

# 那須塩原市 シティプロモーション指針

Nasushiobara City Promotion Guideline

人がつながり  
多様な価値観にふれ  
新たな魅力を創造・発信し  
魅力が拡散されるまちへ



平成29年3月  
那須塩原市





まちの魅力を創るのも伝えるのも、すべて人である



## 那須塩原市シティプロモーション指針

### Contents

#### はじめに

趣旨・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1

#### 第1章 現状(市民の意識)

那須塩原の魅力の推奨意欲・・・・・・・・・・ 2

地域参画意欲／感謝意欲・・・・・・・・・・ 4

チャレンジ・ブランドメッセージに対する意識・・ 5

現状(市民意識)の課題・・・・・・・・・・ 6

#### 第2章 シティプロモーション

シティプロモーションとは・・・・・・・・・・ 7

那須塩原市のシティプロモーション・・・・・・・・ 8

#### 第3章 推進方策

市の将来像とシティプロモーションで目指すまち・・ 10

推進戦略・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10

推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 11

アクションプラン・・・・・・・・・・・・・・・・ 13

# はじめに

## 趣旨

本指針は、本市のシティプロモーション※<sup>1</sup> 活動について、「市民」の皆様や本市を応援してくださる様々な皆様の参画・協力を得ることを目的に、その考え方や取組方針等をまとめたものです。

本市は、過去2年間のシティプロモーション活動の中で、ブランドメッセージ※<sup>2</sup> やウェルカムガイドの作成、モニターツアーの実施など様々な取り組みを行ってきました。



市民と市内を巡り、魅力を練り上げて、ブランドメッセージを創作



那須塩原の魅力詰め込んだガイドブックを作成し、首都圏の家庭に配布した



首都圏の子育て世代を招いて那須塩原の魅力を体験するモニターツアーを実施

特に本市のブランドメッセージである「チャレンジing 那須塩原 ～一歩踏み出す人を応援するまち～」は、市民と市職員がワークショップを重ね「那須塩原の魅力」を表すメッセージとして創作したものです。

この地域に住む人は、新しい世界を切り拓き  
苦難を乗り越えてきたからこそ  
移住者や夢追い人を温かく迎え  
応援することができる

そんな地域の魅力を知り、言葉にしたのが「チャレンジing那須塩原」です。先人から受け継いだ「開拓精神」とそれを「応援する気持ち」、そして、そのつながりこそが「わがまちの宝」であり、最大の魅力であるといった意味が、このブランドメッセージに込められています。

本指針を広く周知することにより、本市の魅力やブランドメッセージを効果的に訴求し、「那須塩原市まち・ひと・しごと創生総合戦略」に掲げた「人口減少克服」と「地方創生」に取り組んでいきます。



※<sup>1</sup> シティプロモーションとは… 「市民」とともに、本市の魅力などを推奨し、本市の認知度、魅力を高め、共感を獲得することにより、まちの持続的な発展を遂げていくことです。第2章(P.7) 参照

※<sup>2</sup> ブランドメッセージとは… 市の魅力、地域の独自性や優位性などをわかり易く表現し、これからのまちづくりの方向性を示すものであり、シティプロモーション活動の「要」となるものです。

# 第1章 現状(市民の意識)

シティプロモーションを推進するためには、「市民」が住んでいるまちに対して「誇り」や「愛着」をもって「推奨」すること、自分もこのまちの一員であるという認識をもって地域活動などに参画する「シビックプライド」の醸成が重要であると考えます。

本指針の策定に当たり、そうした「市民」の意識を把握するために、

- ①市の魅力を推奨する意欲(推奨意欲)
- ②地域活動へ参画する意欲(参画意欲)
- ③地域で活動する人へ感謝する意欲(感謝意欲)

の「3つの市民の意欲」、さらには、

- 本市のブランドメッセージに対する印象
- そのメッセージに込められた「チャレンジ精神」への取組意識

などについて、市民アンケート調査を実施しました。その結果(詳細は資料1参照)は、次のとおりとなっています。

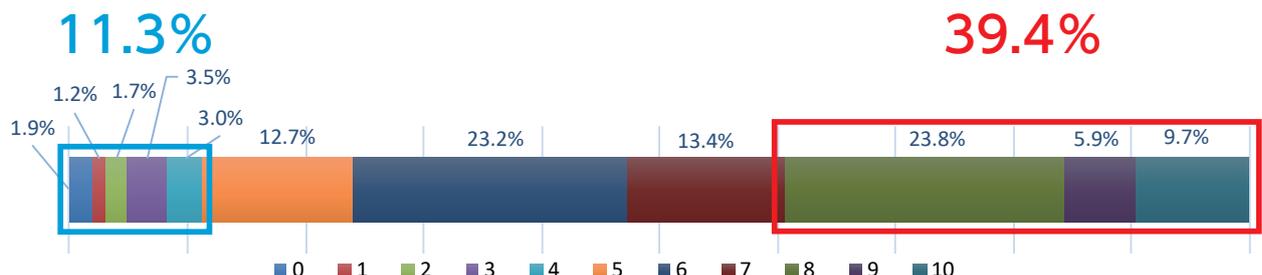


## 那須塩原の魅力の推奨意欲

### ○推奨意欲

「市民」の市の魅力を推奨する意欲について、推奨意欲が高い8以上の割合は39.4%、低い4以下の割合は11.3%となっており、推奨意欲が高い割合が28.1%上回っています。年代別、男女別\*にみると、推奨意欲が高い8以上の回答は10代女性が55.6%で最も多く、低い4以下の回答は、10代男性が27.3%と最も多く、次いで40代男性が21.4%となっています。

問：あなたは、「那須塩原の魅力を誰かにすすめたい」と、どの程度思いますか？  
0から10とした場合、該当する数字を1つお選びください。

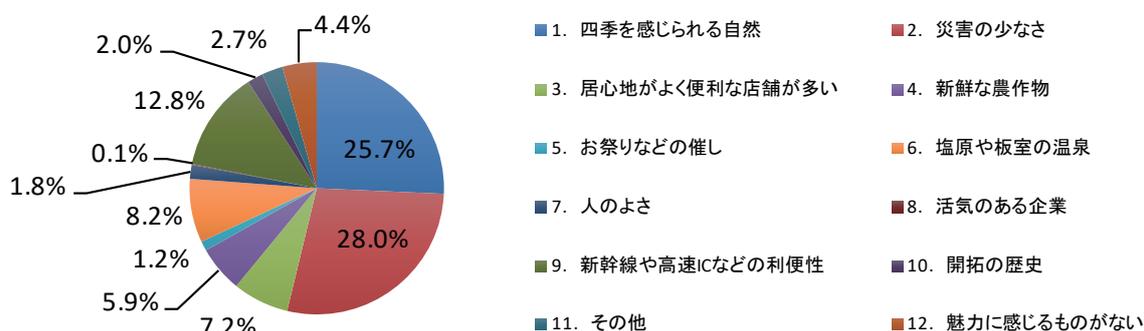


※年代別、男女別はP.21参照

## ○市民が感じる那須塩原の魅力

「市民」が市の魅力として感じているのは、「災害の少なさ」が28.0%、次に「四季を感じられる自然」が25.7%と多くなっています。年代別、男女別※にみると大きな差異がみられ、70代男性は65.2%、60代男性は42.0%で「災害の少なさ」が圧倒的に多く、20代では男女ともに「四季を感じられる自然」が30%以上、10代の女性は「居心地の良く便利な店が多い」が33.3%と最も多く、年代、性別によって魅力の感じ方に大きな違いがあります。

問：あなたは、那須塩原のどんなところが魅力だと思いますか？  
次の中から最もあてはまるものを1つお選びください。

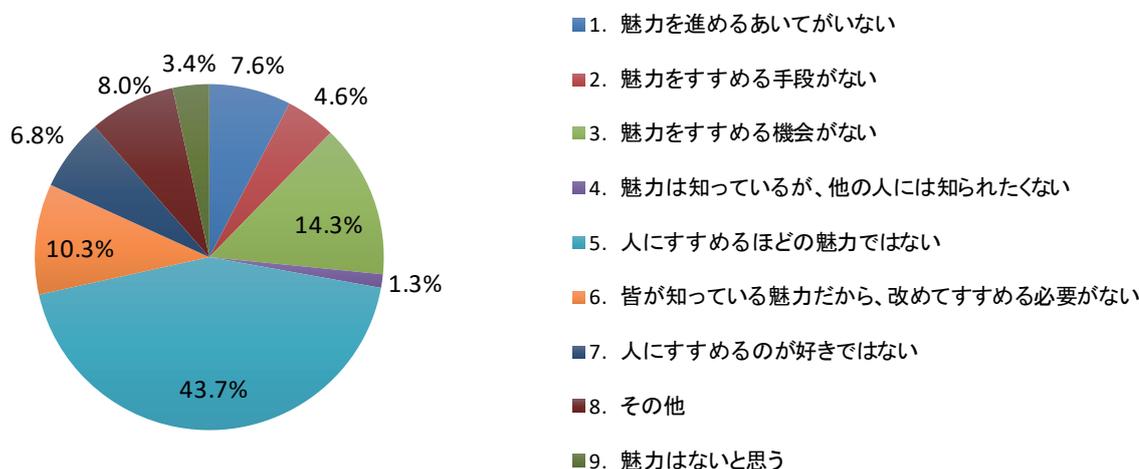


※年代別、男女別はP.23参照

## ○推奨意欲が低い理由

「市民」が魅力を推奨する意欲が低い理由について、推奨意欲が高くない7以下の方に質問したところ、「人にすすめるほどの魅力ではない」が43.7%と最も多く、年代別、男女別※にみても最も多い理由となっています。

問：すすめる可能性が低いのはなぜですか？  
次の中から最もあてはまるものを1つお選びください。



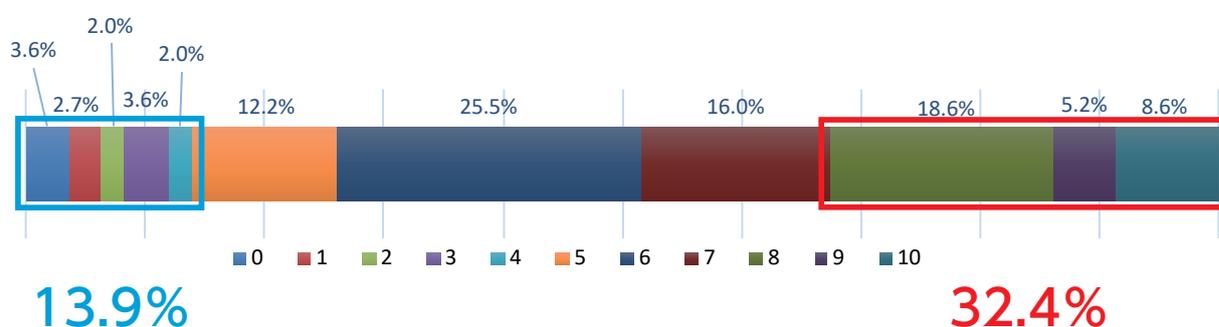
※年代別、男女別はP.22参照

## 地域参画意欲 / 感謝意欲

### ○地域参画意欲

「市民」の地域活動へ参画する意欲については、参画する意欲が高い8以上の割合は32.4%、低い4以下の割合は13.9%となっており、参画意欲の高い割合が18.5%上回っています。年代別、男女別\*にみると、50代男性が42.4%、ついで20代男性が40.0%と参画意欲が高く、低いのは30代男性の22.2%となっています。

問：あなたは、那須塩原をよりよくするために活動したいと、どの程度思いますか？  
0から10とした場合該当する数字を1つお選びください。

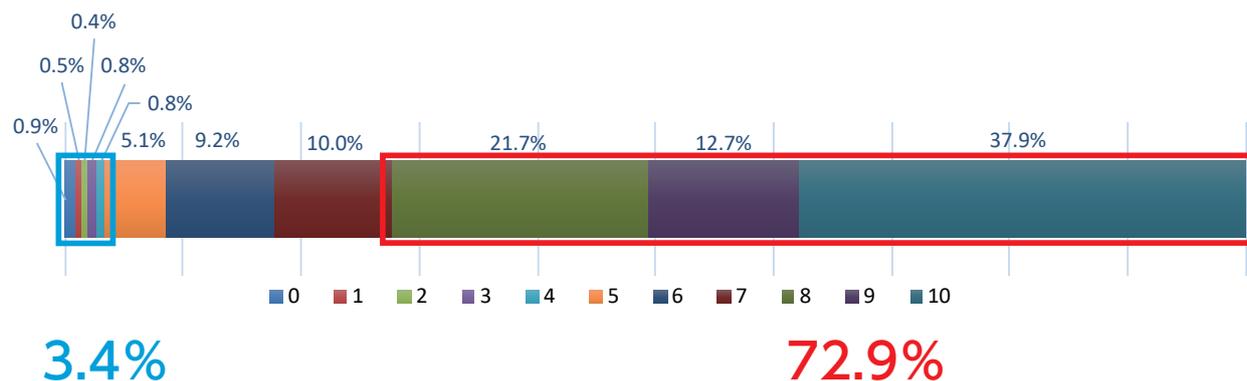


※年代別、男女別はP.24参照

### ○感謝意欲

「市民」の地域で活動している人に感謝する意欲について、感謝意欲が高い8以上の割合は72.3%と高く、低い4以下の割合は3.5%となっており、感謝意欲の高い割合が68.8%上回っています。年代別、男女別\*にみると、70代女性が88.9%、次いで60代女性が79.4%と感謝意欲が高く、低いのは10代男性で9.1%となっています。

問：あなたは、那須塩原をよりよくするために活動している人に対して、感謝したいとどの程度思いますか？



※年代別、男女別はP.25参照

## チャレンジ・ブランドメッセージに対する意識

### ○チャレンジすることに対する意識

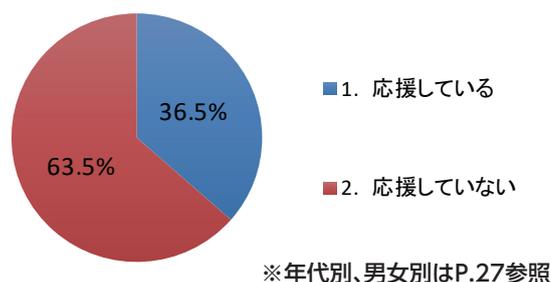
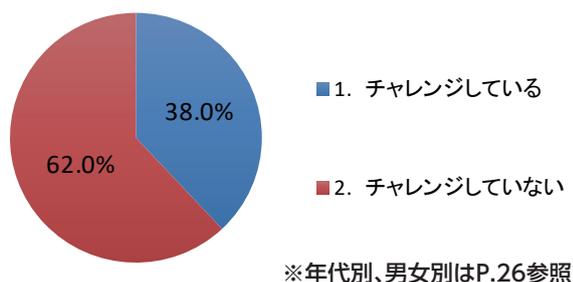
「市民」の「チャレンジ」することへの意識については、何かに「チャレンジしている」と回答した人の割合は38.0%となっています。年代別、男女別\*にみると70代女性が57.7%、次いで10代女性が55.6%と高くなっています。「チャレンジしていない」と回答したのは30代女性が72.6%、次いで20代女性が69.8%と高く、女性が年代によって大きな違いがあることがわかります。

### ○チャレンジを応援する意識

「市民」の「チャレンジを応援」する意識については、誰かの「チャレンジを応援している」と回答した人の割合は36.5%となっています。年代別、男女別\*にみると70代男性が50.0%、次いで40代女性が48.9%と高く、応援していないとの回答は20代女性が75.0%、次いで60代男性が73.6%と高くなっており、20代の女性がチャレンジも応援も低い傾向にあります。

問：あなたは、何かにチャレンジしていますか？

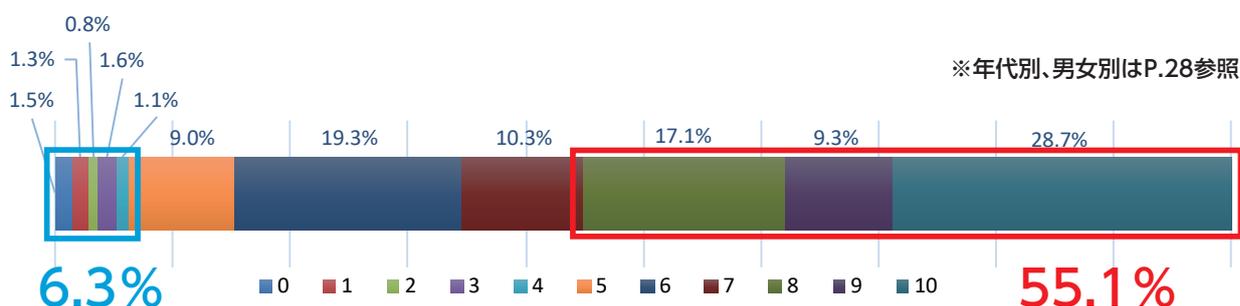
問：あなたは、誰かのチャレンジを応援していますか？



### ○ブランドメッセージに対する印象

「市民」の本市のブランドメッセージに対する印象については、良いと思う印象が高い8以上の割合は55.1%、低い4以下の割合は6.3%となっており、良いと思う割合が48.7%と大きく上回っています。市民と市職員が共創した本市のブランドメッセージは、市民の好印象を得ています。年代別、男女別\*にみると70代女性が88.5%、次いで60代女性が73.2%となっており、同年代で比較すると女性が好印象である割合が高くなっています。

問：あなたは、ブランドメッセージ「チャレンジing那須塩原～一歩踏み出す人を応援するまち～」に対してどのような印象をお持ちですか？（良いと思う10 良いと思わない0の11段階で回答）



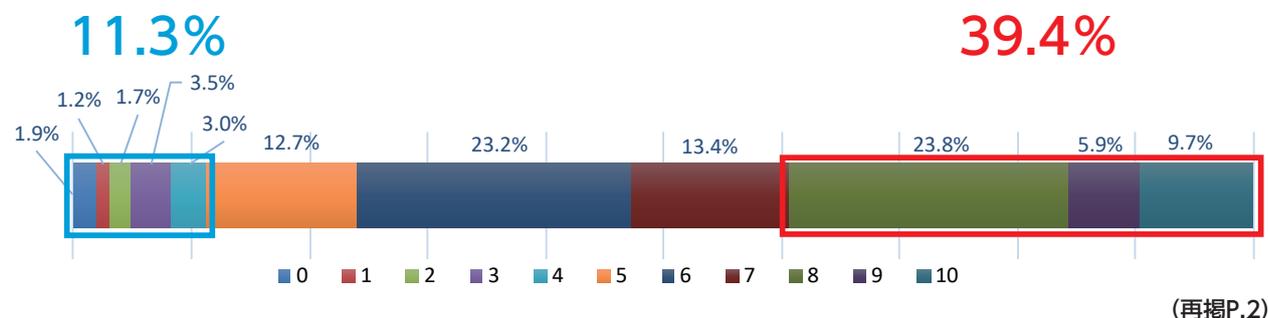
## 現状(市民意識)の課題

### ○現状(市民意識)の課題

「市民」の市の魅力を推奨する意欲は、高い割合が低い割合を28.1%上回っています。この数値を名古屋市が公表した「都市ブランド・イメージ調査結果」※1と比較すると、国内主要8都市の中で第5位の28.5%と第6位の25.4%の間に位置する低い結果となっており、意欲をいかに高めていくかが課題となっています。

また、推奨する意欲が低い理由は「人にすすめるほどの魅力ではない」が最も多いことから、市への「愛着」や「誇り」も希薄な傾向にあり、それらを醸成していくことも課題となっています。

問：あなたは、「那須塩原の魅力有谁かにすすめたい」と、どの程度思いますか？  
0から10とした場合、該当する数字を1つお選びください。



問：すすめる可能性が低いのはなぜですか？  
次の中から最もあてはまるものを1つお選びください。



#### 【参考】市外住民からみた那須塩原の印象 (全国の出産前後のママを対象にした那須塩原市魅力調査アンケート結果)

平成26年度から27年度の期間において、子育て世代を主なターゲットとしてシティプロモーションを行ってきました。そこで得られたアンケート結果等より、本市は観光地として全国的に高い認知を得ていることが見えてきます。

(1) 認知度	全国72%(関東圏92%)
(2) 認知方法	観光パンフレット33% 来訪30%(関東圏64%) テレビ19%
(3) 魅力ポイント	美味しい空気や食べ物27% 温泉18% 自然16%
(4) 知りたいこと	子どもにかかる経費37% 子どもの預け先23%

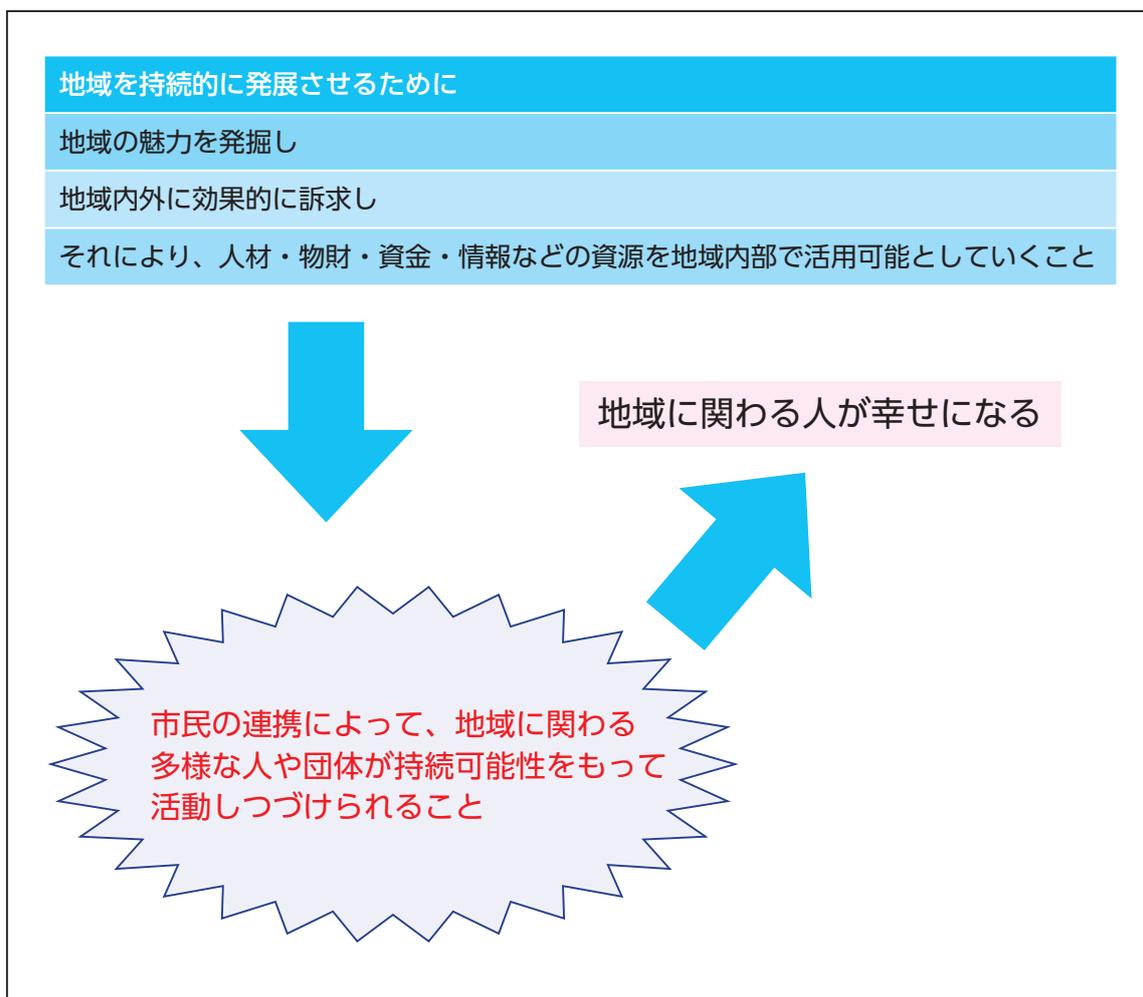
※1 都市ブランド・イメージ調査 名古屋市が平成28年7月に公表。国内主要8都市(札幌市、東京23区、横浜市、名古屋市、京都市、大阪市、神戸市、福岡市)を対象に、それぞれのシビックプライド(愛着・誇り・推奨)などを調査したもの。本市の市民アンケート調査と類似していたことから調査結果を比較した。

## 第2章 シティプロモーション

### シティプロモーションとは

地域を持続的に発展させるために、地域の魅力を効果的に訴求し、  
それにより、人材・物財・資金・情報などの資源を地域内部で活用可能としていくこと。

河井孝仁 著「シティプロモーション」より抜粋



イメージ図

## 那須塩原市のシティプロモーション

那須塩原市のシティプロモーションは、「市民」とともに、本市の魅力やブランドメッセージ「チャレンジing那須塩原」を市内外に効果的に訴求・推奨することにより、新しい世界へのチャレンジやそのチャレンジを互いに応援するまちとして、本市の認知度・魅力を高め、市内外の多くの共感を獲得することにより、まちの持続的な発展を遂げていくことです。

その内容を、具体的(5W1H)に整理すると以下ようになります。



### 1.WHY (何のために?)

少子高齢化や人口減少が進展していく中であって、那須塩原市が持続的に発展するために

### 2.WHO (誰が、どういう体制で?)

市、「市民」や市内のNPO等の団体・企業(以下、「多様な主体」)、それらのネットワークや連携体制によって

### 3.WHERE (誰に対して?)

「市民」を核として、市内外の共感を獲得したい対象(ターゲット)に対して(ターゲットを明確に設定し、自分に伝えている情報だと容易にわかり、関心を持つように)

### 4.HOW (どのような方法・解決策で?)

本市の魅力やブランドメッセージを市の広報誌や、ホームページなどのICTを活用した様々なメディア、テレビ・新聞・フリーペーパーなどを利用して効果的に訴求・推奨することで

### 5.WHAT (何を目指して?)

本市で何かにチャレンジしたいと思う人や地域で活動したいと思う人を増やすとともに、地域の稼ぐ力につながるモノ・カネ・情報などの資源を本市に呼び込み、市民が主体的に生き生きと活躍できるまちを目指して

### 6.WHEN (どのような順序で?)

ターゲットに対し、情報を効果的に訴求し、具体的な行動を促すことを一連の流れとして、次のような段階で行います。ターゲットには各段階で「こんな情報がある」「これは良さそうだ」「詳しい確かな情報はここにある」「評判はこうなっている」などの情報を発信してもらうことで、情報の共有や拡散が更に進むよう工夫します。

## シティプロモーションの推進ステップ

## Step. 1

**知ってもらう**

共感を獲得したいターゲットに向けて様々なメディアを利用して、わかりやすく、効果的に情報を発信することにより認知を獲得します。

情報発信

## Step. 2

**情報に関心を持ってもらう**

認知を獲得したターゲットの興味・関心を高めることにより、情報を自ら探索する行動を促します。

情報発信

## Step. 3

**情報を自分のものにしようと探してもらう**

情報を探索しようとしたターゲットが、情報の媒体に容易にたどり着き、欲しい情報を得られる仕掛けを工夫し誘導します。

情報発信

## Step. 4

**探した情報によって「理解」や「納得」を得てもらう**

ターゲットがたどり着いた情報の媒体が、市の媒体であるWEBや広報誌などでは「信頼」によって「理解」が得られ、市民の媒体であるSNS（ソーシャルメディア）や会合・集まりなどでは「共感」によって「納得」が得られるよう、多様な主体と協力し、行動への意欲を高めてもらいます。

情報発信

## Step. 5

**具体的な行動につなげてもらう**

「理解」や「納得」が得られたことにより「やる気」が高まったターゲットに、「市の魅力などを推奨する」、「地域への関心を深め地域活動などへ参加する」、「そうした他人の行動に感謝する」など、具体的な行動につなげてもらいます。

情報発信

各段階で情報発信を行ってもらう

## 第3章 推進方策

### 市の将来像とシティプロモーションで目指すまち

第2次那須塩原市総合計画で掲げた市の将来像を実現するため、シティプロモーションを推進することにより

人がつながり、多様な価値観にふれ、  
新たな魅力を創造・発信し、魅力が拡散されるまち

を目指します。

市の将来像

「人がつながり 新しい力が湧きあがるまち 那須塩原」

(第2次那須塩原市総合計画)

## 推進戦略

### ○「3つの市民の意欲」をアップ

シティプロモーションを推進する上で、重要な3つの市民の意欲(①市の魅力を推奨する意欲(推奨意欲)、②地域活動へ参画する意欲(参画意欲)、③地域で活動する人への感謝する意欲(感謝意欲))を高めます。これらの3つの意欲を高める活動(以下、「シティプロモーション活動」)を、多様な主体と一体となって進めます。

### ○「ブランドメッセージ」の磨き上げ

ブランドメッセージは、市の魅力や地域の独自性や優位性などをわかり易く表現し、これからのまちづくりの方向性を示すものであり、シティプロモーション活動の「要」となるものです。したがって、市民がブランドメッセージを自分のものと感じ、まちづくりの方向性を広く共有するため、社会の変化や市民意識の変化などを的確に捉え、ブランドメッセージの磨き上げを行います。そして、ブランドメッセージに好印象を持つ市民を更に増やし、市民が本市に住んでいることや地域活動に参加することに「誇り」を感じるまちづくりを目指します。

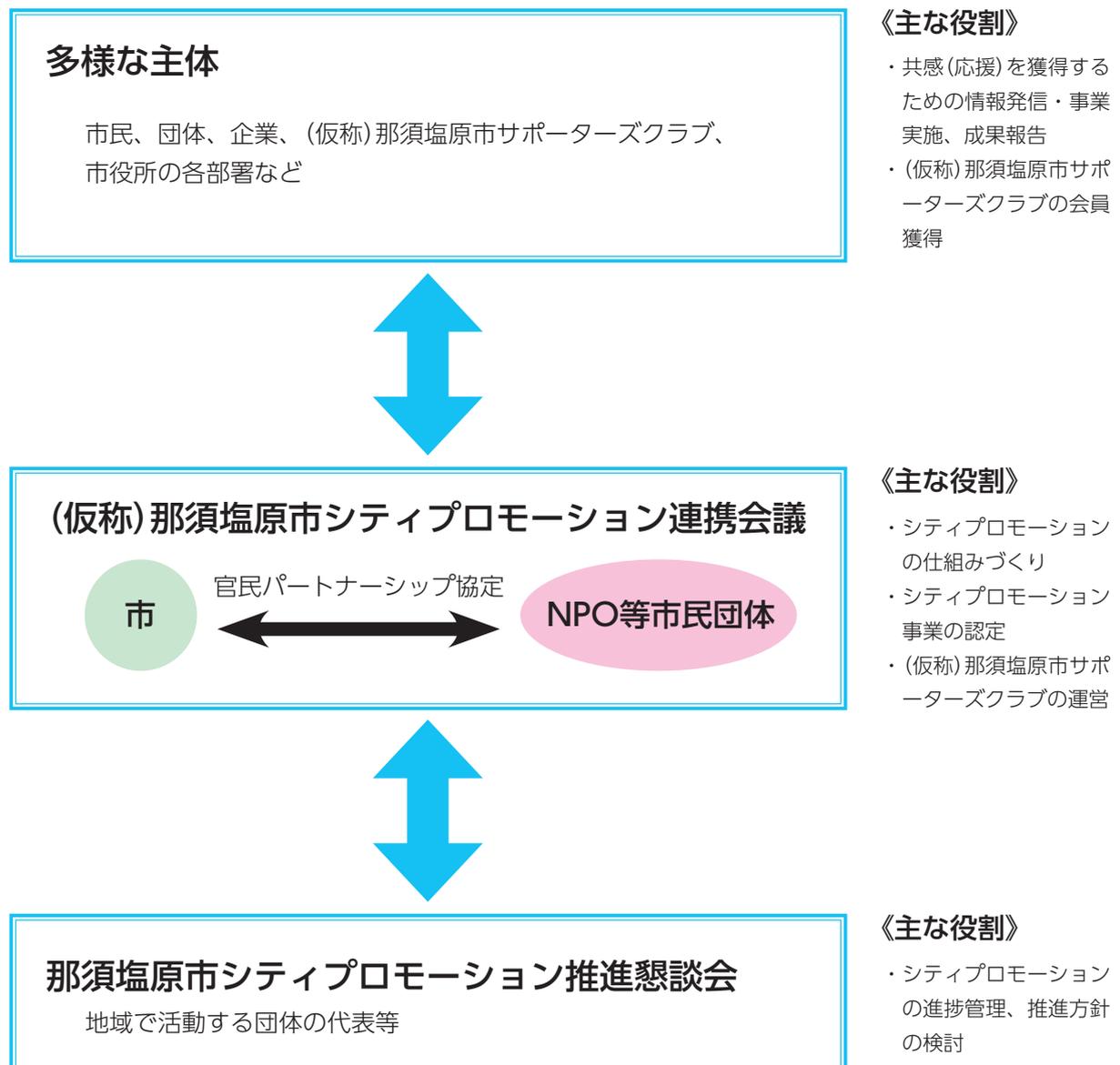
### ○「推進体制」の充実

シティプロモーションを推進するためには、市だけでなく、多様な主体の参画を得ることが重要であることから、それぞれの役割や責任を明確にした推進体制を構築します。

## 推進体制

シティプロモーションの推進体制については、市民を中心に構成する**多様な主体**、市とNPO等市民団体とで構成する**(仮称)那須塩原市シティプロモーション連携会議**、市で組織する**シティプロモーション推進懇談会**による三層構造の組織とします。

### 三層構造の組織体制



## ○那須塩原市シティプロモーション推進懇談会

市は、地域で活動する団体の代表等による那須塩原市シティプロモーション推進懇談会を組織し、シティプロモーションの進捗管理や推進方策の検討を行います。

### ①シティプロモーションの進捗管理

市民アンケートによって、推奨意欲・参画意欲・感謝意欲などの変化や市のアクションプランの進捗・成果を管理します。

### ②シティプロモーションの推進方策の検討

進捗管理の結果等に基づき、専門的かつ多角的視点での推進方策の検討を行います。

## ○(仮称)那須塩原市シティプロモーション連携会議(官民パートナーシップ)

市とNPO等市民団体との間でパートナーシップ協定を提携することにより、(仮称)那須塩原市シティプロモーション連携会議(以下、「連携会議」)を設立し、シティプロモーション活動を担う「多様な主体」の掘り起しやネットワーク化を図ります。

### ①シティプロモーションの仕組みづくり

推進体制の強化のため、シティプロモーション活動に参画しやすい仕組みを創り、「多様な主体」の増加を図ります。

### ②シティプロモーション事業の認定

「多様な主体」によるシティプロモーション活動をシティプロモーション事業として認定(以下、「認定事業」)し、活動へのアドバイスや広報等による支援を行います。

### ③(仮称)那須塩原市サポーターズクラブの運営

3つの市民の意欲向上を図るため、多様な主体からなる「(仮称)那須塩原市サポーターズクラブ」を設立し、会員の獲得に努めます。

## ○多様な主体

多様な主体は、まちの魅力の礎となる「まちをよくしたい」と思う気持ちを、一歩踏み出して行動(チャレンジ)につなげていくことで共感(応援)を獲得します。

### ①共感(応援)を獲得するための情報発信

連携会議と密接に協力し、訴求したいターゲットを明確に設定した上で、効果的に市内外に情報を発信するとともに、必要に応じて事業を行います。

### ②(仮称)那須塩原市サポーターズクラブの会員獲得への協力

多様な主体は、シティプロモーション活動を通じた働きかけにより、会員の獲得に積極的に協力するものとします。

### ③成果の報告

多様な主体は、ターゲットの意欲や行動の変容を把握するため、認定事業を行う際には事業前と事業後で3つの市民の意欲に関するアンケート調査を行い、連携会議に報告するものとします。

## アクションプラン

本指針に基づく事業内容、事業期間等について、市は庁内関係各課との連携によりアクションプランを策定します。



## 那須塩原の魅力に関するアンケート調査結果

シティプロモーション指針策定にあたり、市民の地域に対する意識調査を目的に以下のとおり、アンケート調査を実施しました。

### 1 アンケート調査の方法

- (1) 実施期間 7月13日～7月28日
- (2) 対象者 18歳以上80歳未満の市民3,000人
- (3) 実施方法 アンケート調査票を郵送で配布し、返信用封筒で郵送又はwebフォームへの入力による回答を求める。
- (4) 設問内容 次ページからの集計結果中に記載。

### 2 アンケート結果

- (1) 回答者数 759人
- (2) 回収率 25.3%
- (3) 年代別回収率

	対象者数	回答者数	回収率
18～19歳	112	20	17.85%
20代	545	98	17.98%
30代	719	151	21.00%
40代	646	149	23.06%
50代	389	100	25.70%
60代	488	189	38.72%
70代	101	51	50.04%
不明	—	1	—
合計	3,000	759	25.3%

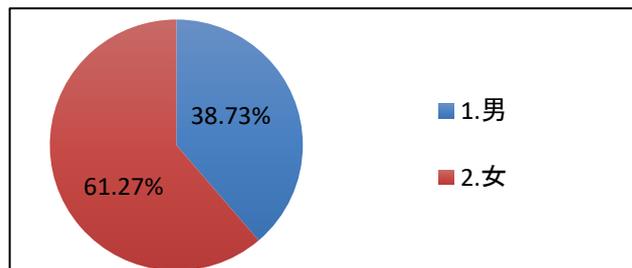
- (4) 集計結果 単純集計 15ページ～20ページ  
クロス集計 21ページ～28ページ

# 那須塩原の魅力に関するアンケート 単純集計結果

## 問1 あなたの性別はどちらですか

1.男	292	38.73%
2.女	462	61.27%
計	754	100.00%

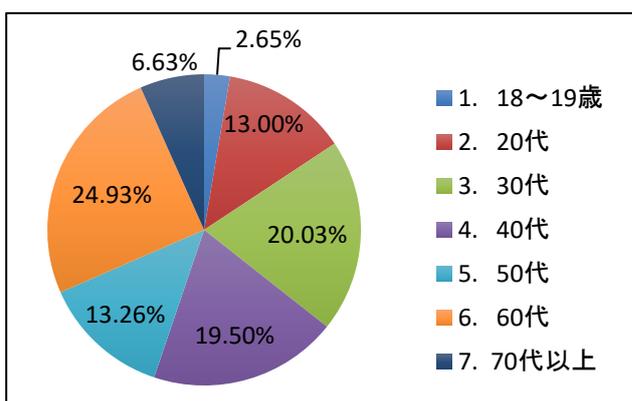
※無回答：5件



## 問2 あなたの年齢は、次のいずれに該当しますか？

1. 18～19歳	20	2.65%
2. 20代	98	13.00%
3. 30代	151	20.03%
4. 40代	147	19.50%
5. 50代	100	13.26%
6. 60代	188	24.93%
7. 70代以上	50	6.63%
計	754	100.00%

※無回答：5件

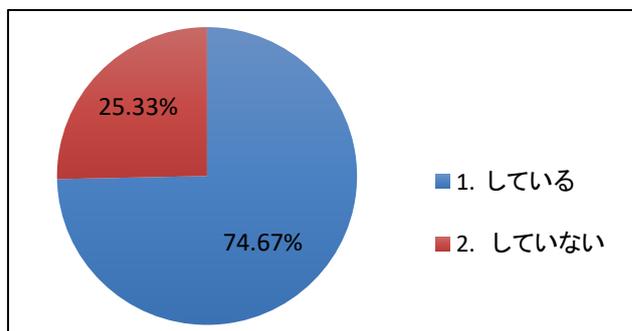


## 問3 あなたの結婚、子どもの状況についてお伺いします。

### ①結婚していますか？

1. している	563	74.67%
2. していない	191	25.33%
計	754	100.00%

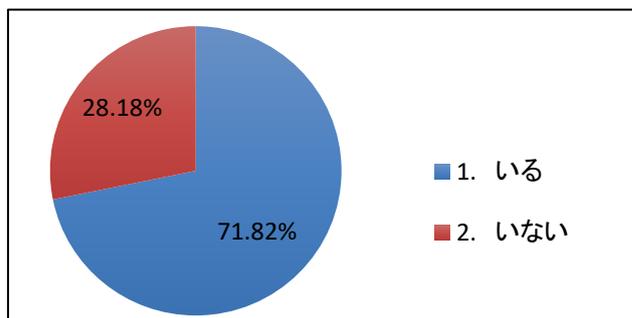
※無回答：5件



### ②子どもはいますか？

1. いる	525	71.82%
2. いない	206	28.18%
計	731	100.00%

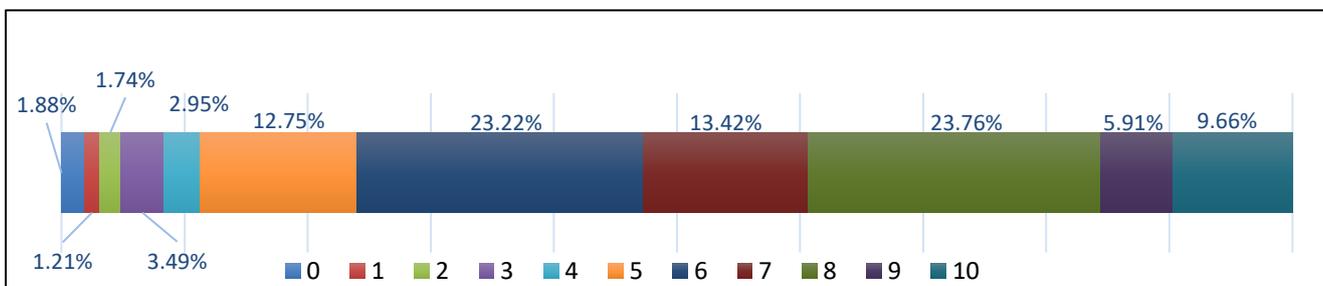
※無回答：28件



問4 あなたは「那須塩原の魅力を誰かにすすめたい」と、どの程度思いますか？  
0から10とした場合、該当する数字を1つお選びください。

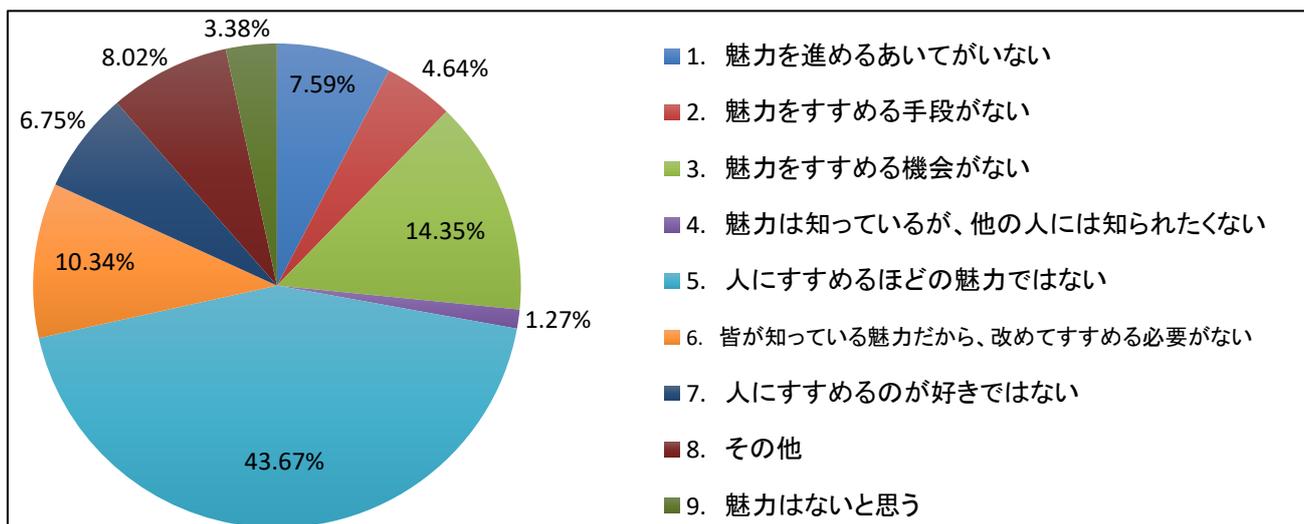
0	14	1.88%
1	9	1.21%
2	13	1.74%
3	26	3.49%
4	22	2.95%
5	95	12.75%
6	173	23.22%
7	100	13.42%
8	177	23.76%
9	44	5.91%
10	72	9.66%
計	745	100.00%

※無回答：14件



問5 前問で「0～7」と回答した方にお聞きします。  
すすめる可能性が低いのはなぜですか？次の中から最もあてはまるものを  
1つお選びください。

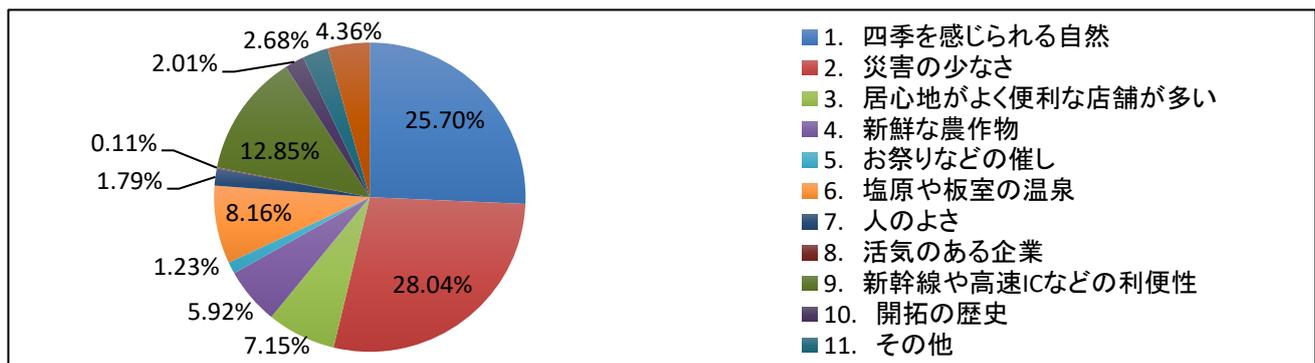
1. 魅力を進めるあいてがない	36	7.59%
2. 魅力をすすめる手段がない	22	4.64%
3. 魅力をすすめる機会がない	68	14.35%
4. 魅力は知っているが、他の人には知られたくない	6	1.27%
5. 人にすすめるほどの魅力ではない	207	43.67%
6. 皆が知っている魅力だから、改めてすすめる必要がない	49	10.34%
7. 人にすすめるのが好きではない	32	6.75%
8. その他	38	8.02%
9. 魅力はないと思う	16	3.38%
計	474	100.00%



**問6 あなたは、那須塩原のどんなところが魅力だと思いますか？  
次の中から最もあてはまるものを1つお選びください。**

1. 四季を感じられる自然	230	25.70%
2. 災害の少なさ	251	28.04%
3. 居心地がよく便利な店舗が多い	64	7.15%
4. 新鮮な農作物	53	5.92%
5. お祭りなどの催し	11	1.23%
6. 塩原や板室の温泉	73	8.16%
7. 人のよさ	16	1.79%
8. 活気のある企業	1	0.11%
9. 新幹線や高速ICなどの利便性	115	12.85%
10. 開拓の歴史	18	2.01%
11. その他	24	2.68%
12. 魅力に感じるものがない	39	4.36%
計	895	100.00%

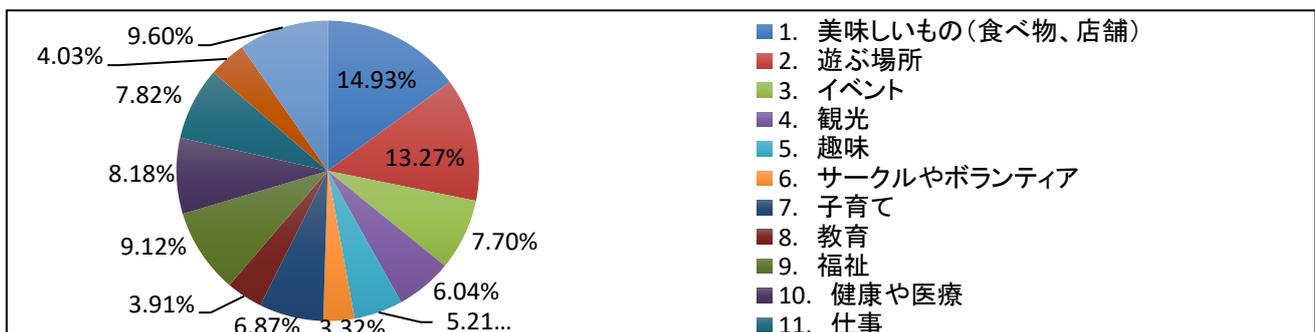
※無回答：3件



**問7 あなたが「知りたいのに不足している」と感じる情報は何か？  
次の中から最もあてはまるものを1つお選びください。**

1. 美味しいもの(食べ物、店舗)	126	14.93%
2. 遊ぶ場所	112	13.27%
3. イベント	65	7.70%
4. 観光	51	6.04%
5. 趣味	44	5.21%
6. サークルやボランティア	28	3.32%
7. 子育て	58	6.87%
8. 教育	33	3.91%
9. 福祉	77	9.12%
10. 健康や医療	69	8.18%
11. 仕事	66	7.82%
12. その他	34	4.03%
13. 不足していない	81	9.60%
計	844	100.00%

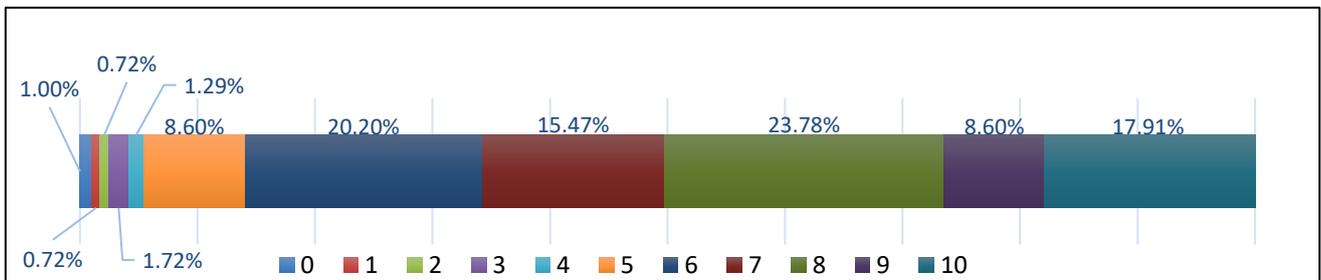
※無回答：5件



問8 あなたが前問7で選んだ情報を知ったとき、誰かに知らせたいとどの程度思いますか？  
0から10とした場合、該当する数字を1つお選びください。

0	7	1.00%
1	5	0.72%
2	5	0.72%
3	12	1.72%
4	9	1.29%
5	60	8.60%
6	141	20.20%
7	108	15.47%
8	166	23.78%
9	60	8.60%
10	125	17.91%
計	698	100.00%

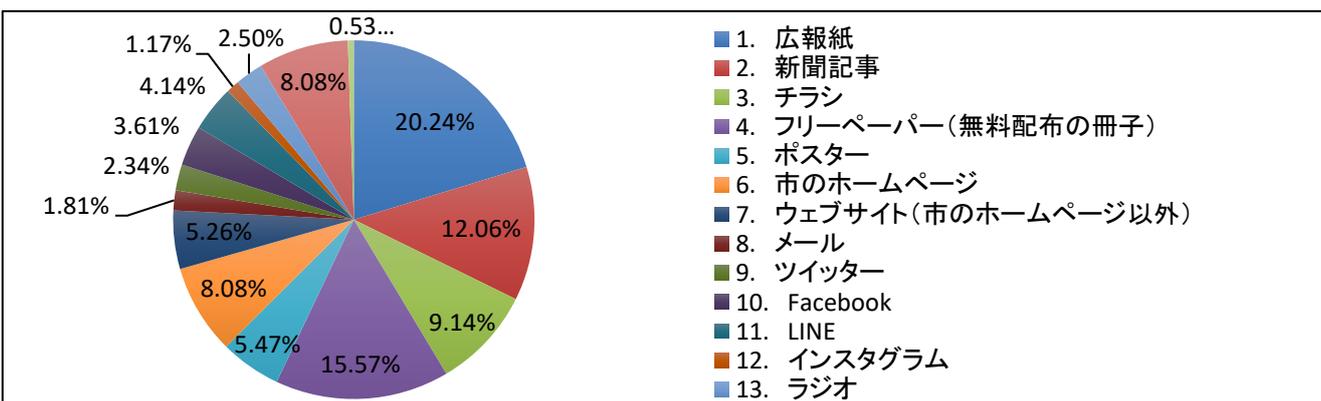
※無回答：61件



問9 あなたは、「那須塩原の情報」について、何からだと得やすいですか？  
次の中から最もあてはまるものを3つ以内でお選びください。

1. 広報紙	381	20.24%
2. 新聞記事	227	12.06%
3. チラシ	172	9.14%
4. フリーペーパー(無料配布の冊子)	293	15.57%
5. ポスター	103	5.47%
6. 市のホームページ	152	8.08%
7. ウェブサイト(市のホームページ以外)	99	5.26%
8. メール	34	1.81%
9. ツイッター	44	2.34%
10. Facebook	68	3.61%
11. LINE	78	4.14%
12. インスタグラム	22	1.17%
13. ラジオ	47	2.50%
14. テレビ	152	8.08%
15. その他	10	0.53%
計	1882	100.00%

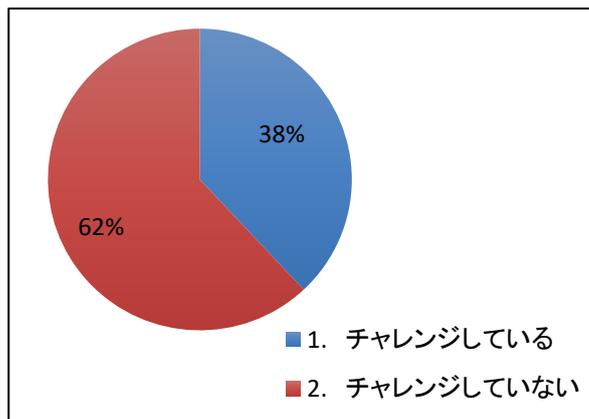
※無回答：7件



問10 あなたは、何かにチャレンジしていますか？

1. チャレンジしている	281	38.02%
2. チャレンジしていない	458	61.98%
計	739	100.00%

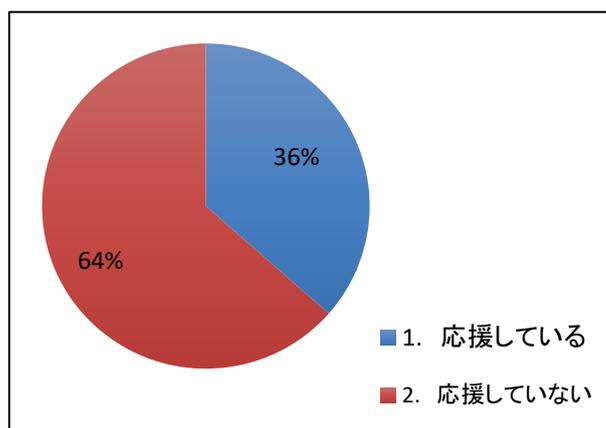
※無回答：20件



問11 あなたは、誰かのチャレンジを応援していますか？

1. 応援している	266	36.49%
2. 応援していない	463	63.51%
計	729	100.00%

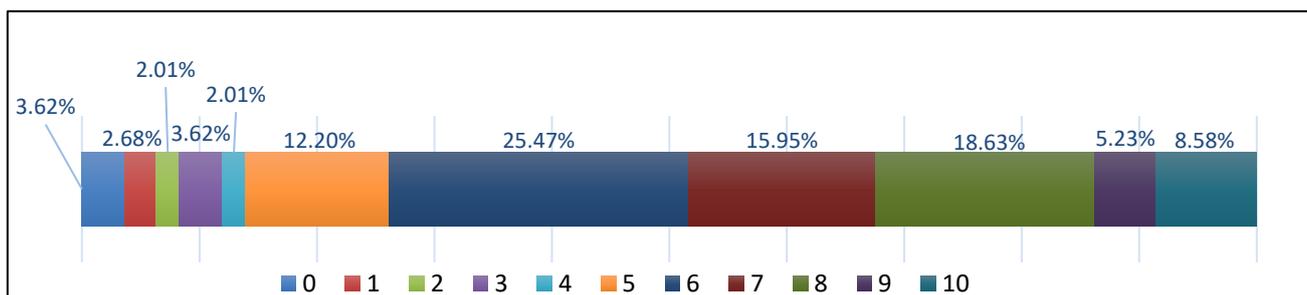
※無回答：30件



問12 あなたは、那須塩原をよりよくするために活動したいと、どの程度思いますか？  
0から10とした場合該当する数字を1つお選びください。

0	27	3.62%
1	20	2.68%
2	15	2.01%
3	27	3.62%
4	15	2.01%
5	91	12.20%
6	190	25.47%
7	119	15.95%
8	139	18.63%
9	39	5.23%
10	64	8.58%
計	746	100.00%

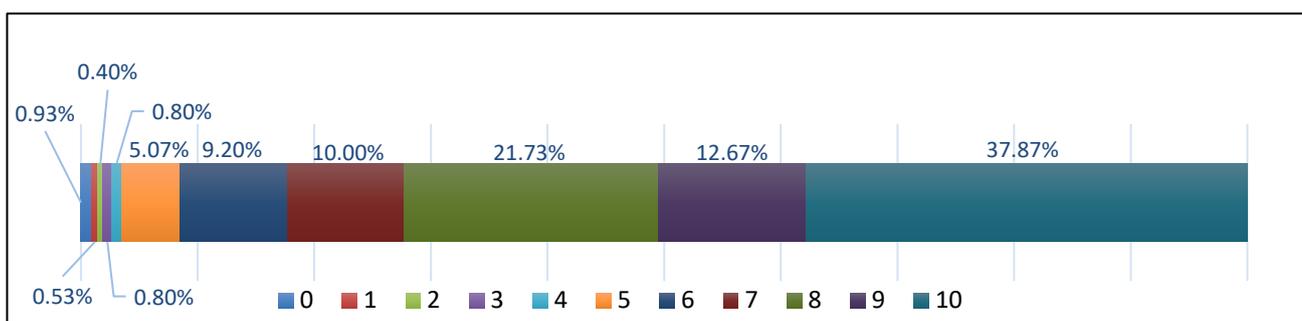
※無回答：13件



**問13 あなたは、那須塩原をよりよくするために活動している人に対して、感謝したいとどの程度思いますか？**  
0から10とした場合該当する数字を1つお選びください。

0	7	0.93%
1	4	0.53%
2	3	0.40%
3	6	0.80%
4	6	0.80%
5	38	5.07%
6	69	9.20%
7	75	10.00%
8	163	21.73%
9	95	12.67%
10	284	37.87%
計	750	100.00%

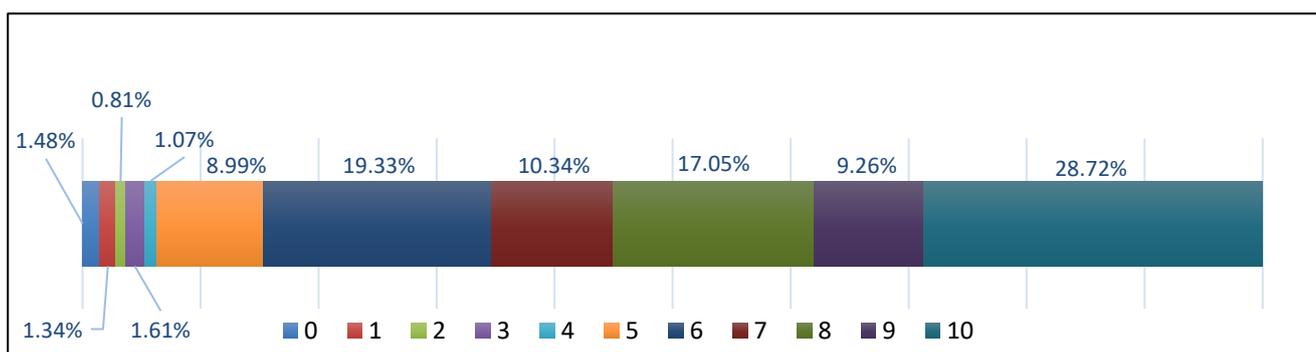
※無回答：9件



**問14 あなたは、ブランドメッセージ「チャレンジing那須塩原～一歩踏み出す人を応援するまち～」に対して、どのような印象をお持ちですか？**

0	11	1.48%
1	10	1.34%
2	6	0.81%
3	12	1.61%
4	8	1.07%
5	67	8.99%
6	144	19.33%
7	77	10.34%
8	127	17.05%
9	69	9.26%
10	214	28.72%
計	745	100.00%

※無回答：14件

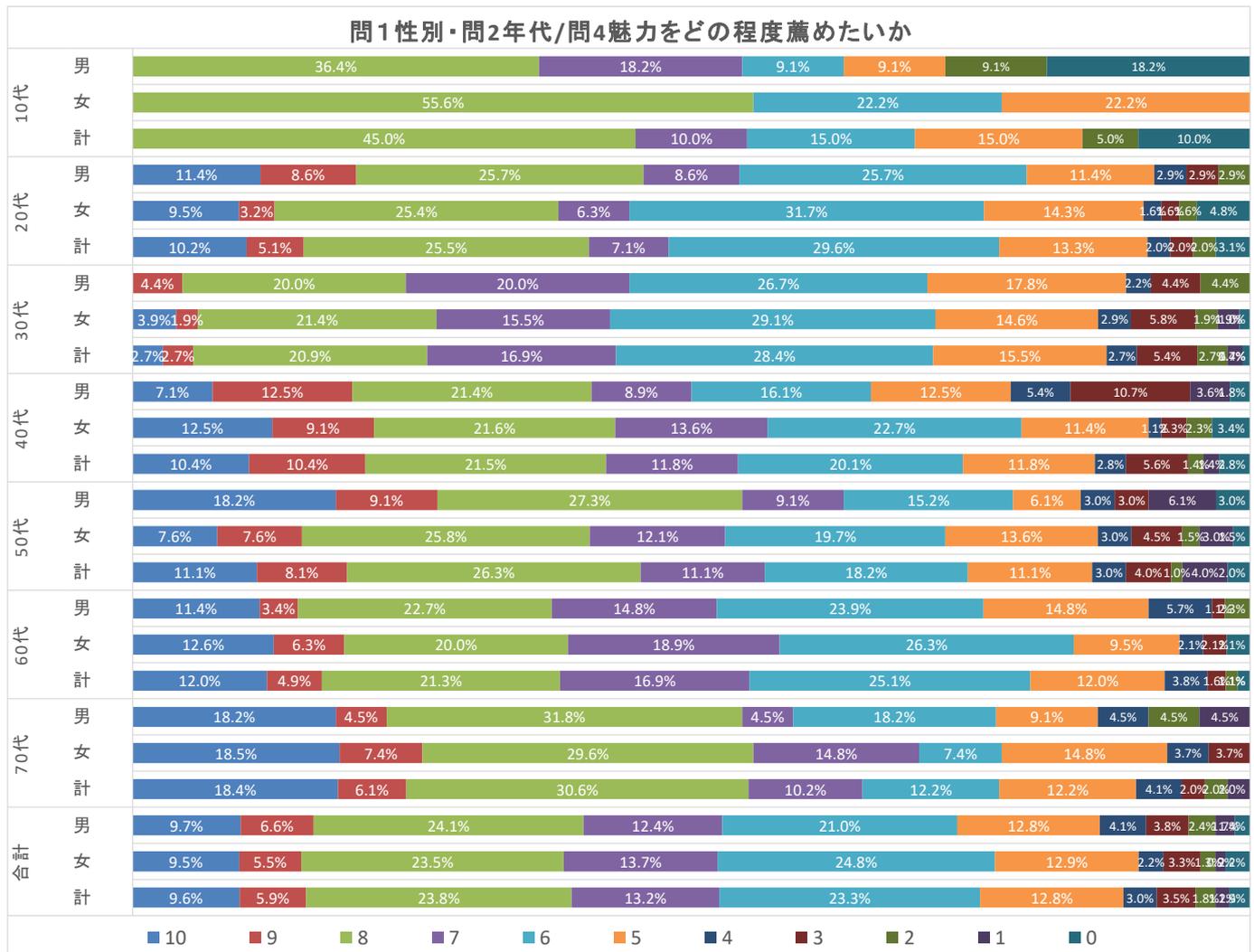


以上

# 那須塩原の魅力に関するアンケート クロス集計結果

## クロス集計① 性別・年代ごとの、那須塩原の魅力の推奨度合い

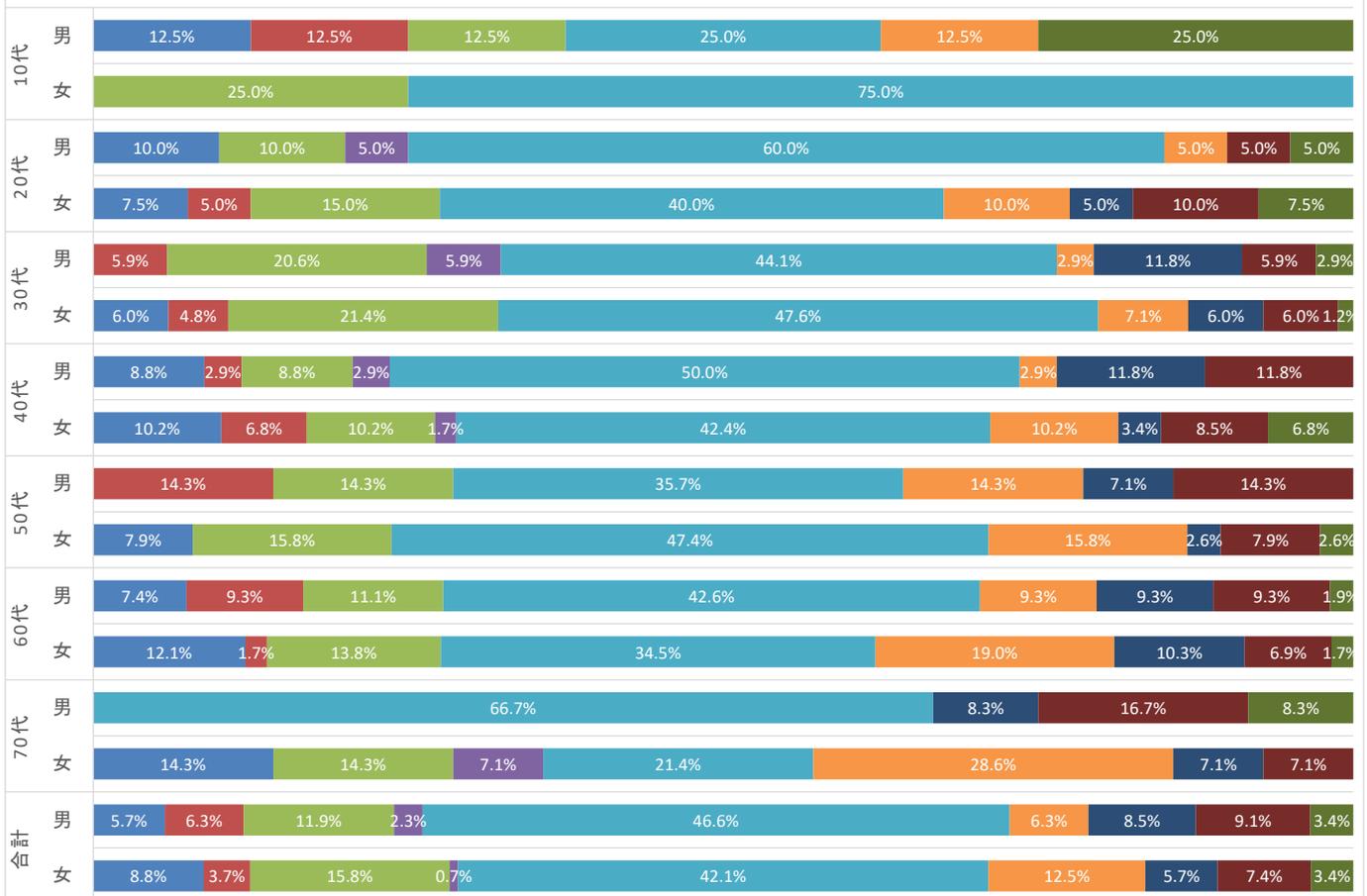
年代	性別	回答											総計
		10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0	
10代	男	0.0%	0.0%	36.4%	18.2%	9.1%	9.1%	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	18.2%	100.0%
	女	0.0%	0.0%	55.6%	0.0%	22.2%	22.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	計	0.0%	0.0%	45.0%	10.0%	15.0%	15.0%	0.0%	0.0%	5.0%	0.0%	10.0%	100.0%
20代	男	11.4%	8.6%	25.7%	8.6%	25.7%	11.4%	2.9%	2.9%	2.9%	0.0%	0.0%	100.0%
	女	9.5%	3.2%	25.4%	6.3%	31.7%	14.3%	1.6%	1.6%	1.6%	0.0%	4.8%	100.0%
	計	10.2%	5.1%	25.5%	7.1%	29.6%	13.3%	2.0%	2.0%	2.0%	0.0%	3.1%	100.0%
30代	男	0.0%	4.4%	20.0%	20.0%	26.7%	17.8%	2.2%	4.4%	4.4%	0.0%	0.0%	100.0%
	女	3.9%	1.9%	21.4%	15.5%	29.1%	14.6%	2.9%	5.8%	1.9%	1.9%	1.0%	100.0%
	計	2.7%	2.7%	20.9%	16.9%	28.4%	15.5%	2.7%	5.4%	2.7%	1.4%	0.7%	100.0%
40代	男	7.1%	12.5%	21.4%	8.9%	16.1%	12.5%	5.4%	10.7%	0.0%	3.6%	1.8%	100.0%
	女	12.5%	9.1%	21.6%	13.6%	22.7%	11.4%	1.1%	2.3%	2.3%	0.0%	3.4%	100.0%
	計	10.4%	10.4%	21.5%	11.8%	20.1%	11.8%	2.8%	5.6%	1.4%	1.4%	2.8%	100.0%
50代	男	18.2%	9.1%	27.3%	9.1%	15.2%	6.1%	3.0%	3.0%	0.0%	6.1%	3.0%	100.0%
	女	7.6%	7.6%	25.8%	12.1%	19.7%	13.6%	3.0%	4.5%	1.5%	3.0%	1.5%	100.0%
	計	11.1%	8.1%	26.3%	11.1%	18.2%	11.1%	3.0%	4.0%	1.0%	4.0%	2.0%	100.0%
60代	男	11.4%	3.4%	22.7%	14.8%	23.9%	14.8%	5.7%	1.1%	2.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	女	12.6%	6.3%	20.0%	18.9%	26.3%	9.5%	2.1%	2.1%	0.0%	0.0%	2.1%	100.0%
	計	12.0%	4.9%	21.3%	16.9%	25.1%	12.0%	3.8%	1.6%	1.1%	0.0%	1.1%	100.0%
70代	男	18.2%	4.5%	31.8%	4.5%	18.2%	9.1%	4.5%	0.0%	4.5%	4.5%	0.0%	100.0%
	女	18.5%	7.4%	29.6%	14.8%	7.4%	14.8%	3.7%	3.7%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	計	18.4%	6.1%	30.6%	10.2%	12.2%	12.2%	4.1%	2.0%	2.0%	2.0%	0.0%	100.0%
合計	男	9.7%	6.6%	24.1%	12.4%	21.0%	12.8%	4.1%	3.8%	2.4%	1.7%	1.4%	100.0%
	女	9.5%	5.5%	23.5%	13.7%	24.8%	12.9%	2.2%	3.3%	1.3%	0.9%	2.2%	100.0%
	計	9.6%	5.9%	23.8%	13.2%	23.3%	12.8%	3.0%	3.5%	1.8%	1.2%	1.9%	100.0%



クロス集計② 性別・年代ごとの、那須塩原の魅力をすすめる可能性が低い理由

年代	性別	回答									総計
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	
10代	男	12.5%	12.5%	12.5%	0.0%	25.0%	12.5%	0.0%	0.0%	25.0%	100.0%
	女	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	75.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	計	8.3%	8.3%	16.7%	0.0%	41.7%	8.3%	0.0%	0.0%	16.7%	100.0%
20代	男	10.0%	0.0%	10.0%	5.0%	60.0%	5.0%	0.0%	5.0%	5.0%	100.0%
	女	7.5%	5.0%	15.0%	0.0%	40.0%	10.0%	5.0%	10.0%	7.5%	100.0%
	計	8.3%	3.3%	13.3%	1.7%	46.7%	8.3%	3.3%	8.3%	6.7%	100.0%
30代	男	0.0%	5.9%	20.6%	5.9%	44.1%	2.9%	11.8%	5.9%	2.9%	100.0%
	女	6.0%	4.8%	21.4%	0.0%	47.6%	7.1%	6.0%	6.0%	1.2%	100.0%
	計	4.2%	5.1%	21.2%	1.7%	46.6%	5.9%	7.6%	5.9%	1.7%	100.0%
40代	男	8.8%	2.9%	8.8%	2.9%	50.0%	2.9%	11.8%	11.8%	0.0%	100.0%
	女	10.2%	6.8%	10.2%	1.7%	42.4%	10.2%	3.4%	8.5%	6.8%	100.0%
	計	9.7%	5.4%	9.7%	2.2%	45.2%	7.5%	6.5%	9.7%	4.3%	100.0%
50代	男	0.0%	14.3%	14.3%	0.0%	35.7%	14.3%	7.1%	14.3%	0.0%	100.0%
	女	7.9%	0.0%	15.8%	0.0%	47.4%	15.8%	2.6%	7.9%	2.6%	100.0%
	計	5.8%	3.8%	15.4%	0.0%	44.2%	15.4%	3.8%	9.6%	1.9%	100.0%
60代	男	7.4%	9.3%	11.1%	0.0%	42.6%	9.3%	9.3%	9.3%	1.9%	100.0%
	女	12.1%	1.7%	13.8%	0.0%	34.5%	19.0%	10.3%	6.9%	1.7%	100.0%
	計	9.8%	5.4%	12.5%	0.0%	38.4%	14.3%	9.8%	8.0%	1.8%	100.0%
70代	男	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	0.0%	8.3%	16.7%	8.3%	100.0%
	女	14.3%	0.0%	14.3%	7.1%	21.4%	28.6%	7.1%	7.1%	0.0%	100.0%
	計	7.7%	0.0%	7.7%	3.8%	42.3%	15.4%	7.7%	11.5%	3.8%	100.0%
合計	男	5.7%	6.3%	11.9%	2.3%	46.6%	6.3%	8.5%	9.1%	3.4%	100.0%
	女	8.8%	3.7%	15.8%	0.7%	42.1%	12.5%	5.7%	7.4%	3.4%	100.0%
	計	7.6%	4.7%	14.4%	1.3%	43.8%	10.1%	6.8%	8.0%	3.4%	100.0%

問1性別・問2年代/問5魅力を進める可能性が低い理由

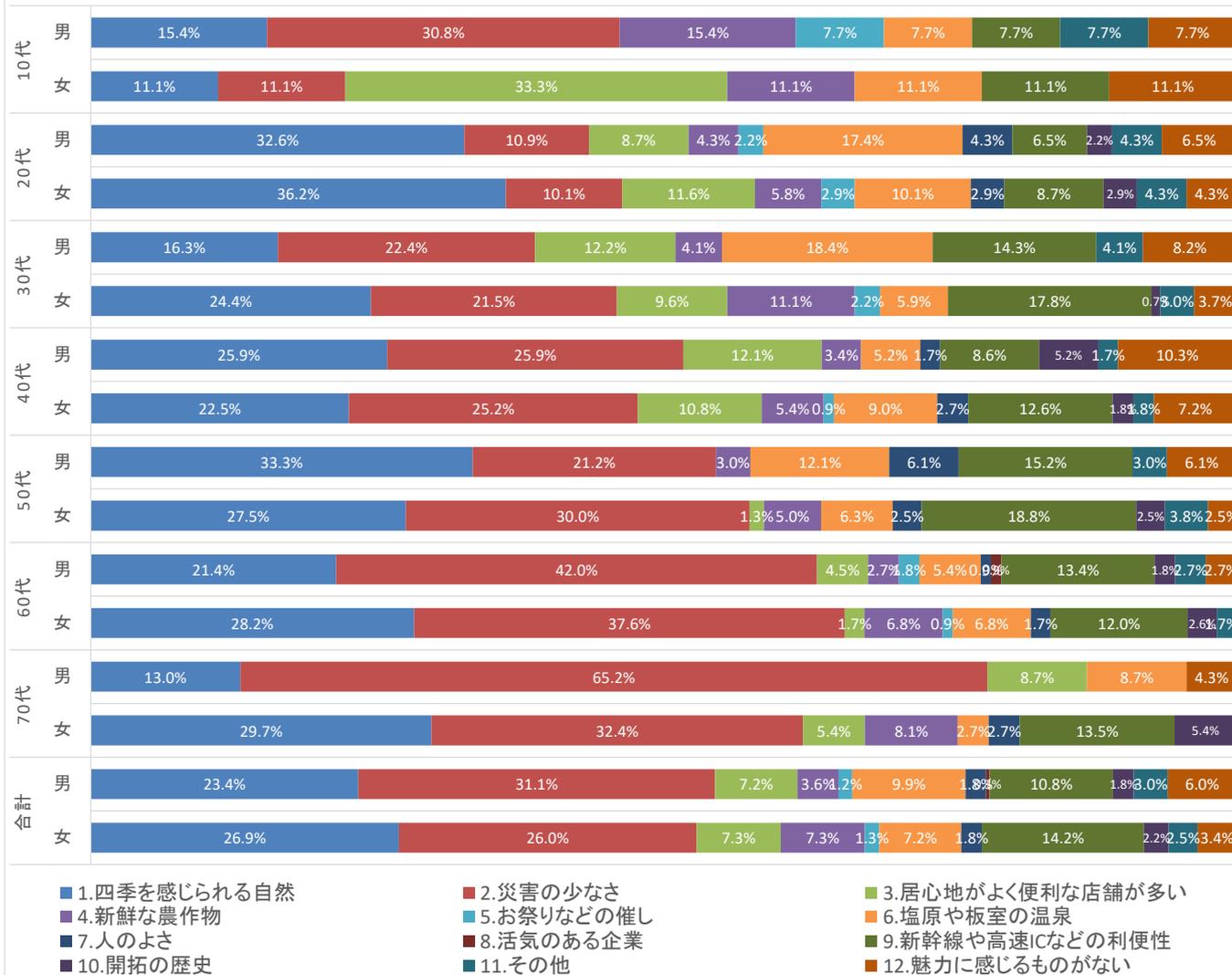


- 1.魅力をすすめる相手がいない
- 2.魅力をすすめる手段がない
- 3.魅力をすすめる機会がない
- 4.魅力は知っているが、他の人には知られたい
- 5.人にすすめるほどの魅力ではない
- 6.皆が知っている魅力だから、あらためてすすめる必要がない
- 7.人にすすめるのが好きではない
- 8.その他
- 9.魅力はないと思う

クロス集計③ 性別・年代ごとの、那須塩原の魅力だと感じるもの

年代	性別	回答												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	総計
10代	男	15.4%	30.8%	0.0%	15.4%	7.7%	7.7%	0.0%	7.7%	0.0%	7.7%	7.7%	7.7%	100.0%
	女	11.1%	11.1%	33.3%	11.1%	0.0%	11.1%	0.0%	0.0%	11.1%	0.0%	0.0%	11.1%	100.0%
	計	13.6%	22.7%	13.6%	13.6%	4.5%	9.1%	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	4.5%	9.1%	100.0%
20代	男	32.6%	10.9%	8.7%	4.3%	2.2%	17.4%	4.3%	0.0%	6.5%	2.2%	4.3%	6.5%	100.0%
	女	36.2%	10.1%	11.6%	5.8%	2.9%	10.1%	2.9%	0.0%	8.7%	2.9%	4.3%	4.3%	100.0%
	計	34.8%	10.4%	10.4%	5.2%	2.6%	13.0%	3.5%	0.0%	7.8%	2.6%	4.3%	5.2%	100.0%
30代	男	16.3%	22.4%	12.2%	4.1%	0.0%	18.4%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	4.1%	8.2%	100.0%
	女	24.4%	21.5%	9.6%	11.1%	2.2%	5.9%	0.0%	0.0%	17.8%	0.7%	3.0%	3.7%	100.0%
	計	22.3%	21.7%	10.3%	9.2%	1.6%	9.2%	0.0%	0.0%	16.8%	0.5%	3.3%	4.9%	100.0%
40代	男	25.9%	25.9%	12.1%	3.4%	0.0%	5.2%	1.7%	0.0%	8.6%	5.2%	1.7%	10.3%	100.0%
	女	22.5%	25.2%	10.8%	5.4%	0.9%	9.0%	2.7%	0.0%	12.6%	1.8%	1.8%	7.2%	100.0%
	計	23.7%	25.4%	11.2%	4.7%	0.6%	7.7%	2.4%	0.0%	11.2%	3.0%	1.8%	8.3%	100.0%
50代	男	33.3%	21.2%	0.0%	3.0%	0.0%	12.1%	6.1%	0.0%	15.2%	0.0%	3.0%	6.1%	100.0%
	女	27.5%	30.0%	1.3%	5.0%	0.0%	6.3%	2.5%	0.0%	18.8%	2.5%	3.8%	2.5%	100.0%
	計	29.2%	27.4%	0.9%	4.4%	0.0%	8.0%	3.5%	0.0%	17.7%	1.8%	3.5%	3.5%	100.0%
60代	男	21.4%	42.0%	4.5%	2.7%	1.8%	5.4%	0.9%	0.9%	13.4%	1.8%	2.7%	2.7%	100.0%
	女	28.2%	37.6%	1.7%	6.8%	0.9%	6.8%	1.7%	0.0%	12.0%	2.6%	1.7%	0.0%	100.0%
	計	24.9%	39.7%	3.1%	4.8%	1.3%	6.1%	1.3%	0.4%	12.7%	2.2%	2.2%	1.3%	100.0%
70代	男	13.0%	65.2%	8.7%	0.0%	0.0%	8.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%	100.0%
	女	29.7%	32.4%	5.4%	8.1%	0.0%	2.7%	2.7%	0.0%	13.5%	5.4%	0.0%	0.0%	100.0%
	計	23.3%	45.0%	6.7%	5.0%	0.0%	5.0%	1.7%	0.0%	8.3%	3.3%	0.0%	1.7%	100.0%
合計	男	23.4%	31.1%	7.2%	3.6%	1.2%	9.9%	1.8%	0.3%	10.8%	1.8%	3.0%	6.0%	100.0%
	女	26.9%	26.0%	7.3%	7.3%	1.3%	7.2%	1.8%	0.0%	14.2%	2.2%	2.5%	3.4%	100.0%
	計	25.6%	27.9%	7.3%	5.9%	1.2%	8.2%	1.8%	0.1%	12.9%	2.0%	2.7%	4.4%	100.0%

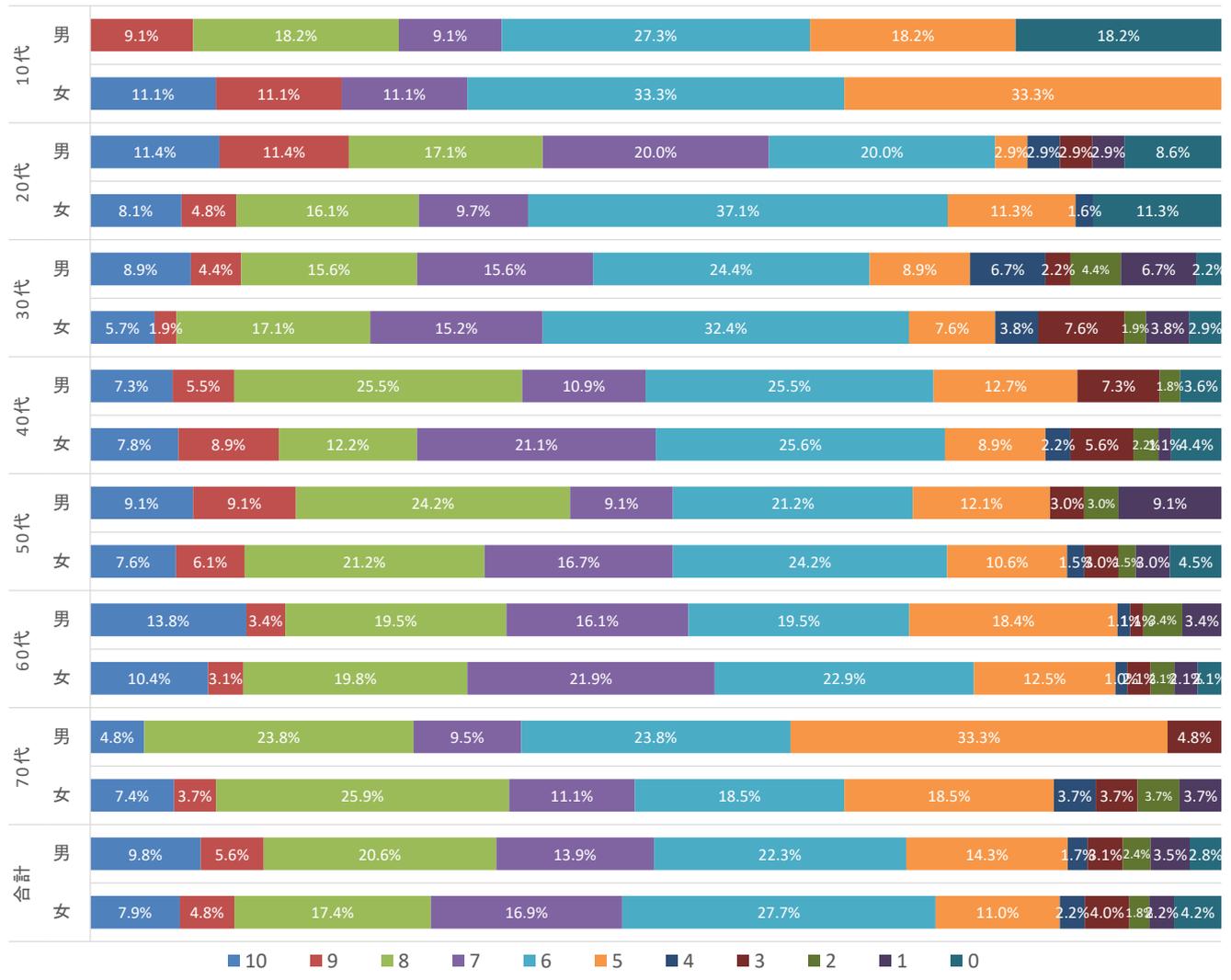
問1性別・問2年代/問6那須塩原の魅力



クロス集計④ 性別・年代ごとの、地域活動への参画意欲

年代	性別	回答											総計
		10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0	
10代	男	0.0%	9.1%	18.2%	9.1%	27.3%	18.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	18.2%	100.0%
	女	11.1%	11.1%	0.0%	11.1%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	計	5.0%	10.0%	10.0%	10.0%	30.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	100.0%
20代	男	11.4%	11.4%	17.1%	20.0%	20.0%	2.9%	2.9%	2.9%	0.0%	2.9%	8.6%	100.0%
	女	8.1%	4.8%	16.1%	9.7%	37.1%	11.3%	1.6%	0.0%	0.0%	0.0%	11.3%	100.0%
	計	9.3%	7.2%	16.5%	13.4%	30.9%	8.2%	2.1%	1.0%	0.0%	1.0%	10.3%	100.0%
30代	男	8.9%	4.4%	15.6%	15.6%	24.4%	8.9%	6.7%	2.2%	4.4%	6.7%	2.2%	100.0%
	女	5.7%	1.9%	17.1%	15.2%	32.4%	7.6%	3.8%	7.6%	1.9%	3.8%	2.9%	100.0%
	計	6.7%	2.7%	16.7%	15.3%	30.0%	8.0%	4.7%	6.0%	2.7%	4.7%	2.7%	100.0%
40代	男	7.3%	5.5%	25.5%	10.9%	25.5%	12.7%	0.0%	7.3%	1.8%	0.0%	3.6%	100.0%
	女	7.8%	8.9%	12.2%	21.1%	25.6%	8.9%	2.2%	5.6%	2.2%	1.1%	4.4%	100.0%
	計	7.6%	7.6%	17.2%	17.2%	25.5%	10.3%	1.4%	6.2%	2.1%	0.7%	4.1%	100.0%
50代	男	9.1%	9.1%	24.2%	9.1%	21.2%	12.1%	0.0%	3.0%	3.0%	9.1%	0.0%	100.0%
	女	7.6%	6.1%	21.2%	16.7%	24.2%	10.6%	1.5%	3.0%	1.5%	3.0%	4.5%	100.0%
	計	8.1%	7.1%	22.2%	14.1%	23.2%	11.1%	1.0%	3.0%	2.0%	5.1%	3.0%	100.0%
60代	男	13.8%	3.4%	19.5%	16.1%	19.5%	18.4%	1.1%	1.1%	3.4%	3.4%	0.0%	100.0%
	女	10.4%	3.1%	19.8%	21.9%	22.9%	12.5%	1.0%	2.1%	2.1%	2.1%	2.1%	100.0%
	計	12.0%	3.3%	19.7%	19.1%	21.3%	15.3%	1.1%	1.6%	2.7%	2.7%	1.1%	100.0%
70代	男	4.8%	0.0%	23.8%	9.5%	23.8%	33.3%	0.0%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	女	7.4%	3.7%	25.9%	11.1%	18.5%	18.5%	3.7%	3.7%	3.7%	3.7%	0.0%	100.0%
	計	6.3%	2.1%	25.0%	10.4%	20.8%	25.0%	2.1%	4.2%	2.1%	2.1%	0.0%	100.0%
合計	男	9.8%	5.6%	20.6%	13.9%	22.3%	14.3%	1.7%	3.1%	2.4%	3.5%	2.8%	100.0%
	女	7.9%	4.8%	17.4%	16.9%	27.7%	11.0%	2.2%	4.0%	1.8%	2.2%	4.2%	100.0%
	計	8.6%	5.1%	18.6%	15.8%	25.6%	12.3%	2.0%	3.6%	2.0%	2.7%	3.6%	100.0%

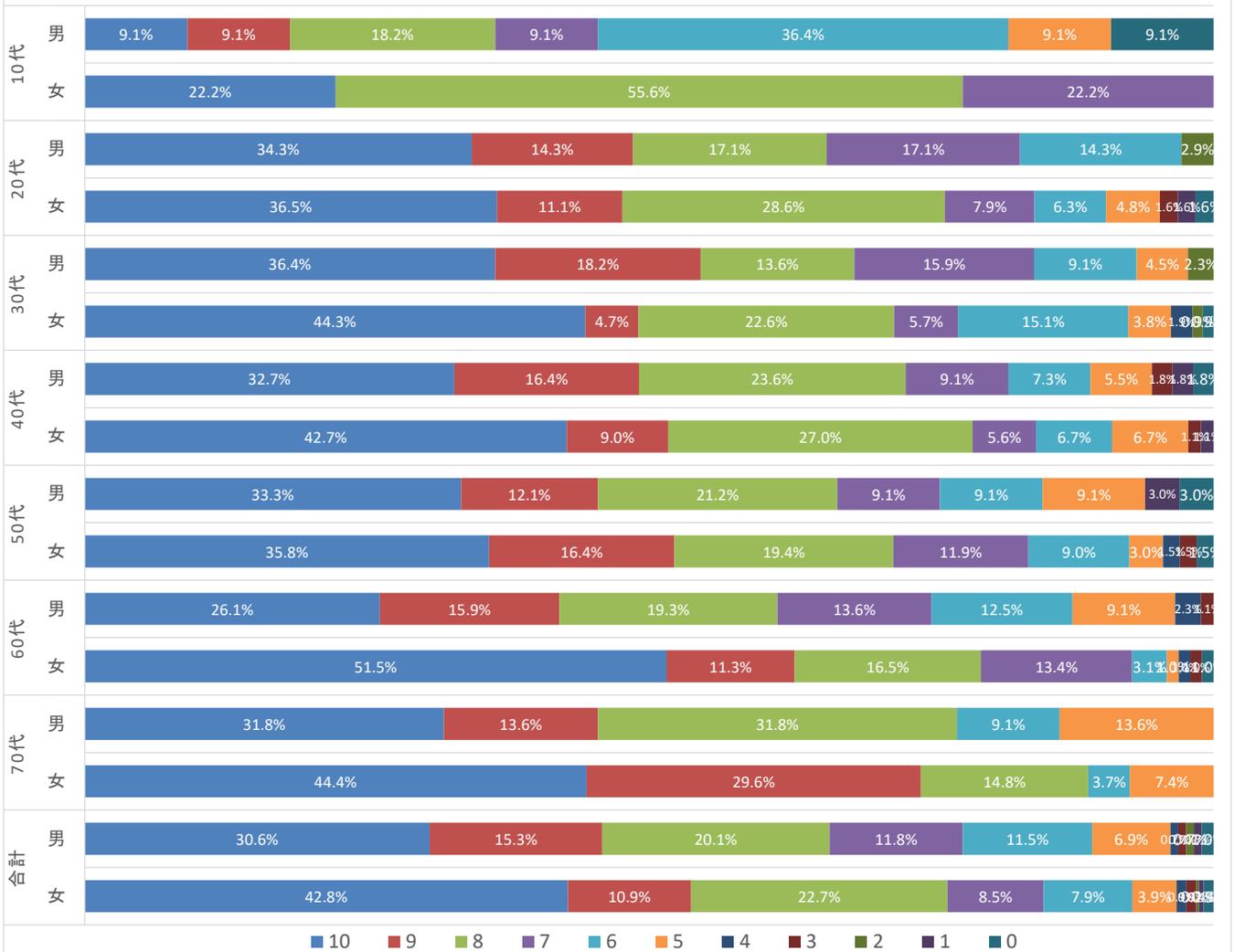
問1 性別・問2年代/問12 那須塩原をよりよくするために活動したいと、どの程度思いますか？



クロス集計⑤ 性別・年代ごとの、地域活動への感謝意欲

年代	性別	回答											総計
		10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0	
10代	男	9.1%	9.1%	18.2%	9.1%	36.4%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	100.0%
	女	22.2%	0.0%	55.6%	22.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	計	15.0%	5.0%	35.0%	15.0%	20.0%	5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%	100.0%
20代	男	34.3%	14.3%	17.1%	17.1%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	2.9%	0.0%	0.0%	100.0%
	女	36.5%	11.1%	28.6%	7.9%	6.3%	4.8%	0.0%	1.6%	0.0%	1.6%	1.6%	100.0%
	計	35.7%	12.2%	24.5%	11.2%	9.2%	3.1%	0.0%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	100.0%
30代	男	36.4%	18.2%	13.6%	15.9%	9.1%	4.5%	0.0%	0.0%	2.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	女	44.3%	4.7%	22.6%	5.7%	15.1%	3.8%	1.9%	0.0%	0.9%	0.0%	0.9%	100.0%
	計	42.0%	8.7%	20.0%	8.7%	13.3%	4.0%	1.3%	0.0%	1.3%	0.0%	0.7%	100.0%
40代	男	32.7%	16.4%	23.6%	9.1%	7.3%	5.5%	0.0%	1.8%	0.0%	1.8%	1.8%	100.0%
	女	42.7%	9.0%	27.0%	5.6%	6.7%	6.7%	0.0%	1.1%	0.0%	1.1%	0.0%	100.0%
	計	38.9%	11.8%	25.7%	6.9%	6.9%	6.3%	0.0%	1.4%	0.0%	1.4%	0.7%	100.0%
50代	男	33.3%	12.1%	21.2%	9.1%	9.1%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	3.0%	3.0%	100.0%
	女	35.8%	16.4%	19.4%	11.9%	9.0%	3.0%	1.5%	1.5%	0.0%	0.0%	1.5%	100.0%
	計	35.0%	15.0%	20.0%	11.0%	9.0%	5.0%	1.0%	1.0%	0.0%	1.0%	2.0%	100.0%
60代	男	26.1%	15.9%	19.3%	13.6%	12.5%	9.1%	2.3%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	女	51.5%	11.3%	16.5%	3.1%	1.0%	1.0%	1.0%	0.0%	0.0%	1.0%	1.0%	100.0%
	計	39.5%	13.5%	17.8%	13.5%	7.6%	4.9%	1.6%	1.1%	0.0%	0.0%	0.5%	100.0%
70代	男	31.8%	13.6%	31.8%	0.0%	9.1%	13.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	女	44.4%	29.6%	14.8%	0.0%	3.7%	7.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	計	38.8%	22.4%	22.4%	0.0%	6.1%	10.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
合計	男	30.6%	15.3%	20.1%	11.8%	11.5%	6.9%	0.7%	0.7%	0.7%	0.7%	1.0%	100.0%
	女	42.8%	10.9%	22.7%	8.5%	7.9%	3.9%	0.9%	0.9%	0.2%	0.4%	0.9%	100.0%
	計	38.1%	12.6%	21.7%	9.8%	9.2%	5.1%	0.8%	0.8%	0.4%	0.5%	0.9%	100.0%

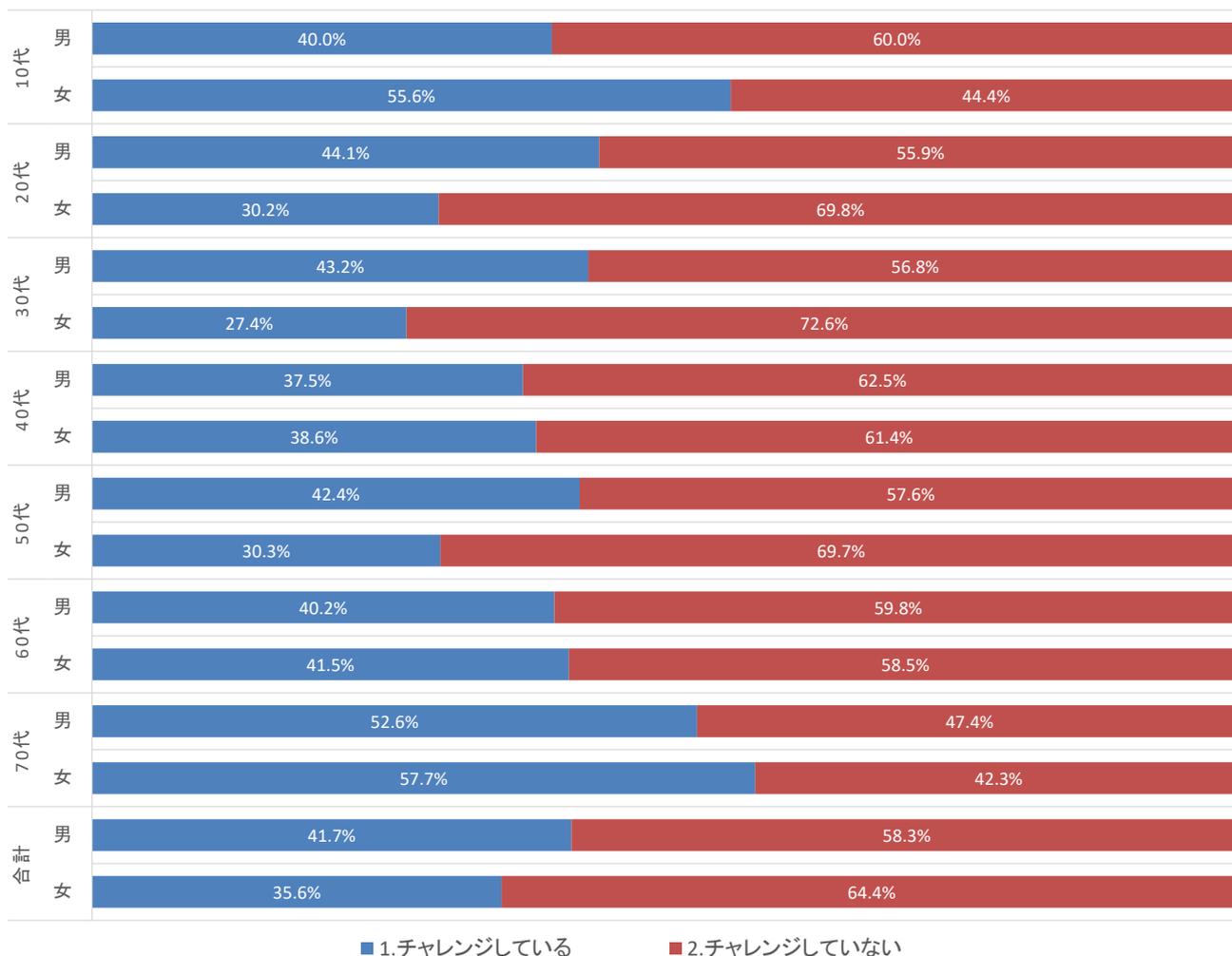
問1性別・問2年代/問13 那須塩原をよりよくするために活動している人に対して、感謝したいとの程度思いますか？



クロス集計⑥ 性別・年代ごとの、何かにチャレンジしている割合

年代	性別	回答		
		1	2	総計
10代	男	40.0%	60.0%	100.0%
	女	55.6%	44.4%	100.0%
	計	47.4%	52.6%	100.0%
20代	男	44.1%	55.9%	100.0%
	女	30.2%	69.8%	100.0%
	計	35.1%	64.9%	100.0%
30代	男	43.2%	56.8%	100.0%
	女	27.4%	72.6%	100.0%
	計	32.0%	68.0%	100.0%
40代	男	37.5%	62.5%	100.0%
	女	38.6%	61.4%	100.0%
	計	38.2%	61.8%	100.0%
50代	男	42.4%	57.6%	100.0%
	女	30.3%	69.7%	100.0%
	計	34.3%	65.7%	100.0%
60代	男	40.2%	59.8%	100.0%
	女	41.5%	58.5%	100.0%
	計	40.9%	59.1%	100.0%
70代	男	52.6%	47.4%	100.0%
	女	57.7%	42.3%	100.0%
	計	55.6%	44.4%	100.0%
合計	男	41.7%	58.3%	100.0%
	女	35.6%	64.4%	100.0%
	計	38.0%	62.0%	100.0%

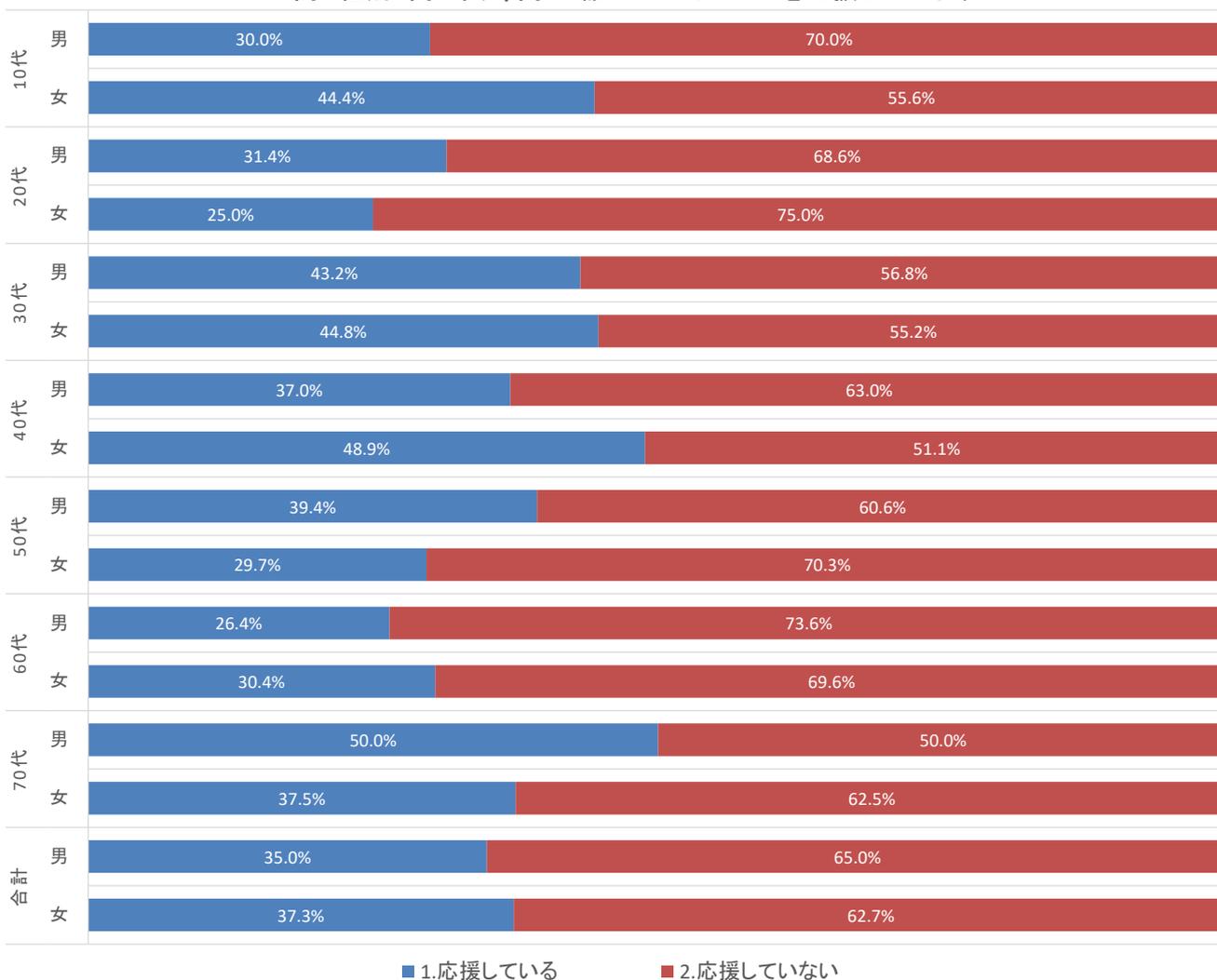
問1 性別・問2年代/問10 何かにチャレンジしていますか？



クロス集計⑦ 性別・年代ごとの、誰かのチャレンジを応援している割合

年代	性別	回答		
		1	2	総計
10代	男	30.0%	70.0%	100.0%
	女	44.4%	55.6%	100.0%
	計	36.8%	63.2%	100.0%
20代	男	31.4%	68.6%	100.0%
	女	25.0%	75.0%	100.0%
	計	27.4%	72.6%	100.0%
30代	男	43.2%	56.8%	100.0%
	女	44.8%	55.2%	100.0%
	計	44.3%	55.7%	100.0%
40代	男	37.0%	63.0%	100.0%
	女	48.9%	51.1%	100.0%
	計	44.4%	55.6%	100.0%
50代	男	39.4%	60.6%	100.0%
	女	29.7%	70.3%	100.0%
	計	33.0%	67.0%	100.0%
60代	男	26.4%	73.6%	100.0%
	女	30.4%	69.6%	100.0%
	計	28.5%	71.5%	100.0%
70代	男	50.0%	50.0%	100.0%
	女	37.5%	62.5%	100.0%
	計	43.2%	56.8%	100.0%
合計	男	5.0%	65.0%	100.0%
	女	37.3%	62.7%	100.0%
	計	36.4%	63.6%	100.0%

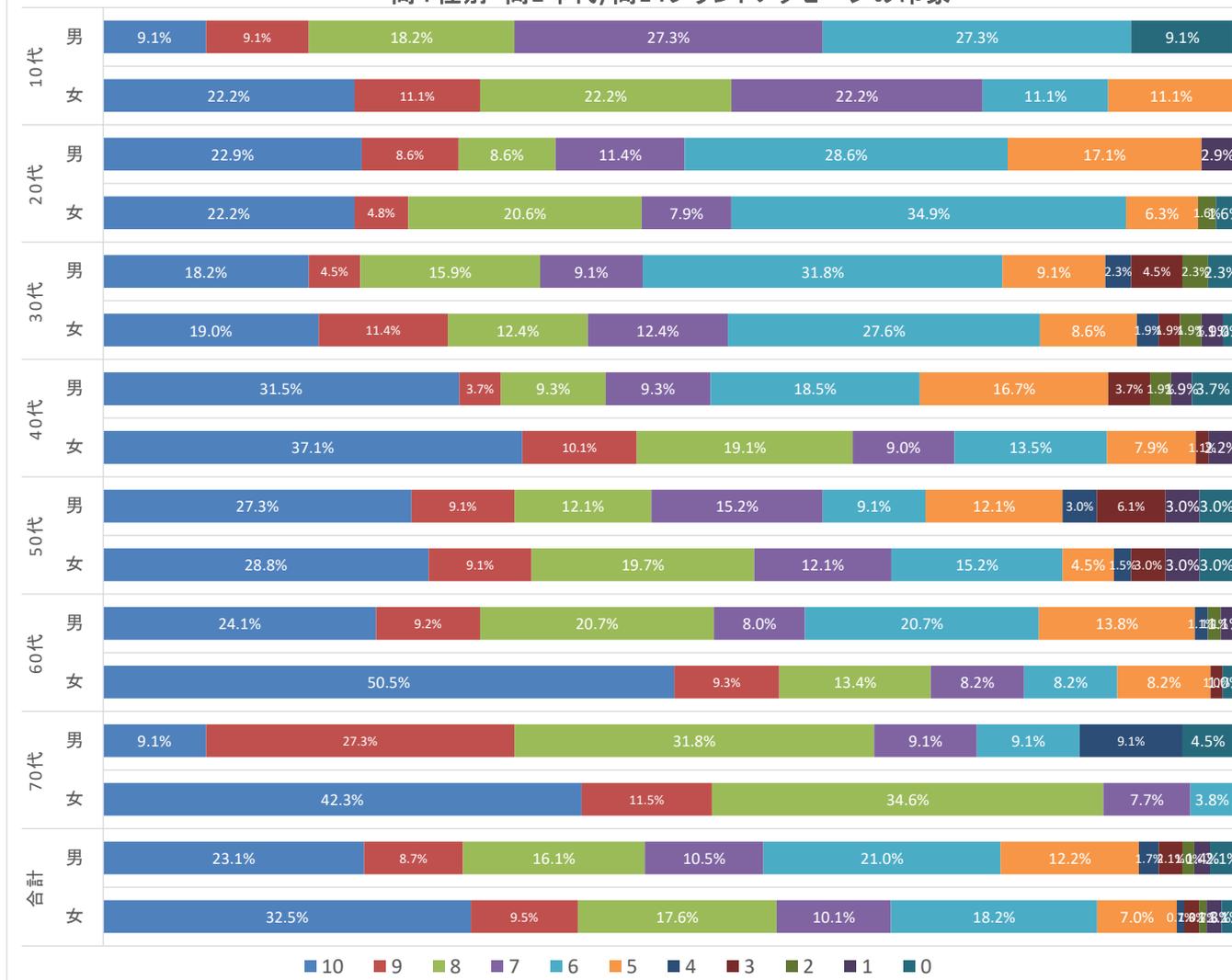
問1性別・問2年代/問11 誰かのチャレンジを応援していますか？



クロス集計⑧ 性別・年代ごとの、ブランドメッセージへの印象

年代	性別	回答											総計
		10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0	
10代	男	9.1%	9.1%	18.2%	27.3%	27.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	100.0%
	女	22.2%	11.1%	22.2%	22.2%	11.1%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	計	15.0%	10.0%	20.0%	25.0%	20.0%	5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%	100.0%
20代	男	22.9%	8.6%	8.6%	11.4%	28.6%	17.1%	0.0%	0.0%	0.0%	2.9%	0.0%	100.0%
	女	22.2%	4.8%	20.6%	7.9%	34.9%	6.3%	0.0%	0.0%	1.6%	0.0%	1.6%	100.0%
	計	22.4%	6.1%	16.3%	9.2%	32.7%	10.2%	0.0%	0.0%	1.0%	1.0%	1.0%	100.0%
30代	男	18.2%	4.5%	15.9%	9.1%	31.8%	9.1%	2.3%	4.5%	2.3%	0.0%	2.3%	100.0%
	女	19.0%	11.4%	12.4%	12.4%	27.6%	8.6%	1.9%	1.9%	1.9%	1.9%	1.0%	100.0%
	計	18.8%	9.4%	13.4%	11.4%	28.9%	8.7%	2.0%	2.7%	2.0%	1.3%	1.3%	100.0%
40代	男	31.5%	3.7%	9.3%	9.3%	18.5%	16.7%	0.0%	3.7%	1.9%	1.9%	3.7%	100.0%
	女	37.1%	10.1%	19.1%	9.0%	13.5%	7.9%	0.0%	1.1%	0.0%	2.2%	0.0%	100.0%
	計	35.0%	7.7%	15.4%	9.1%	15.4%	11.2%	0.0%	2.1%	0.7%	2.1%	1.4%	100.0%
50代	男	27.3%	9.1%	12.1%	15.2%	9.1%	12.1%	3.0%	6.1%	0.0%	3.0%	3.0%	100.0%
	女	28.8%	9.1%	19.7%	12.1%	15.2%	4.5%	1.5%	3.0%	0.0%	3.0%	3.0%	100.0%
	計	28.3%	9.1%	17.2%	13.1%	13.1%	7.1%	2.0%	4.0%	0.0%	3.0%	3.0%	100.0%
60代	男	24.1%	9.2%	20.7%	8.0%	20.7%	13.8%	1.1%	0.0%	1.1%	1.1%	0.0%	100.0%
	女	50.5%	9.3%	13.4%	8.2%	8.2%	8.2%	0.0%	1.0%	0.0%	1.0%	1.0%	100.0%
	計	38.0%	9.2%	16.8%	8.2%	14.1%	10.9%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	100.0%
70代	男	9.1%	27.3%	31.8%	9.1%	9.1%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	4.5%	100.0%
	女	42.3%	11.5%	34.6%	7.7%	3.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	計	27.1%	18.8%	33.3%	8.3%	6.3%	0.0%	4.2%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	100.0%
合計	男	23.1%	8.7%	16.1%	10.5%	21.0%	12.2%	1.7%	2.1%	1.0%	1.4%	2.1%	100.0%
	女	32.5%	9.5%	17.6%	10.1%	18.2%	7.0%	0.7%	1.3%	0.7%	1.3%	1.1%	100.0%
	計	28.9%	9.2%	17.0%	10.3%	19.3%	9.0%	1.1%	1.6%	0.8%	1.3%	1.5%	100.0%

問1性別・問2年代/問14ブランドメッセージの印象



## 那須塩原市シティプロモーション推進懇談会設置要綱

### (設置)

第1条 那須塩原市が実施するシティプロモーションに関する施策について、市、市民及び関係団体の連携により、円滑、かつ、総合的な推進を図るため、那須塩原市シティプロモーション推進懇談会（以下「懇談会」という。）を設置する。

### (所掌事務)

第2条 懇談会の所掌事務は、次のとおりとする。

- (1) シティプロモーションに関する指針策定における検討
- (2) シティプロモーションに関する施策の推進
- (3) その他前条の目的達成に必要な事項

### (組織)

第3条 懇談会は、次に掲げる20人以内の委員をもって組織する。

- (1) 学識経験を有する者
- (2) 各種団体の代表者又は当該団体から推薦を受けた者
- (3) 公募による者
- (4) その他市長が必要と認める者

### (任期)

第4条 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

2 委員は、再任されることができる。

### (会長及び副会長)

第5条 懇談会に会長及び副会長を置き、委員の互選により定める。

2 会長は、懇談会を総理し、懇談会の代表となる。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 懇談会の会議は、会長が招集する。

2 会長は、必要があると認めるときは、委員以外の者に会議への出席を求め、説明又は意見を聴くことができる。

(庶務)

第7条 懇談会の庶務は、企画部シティプロモーション課において処理する。

(その他)

第8条 この告示に定めるもののほか、懇談会の運営に関し必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

この告示は、平成28年4月1日から施行する。

## シティプロモーション推進懇談会委員名簿

	選出区分			委員名
1	学識	東海大学	教授	カワイ 効 <sup>ニ</sup> 河井 孝仁
2	産業	JAなすの	営農部 営農課長	ヨシダ カズヒロ 吉田 和弘
3		(株)ブリヂストン	北関東生産本部総務部 総務課長	ヤシハチ シゲル 八十八 茂
4		カゴメ(株)	生産管理課長	シマダ アツシ 島田 篤
5		(株)JR東日本	総務部 企画室 企画調整課長	カワダ マコト 河田 誠
6		(株)ドコモCS	法人営業部長	ハマタニ ムネアキ 浜谷 宗明
7		行政	国	栃木労働局・職業安定課長
8	栃木県		地域振興課長	スズキ マサト 鈴木 正人
9	那須塩原市		企画部長	フジタ テルオ 藤田 輝夫
10	教育	宇都宮大学	地域デザイン科学部講師	スズキ トミユキ 鈴木 富之
11		国際医療福祉大学	医療福祉学部 医療福祉・マネジメント学科長	コバヤシ マサヒコ 小林 雅彦
12	金融	(株)足利銀行	黒磯支店長	サワダ トモキ 澤田 友喜
13		那須信用組合	営業推進部長	カワシマ 孝夫 川島 孝夫
14	労働団体	連合栃木那須地域協議会	事務局次長	ワタナベ ミツグ 渡部 貢
15	メディア	(株)下野新聞社	那須塩原支局長	ワタナベ タツヤ 渡辺 達也
16	市民	公募		シミズ キクコ 清水 紀久子
17				キグチ アキヒサ 木口 明久
18	交流	黒磯観光協会	会長	オギワラ マサシ 荻原 正寿
19	雇用	那須塩原市商工会	会長	ヒラヤマ ヒロシ 平山 博
20	子育て	那須塩原市民間保育園会長	ひばりヶ丘保育園長	アキマ ミズホ 秋間 瑞帆





チャレンジing

那須塩原

一步踏み出す人を応援するまち