

「子育て世代へのデジタルを活用した『まちの魅力』の情報発信」

10市の取組アンケート 調査報告

鳥栖市企画政策部総合政策課 福島 正明

令和4年度佐賀地域経済研究会 地域課題討議テーマ
「子育て世代へのデジタルを活用した『まちの魅力』の情報発信」

10市の取組アンケート 調査報告

鳥栖市企画政策部総合政策課
まち・ひと・しごと創生推進室
福島 正明

問1
情報発信の対象となる「子育て世代」について、特にどのような層をターゲットに設定していますか。

問1 ターゲット設定について

市名	ターゲットとして設定している層
佐賀市	・子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進） ・子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）
唐津市	・子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進） ・子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）
鳥栖市	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進） 子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進） 子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）
多久市	・子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）
伊万里市	・子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）
武雄市	・子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進） ・子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）
鹿島市	・子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）
小城市	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進） 子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）
嬉野市	・子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）
糟谷市	・子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）

問2
子育て世代に向けて発信したい「まちの魅力」について、3つまでご記入ください。

問2 発信したい「まちの魅力」について（3つまで）①

市名	1	2	3
佐賀市	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）
唐津市	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）
鳥栖市	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）
多久市	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）
伊万里市	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）

問2 発信したい「まちの魅力」について（3つまで）②

市名	1	2	3
佐賀市	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）
唐津市	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）
鳥栖市	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）
多久市	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）
伊万里市	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）	子育て世代のデジタル活用促進（子育て世代のデジタル活用促進）

問3
子育て世代への「まちの魅力」の
情報発信について、どのようなデ
ジタルツール

図3 活用しているツールについて①

市名	公式HP	寄附 サイト 以外	Twitter	Facebook	Instagram	LINE	YouTube	TikTok	note	オンライン イベント	アー カイブ	町政課 経	子育て支 援アプリ	SMS (メッ スメッ ソー)	WEBク エス ティ ン	その他
佐賀市	○	○	○	○	○	○	○						○			
唐津市	○	○	○	○	○	○	○						○	○		ア プ リ 装 定
鳥栖市	○	○	○	○	○	○	○						○	○		
多久市	○	○	○	○	○	○	○									
伊万里市	○	○	○	○	○	○	○									
武雄市	○	○	○	○	○	○	○						○			
鹿島市	○	○	○	○	○	○	○						○			
小城市	○	○	○	○	○	○	○									小城市情 報アプリ
嬉野市	○	○	○	○	○	○	○						○	○		ア プ リ 装 定
杵築市	○	○	○	○	○	○	○						○		○	

問4
貴市で取り組まれている「子育て
世代へのデジタルを活用した『ま
ちの魅力』の情報発信」について、
特に力を入れているものや、デジ
タルツールを効果的に活用してい
るものをご記入ください。

図4 特力を入れている取組①

プロモーション動画 〈佐賀市〉



移住PR動画「佐賀市なんもな課」
2022年全国広報コンクール映像部門 入選



市PR動画「本当にあっためい温泉地 古湯・熊の川温泉」
2021年全国広報コンクール 映像部門 総理大臣賞

図4 特力を入れている取組②

移住支援サイト



〈高津市〉
「志津暮らし」



〈高野市〉
「住みたく
なるまち、
高野」



〈武雄市〉
「たけお
グッドライフ」



〈小城市〉
「小城市暮らし」

図4 特力を入れている取組③

その他の移住者向けの情報発信

〈唐津市〉
一定の子育て世代の視聴が見込める福岡のテレビ番組に
おいて、ある移住者の「移住前～移住後の生活」に密着
した企画を1年を通して放送した。

〈多久市〉
YouTubeにおいて、多久市移住者へのインタビュー動画を
配信している。



図4 特力を入れている取組④

市内子育て世代向けの情報発信

〈唐津市〉
・市内の子育て世代向けでは、チャンネルからつ（行政放送）の中で、「にここネット」
やデータ放送で子育てに関する情報を放送している。

・親子子育てガイドブックのWEB版をHP上に公開しており、各種制度説明や公園情報等見
やすいように工夫している。

〈多久市〉
・市HPにおいて、ライフイベント別に情報へアクセスできるような作りになっており、「妊
娠・出産・子育て」や「教育」などのアイコンを設けている。

図4 特力を入れている取組⑤

市内子育て世代向けの情報発信

〈小城市〉
・小城市情報アプリ「OgiOgi」に子育てひろばのスケ
ジュールを掲載し、公式ホームページや市報で
見るよりも手軽にスケジュールを確認すること
ができるようにしている。

〈神埼市〉
・市HP上「子育てwithおっと」において、ライフイ
ベント別に情報へアクセスできるような作りになっ
ており、「妊娠・出産」「育児・子育て」「子どもの
健康」「入学・入園」などのアイコンを設けている

・スマートフォンアプリ「マチイロ」で自治体広域誌
を開覧することができ、その他、子育て等の最新情
報を受け取ることができる



図4 軸に力を入れている取組

特徴的な取組

<埼玉市>

埼玉市地域おこし協力隊による郷野での暮らしに係る情報発信、移住促進を目的にネットラジオ（SpotifyやPodcastを活用）を配信している。市内のキーマンや移住者等をゲストに迎え、郷野での暮らしのリアルなところを発信している。子育て世代に特化して配信しているものではないが、多忙で時間のとれない子育て世代でもなにかをしながら聴けるようネットラジオを活用している。



<武雄市>

令和4年4月にぼぼちゃんを所有するビーブル株式会社と子育て環境の分野において連携協定を締結。ビーブル株式会社の知育玩具を通して、子どもたちが様々な経験や体験をすることで、子どもの成長の一助となり、「子育てするなら武雄」というブランドを定着させるためであり、グッドライフのHPをぼぼちゃんメインとしたり、ぼぼちゃんと武雄の魅力を市内外の人やビーブル株式会社へ発信してもらい、インスタに掲載されたものを取りまとめるなどし、行政と民間と市民等と一緒に武雄市の魅力を発信している。



<神埼市>

移住支援施策の一環として、市の魅力をInstagram及びYoutube広告にて発信中
=WEBターゲティング広告 市周辺の任意のエリア、年齢層に広告を表示

問5

子育て世代への「まちの魅力」の情報発信を行った結果について、分析やフィードバックを行っていただければご記入ください。

図5 フィードバックについて

- HPの閲覧が多い（需要が高い）ページを分析し、今後のサイトの充実の参考にしている。<唐津市>
- 市民満足度調査（約5年ごと）の実施 <鳥栖市>
⇒設問「鳥栖市からの行政情報は得やすい。」
「安心して子どもを預け、育てる環境が整っている。」
- 転入者アンケートの実施（平成30年 回答数：約1,400人）<鳥栖市>
⇒設問「鳥栖市へ転入した具体的な理由」
「鳥栖市以外の転居先候補地の有無について」
- 移住検討者向け施設「鳥栖市お試し住宅」利用者アンケートの実施 <鳥栖市>
⇒設問「鳥栖市に移住を考慮する理由は何ですか？」等
- 移住関係の補助金交付者へのアンケート実施 <武雄市、埼玉市、神埼市、鳥栖市>
⇒設問「移住した理由」
- 九州新幹線開業時に観光案内所のLINEアカウントを開設⇒分析可能なツール <埼玉市>

問6

「子育て世代へのデジタルを活用した『まちの魅力』の情報発信」はどの部署が担当していますか。

図6 情報発信を担当する部署について

- | | |
|-------|---|
| 1課で担当 | 佐賀市(広報)
伊万里市(企画※R5からの予定) |
| 2課で担当 | 鳥栖市(企画、広報)
鹿島市(広報、福祉) |
| 3課で担当 | 唐津市(広報、福祉、移住)
武雄市(広報、福祉、移住)
神埼市(企画、広報、福祉) |
| 4課以上 | 埼玉市(企画、広報、福祉、まちづくり)
小城市(企画、広報、福祉、移住、商工、総合戦略) |

問7

子育て世代への「まちの魅力」の情報発信について、市職員以外の外部人材の協力がありましたらご記入ください。

図7 外部協力者について

- 地域おこし協力隊・集落支援員<小城市、埼玉市、神埼市>
- 元サガン鳥栖選手・高橋義希さんが「鳥栖市特命必援団長」に就任されている。高橋さんは「まちの魅力」や市内イベント情報等をSNSを通じて発信されており、若年層が主な利用者であるInstagramにおいて高橋さんのフォロワー数は1.1万人であることから、子育て世代に対しても効果的な情報発信となっている。<鳥栖市>
- ふるさと大使
⇒ 若原美咲さん(タレント)、片刈清一郎さん(サガン鳥栖ヘッドコーチ)
⇒ 鳥栖市観光協会、鹿島市のゆるキャラかしまるくん、道の駅鹿島の公式Instagramも人気である。<鹿島市>

問8
「子育て世代へのデジタルを活用した『まちの魅力』の情報発信」について、貴市における課題や、改善していきたいことをご記入ください。

問8 課題・改善したいことについて

- ①情報発信に関する庁内部署間の連携
 - ・限られた職員のみで、発信頻度が少ない
 - ・フィードバックし、施策に反映させる必要がある
- ②情報発信の効果を高める
 - ・市のSNS フォロワー数が少ない
 - ・既存HP等の見にくさの解消
 - ・HPは検索されて初めて目にする事ができる（一定数にしか届かない）
 - ・プロモーション後、いかにターゲットの行動につなげていくのか
- ③ターゲット設定の明確化
 - ・発信内容のマネリ化、他自治体との差別化
- ④分析やフィードバックを行う時間・ノウハウがない
- ⑤行政が情報発信しにくい分野への対応
 - ・地域の特定の飲食店や、民間事業所の紹介など
- ⑥政策面での取組
 - ・転入後に地域コミュニティとつながる支援
 - ・働きながら子育てできる環境整備
 - ・将来の子育て世代（＝若者）の雇用創出
- ⑦子育て世代をターゲットにした（属性を絞った）情報発信の整備

問9
問8でご回答いただいた課題等について、アイデアレベルでも構いませんので、改善策をご記入ください。

問9 改善策のアイデアについて

- ①情報発信に関する庁内部署間の連携
 - ⇒企画課と子育て担当課が連携し一元的な調整
 - ⇒子育て世代への施策を包括的に管理する部署やチームの設置
- ②情報発信の効果を高める
 - ⇒アプリの導入
 - ⇒ユーザー数が多いLINEの活用
 - ⇒自然と目に入る媒体（Instagram、YouTube）
 - ⇒WEBターゲットング広告
 - ⇒増加するツールの認知、活用し
 - ⇒最終的にHPに行きつく動線の検討、受け皿としてのHPの充実
- ③ターゲット設定の明確化
 - ⇒定量データ（RESAS等で確認できる客観的な数値）と定性データ（市民への聞き取り等で得られる、市に対するイメージ等）を収集
- ④分析やフィードバックを行う時間・ノウハウがない
 - ⇒分析・マーケティングについての専門業者の活用
 - ⇒リアルタイムで反応を確認できるSNSの分析機能を活用
- ⑤行政が情報発信しにくい分野への対応
 - ⇒別途規定などを定める
- ⑥政策面での取組
 - ⇒地域のコミュニティを紹介する仕組みの構築
 - ⇒企業誘致の推進
 - ⇒大学生と地元企業のマッチング推進
- ⑦子育て世代をターゲットにした（属性を絞った）情報発信の整備
 - ⇒子育て世代限定のラインアカウントやSNSアカウントの開設など