

## 武雄市の魅力度の評価とシティプロモーション ークロス集計によるアンケート調査の基礎分析ー

佐賀大学経済学部 准教授 羽石 寛志

### 1. はじめに

佐賀県武雄市は、2018年（平成30年）6月末時点で、人口49,143人、世帯数18,166世帯の地方都市である。多くの地方都市と同様に人口の減少は続いているが、世帯数の増加が見られる。2015年に策定された「武雄市人口ビジョン（平成27年9月策定）」によれば、武雄市の人口は1950年の70,929人をピークに減少傾向であり、30年後の2045年に4万人を割り込むと推計されており、今後さらに人口の減少が続くことが予想されている。

現在、武雄市は人口減少の対策に取り組んでいる。武雄市まち・ひと・しごと創生総合戦略「もっと輝く☆スター戦略☆平成27年度～平成31年度」（平成27年10月）では、2019年度（平成31年度）の目標を人口49,000人、市民所得10%向上として、そのための下支えになる5つの基本目標を掲げている。①仕事を創出し、所得を上げる、②最高の子育て・教育環境をつくる、③生きがいと健康を実感できるまちをつくる、④来てもらう・住んでもらうまちをつくる、⑤ほどよい田舎で楽しく暮らす環境をつくる、である。武雄市のWebページには、「武雄に住んでみんなしゃい！『お住もう部屋』」として、定住支援金、定住特区補助金、空き家の改修補助、ウェルカム武雄ハウス（移住促進住宅）、空き店舗改修補助、就農相談会、青年就農給付金、教育見学ツアーなどのPR情報が掲載されており、定住希望者への支援メニューがまとめられている。

本格的な少子高齢化社会を迎えた日本では、武雄市に限らず、特に地方都市で、人口減少の問題が顕在化してきており、地方自治体の運営には多くの支障が生じるようになってきている。その対策として、上記で見た武雄市の事例のように、定住人口の増加を目的とした「働く場の設置」、「子育て環境の拡充」、「住まいの設置」などが進められている。その一方で、交流人口の増加を目的とした「観光地の整備」、「食のプロデュース」、「交通機関の整備」、「宿泊施設の整備」などが進められている。これらの施策に限らず、全国各地の地方自治体で数多くの様々な施策の企画・運営が展開されているが、そのための情報発信としてシティプロモーションが実施されている。しかし、シティプロモーションの効果であったり、そのための地域の魅力度の評価がどのようになっているのかは明らかになっていないという現実がある<sup>(注1)</sup>。

本稿では、武雄市を中心としたアンケート調査をもとに、シティプロモーションを行う上で、地域の魅力度はどのように評価されるのかを事例的に明らかにしたいと考えている。分析に先立って、2018年

(平成 30 年) 3~4 月にかけて武雄市の PR 動画に関するアンケート調査を実施した。この回答をもとに、本稿では、第 1 に回答者の属性など基本項目を集計し、その特徴を概観する。第 2 に回答者の武雄市に対する認知度や訪問経験の有無などに関するクロス集計分析を行い、分析結果から有意な結果を報告し、シティプロモーションの評価を行う。

### 3. アンケート調査

#### 3.1 アンケート調査の概要

今回の調査では、シティプロモーションをどのような方法で評価や分析するのが課題であった。シティプロモーションという情報発信は、いろいろな媒体でなされているが、近年の傾向として、全国各地の地方自治体が動画を積極的に活用している。そのため、今回の武雄市のシティプロモーションに関する調査では、初めにシティプロモーション動画を作成することから始めた。武雄市と協議の結果、アンケート調査で使用することから 3 分程度の動画を作成することとし、また、近隣市町村の動画と評価の比較を行うために、同じく 3 分程度の鹿島市と伊万里市の動画を使用して調査を行うこととした。

アンケート調査にあたっては、回答者に武雄市、鹿島市、伊万里市の動画を見てもらった後で、調査項目に回答してもらった。アンケート調査は、直接的な訪問形式と Web 形式で実施した。2018 年 3 月 14 日に、武雄市や九州と距離のある地域の代表という位置付けのもと、香川大学大学院地域マネジメント研究科（ビジネススクール）の修了生及び在学学生を対象に訪問形式でアンケート調査を実施した。また、2018 年 4 月 21 日に、移住や観光に来る可能性の高い地域の代表という位置付けのもと、九州大学大学院専門職大学院ビジネススクール（経済学府産業マネジメント専攻）の修了生及び在学学生を対象に訪問形式でアンケート調査を実施した。これらの直接的な訪問形式の調査で、各 9 人から回答を得るとともに、現場で意見交換を行い、有益な意見を得ることができた（表 1 参照）。

表 1 調査方法の各件数

	件数 (人)	%
香川大学	9	3.2
九州大学	9	3.2
Web	261	93.5
合計	279	100.0

出所：アンケートデータに基づき筆者作成

加えて、さらに多くのデータを収集するために Web 形式の調査を実施した。2018 年 3~6 月末にかけて、香川大学大学院地域マネジメント研究科、九州大学大学院専門職大学院ビジネススクール、さらに、北九州市立大学大学院マネジメント研究科（ビジネススクール）の同窓会を通じて、それらの修了生及び在学学生を対象に Web 形式でアンケート調査を実施した。同時期に、本調査にかかわる教員が佐賀大学と長崎県立大学で開講している授業の受講生に協力を求めることとし、学生の親などを対象に Web 形式で

アンケート調査を実施した（表1参照）。

調査項目は大きく3つに分かれており、①武雄市及びその動画について、②鹿島市の動画について、③伊万里市の動画についてである。①では、基本調査として1)世帯主、2)年齢、3)同居家族構成、4)職業、5)居住地郵便番号、6)観光時に重要視すること、7)移住時に求める情報、8)移住時に重要視する施設・施策、9)居住自治体決定要因の重要度、10)調査以前の武雄市の認知度、11)今回の調査以前に武雄市を訪問したことがあるかといった質問項目を設定した。また、動画視聴後の12)武雄市の動画の印象、13)武雄市自体の印象、14)武雄市の観光に対する印象、15)武雄市の教育に対する印象、16)武雄市の子育て環境に対する印象、17)武雄市への観光目的として程度、18)武雄動画視聴後の武雄市で子や孫に教育を受けさせたいか、19)武雄動画視聴後の武雄市に住みたいか、20)武雄動画視聴後の武雄市印象、21)九州新幹線西九州ルートが開業予定で訪れてみたい都市は、22)武雄動画視聴後意見、23)武雄市への観光及び移住などについて意見の質問項目を設定した。②と③では、各市の動画視聴後の24)鹿島動画の印象、25)伊万里動画の印象の質問項目を設定した。

なお、有効回答数は279件であり、一定水準の可処分所得に基づく意思決定ができないであろう社会人を経験していない10～20代の現役学生は分析対象から除外した。表2は、基本的な調査項目の集計結果である。回答者の特徴の詳細を見る前に、年代と家族構成を見ておこう。年代を見ると、30代(11.5%)、40代(44.8%)、50代(32.3%)という回答者の構成となっていた。(回答者から見た)家族構成を見ると、配偶者(79.2%)、18歳以上の子(41.9%)、中・高生の子(30.8%)、小学生の子(9.7%)、未就学児の子(9.7%)という回答者の構成になっていた。これらのことから、本調査の対象である移住等を検討する世帯と考えられる年代や家族構成がどちらも過半数を超えていることがわかった。

表2 基本項目の集計結果

1) 世帯主	件数(人)	%
はい	170	60.9
いいえ	109	39.1
合計	279	100.0

2) 年齢	件数(人)	%
10代	3	1.1
20代	13	4.7
30代	32	11.5
40代	125	44.8
50代	90	32.3
60代	13	4.7
70代以上	3	1.1
合計	279	100.0

表2 基本項目の集計結果（続き）

3) 同居家族	件数（人）	%
祖父・祖母	11	3.9
父・母	71	25.4
配偶者	221	79.2
子（18歳以上）	117	41.9
子（中・高校生）	86	30.8
子（小学生）	27	9.7
子（就学前）	27	9.7
孫（18歳以上）	1	0.4
孫（中・高校生）	0	0.0
孫（小学生）	2	0.7
孫（就学前）	2	0.7
一人暮らし	27	9.7
合計	279	100.0

4) 職業	件数（人）	%
民間企業	139	49.8
自営業	34	12.2
大学・研究機関	15	5.4
公務員（公的機関を含む）	43	15.4
学生	5	1.8
退職・無職	18	6.5
その他	25	9.0
合計	279	100.0

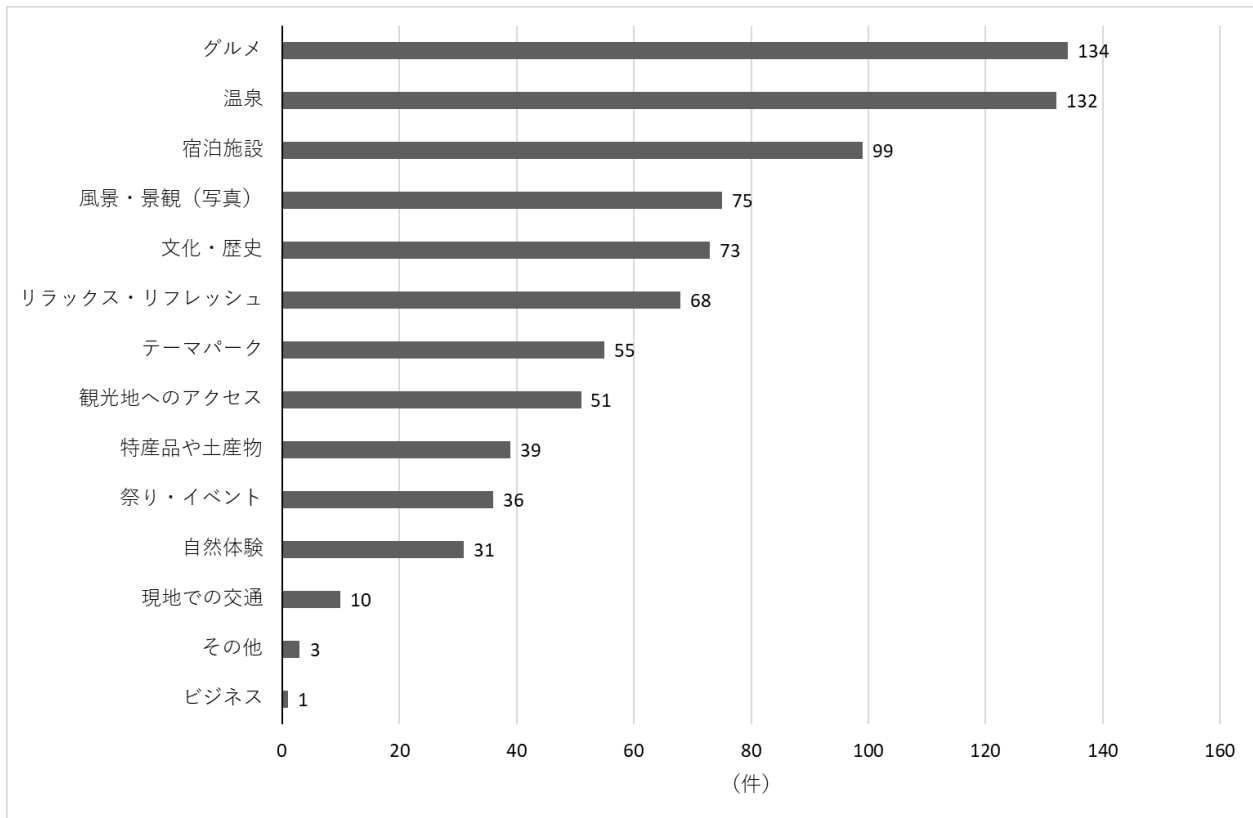
出所：アンケートデータに基づき筆者作成

以下では、第1に簡易集計で回答者の特徴を確認し、その上で、第2に、武雄市の認知と武雄市への訪問経験をはじめとするその他の質問に関するクロス集計を軸に分析を行う。

### 3.2 簡易集計による回答者の特徴

(1) 図1に示したように、回答者が「観光に行くとしたら、どのようなことを重要視するか」に関して、重視する項目を3つ選択する質問では、グルメが134人(48.0%)で最大となっている。以下、温泉の132人(47.3%)、宿泊施設の99人(35.5%)、風景・景観(写真)の75人(26.9%)、文化・歴史の73人(26.2%)が続いている。上位のグルメ・温泉・宿泊施設は、武雄市が現在Webページ等で広報を行っていることから観光で重視されている項目として合致していると考えられる。

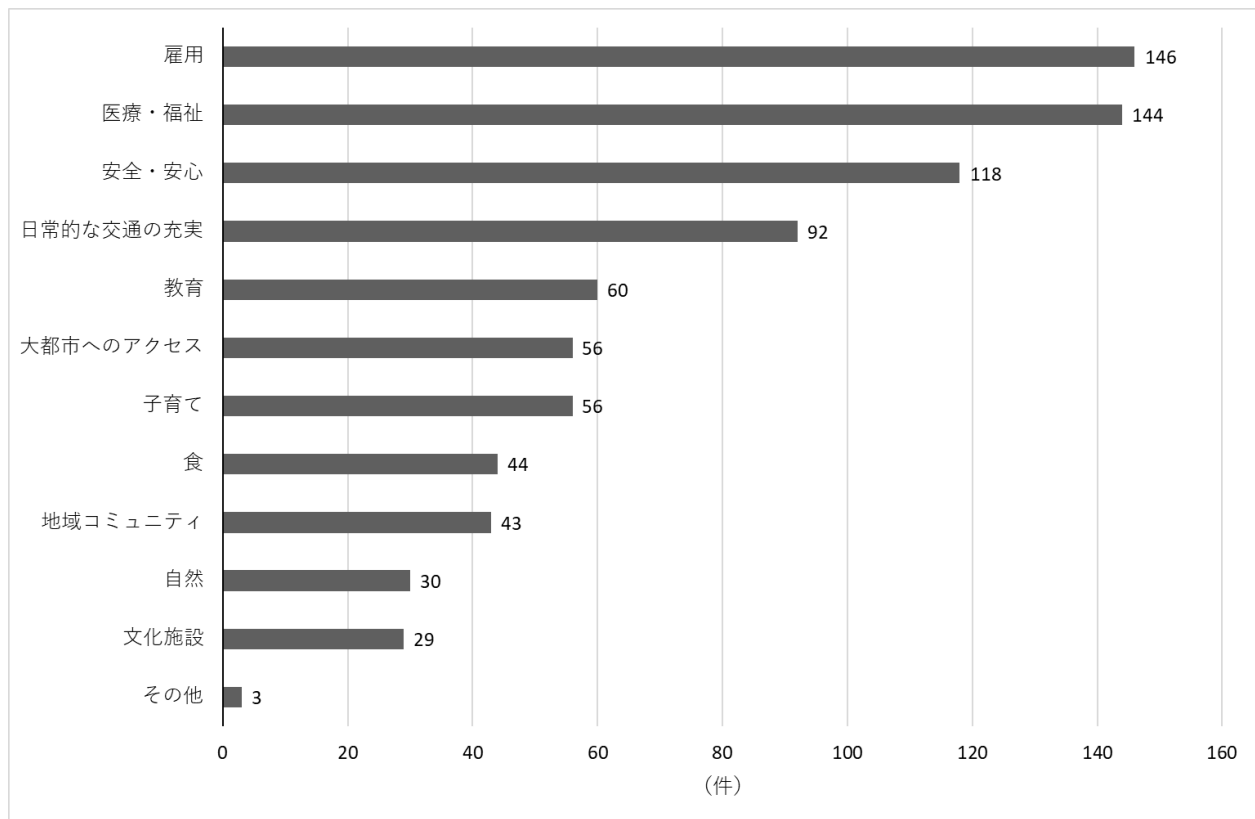
図1 6) 観光に行くとしたら、どのようなことを重要視しますか (N=279)



出所：アンケートデータに基づき筆者作成

(2) 図2に示したように、回答者が「移住をするとすれば、どのような情報を求めるか」に関して、求める情報を3つ選択する質問では、雇用が146人(52.3%)で最大となっている。以下、医療・福祉の144人(51.6%)、安全・安心の118人(42.3%)、日常的な交通の充実の92人(33.0%)、教育の60人(21.5%)が続いている。回答者は、武雄市が特に重視している雇用や教育の情報を求めていることが明らかとなった。

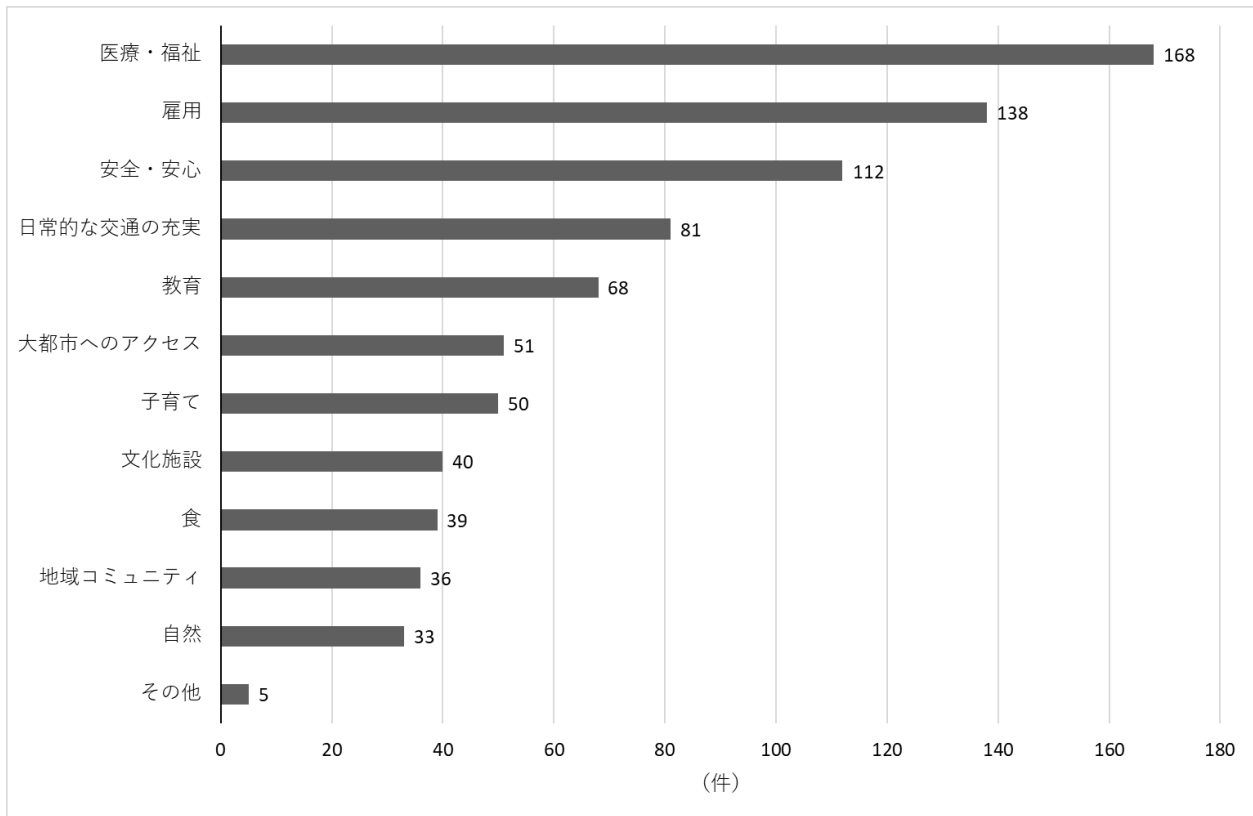
図2 7) 移住をするとすれば、どのような情報を求めますか (N=279)



出所：アンケートデータに基づき筆者作成

(3) 図3に示したように、回答者が「移住をするとすればどのような施設・施策を重要視するか」に関して、重視する項目を3つ選択する質問では、医療・福祉が168人(60.2%)で最大となっている。以下、雇用の138人(49.5%)、安全・安心の112人(40.1%)、日常的な交通の充実の81人(29.0%)、教育の68人(24.4%)が続いている。上記の(2)で示した「移住をするとすれば、どのような情報を求めるか」と大きくは変わらないが、回答者は、医療・福祉を重視していることが明らかとなった。

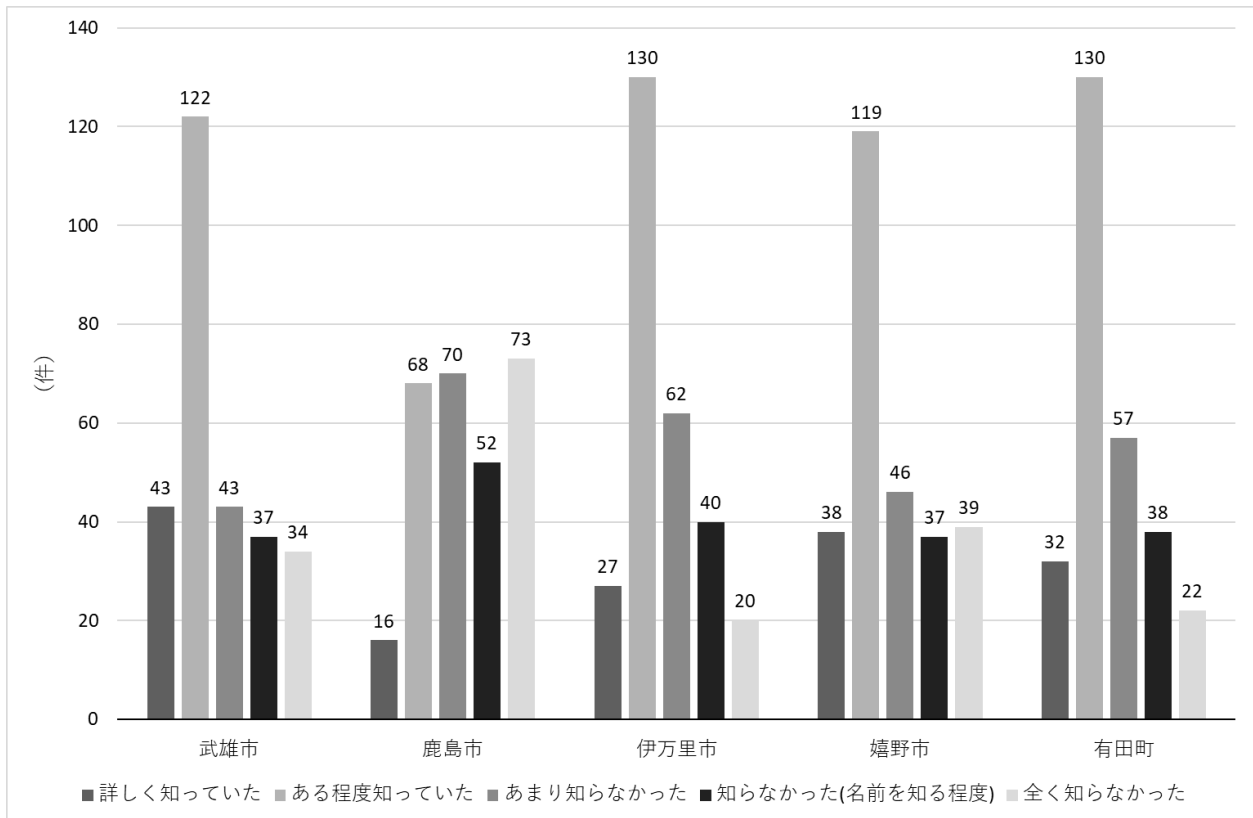
図3 8) 移住をするとすれば、どのような施設・施策を重要視しますか (N=279)



出所：アンケートデータに基づき筆者作成

(4) 回答者が「本調査以前に5市町(武雄市、鹿島市、伊万里市、嬉野市、有田町)をどの程度認知していたか」に対する回答の集計結果は、図4に示した通りである。「武雄市をある程度知っていた」が122人(43.7%)、「鹿島市を全く知らなかった」が73人(26.2%)、「伊万里市をある程度知っていた」が130人(46.6%)、「嬉野市をある程度知っていた」が119人(42.7%)、「有田町をある程度知っていた」が130人(46.6%)で、それぞれの最大値となっている。鹿島市以外の武雄市、伊万里市、嬉野市、有田町は、同じように認知されていることがわかった。

図4 10) 本調査以前に5市町(武雄市、鹿島市、伊万里市、嬉野市、有田町)をご存知でしたか(N=279)

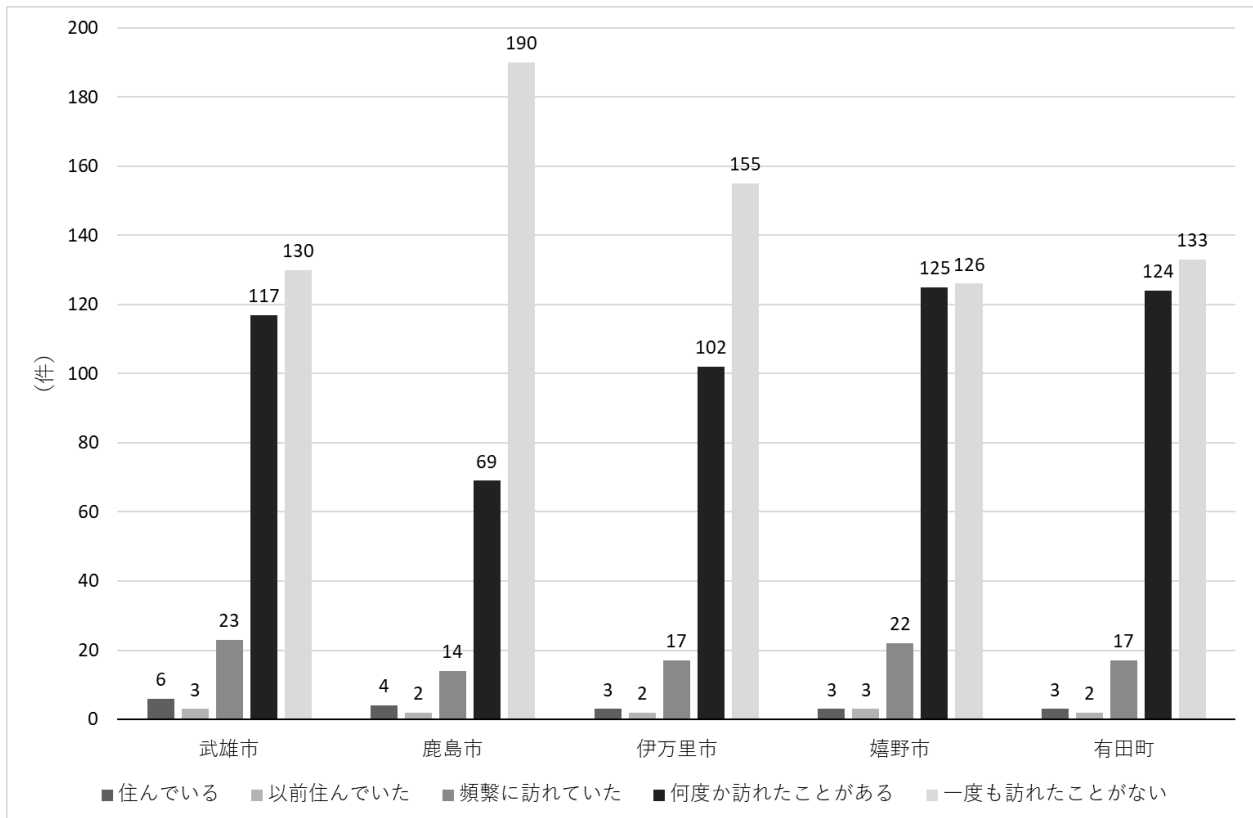


出所：アンケートデータに基づき筆者作成



(5) 回答者が「本調査以前に5市町（武雄市、鹿島市、伊万里市、嬉野市、有田町）をどの程度訪問していたか」に対する回答の集計結果は、図5に示した通りである。「武雄市を一度も訪れたことがない」が130人（46.6%）、「鹿島市を一度も訪れたことがない」が190人（68.1%）、「伊万里市を一度も訪れたことがない」が155人（55.6%）、「嬉野市を一度も訪れたことがない」が126人（45.2%）、「有田町を一度も訪れたことがない」が133人（47.7%）で、それぞれの最大値となっている。回答者の5市町への訪問回数は、同じ様な状況であることがわかった。

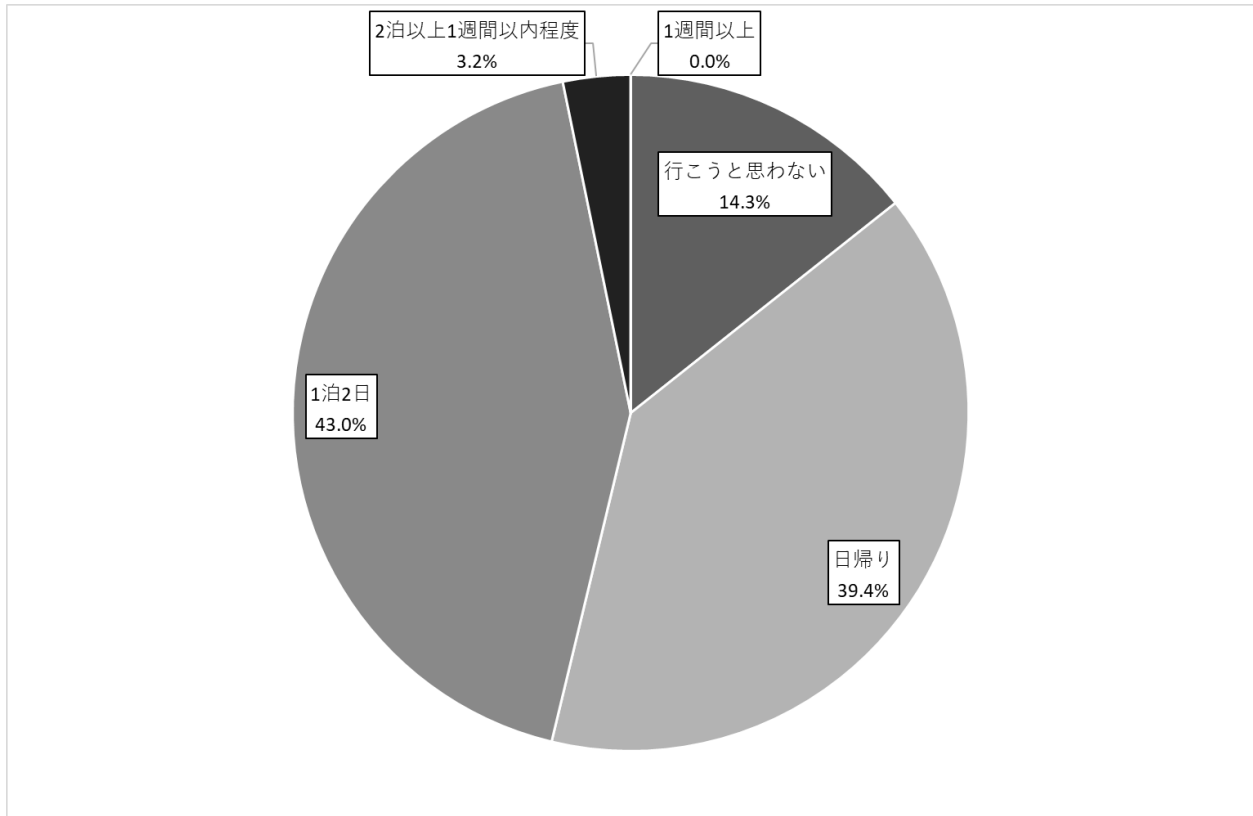
図5 11) 本調査以前に以下の5つの市を訪れたことがありますか (N=279)



出所：アンケートデータに基づき筆者作成

(6) 図6に示したように、回答者が「動画1(武雄市)を視聴後に、観光目的で武雄市にどの程度訪れたいか」に対する回答の集計結果は、1泊2日が120人(43.0%)で最大となっている。以下、日帰りの110人(39.4%)、行こうと思わないの40人(14.3%)、2泊以上1週間以内程度の9人(3.2%)が続いている。1週間以上という回答は無かった。

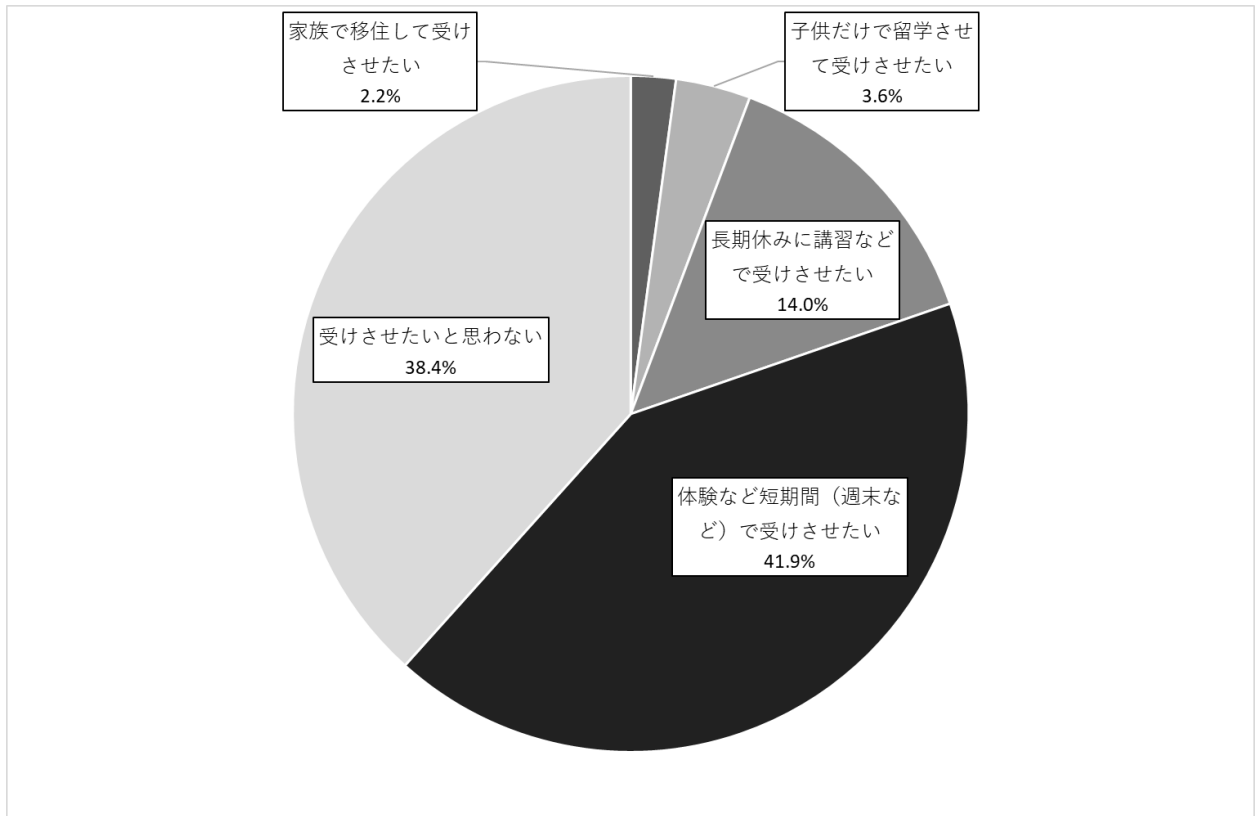
図6 17) 動画1(武雄市)をご覧になり、観光目的で武雄市にどの程度訪れたいですか(N=279)



出所：アンケートデータに基づき筆者作成

(7) 図7に示したように、回答者が「動画1（武雄市）の視聴後に、将来武雄市で子や孫に教育を受けさせたいか」に対する回答の集計結果は、「体験など短期間（週末など）で受けさせたい」が117人（41.9%）で最大となっている。以下、「受けさせたいと思わない」の107人（38.4%）、「長期休みに講習などで受けさせたい」の39人（14.0%）、「子供だけで留学させて受けさせたい」の10人（3.6%）、「家族で移住して受けさせたい」の6人（2.2%）が続いている。

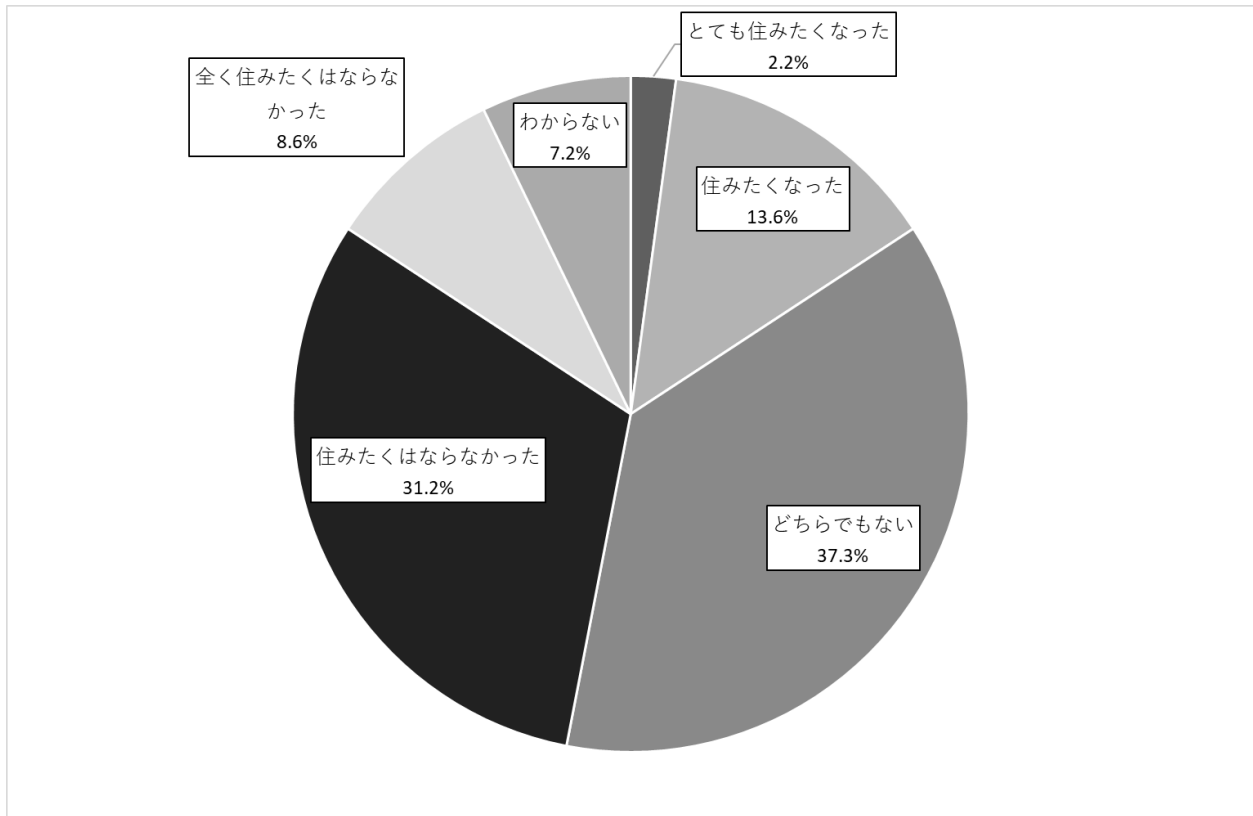
図7 18) 動画1（武雄市）をご覧になり、将来武雄市で子や孫に教育を受けさせたいですか（N=279）



出所：アンケートデータに基づき筆者作成

(8) 図8に示したように、回答者が「動画1(武雄市)の視聴後に、武雄市に住みたいか」に対する回答の集計結果は、「どちらでもない」が104人(37.3%)で最大となっている。以下、「住みたくなかった」の87人(31.2%)、「住みたくなった」の38人(13.6%)、「全く住みたくなかった」の24人(8.6%)、「わからない」の20人(7.2%)、「とても住みたくなった」の6人(2.2%)が続いている。このことから移住を考えたとの回答が合わせて44人(15.8%)いることが明らかになった。

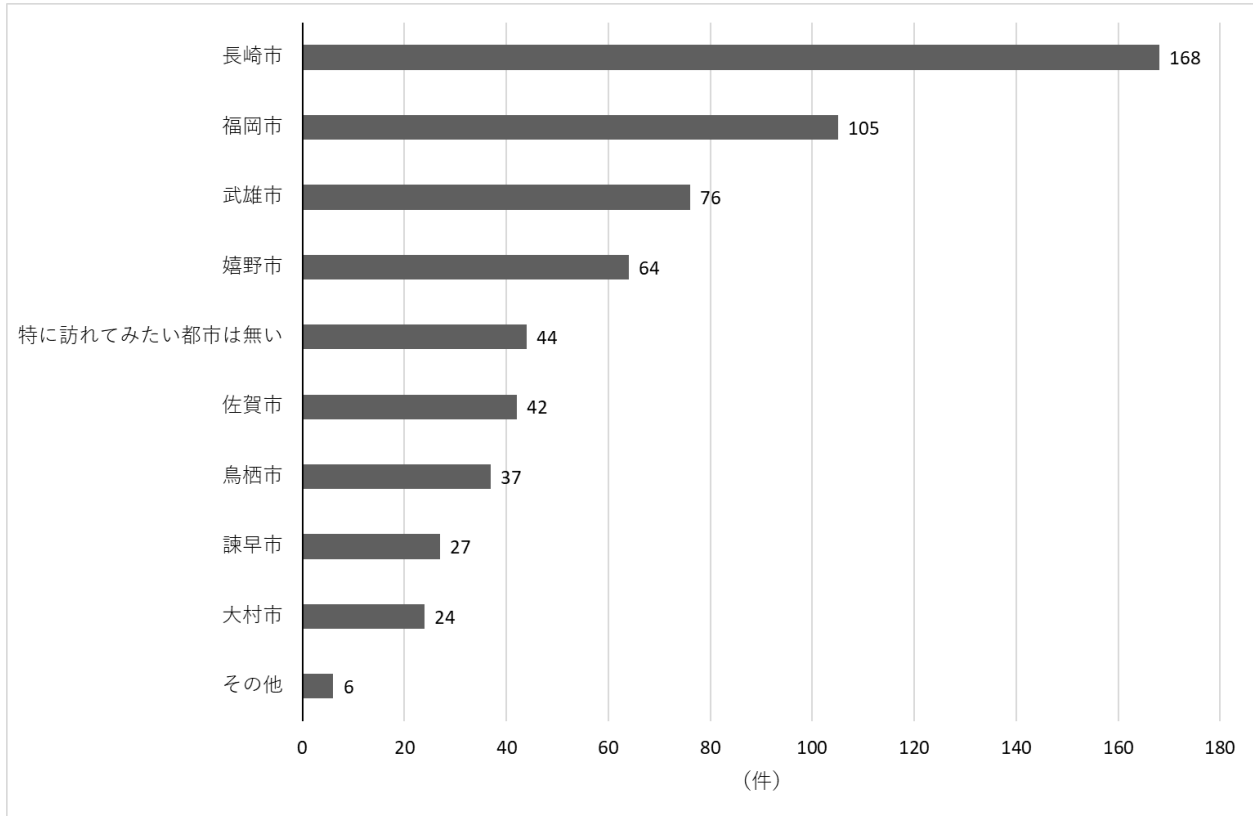
図8 19) 動画1(武雄市)をご覧になり、武雄市に住みたいですか(N=279)



出所：アンケートデータに基づき筆者作成

(9) 図9に示したように、回答者が「九州新幹線西九州ルート開業後に訪れてみたい都市」に関する質問に対する集計結果では、長崎市が168人(60.2%)で最大となっている。以下、福岡市の105人(37.6%)、武雄市の76人(27.2%)、嬉野市の64人(22.9%)と続いている。

図9 21) 九州新幹線西九州ルート開業後に、訪れてみたい都市はありますか (N=279)



出所：アンケートデータに基づき筆者作成

#### 4. 武雄市の認知度と訪問経験に関するクロス集計分析

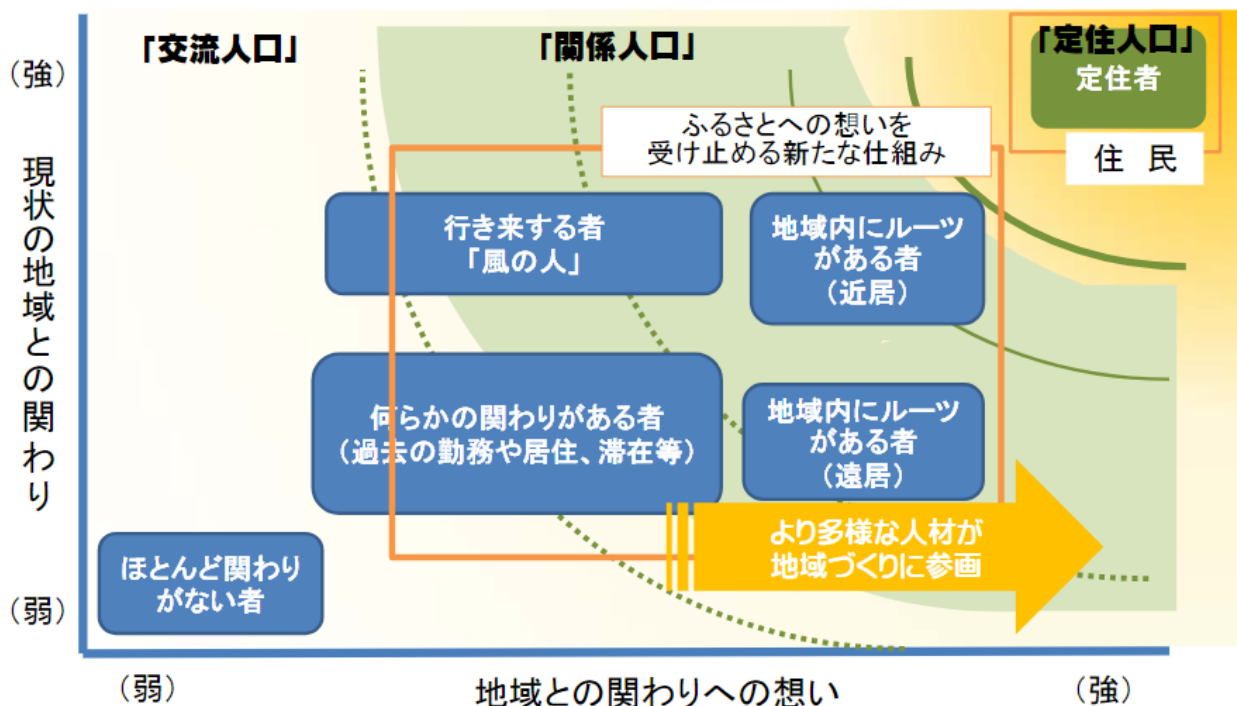
##### 4.1 定住人口と交流人口から「関係人口」へ

本格的な少子高齢化社会を迎えて、官民挙げて、各地で定住人口や交流人口の増加のため様々な施策が企画・実施されている。そのような中、図10で見られるように、総務省これからの移住・交流施策の在り方に関する検討会(2018)の報告に代表される「関係人口」が注目を集めている。この「関係人口」とは、定住人口と交流人口の間に位置する概念である。釜石市では、この「関係人口」を実際の施策に取り入れており、人口減少を受け入れて、住民基本台帳の上の人口増加を政策目標に設定していない。住民基本台帳の上の人口増加ではなく、「活動人口」と「関係人口(つながり人口)」が相互に補完しあえる環境のもと、これらの人口を増加させて、住民基本台帳の上の人口減少を緩和させていこうとしているのである(藤田・浜口・亀山、2018)。

また、2018年(平成30年)から総務省では、地域に関わりを持つ人々が地域づくりにかかわる機会を提供したり、地域課題の解決等に意欲を持つ地域外の人々との協働実践活動に取り組んだりする地方

公共団体を支援するモデル事業を「関係人口創出事業」としてスタートさせている（総務省、2018b）。これによると、2018年度は、関係人口として主にターゲットの属性によって大きく3つに分類されている。パターン（1）①その地域にルーツがある者等を対象に関係人口を募る仕組みを設け、地域と継続的なつながりを持つ機会を提供する取組、パターン（1）②ふるさと納税の寄附者に対して地域と継続的なつながりを持つ機会を提供する取組、そして、パターン（2）スキルや知見を有する都市部の人材等が、地域において地方公共団体と協働して実践活動等に取り組むことなどにより、都市部で暮らしながら、地域課題の解決等に継続的に関わるきっかけを提供する取組としている。

図 10 関係人口



出所：総務省これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会（2018）

([http://www.soumu.go.jp/main\\_content/000529409.pdf](http://www.soumu.go.jp/main_content/000529409.pdf))

ここまでの議論を踏まえて、本調査において定住人口と交流人口ではなく「関係人口」になり得る回答層とその他の回答層の比較分析ため、「関係人口」になり得る回答層を「地域との関わりへの想い」「現状の地域との関わり」が比較的高い層とし、それぞれを2段階で分類した。

「地域との関わりへの想い」を武雄市の認知度として、質問項目 10) 調査以前の武雄の認知度の回答をもとに、「詳しく知っていた」と「ある程度知っていた」の回答者を認知していた層とし、「あまり知らなかった」と「知らなかったと全く知らなかった」の回答者を認知していなかった層とした。クロス集計分析の実施にあたって、このように認知層と未認知層の2グループに分類した。

同様に、「現状の地域との関わり」を武雄市への訪問度として、質問項目 11) 調査以前の武雄の訪問度の回答をもとに、「以前住んでいたことがある」と「頻繁に訪れたことがある」と「何度か訪れたことがある」の回答者を訪問経験がある層とし、「一度も訪れたことがない」の回答者を訪問経験がない層と

した。このような手続きのもと、訪問経験がある層（訪問有）と訪問経験がない層（訪問無）の2グループに分類した。

#### 4.2 「関係人口」になり得る回答層に基づくクロス集計分析

これらの分類をもとに、それぞれの質問項目の2グループとその他の質問項目によってクロス集計分析を行った。以下では、クロス集計分析で有意な結果が得られたものを報告する。

(1) 「No.10 武雄市の認知と No.12-10 動画を視聴することで必要な情報が得られたか」に関する質問項目におけるクロス集計結果で有意な結果 ( $\chi^2$  値=10.478・ $p$  値=0.0053050\*\*) が示された(表3 参照)。武雄市を認知している層は、認知していない層と比較して、必要な情報が得られなかったと認識していることが明らかとなった。この分析結果は、武雄市を認知していない層にとって、動画内容で何が必要な情報かよくわからなかったことに起因しているものと考えられる。

表3 「武雄市の認知と動画視聴後の必要な情報を入手できたか」に関するクロス集計結果 (N=279)

No.10 武雄市認知	No.12-10 必要な情報を得られた						$\chi^2$ 値	$p$ 値
	思う		どちらでもない		思わない			
認知	84	50.9%	44	26.7%	37	22.4%	10.478	0.0053050 **
未認知	54	47.4%	48	42.1%	12	10.5%		

注： $\chi^2$  検定で、\*は10%水準で有意、\*\*は5%水準で有意、\*\*\*は1%水準で有意を示している。

出所：アンケートデータに基づき筆者作成

(2) 「No.10 武雄市の認知と No.14-02 動画を視聴することで観光情報をより得たくなったか」に関する質問項目におけるクロス集計結果で有意な結果 ( $\chi^2$  値=7.1279・ $p$  値=0.0283300\*) が示された(表4 参照)。武雄市を認知している層は、認知していない層と比較して、観光情報をより得たくなったと認識していることが明らかとなった。武雄市を認知していない層は「観光情報をより得たくなった」と「どちらでもない」という回答の割合が高いことから、交流人口の向上を考えると、動画内容の再考が必要であると考えられる。

表4 「武雄市の認知と動画視聴後の観光情報をより得たくなったか」に関するクロス集計結果 (N=279)

No.10 武雄市認知	No.14-02 観光情報をより得たくなった						$\chi^2$ 値	$p$ 値
	思う		どちらでもない		思わない			
認知	97	58.8%	43	26.1%	25	15.2%	7.1279	0.0283300 *
未認知	54	47.4%	47	41.2%	13	11.4%		

注： $\chi^2$  検定で、\*は10%水準で有意、\*\*は5%水準で有意、\*\*\*は1%水準で有意を示している。

出所：アンケートデータに基づき筆者作成

(3) 「No.10 武雄市の認知と No.17 動画を視聴後の観光目的での希望訪問日数」に関する質問項目におけるクロス集計結果で有意な結果 ( $\chi^2$  値=11.527・ $p$  値=0.0031410\*\*\*) が示された (表 5 参照)。武雄市を認知していない層は、認知している層と比較して、観光目的で武雄市には行こうと思わないと考えている層が多いことが明らかとなった。

表 5 「武雄市の認知と動画視聴後の観光目的での希望訪問日数」に関するクロス集計結果 (N=279)

No.10 武雄市認知	No.17 観光目的での希望日数						$\chi^2$ 値	$p$ 値
	行こうと思わない		日帰り		それ以上			
認知	15	9.1%	75	45.5%	75	45.5%	11.527	0.0031410 ***
未認知	25	21.9%	35	30.7%	54	47.4%		

注： $\chi^2$  検定で、\*は 10%水準で有意、\*\*は 5%水準で有意、\*\*\*は 1%水準で有意を示している。

出所：アンケートデータに基づき筆者作成

(4) 「No.11 武雄市への訪問と No.14-01 動画視聴後に武雄市への観光に良い印象を持ったか」に関する質問項目におけるクロス集計結果で有意な結果 ( $\chi^2$  値=10.367・ $p$  値=0.0056070\*\*) が示された (表 6 参照)。武雄市を訪問したことがある回答者は、訪問したことがない回答者と比較して、観光に良い印象を持ったと認識していることが明らかとなった。

表 6 「武雄市への訪問と動画視聴後に武雄市への観光に良い印象を持ったか」に関するクロス集計結果 (N=273)

No.11 武雄市訪問	No.14-01 観光に良い印象を持った						$\chi^2$ 値	$p$ 値
	思う		どちらでもない		思わない			
訪問有	112	78.3%	20	14.0%	11	7.7%	10.367	0.0056070 **
訪問無	80	61.5%	38	29.2%	12	9.2%		

注： $\chi^2$  検定で、\*は 10%水準で有意、\*\*は 5%水準で有意、\*\*\*は 1%水準で有意を示している。

出所：アンケートデータに基づき筆者作成

(5) 「No.11 武雄市への訪問と No.17 動画を視聴後の観光目的での希望訪問日数」に関する質問項目におけるクロス集計結果で有意な結果 ( $\chi^2$  値=20.608・ $p$  値=0.0000335\*\*\*) が示された (表 7 参照)。武雄市を訪問したことがある回答者は、訪問したことがない回答者と比較して、観光目的で武雄市に行こうと思わないと考えていることが明らかとなった。



表7 「武雄市への訪問と動画視聴後の観光目的での希望訪問日数」に関するクロス集計結果 (N=273)

No.11 武雄市訪問	No.17 観光目的での希望日数						$\chi^2$ 値	p 値
	行こうと思わない		日帰り		それ以上			
訪問有	11	7.7%	72	50.3%	60	42.0%	20.608	0.0000335 ***
訪問無	29	22.3%	35	26.9%	66	50.8%		

注： $\chi^2$  検定で\*は10%水準で有意、\*\*は5%水準で有意、\*\*\*は1%水準で有意を示している。

出所：アンケートデータに基づき筆者作成

ここまでのクロス集計結果をもとに政策提言を挙げておく。表5～7のクロス集計の分析結果から、交流人口の向上には、武雄市を認知しているかどうか重要なポイントであり、シティプロモーションなどを通じた武雄市の認知度を高めるための仕掛けが必要であると考えられる。

## 5. おわりに

本稿では、武雄市を中心としたアンケート調査をもとに、シティプロモーションを行う上で、地域の魅力度はどのように評価されるのかを事例的に明らかにしてきた。2018年（平成30年）3～4月にかけて実施した武雄市のPR動画に関するアンケートに対する回答をもとに、本稿では、第1に回答者の属性など基本項目を集計し、その特徴を概観した。第2に回答者の武雄市に対する認知度や訪問経験の有無などに関するクロス集計分析を行い、分析結果から有意な結果を報告し、シティプロモーションの評価を行った。

本稿の分析結果から、武雄市の交流人口を捉える観光に関する調査項目では、十分な魅力やコンテンツが備わっていると考えられる。そのため、今後、「武雄市を認知していない層」や「武雄市に訪問していない層」への情報発信を検討する必要があることが明らかとなった。また、その他移住希望者（15.8%）や子や孫への教育を受けさせたいとの希望者（61.7%）との回答からも、それらの層への積極的な情報発信の必要があるものと考えられる。総務省（2016、2018a）にも、情報通信技術（ICT：Information and Communication Technology）の利活用が定住人口及び交流人口の増加に貢献・促進できる可能性が示されていることから、ICTのさらなる利活用を検討する必要があるであろう。具体的には、武雄市の得意としているSNSを活用した外への積極的な情報発信の高度化が必要であると考えられる。

## 注

（注1）シティプロモーションの社会的効果や経済的効果に関する議論は、田中・テイラー・和田編著（2017）を参照されたい。

## 参考文献

総務省これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会（2018）『これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会報告書－「関係人口」の創出に向けて－』（平成30年1月）（[http://www.soumu.go.jp/menu\\_news/s-news/01gyosei08\\_0200013](http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01gyosei08_0200013)

6.html)

総務省地域力創造グループ過疎対策室 (2018) 『「田園回帰」に関する調査研究報告書』 (平成 30 年 3 月) ([http://www.soumu.go.jp/menu\\_news/s-news/01gyosei10\\_02000053.html](http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01gyosei10_02000053.html))

総務省 (2016) 『平成 27 年度 情報通信白書』 (<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/h27.html>)

総務省 (2018a) 『平成 29 年度 情報通信白書』 (<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/h29.html>)

総務省 (2018b) 「地域への新しい入口『関係人口』ポータルサイト」 (<http://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/index.html>)

田中道雄・テイラー雅子・和田聡子編著 (2017) 『シティプロモーション：地域創生とまちづくりーその理論と実践ー』 同文館出版.

藤田昌久・浜口伸明・亀山嘉大 (2018) 『復興の空間経済学ー人口減少時代の地域再生ー』 日本経済新聞社出版.