

市民も職員も
それぞれがまちに関わる・繋がる
「LINK SAYAMA」

インナープロモーションを推進

転出を減少させるために市民の定住・愛着意欲の向上が必要。測定の為に東海大学河井教授推奨のmGAP（まちへの推奨・参加・感謝の3つの意欲）採用。mGAPの向上は定住だけでなく、まちの活性化・福祉向上にもつながる。



市内住民

転出の75%を占める20才から44才の転出を減少させることが最も費用対効果が高い。そのため、20才から44才を最重点世代とし、全世代と合わせ社会増減数を把握。

市外住民

市外住民に関してはターゲットを絞る必要がある。最重点世代で西武線沿線の近隣住民をターゲットに設定。狭山市民の推奨意欲の発露により、プロモーションを実施。

シティプロモーションの目的 = まちの活力維持のため、人口減少（主に社会減）を抑制

他自治体とのmGAP比較

	狭山市	白岡市	北本市
推奨	-734	-219	-372
参加	-916	-274	-401
感謝	396	161	158
mGAP（上記3指標合計）	-1253	-331	-615

◎「推奨」「参加」「感謝」の3指標合計

- └ 現在狭山市の3指標合計のmGAPは-1,253。同じ埼玉県内でmGAPを公開している白岡市（令和5年度）と北本市（令和2年度）と比較しても、大幅に数字が低い。
- └ 他自治体と比較しても、特に「推奨」と「参加」の数値が低い部分が顕著であることがわかる。

「推奨」と「参加」の向上をはかる必要がある

狭山市職員のmGAP

市役所職員mGAP

	区分	総数	mGAP
職員全体アンケート	推奨	593	-219.60
	参加	593	-152.20
	感謝	593	816.10

参考) 狭山市全世代

	区分	総数	mGAP
全体	推奨	1290	-733.62
	参加	1212	-915.88
	感謝	1209	396.31

- ◎狭山市全世代と同じく、職員の「推奨」「参加」数値も全体的に低い傾向にある
- ↳ 狭山市が持っている課題は、そもそも職員が持っている課題と同じと言える

計画の枠組み（ペルソナ像）

普通の市民

30代子育て中の女性。
きれいではないが、
特に市の魅力について
気にも留めていない。
市の魅力と言われ
2〜3個はあげられる

推奨意欲 普通(5-7)

参加意欲 普通(5-7)



普通の職員

20代後半女性。
市が嫌いではないが、
特に市の魅力について
気にも留めていない。
市の魅力と言われ、
10個もあげられない。

推奨意欲 普通(5-7)

参加意欲 普通(5-7)



mGAPの高い市民

40代女性。市内で活動を行っていると同時に、アンテナ感度が高く、市内のイベントにもよく顔を出す。イベントに行くとき声をかける知り合いが多数いる

推奨意欲 高い(8-10)

参加意欲 高い(8-10)



mGAPの高い職員

30代前半男性。市の魅力を30個以上あげられる。このままではいけないと思い、行動を起こす。主体性を持ち、SNS発信も行っている

推奨意欲 高い(8-10)

参加意欲 高い(8-10)



参考：市内マーケット一覧（市内各地区に点在）

柏原地区

にこテラWednesday

さやまぐらし

Cycle Night

ユーアイネット柏原マルシェ

わくわく公園まつり

花菖蒲まつり

キャンプフェスタ

水富地区

福ふくお寺マルシェ

義高の鯉のぼり

水富祭ウォーキングフェスティバル

入間川地区

彩の国マルシェ

さやまナイトガーデン

楽市楽座

ifイナリヤマフェスタ

HARIHARI DAY

せれくとichi

KODAWARIのいと

うのきマルシェ

奥富地区

かかし祭り

かみおくPARK PICNIC

AAA VINTAGE MARKET

新狭山地区

シンサヤママーケット

すかいロード祭り

キッチンカーうまいもんまつり

堀兼地区

堀兼ふる里まつり

ほりかね秋市 Horikane Autumn Market

堀兼冬まつり

ハットリシェ

狭山台地区

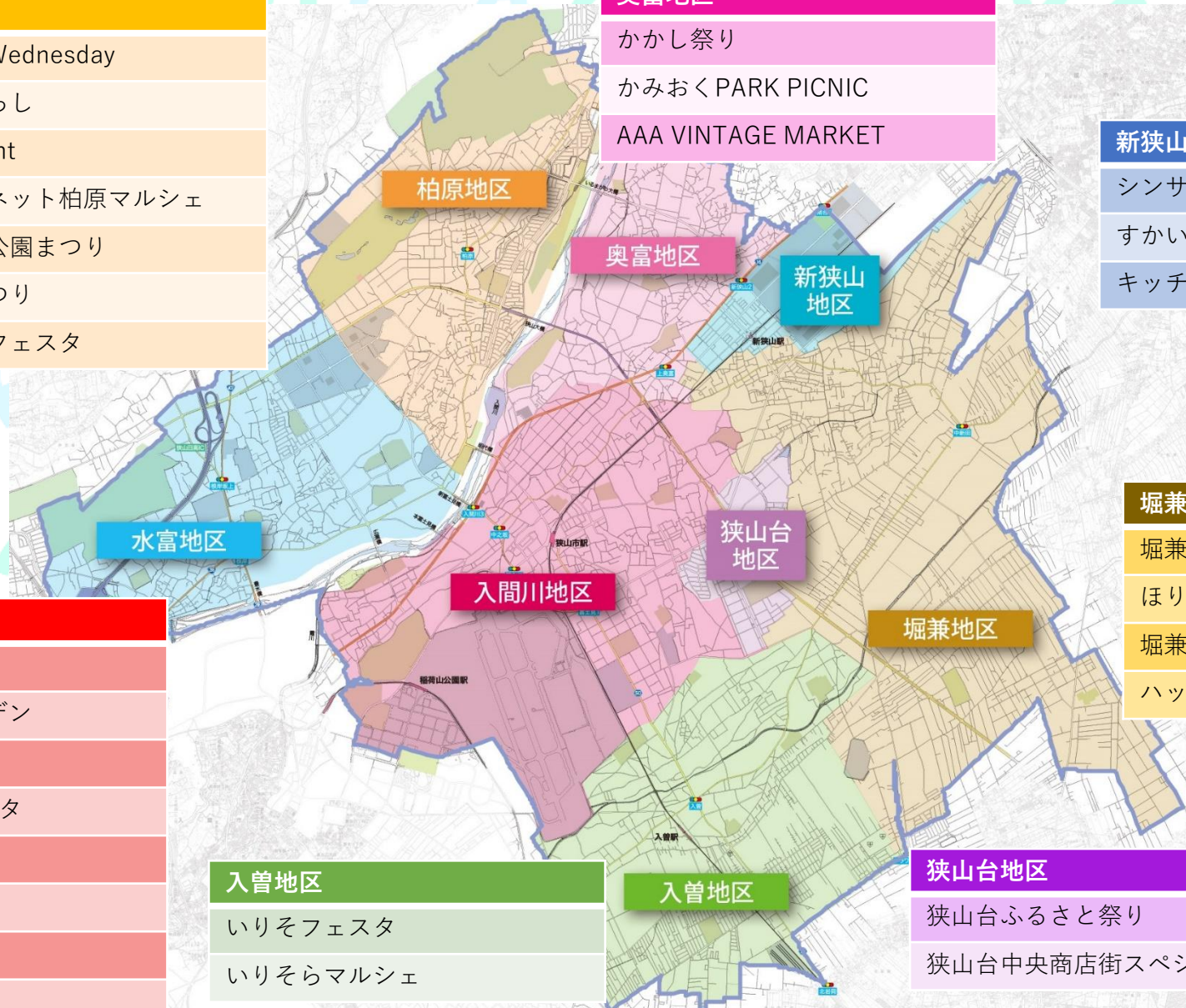
狭山台ふるさと祭り

狭山台中央商店街スペシャルマーケット

入曽地区

いりそフェスタ

いりそらマルシェ



ペルソナに応じた施策（市民）

普通の市民

30代子育て中の女性。
きれいではないが、
特に市の魅力について
気にも留めていない。
市の魅力と言われ
2～3個はあげられる

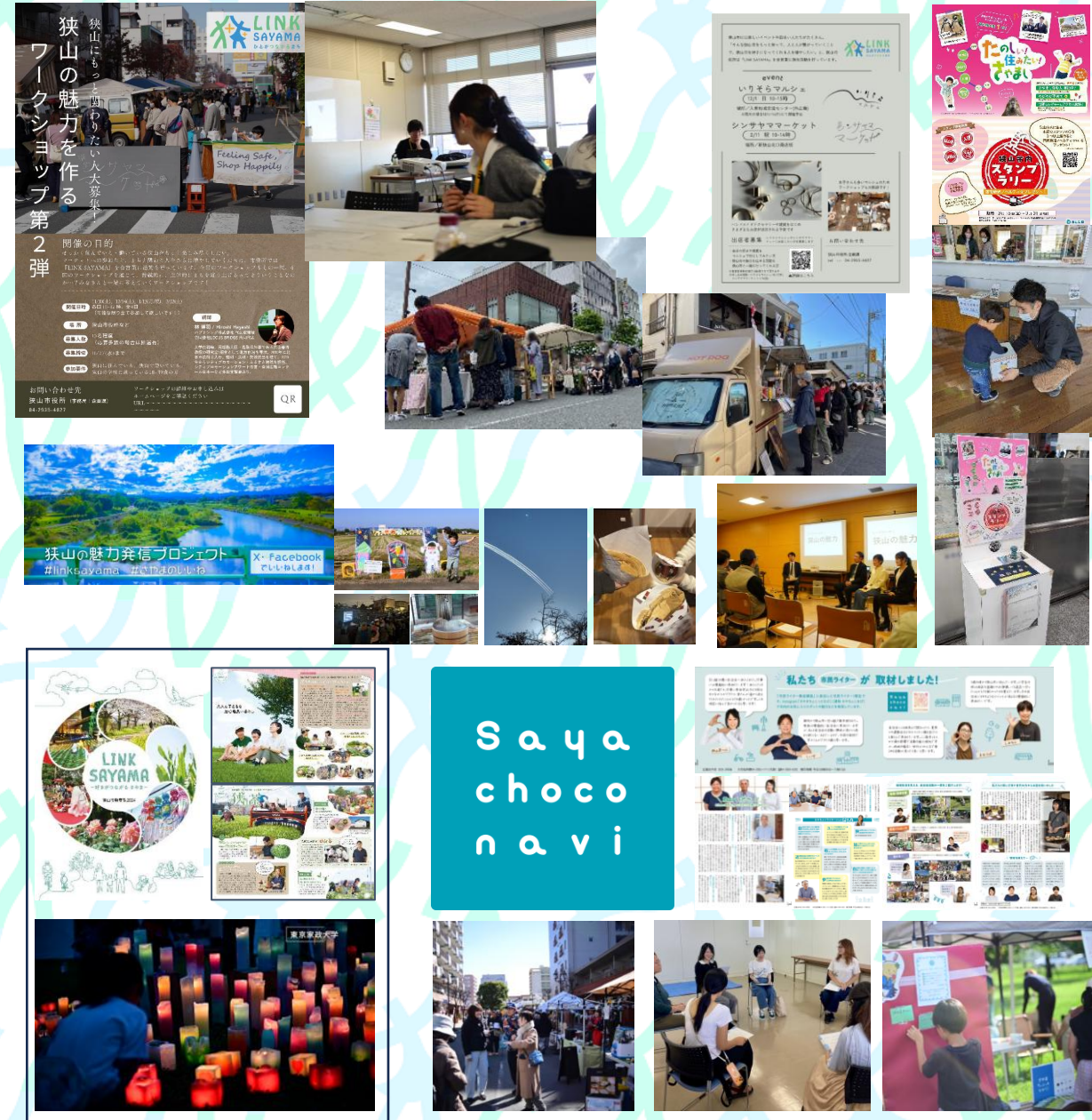
推奨意欲 普通(5-7)
参加意欲 普通(5-7)



mGAPの高い市民

40代女性。市内で活動を行っていると同時に、アンテナ感度が高く、市内のイベントにもよく顔を出す。イベントに行くと声をかける知り合いが多数いる

推奨意欲 高い(8-10)
参加意欲 高い(8-10)



ペルソナに応じた施策（職員）



普通の職員

20代後半女性。
市が嫌いではないが、
特に市の魅力について
気にも留めていない。
市の魅力と言われ、
10個もあげられない。

推奨意欲 普通(5-7)
参加意欲 普通(5-7)



mGAPの高い職員

30代前半男性。市の魅力
を30個以上あげられる。
このままではいけないと思
い、行動を起こす。主体性
を持ち、SNS発信も行ってい
る

推奨意欲 高い(8-10)
参加意欲 高い(8-10)

効果検証

事前調査に比べ、実際に対面でのイベントへの参加者、研修受講者は市への推奨意欲、参加意欲が高い。一方で、プロモーション動画など参加を伴わない視聴のみの媒体では、推奨は上がるものの、参加意欲は低い結果となりました。
⇒対面し関われるイベントは推奨・参加・感謝意欲を高めるのに有効性がある⇒動画はフックには良いが主軸ではなく、たくさんのイベントが市内で行われる当市では、イベントへの参加を促すための情報量の増大が必要といえる。

マーケット参加者mGAP

	区分	mGAP	市民意識調査 mGAP(18～39歳)
フラッグ作り 体験者 アンケート	推奨	403.5	-139.64
	参加	252.2	-183.66
	感謝	933.2	106.54

西武線スタンプラリーmGAP

	区分	mGAP	市民意識調査 mGAP(18～39歳)
参加者 アンケート N=145	推奨	482.76	-139.64
	参加	205.62	-183.66
	感謝	935.72	106.54

職員研修（パブリシティ）

	区分	mGAP	市民意識調査 mGAP(18～39歳)
職員研修 パブリシティ N=36	推奨	573.3	-139.64
	参加	779.1	-183.66
	感謝	1274	106.54

マーケット出店者mGAP

	区分	mGAP	市民意識調査 mGAP(18～39歳)
出店者 アンケート	推奨	1065.6	-139.64
	参加	1376.4	-183.66
	感謝	1376.4	106.54

70周年プロモーション動画

定住意欲高 83.4%	区分	mGAP	市民意識調査 mGAP(18～39歳)
動画 N=157 ※SNSを使っ た希望者	推奨	73.5	-139.64
	参加	-294	-183.66
	感謝	999.6	106.54

市民ワークショップ

	区分	mGAP	市民意識調査 mGAP(18～39歳)
市民ワーク ショップ N=9	推奨	1352.7	-139.64
	参加	1488	-183.66
	感謝	1488	106.54

インナープロモーションを推進

普通の市民

30代子育て中の女性。
きらいではないが、
特に市の魅力について
気にも留めていない。
市の魅力と言われ
2〜3個はあげられる

推奨意欲 普通(5-7)

参加意欲 普通(5-7)



普通の職員

20代後半女性。
市が嫌いではないが、
特に市の魅力について
気にも留めていない。
市の魅力と言われ、
10個もあげられない。

推奨意欲 普通(5-7)

参加意欲 普通(5-7)

mGAPの高い市民

40代女性。市内で活動を行っていると同時に、アンテナ感度が高く、市内のイベントにもよく顔を出す。イベントに行くとき声をかける知り合いが多数いる

推奨意欲 高い(8-10)

参加意欲 高い(8-10)



mGAPの高い職員

30代前半男性。市の魅力を30個以上あげられる。このままではいけないと思い、行動を起こす。主体性を持ち、SNS発信も行っている

推奨意欲 高い(8-10)

参加意欲 高い(8-10)

4.効果検証

定住意欲（住み続けたい・できれば住み続けたいの割合）

事前→60.9% 事後→87.6%

事前：市民意識調査（R1）※無作為中抽出 事後：公式SNS投稿（X・Facebook・LINE）を通じたアンケート調査（2025.3）※今後毎年実施予定

市民・職員の事前・事後のmGAP比較

市民	事前	事後
推奨	-734	-256
参加	-916	-207
感謝	396	799
mGAP	-1253	326

事前：市民意識調査（2023.10）※無作為中抽出
事後：公式SNS投稿（X・Facebook・LINE）を通じた
アンケート調査（2025.3）※今後毎年実施予定

職員	事前	事後
推奨	-220	-89
参加	-152	459
感謝	816	1199
mGAP	444	1568

事前：LoGoフォームを使った庁内調査（2023.10）
事後：LoGoフォームを使った庁内調査（2025.3）

2.計画（市民意識アンケート定住意欲とmGAPの関係）

定住意欲が低い層は推奨・参加意欲ともに低い傾向

18歳から39歳の定住意欲が高い層・低い層の推奨・参加・感謝意欲比較

推奨意欲	高	低	参加意欲	高	低	感謝意欲	高	低
定住意欲が高い （住み続けたい、できれば住み続けたい）	24%	47%	定住意欲が高い （住み続けたい、できれば住み続けたい）	14%	57%	定住意欲が高い （住み続けたい、できれば住み続けたい）	59%	19%
定住意欲が低い （転出したい、できれば転出したい）	6%	86%	定住意欲が低い （転出したい、できれば転出したい）	10%	80%	定住意欲が低い （転出したい、できれば転出したい）	51%	29%

推奨意欲、参加意欲、感謝意欲それぞれで0-10段階でアンケートを行い、高（8-10）、低（0-5）で記載

定住意欲と、推奨意欲・参加意欲・感謝意欲それぞれに相関関係が伺え
定住意欲が低い層では特に、推奨・参加意欲が低い傾向があり、
定住意欲が高い層では、推奨意欲が高くなる傾向がある