マッチングが考えられる室蘭市の資源
ターゲット① 週末日帰り層 ✓ 西胆振地区を中心に、室蘭市を買物・レジャー目的で来訪する層 ✓ 主に親子・ファミリー層を想定。	趣味・消費型 ➡ 参加型 ➢ 親子で参加できる体験型コンテンツの充実・情報発信と交流促進	地域の魅力 ✓ 自然景観・豊富な歴史的建造物 ✓ ファミリー層の活発なコミュニケーションの場 友人・知人 ✓ 室蘭市民のおおらかさ、来訪者を受け入れる土壌 学び ✓ 親子対象のイベントの充実
ターゲット② テーマ・趣味・観光層 ✓ 釣り、マリンレジャー、建造物など、特定のテーマ・趣味活動を目的に来訪する層	趣味・消費型 ➡ 参加型 ➢ 情報発信によるリピーター化促進 ➢ 交流促進による「知り合いづくり」	地域の魅力 ✓ 室蘭市の工業・産業、豊富なテーマ・趣味コンテンツ 友人・知人 ✓ 室蘭市民のおおらかさ、来訪者を受け入れる土壌 学び ✓ 日本遺産「炭鉄港」に係る歴史・文化遺産、テーマ・趣味に関連した参加体験型イベントの充実
ターゲット③ 学生交流層 ✓ 合宿やインターンで室蘭市を来訪する高校生・大学生等	交流人口 ➡ 参加型 ➢ 企業や大学と連携したインターン等の実施	友人・知人 ✓ 室蘭市民のおおらかさ、来訪者を受け入れる土壌 学び ✓ 製鉄・製鋼などの工業産業、室蘭工業大学
ターゲット④ 出張層 ✓ 室蘭市内及び近隣企業に出張する目的で室蘭市に来訪する層	交流人口 ➡ 就労型 ➢ 地域資源を活かしたリピーター化 ➢ コワーキングスペース等の整備	仕事の環境 ✓ 製鉄・製鋼などの工業産業 ✓ 女性の起業支援活動 ✓ サテライトオフィス室蘭などのテレワーク環境
ターゲット⑤ Uターン層 ✓ 過去に室蘭市に居住・通勤・通学していた層	交流人口 ➡ Uターン型 ➢ Uターン者のネットワーク形成 ➢ 身近に感じられる情報発信	地域の魅力 ✓ 室蘭市の街並み・景観、歴史文化（愛着要因） 友人・知人 ✓ 室蘭市民のおおらかさ

ヒアリング調査・web調査で明らかになった室蘭市の資源が、どの関係人口への深化要因に該当するかを整理・分析



6. 今後の取組方向性

令和4年度室蘭市開港150年・市制施行100年の節目に向け、市民を巻き込みながら、市全体でのブランディング・プロモーション体制を構築することが重要。