

人が元気 まちも元気 自慢したくなるふるさと 龍ヶ崎



---

## “龍ヶ崎市駅”誕生プロモーション基本方針

—2020年春 JR常磐線佐貫駅は“龍ヶ崎市駅”へ—

---

2019年2月  
龍ヶ崎市

## 1.はじめに

本市では、第2次ふるさと龍ヶ崎戦略プランのもと、「若者・子育て世代の定住環境の創出」「まちの活性化と認知度向上」の取り組みとして、定住促進や交流人口増に向けた認知度向上・イメージアップなど各種事業を進めています。

その取り組みのひとつとして、2020年春 JR常磐線佐貫駅の龍ヶ崎市駅への駅名改称（以下、駅名改称という）を行うことで、本市の認知度向上や位置関係をこれまで以上に把握しやすい状況にするべく事業を進めています。

本市では、平成28年度にスタートした龍ヶ崎市認知度向上・イメージアップシティプロモーション支援事業における調査で、近隣市と本市を比較した場合、認知度にあわせ、来訪経験と来訪意欲が低い傾向にあることが判明しています。

本計画は、これまでの調査結果や取り組みなどから駅名改称に合わせて実施する情報発信の方向性や内容、ターゲットとなる世代やエリアの基本的な方向を示すために「龍ヶ崎市駅」誕生プロモーション基本方針」を策定するものです。



## 2.現状

本市では、市民向けに駅名改称事業の認知度、市外の方向けには本市の認知度や来訪経験などの現状について独自調査を行っています。

### ■龍ヶ崎市まちづくり市民アンケート(平成30年 無作為抽出郵送 n=1,569)

平成30年度に実施した「龍ヶ崎市まちづくり市民アンケート」の調査結果によると、駅名改称事業の認知度は約8割（よく知っている・大体知っている）※表1となっています。

年齢別※表2にみると、61～65歳では「よく知っている・大体知っている」との回答が他の年齢に比べ、高くなっている一方で、31～35歳では「あまり知らない・全く知らない」と回答している割合が3割を超えています。

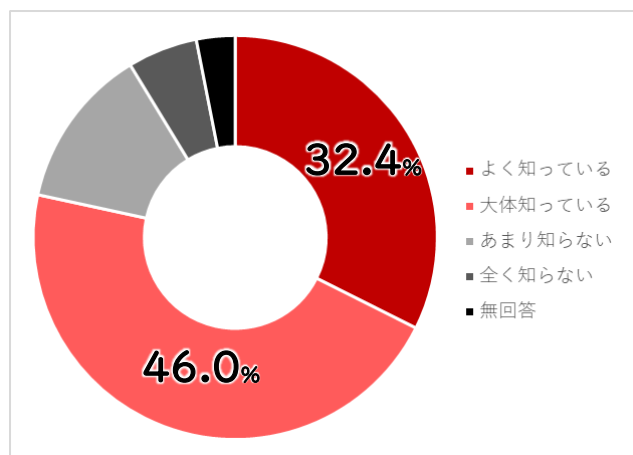


表1 佐貫駅駅名改称の認知度

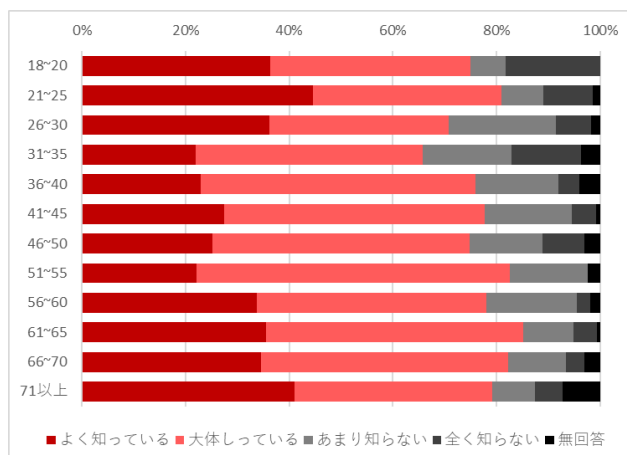


表2 佐貫駅駅名改称の年齢別認知度

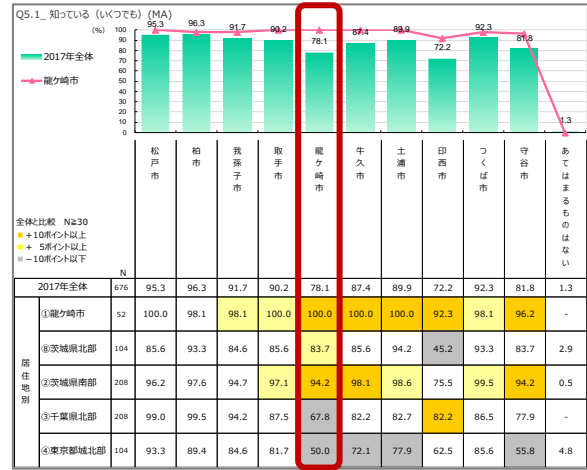
## ■本市の認知度等調査結果

(平成 29 年 インターネット調査 n=676)

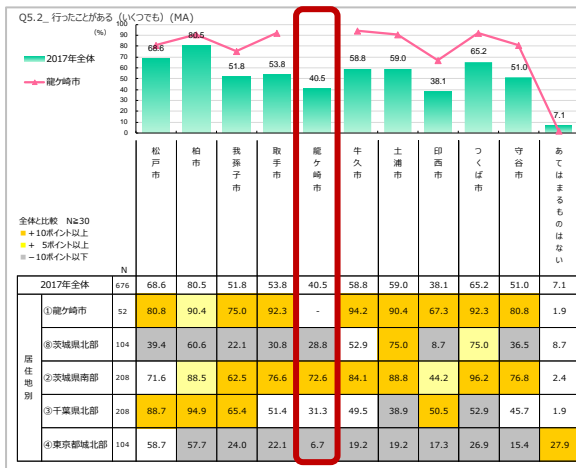
本市が行った市内外の子育て世代向けの独自調査では認知度や来訪経験、来訪意欲の調査結果から、近隣市と比較し、認知度は低く、特に千葉北部・東京城北部で低い傾向が見られます。

認知度だけでなく、来訪経験、来訪意欲も同様の傾向が見られます。

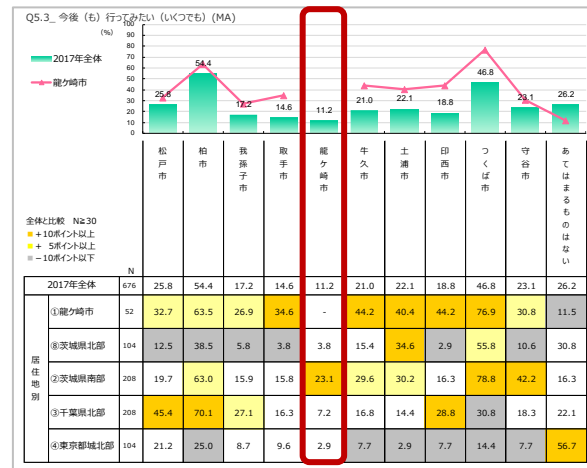
平成 28 年度も同様の調査を実施していますが、傾向は大きく変わりません。



エリア・近隣市別認知度



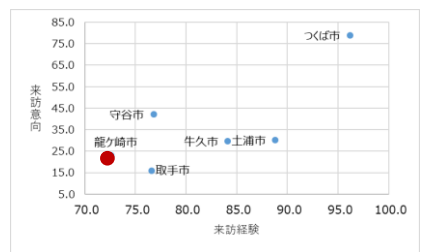
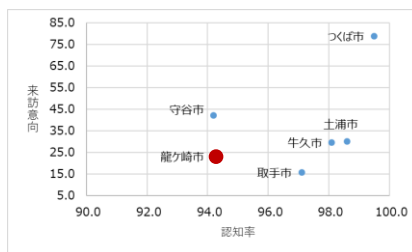
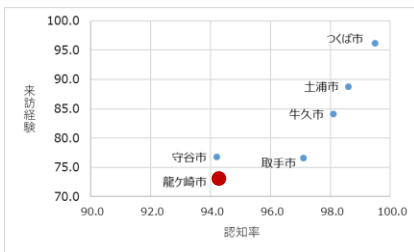
エリア・近隣市別来訪経験



エリア・近隣市別来訪意向

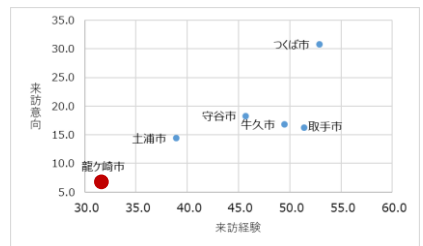
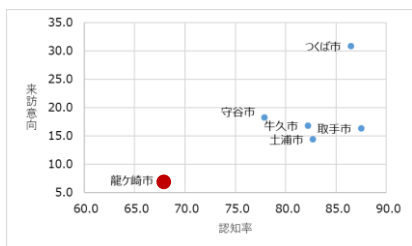
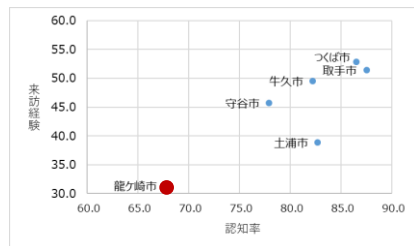
## 【茨城県南部での本市の認知度・来訪経験・来訪意向】

来訪経験や来訪意欲が茨城県南部の近隣市に比べ、かなり低い傾向にあります。



## 【千葉県北部での本市の認知度・来訪経験・来訪意向】

茨城県南部での調査と同様の傾向がみられ、認知率と来訪経験・来訪意欲は関係があります。



### 3.これまでの情報発信

龍ヶ崎市駅への駅名改称については、これまでも龍ヶ崎市広報紙「りゅうほー」や政策情報誌「未来へ」、市民との意見交換会の開催、さらには JR 常磐線佐貫駅への横断幕の掲出などで継続的に周知してきました。

また、東日本旅客鉄道株式会社との協定締結などの際には、報道機関への情報提供なども行い、パブリシティ活動による報道機関を活用した市内外への情報発信に努めています。

#### ■これまでの情報発信媒体(平成30年12月現在)

媒体	情報発信時期
龍ヶ崎市広報紙「りゅうほー」	全7回掲載 平成27年7月前半号/平成28年7月後半号/平成28年12月前半号/平成29年1月号/平成30年6月後半号/平成30年7月前半号/平成30年7月後半号
政策情報誌「未来へ」	全3回掲載 平成26年12月(第13号)/平成27年5月(第15号)/平成28年8月(第20号)
報道機関への情報提供	全5回情報提供
市民との意見交換会	全4回開催 平成27年5月24日・6月6日 平成30年5月19日・5月20日
佐貫駅への横断幕掲出	全3箇所に掲出 JR常磐線佐貫駅東口大屋根/東ロトイレ前/西ロトイレ裏





## 4. 今後の情報発信の基本方針

「龍ヶ崎市」の認知度が低いという現状があり、魅力的な施策を展開しても、特に市外在住者から本市に関心を示してもらうことは困難な状況です。そのため、本市の駅名改称は「本市の存在や位置を知ってもらい、関心を持ってもらうための取り組み」のきっかけづくりの重要な取り組みのひとつです。

駅名改称は、本市の活性化に向け取り組んでいる様々な事業をこれまで以上により効果的に伝えるための事業の一つです。あわせて、定住促進や交流人口の増加に向けた基盤整備の一翼を担う重要な事業となるため、情報発信においては、「駅名改称」による「龍ヶ崎市駅誕生」のみをプロモーションするのではなく、「**龍ヶ崎市駅誕生**」をきっかけとして、本市の認知度向上やイメージアップに繋がり、関心をもってもらう取り組みとすることが**重要**です。



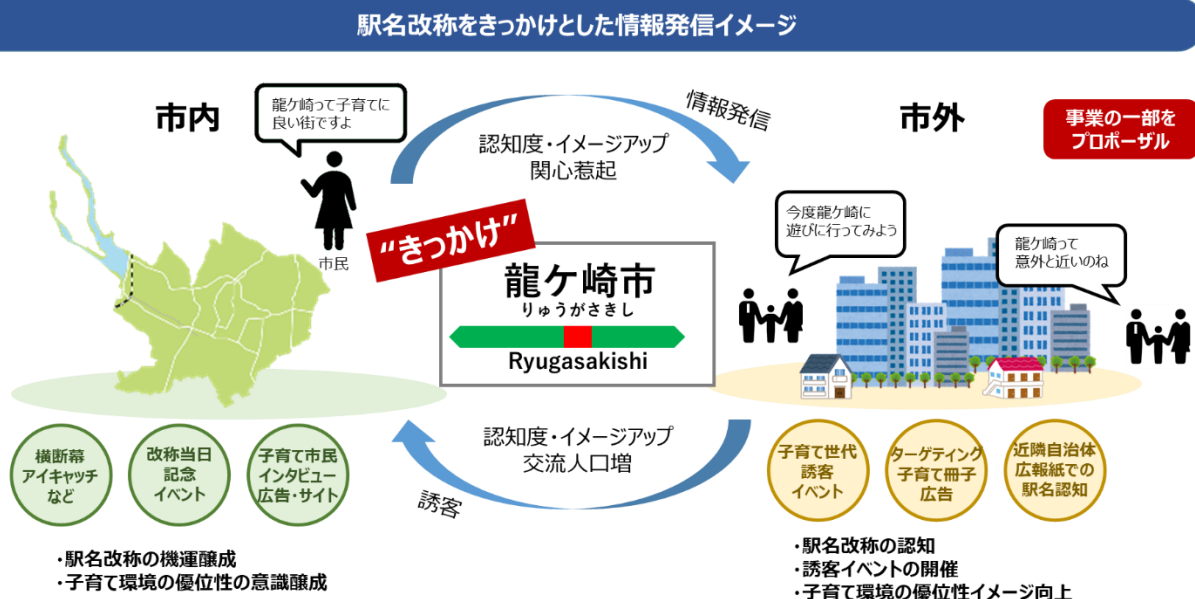
「龍ヶ崎市駅誕生」をきっかけとしたプロモーションに取り組む一方で、並行して**市内向けに定住促進に繋がる土壌づくりも重要**です。子育て環境の優位性のイメージづくりや子育て環境日本一に向けて取り組む各種事業、さらには市民が「龍ヶ崎の子育て環境であれば他の人に自慢できる」といった発信できる場づくりを継続して行うことが、本市に関心をもった方々を定住促進に繋げるためにはより効果的です。

「龍ヶ崎市駅誕生」時におけるプロモーションの基本方針として、改称前に市内向けには駅名改称に向けた機運醸成の取り組み、子育て環境の優位性を意識させるような取り組みを実施し、市外向け（特に近隣市町村の佐貫駅利用者など）には駅名が改称されること、本市ならではの子育て環境の優位性などの周知を行います。

さらに、改称後には、本市の位置関係がより明確になることを活かし、本市の認知度の向上及び子育てがしやすい街としてのイメージアップ、交流人口増加に向けた情報発信を行います。

なお、特に市外向けの情報発信は、より効果的に行い、事業の効果を最大限に出すために、専門分野の民間事業者からの企画提案（プロポーザル）を行い、効果的なプロモーション活動を行います。

上記のことから、駅名改称前後の年において、より効果的な情報発信を行うために、市内向け、市外向けの情報発信の方向性を分け、戦略的に推進していく方針とします。



※駅名改称前後の年に市内・市外向け情報発信の方向性を分けて事業を推進していく

## 5. 計画期間

本基本方針の取り組み期間は駅名改称の前後となる 2019年～2021年\*の3ケ年とします。

\*駅名改称事業が2020年春と時期が年度をまたぐ可能性があることから年度表記ではなく、年表記を採用する。

## 6. 具体的な取り組み

具体的な取り組みは、前述の基本方針に基づき、「市内・市外」「年ごと」に分けて方向性を整理しました。以下の通り、内容(案)とし、特に市外向けの情報発信は、民間事業者を活用し、より効果的な取り組みを進めます。

### ■市内向けの情報発信

方向性:駅名改称に向けた機運の醸成・子育て環境の優位性の意識醸成

主なターゲット:駅利用者、市内事業者、子育て世代の市民

年	方向性	内容(案)
2018	駅名改称に向けた周知/ 子育て環境の優位性	<ul style="list-style-type: none"> <li>■駅名改称に向けた機運醸成</li> <li>・佐貫駅での横断幕掲出</li> <li>■子育て環境の優位性の意識醸成</li> <li>・子育て関連雑誌などへの広告掲載</li> <li>・PRサイトへの市民インタビュー掲載など</li> </ul>
2019	駅名改称に向けた機運醸成/ 子育て環境の優位性【継続】	<ul style="list-style-type: none"> <li>■駅名改称に向けた機運醸成</li> <li>・アイキャッチの制作(既存横断幕イメージ)</li> <li>・カウントダウンボードの設置</li> <li>・りゅうほーでの告知(佐貫駅の歴史など)</li> <li>・ポスターなどの掲示物、PRグッズ制作</li> <li>・冠事業の実施(新規・既存事業の活用)</li> <li>※各種イベントや実施予定のマラソン大会などを想定</li> <li>・佐貫駅東口などのデジタルサイネージの活用</li> <li>・市内事業者への周知</li> <li>■子育て環境の優位性の意識醸成</li> <li>・子育て関連雑誌などへの広告掲載</li> <li>・PRサイトへの市民インタビュー掲載など</li> </ul>
2020	駅名改称に向けた機運醸成【継続】/ 子育て環境の優位性【継続】	<ul style="list-style-type: none"> <li>■駅名改称に向けた機運醸成</li> <li>・上記事業の継続</li> <li>・改称記念イベントの実施(市民の登用)</li> <li>■子育て環境の優位性の意識醸成</li> <li>・子育て関連雑誌などへの広告掲載</li> <li>・PRサイトへの市民インタビュー掲載など</li> </ul>
2021	子育て環境の優位性【継続】	<ul style="list-style-type: none"> <li>■子育て環境の優位性の意識醸成</li> <li>・子育て関連雑誌などへの広告掲載</li> <li>・PRサイトへの市民インタビュー掲載など</li> </ul>


## ■市外向けの情報発信

方向性:子育て世代に対する本市の認知度向上、交流人口の増加

主なターゲット:茨城県内・千葉県北部(認知・交流人口)、東京都城北部(認知)

年	方向性	内容(案)
2019	駅名改称の認知/本市の認知度向上/ 子育て環境の優位性イメージ向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>■駅名改称認知・本市の認知度向上               <ul style="list-style-type: none"> <li>・近隣自治体への広報紙・公式サイトへのバナー等掲載</li> </ul> </li> <li>■子育て環境の優位性イメージ向上               <ul style="list-style-type: none"> <li>・子育て関連雑誌などへの広告掲載</li> </ul> </li> </ul>
2020	駅名改称の認知/本市の認知度向上/ 来訪経験・意欲の向上/子育て環境の優位性イメージ向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>■駅名改称認知・本市の認知度向上               <ul style="list-style-type: none"> <li>・近隣自治体への広報紙・公式サイトへのバナー等掲載</li> <li>・改称当日イベントのパブリシティ活動</li> <li>・ターゲティング広告の実施</li> </ul> </li> <li>■来訪経験・意欲の向上               <ul style="list-style-type: none"> <li>・子育て世代誘客イベントの開催(例)インフルエンサーツアー、移住ツアー、スタンプラリーなどを想定</li> <li>・記念グッズの制作</li> </ul> </li> <li>■子育て環境の優位性イメージ向上               <ul style="list-style-type: none"> <li>・子育て関連雑誌などへの広告掲載</li> <li>・PRサイトのリニューアル(アクセス案内部分)</li> <li>・ターゲティング広告の実施(再掲)</li> <li>・移住フェア実施の検討</li> </ul> </li> </ul>
2021	本市の認知度向上/来訪経験・意欲の向上/ 子育て環境の優位性イメージ向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>■本市の認知度向上               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲティング広告の実施</li> </ul> </li> <li>■来訪経験・意欲の向上               <ul style="list-style-type: none"> <li>・子育て世代誘客イベントの開催(例)インフルエンサーツアー、移住ツアー、スタンプラリーなどを想定</li> </ul> </li> <li>■子育て環境の優位性イメージ向上               <ul style="list-style-type: none"> <li>・子育て関連雑誌などへの広告掲載</li> <li>・PRサイトのリニューアル(市民インタビュー)</li> <li>・ターゲティング広告の実施(再掲)</li> <li>・移住フェア実施の検討</li> </ul> </li> </ul>

## ■イメージ



2020年春 JR常磐線佐貫駅は  
龍ヶ崎市駅に変わります

佐貫駅設置済みの横断幕のイメージを  
活用し、告知用のバナーやロゴを制作

アイキャッチの制作



改称当日イベント



PRサイト記事リニューアル

---

## “龍ヶ崎市駅”誕生プロモーション基本方針

策 定 | 平成31年(2019年)2月

発 行 | 茨城県龍ヶ崎市

住所: 龍ヶ崎市3710 電話: 0297-64-1111

担 当 | 龍ヶ崎市市長公室シティセールス課

---