

供覧・決裁					
議長	副議長	局長	課長	課長	係長
[Redacted]					



様式第2号 (第3条関係)

令和7年1月7日

丹波篠山市議会議長 様

会派名

代表者名

又は会派無所属議員の氏名 渡辺拓道

政務活動報告書

この度の政務活動を下記のとおり報告します。

記

- 活動の種類: 視察調査 ・ 研修 ・ 広報広聴活動
- 活動期間: 令和6年11月6日～令和6年12月12日
- 場所: 丹波篠山市内
- 活動者: 渡辺拓道
- 活動の概要: 地域ブランド調査2024を用いての市のブランド力調査
- 考察: 別紙
- 活動に要した費用:

費目	詳細	金額	備考
資料購入費	書籍購入費	110,000	調査報告書
資料購入費	その他	770	振込手数料
合計		110,770	

# 75億

## 「市名変更による 経済効果の検証」の検証



- ① 「市名変更による経済効果の検証結果」の精査
- ② 地域ブランド調査の経年分析

丹波篠山市議会議員  
渡辺拓道

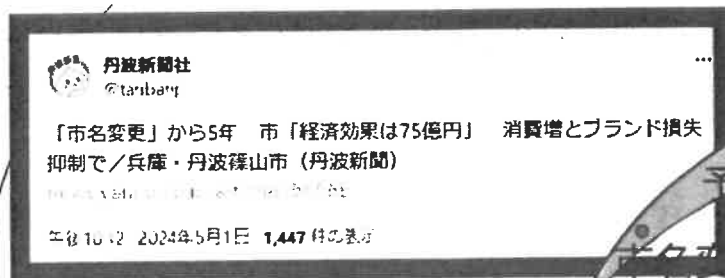


2

### ① 「市名変更による経済効果の検証結果」の精査

令和6年3月、丹波篠山市は市名変更による経済効果が75億円であると議会に報告した。しかし、その後議会の改選があり検証結果の精査ができていなかった。

このため、今回の政務調査において検証結果の精査を行い、今後の観光やまちの振興につなげることにした。



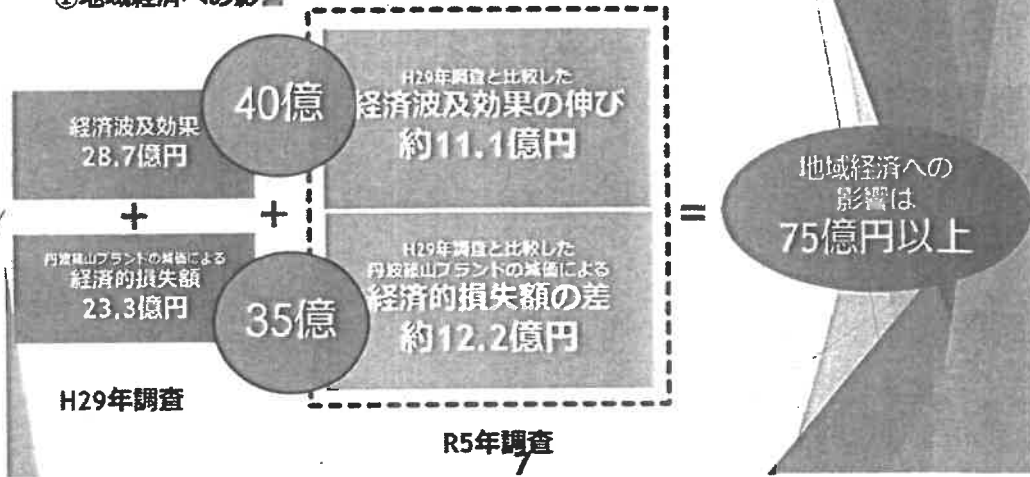
検証75億円  
予測52億円  
市名変更

3

### ②市の発表した経済効果額

#### 3.今回算出した地域経済への影響

##### ①地域経済への影響



4

### ③経済効果、40/75億円の調査方法 1



#### 補正処理

訪問を誤認している可能性もあるので、一定の係数をかけて補正する。

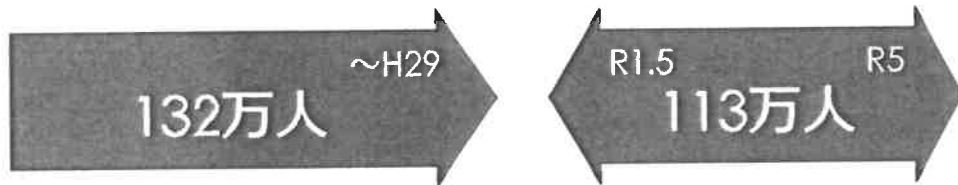
補正係数  
 H29年度調査 0.227  
 R5年度調査 0.207

5

#### ④経済効果、40/75億円の調査方法 2

- 経済効果計算の基礎となる来訪者数と推計消費額
- 東京都（23区）、名古屋市、大阪府、京都府、兵庫県、福岡市のデータを基礎に試算
- 各地の回答者（各1000人）から得られたデータ6000人分をもとに試算
- 29年度調査の訪問者数の推計は、**住基人口×訪問経験率×係数0.227**
- 市名変更後の訪問者の推計は、**住基人口×訪問率×係数0.207**

訪問確率の高い人を推計



6

#### ⑤経済効果、40/75億円の調査方法 3

- 経済効果計算の基礎となる来訪者数と推計消費額



丹波篠山市（篠山市）を訪れた人の1人1回当たりの平均消費額

太数字は2割以上上昇

分類	食事（円）		飲酒（円）		土産物（円）		入館料（円）		宿泊費（円）		
	調査年度	平成29	令和5	平成29	令和5	平成29	令和5	平成29	令和5	平成29	令和5
東京都（23区）		2,755	<b>3,468</b>	1,692	1,634	2,169	2,554	1,591	<b>2,039</b>	5,093	<b>8,474</b>
名古屋市		2,576	<b>3,298</b>	942	1,113	1,965	2,179	700	552	3,875	4,300
大阪府		1,756	<b>2,957</b>	335	<b>703</b>	1,533	<b>2,402</b>	393	<b>586</b>	1,399	<b>3,380</b>
京都府		1,819	2,133	305	358	1,347	<b>1,827</b>	429	<b>582</b>	1,117	1,123
兵庫県		1,753	<b>2,537</b>	472	<b>606</b>	1,348	<b>1,792</b>	390	<b>605</b>	797	<b>1,678</b>
福岡市		2,217	<b>4,095</b>	1,380	1,477	2,517	2,825	1,481	1,310	4,286	<b>6,052</b>

7

## ⑥経済効果、40/75億円の調査方法 4

- 経済効果計算の基礎となる来訪者数と推計消費額



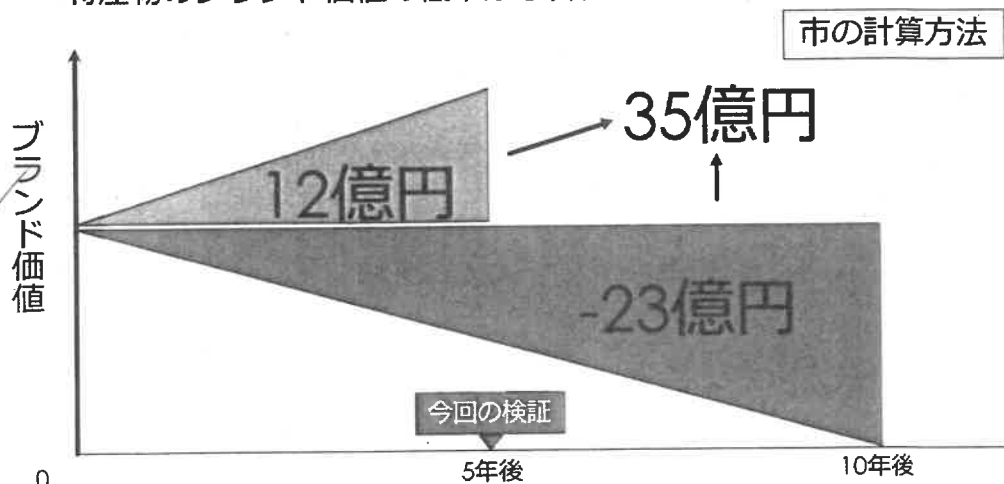
26.9億円+間接効果額（第1次、第2次）=経済効果額40億円

- ・この経済効果額が発生した要因は、来訪者の市内消費単価が上昇したことによる。
- ・今回のイメージ調査では、来訪者数の増加については調べておらず、この調査からは来訪者増による経済効果は判別できない。

8

## ⑦経済損失、35/75億円の調査方法 1

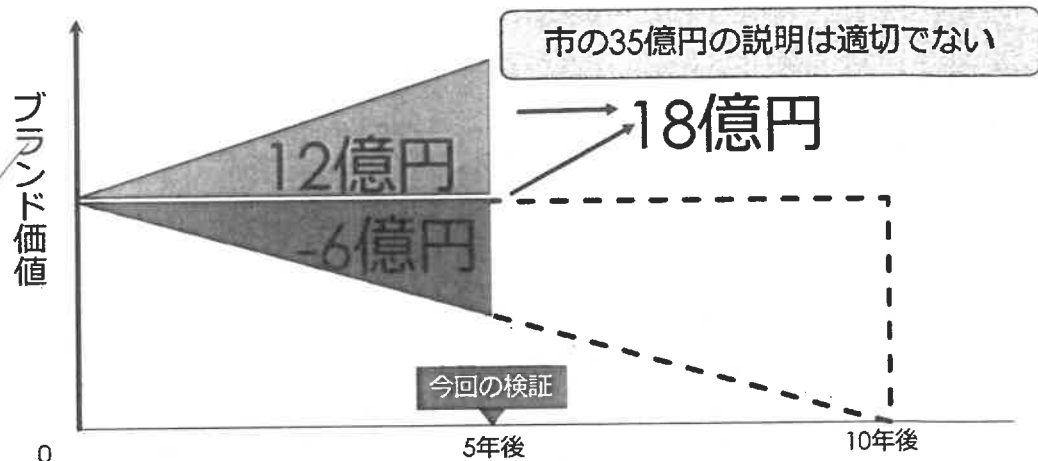
- 特産物のブランド価値の低下から算出



9

## ⑧ 経済損失、35/75億円の調査方法 2

- ▶ 特産物のブランド価値の低下から算出



10

## 「市名変更による経済効果の検証」の評価

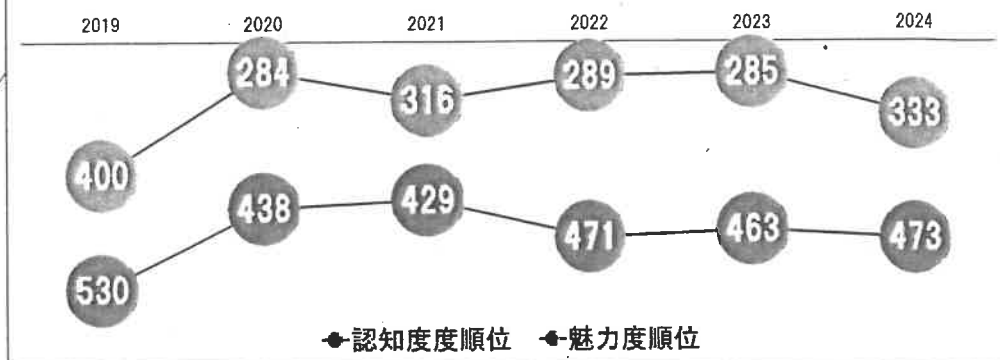
- ▶ 市名変更後に来訪者の市内消費単価が上昇している。
- ▶ 特産物のブランド価値は減少せず、逆に高まっている。
- ▶ 特産物価格の上昇、物価高騰が市内消費単価を押し上げている可能性があり、調査結果の数字そのものをもって経済効果額とするのは適切でない。
- ▶ **特に、75億円の算出方法には課題があり、行政として具体的な数字を提示することには課題がある。**
- ▶ 行政は正確な情報発信をしないとイケない。
- ▶ 検証報告の発表は市名変更の美化には資しているが、今後の市内経済の更なる発展に調査結果の有効活用が必要である。

## 地域ブランド調査における丹波篠山市の評価

地域  
ブランド  
調査2024

市名変更により（2019→2020）有意な評価上昇が見られたが、その後の数値は横ばいとなっている。  
他の調査結果では、丹波篠山市の認知度上昇がみられることから、他都市も頑張っているために本市の相対的評価が横ばいとなっていると考えられる。

地域ブランド調査経年推移(丹波篠山市)



## 地域の特性や資源を活かしきれているか 1

地域  
ブランド  
調査2024

- 地域ブランド調査における全国魅力度順位では、丹波篠山市333位、丹波市262位であるが、丹波篠山は地域のポテンシャルを活かしきれているのか、同調査の地域イメージ指標から考えてみる。

①市区町村の地域特性想起要素分析から  
全国平均より高い項目は、「歴史・文化のまち」「環境にやさしいまち」「農林水産業が盛んなまち」「地場産業が盛んなまち」「生活に便利・快適なまち」

特性想起率順位	丹波篠山市	丹波市
全国 (1000中)	198位	420位
兵庫県 (30中)	6位	13位

②市区町村のイメージ要素分析から  
全国平均より高い要素は、「美しい(きれい)」「安らぐ」「親しみがある」「歴史がある」「明るい」「若々しい」「新しい」

イメージ想起率順位	丹波篠山市	丹波市
全国 (1000中)	207位	586位
兵庫県 (30中)	7位	20位

「古くて新しく、安らぐまち」とイメージ

## 地域の特性や資源を活かしきれているか 2

③市区町村の地域資源に対する評価分析から

全国平均より高い項目は以下のとおりで、特に評価の高い項目には県内順位を括弧書きする。

「自然が豊か」「魅力的な伝統芸能、祭り、イベントがある(4位)」「魅力的な街並みや歴史建造物がある(4位)」「歴史人物、著名人、職人などにゆかりがある」「買いたい土産や地場産品がある(4位)」「魅力的な商店街や店舗がある」「地元産の食材が豊富(4位)」「食事がおいしい(4位)」「人のよさや優しさ、おもてなしがよい」「地元ならではの体験ができる(6位)」

地域資源総合順位	丹波篠山市	丹波市
全国(1000中)	183位	476位
兵庫県(30中)	6位	15位

地域に対するイメージや地域資源への評価は高いが、それをまち全体の魅力まで高め切れていないことが伺える。

特産農産品への評価は隣の丹波市と類似しているが、「食事」「体験」において本市のほうが有意に高い評価を得ている。

また、今回の調査でも「丹波焼」を丹波篠山市の魅力につなげられていない結果となっている。

## 総合的考察 1

■ 2つの報告書から

市名変更は認知度とブランド力を一定高め、その効果は継続している

訪問者の市内消費単価が上昇し、市内経済の振興に寄与している

市名変更による経済効果を75億円とするのは適切でない

まちへの好イメージや市内の資源をまちの魅力につなぎきれてない

## 総合的考察 2

- 2つの報告書から

まちの魅力向上と市内経済活性化のために

訪問単位が、家族グループから個人・夫婦へ

サービスの再点検

年代ごとに訪問動機の傾向が異なる  
(若年層・飲食や体験、高齢層・観光や買物)

SNS等を活用した  
対象への発信

丹波焼をまちの力に  
(城下町地区の価値向上)

オープンギャラ  
リー等

## 総合的考察 3

- イメージ調査結果から

丹波篠山市へ年代別訪問頻度を見ると、**年複数回訪問**する方の割合は、50歳以上で約15%なのに対して、**40代以下では20%以上**となっている。

仕事関係での訪問の影響もいくらかはあると思われるが、人口減少していく本市において、20代から40代が訪問していただくことは、社会維持の力になる。

丹波篠山市への訪問者の頻度

■年複数回 ■年1回 ■年1回未満

20代	32.4	20.3	47.3
30代	23.0	24.4	52.6
40代	20.5	19.1	60.4
50代	14.3	23.1	62.6
60代	15.1	23.9	61.0
70代以上	14.9	15.7	69.4

まちの持続可能性を高める施策を効果的に策定するために、主に年複数回来訪される関係人口の実態を調べる必要がある。

## おわり

### ■ 調査に用いた資料

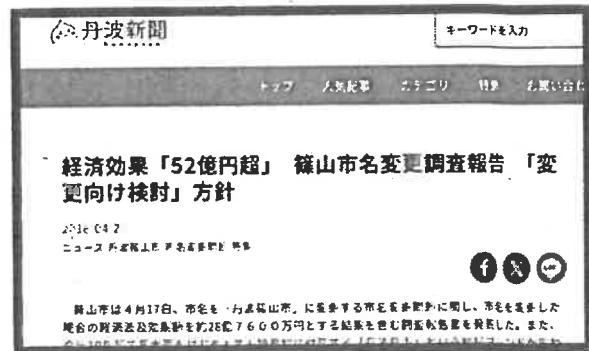
- ・ 令和5年度市名変更による経済効果の検証に関する調査業務報告書  
(令和6年3月 丹波篠山市)
- ・ 市名変更による経済効果の検証結果について (令和6年3月 丹波篠山市)
- ・ 丹波新聞インターネット記事 (令和6年5月1日及び平成30年4月20日配信)
- ・ 地域ブランド調査2024総合報告書 (ブランド総合研究所) \*1
- ・ 地域ブランド調査2024個別報告書 (ブランド総合研究所) \*2
- ・ 地域ブランド調査2021~2023個別報告書 (ブランド総合研究所)

\*1\*2の資料取得については、令和6年度政務活動費(110,770円)を充当。

## (参考) 市名変更前の市の発表

平成30年4月、丹波篠山市は市名変更により52億円超の経済効果があると発表。

- ①イメージ調査を基にして経済効果額を算定・・・28.7億円
- ②特産物のブランド価値が10年で無くなるとした仮定での経済損失額・・・23.3億円



市名変更で①の経済効果が出るとした理由

- ・ 篠山市に訪問経験のある方の市内消費単価が増える。
- ・ 市名変更により新たな訪問者があり、市内消費額が増える。



第19回 Tiiki Brand Survey  
地域ブランド調査2024

総合報告書

