

八潮市シティセールス基本方針

令和8年3月

八潮市

はじめに

全国的に人口減少、少子高齢化が進行する中、本市の人口は、つくばエクスプレスの開通以降、利便性の向上などにより増加を続けています。市の人口推計の結果によると、今後も増加傾向で推移し、令和21年に10万人を超え、令和30年をピークに、以降、緩やかに減少していく見通しとなっています。

人口減少は、地域コミュニティの機能低下や市税の減収による行政サービスの低下などを招き、市全体の活動規模が縮小するおそれがあります。まちを維持・発展させるためには、新しい住民を呼び込むと同時に、市民の流出を抑えることが不可欠です。そのためには、市民との持続的な関係構築に重点を置き、市内外への情報発信力を高め、市民の「愛着」（シビックプライド）を醸成する取組が求められています。

これまで本市では、「八潮市シティセールスプラン（平成29年3月策定）」に基づき、「やしお de まなぶ」をキャッチコピーに掲げ、「楽しく学ぶ」をメインテーマに「つくる」「食べる」「遊ぶ」「学ぶ」の各施策において、市内外の人たちに本市の魅力を発信するなど、シティセールスに取り組んできました。

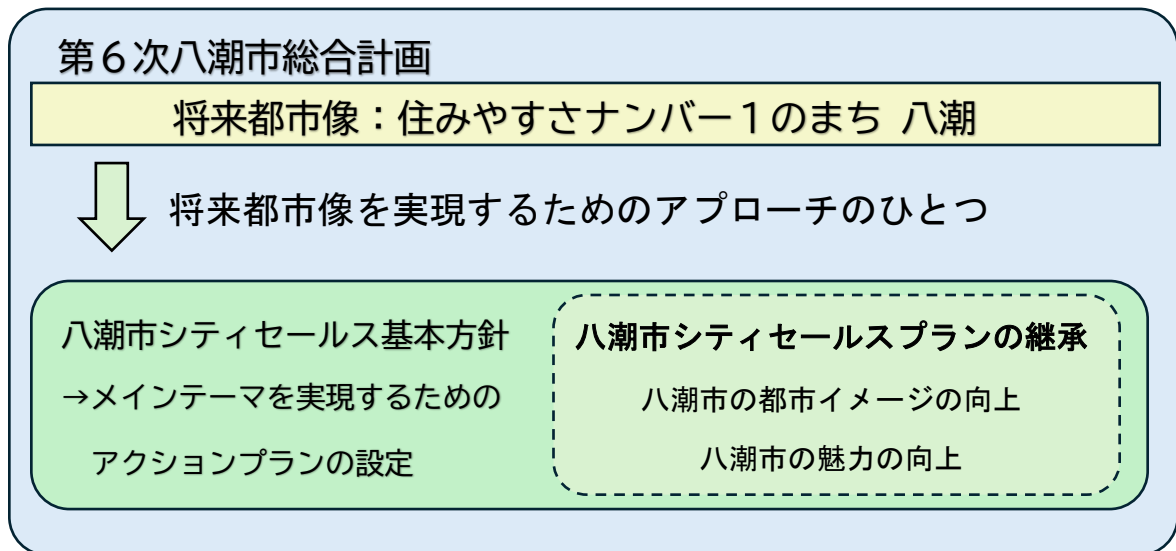
平成29年度から令和7年度までの9年間の取組により、「八潮市の都市イメージの向上」と「八潮市の魅力の向上」のための個別目標（アクションプラン）についてはおおむね達成し、市民はもとより市外の方々にも徐々に浸透しつつあります。

この流れを継承し、さらにシビックプライドを醸成するため、令和8年度からは、本市のまちづくりの指針である「第6次八潮市総合計画」の中にシティセールスを位置づけ、本基本方針とともに、おおむね5年ごとに、重点的に進める分野を定めることにより、環境や地域ニーズの変化に柔軟に対応したシティセールスを展開します。

八潮市は、本市ならではの魅力を地域全体で創りあげ、またそれらの魅力を効果的に発信するシティセールスを通じて、まちの付加価値を高め、本市の将来都市像

である“一人ひとりにとって、八潮市に住むこと、住み続けることを誇りに思える
住みやすさナンバー1のまち”を目指します。

○本基本方針の位置づけ



1 目標（目指すべき姿）

市民との持続的な関係構築（市内プロモーション）に重点を置くとともに、市外の方や事業者ともつながりを深め、「八潮市が好きだ、住み続けたい」という愛着と八潮市自体への共感を広げます。そして、これらの取組を通じて、暮らす人・訪れる人・活動する人すべてから“選ばれるまち（定住人口の維持・増加）”を目指します。また、さらなる「八潮市の都市イメージの向上」と「八潮市の魅力の向上」に取り組み、市民が明るく、まち全体が活力に満ちた「住みやすさナンバー1のまち八潮」を実現していきます。

● 市内の方には・・・

八潮市への愛着が深まり、「八潮市に住み続けたい」と思っていただけのように“市民が誇りを持てるまち”を目指します。

● 市外の方には・・・

「行ってみたい」「住んでみたい」と思っていただけのように“好感が持てるまち”を目指します。

● 事業者の方には・・・

「お店を出したい」「事業を展開したい」「事業を続けたい」と思っていただけのように“地域情報も支援も見える、人とチャンスが集まるまち”を目指します。



2 メインテーマ

八潮市シティセールスプランでは、「やしお de まなぶ」をキャッチコピーに掲げ、「楽しく学ぶ」をメインテーマとして都市ブランドの確立を推進してきました。本基本方針でも、人が生きていくうえで一生にわたって必要な「学び」を継承しつつ、災害に強く、社会の様々な変化に迅速かつ柔軟に対応するしなやかさが創る「安心」、また北部地区などの将来のまちづくりから生まれる「にぎわい」をイメージしたメインテーマを設定します。

キャッチコピーについては、将来都市像「住みやすさナンバー1のまち 八潮」との関係や使い方を整理しながら検討します。そのため、本基本方針には記載せず、今後のシティセールスの展開のなかで、必要に応じて設定するものとします。

● メインテーマ

彩りとつながりで育む八潮

～学び・安心・にぎわいのまち～

- ・人を育てる（学び）、安心・安全を守る（市民生活の安定）、活気を生む（にぎわい）を一体化
- ・「彩り」＝価値観の多様性・包摂（インクルージョン）
- ・「つながり」＝地域の交流・多文化共生・交通の要衝（利便性）をイメージ
- ・「つながりで育む」＝市民協働によるまちづくり・生涯学習をイメージ

3 重点分野

メインテーマの要素である「学び」「安心」「交通利便性」「にぎわい」「つながり」は、世代間を問わず豊かな人生を送るうえで重要なものです。本基本方針では、この5つを「重点分野」と定め、環境や地域ニーズの変化を捉えて、柔軟に魅力発信を行います。

4 メインターゲット

より効果的にシティセールスを推進するためには、明確なターゲットを設定する必要があります。八潮市シティセールスプランでのメインターゲットは、「20歳代から30歳代」としていました。本基本方針では、仕事や子育て、暮らしの基盤づくりなど、ライフステージの変化が大きく、多様なニーズを持つ「30歳代を中心とした子育て世代（20歳代後半～40歳代前半）」をメインターゲットと位置づけます。「若い世代が安心して暮らせるまち」であることは、住宅・教育・医療・交通・福祉などの生活環境の充実や地域の活力向上につながり、結果的に「すべての世代にとって暮らしやすいまち」の基盤となります。

よって、本市では将来の地域を担う30歳代を中心に「誰もが安心して長く暮らせるまち」と感じられるようなシティセールスに取り組んでいきます。

● 30歳代を中心とした子育て世代をメインターゲットとする根拠

根拠区分	考察
人口動態	<ul style="list-style-type: none">・国内での移動者の中心は「20～24歳」「25～29歳」「30～34歳」で、子育て世代にあたる・20歳未満の移動者数は「0～4歳」が多く、「10～14歳」が最も少ないことから、こどもの小学校入学前～低学年頃までに、移動する傾向にある ※総務省／住民基本台帳移動報告 2024年結果より (令和7年1月31日付 報道資料) <ul style="list-style-type: none">・本市の令和5年の転出超過状況でも「0～4歳」及びその親世代と想定される「25～29歳」「30～34歳」が上位に入っており、住み続けるかどうかの判断をする重要な時期である ※八潮市人口ビジョンより (平成28年3月策定 令和8年3月改訂案)

定住・自然増への期待	<ul style="list-style-type: none"> ・結婚/出産/住宅取得などのライフイベントの多くがこの世代に集中する ・定住や出生数の増加が期待される世代である ・この世代が流出すると、将来的な人口構造の空洞化に直結する
情報の受信・拡散力	<ul style="list-style-type: none"> ・SNSやインターネットを活用して情報を収集・発信する世代であり、市の魅力発信において、情報の受信と拡散の双方の効果が期待できる
政策との親和性	<ul style="list-style-type: none"> ・保育サービスの充実などの子育て支援、教育環境の整備、交通利便性、地域交流など、自治体の施策が転入・定住意欲につながりやすい世代である

● 30歳代を中心とした子育て世代への主なアピール例

- 「学び」 → 親子で学べる施設や地域学習の機会、充実した教育環境
- 「安心」 → 道路・上下水道の安全安心対策の充実、災害に強い都市基盤の再構築
- 「交通利便性」 → 都心から約15kmの利便性、都内・市外移動の快適さ
- 「にぎわい」 → 子連れで楽しめるイベント、心地よく過ごせる公園や商業施設
- 「つながり」 → 地域活動への参加支援、ママパパ同士のネットワーク形成支援

5 取組の方向性

市内外の人々から“選ばれるまち”となるためには、地域資源を効果的に活用し、「行政」「市民」「事業者」等の各主体が連携しながら、シティセールスを展開していく必要があります。

そこで、「市民」「市外の方」「事業者」それぞれの立場に応じた取組の方向性を定めることにより、シビックプライドの醸成、主体的な情報発信のモチベーションアップを図ります。

●市民に向けた取組の方向性

市民が地域の魅力を理解し、誇りや愛着を持って生活できるよう、日常の身近な情報発信や地域活動の支援を充実させます。また、市民が主体となって地域の魅力を発信し、まちの魅力づくりに参画できる環境を整えることで、「市民と共に発信する」シティセールスを推進します。

【主な取組の方向性】

- ・市の魅力や取組をわかりやすく伝える広報やHPなど情報発信の強化
- ・地域活動やイベントへの参加促進による愛着の醸成
- ・市民自らまちの魅力を発信したくなる仕組みづくり

●市外の方に向けた取組の方向性

本市の立地特性（交通利便性）や生活環境の魅力（都市近郊農業による新鮮な食材、染め物や獅子舞など地域の歴史と文化を伝える活動など）を効果的にPRし、「行ってみたい」「住んでみたい」と感じてもらえるような情報発信を推進します。また、メディアやSNS等を活用した広報戦略を展開し、交流や定住につながるイメージの浸透を図ります。

【主な取組の方向性】

- ・交通利便性や暮らしやすさなど、本市の特性を生かした魅力発信
- ・市内外の交流を促進する観光・イベント等の情報発信
- ・SNSや映像コンテンツを活用した効果的なプロモーション展開

●事業者に向けた取組の方向性

地域経済を担う事業者と連携し、産業振興やまちの活性化につながる情報発信を推進します。また、市内事業者の技術や製品（八潮ブランド）、地域貢献の取

組を広く紹介するとともに、行政・事業者・市民の協働による魅力づくりを進めます。

【主な取組の方向性】

- ・ 市内事業者の魅力発信及びビジネス上の接点づくりの支援
- ・ 行政・事業者・市民の協働による地域課題解決や魅力の創出
- ・ 新規立地や企業連携を促す情報発信及び支援体制の充実

●総合的な展開

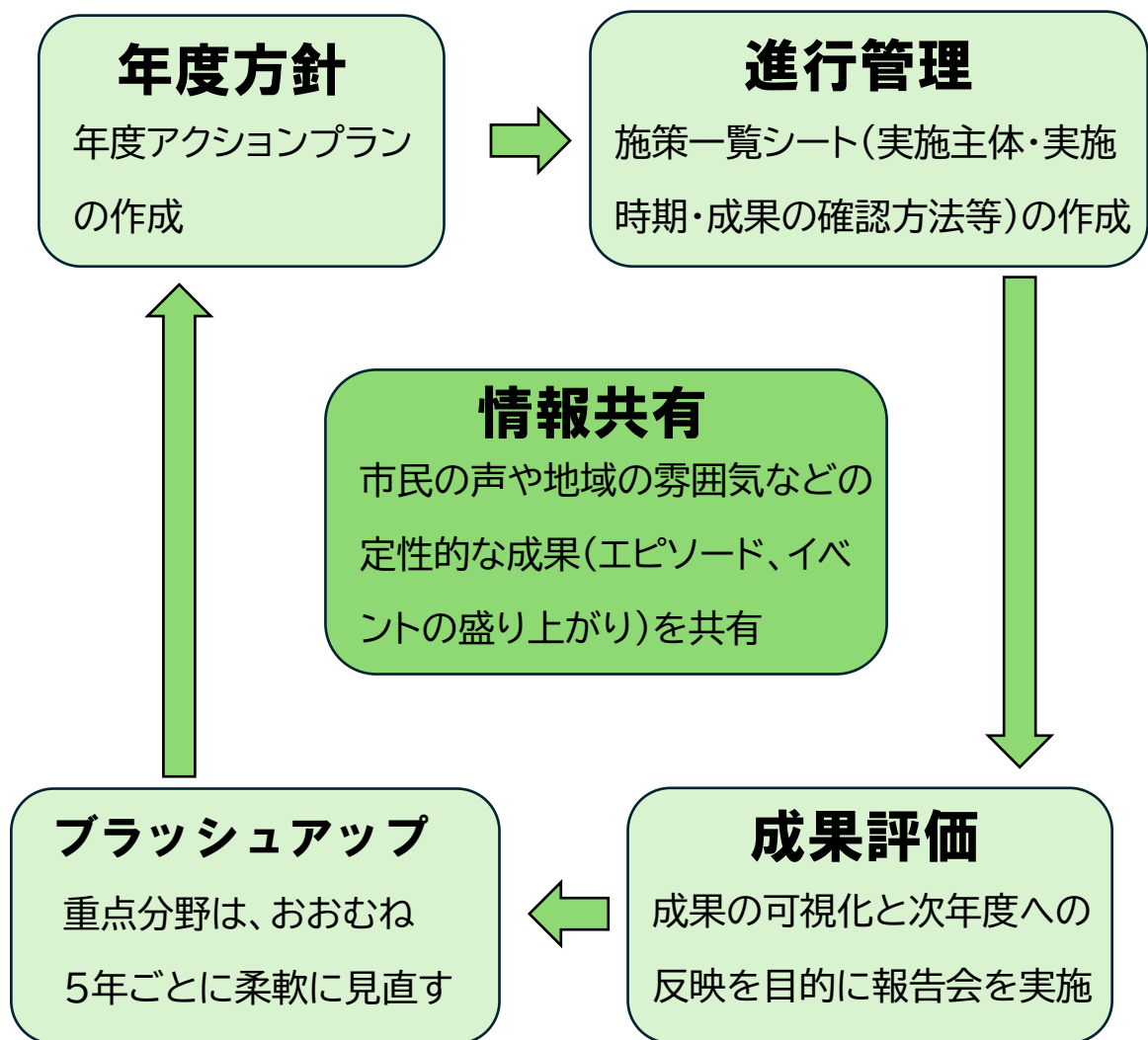
これらの取組を通じて、行政・市民・事業者の三者がそれぞれの立場からまちの魅力を高め、共に発信することで地域に活力をもたらす土台を形成します。さらにそれぞれの活動がつながり、その輪が広がることで、にぎわいと多様性が生まれます。また、お互いの顔が見えるようになることで、安心してそれらの活動に参加できる環境が整います。そしてそれらの活動に参加することは、新たな発見や興味を持つきっかけとなり、学びを深める機会になります。行政はその基盤となる情報発信体制を整備し、持続的に八潮の魅力を高める循環の形成を目指します。



6 進行管理

環境や地域ニーズの変化に対応し、柔軟に運用することを目的とした本基本方針では、推進期間や長期的な数値目標は設定しませんが、年度ごとにアクションプランを定め、施策一覧シートにより進行管理・成果評価を行います。そして、庁内の関係部署で構成する会議体にて情報共有することにより、おおむね5年ごとに重点分野の見直しを図ります。

●進行管理のイメージ



●重点分野ごとの主な取組例

重点分野	主な取組例
学び	<ul style="list-style-type: none"> ・ 公教育（小中一貫教育）の充実 本市の教育施策（八潮スタンダードなど）や推進体制（小中学校教職員が顔を揃えて行う6部会体制の協議会など）をアピールすることにより、子育て世代に、八潮市で育つと、子どもはこう育つというイメージ（成長モデル）を持ってもらう。 ・ 学びの場の拡充 いつでも学べる環境や好奇心をそそる事業の実施などにより参加者が増え、本市に愛着を持つ方が増える。 ・ 資料館や公民館の企画展等 文化と知が集うまちとしてアピールすることにより、市外の方が本市に興味を持つきっかけとする。 ・ 学びと産業の連携 学びが仕事につながるまちとして、小学生～大学生までそれぞれの段階にあった体験をすることにより、八潮市で働きたいと考える若年層の増加や定住意欲の向上につなげる。
安心	<ul style="list-style-type: none"> ・ 防犯力と防災力の発信 市民や地域事業者間の普段からの交流（挨拶や地域パトロールなどによる情報共有）や防犯カメラ等の環境整備による「防犯力」と、行政が行う備え（発災時に適切に対応できる体制の構築）や市民の自助・共助による「防災力」を住環境の安心材料として発信する。 ・ 計画的な点検・維持管理による公共施設や道路等の整備 計画的なインフラ投資による生活基盤の安全性をアピールすることにより、安心して暮らせるまちのイメージを強化する。 ・ 子育て支援や高齢者支援の充実 福祉サービスの充実とその事業の効果的な発信により、行政と市民が見守る温かいまちであることをアピールする。

<p>交通利便性</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 駅周辺（八潮南部東地区）の整備 八潮駅や首都高速道路などの交通結節点の周辺の整備を生活の利便性向上としてアピールすることにより、「駅から広がる便利な暮らし」のイメージを強化。また物流利便性による企業誘致にも活用できる。 ・ 北部拠点の整備 (仮称)外環八潮スマート IC の整備やパートナー企業とのまちづくりにより、物流の効率化や企業誘致による雇用創出が期待され、移動がスムーズで利便性の高いまちとしてアピールする。 また、将来的には(仮称)道の駅やしおの整備により、地域産業の活性化にも大きな効果が期待できる。 ・ 公共交通による移動手段（地域の足）の検討 交通事業者と自治体の連携による事業継続のほか、高齢者などの自家用車を持たない市民に対する新たな公共有償運送の提供を検討し、将来の展望を示すことで、車がなくても生活しやすいまちへの期待感が高まる。
<p>にぎわい</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光資源の活用 「学び×観光で深まる八潮の魅力」をコンセプトに、地域資源を観光ルートに組み込む取組を効果的に情報発信することにより、市外の方を呼び込むきっかけとする。 ・ 商業立地・誘致による活性化 出店したくなる立地となるようなまちづくりをアピールすることにより、新規創業や移転等を検討する企業の目に留まりやすくなる。 ・ 地域マーケットや定期イベントの開催 人を呼ぶ仕掛けづくりによりリピーターを作り、人が集う活気のあるまちのイメージを強化する。

つながり	<ul style="list-style-type: none"> ・ LINEやSNS等による情報発信の強化 行政が知らせたい情報と市民が知りたい情報が、スムーズに届くことで、行政とのつながりが感じてもらい、デジタルネイティブ世代（※）の地元定着を図る。 ・ 地域のコミュニティ活動の支援 地域で支えあえるコミュニティ活動の支援により、防犯や見守り、災害時の共助など、いざという時に頼れる安心感を高め、誰もが住みやすさを実感できるまちをアピールする。 ・ 地域イベントによる市外来訪者との交流促進 市民まつりや市内一周駅伝大会など、市外の方の来訪が見込めるイベントを工夫しながら継続して開催することにより、来訪者と市民の交流が図られ、人がつながる循環が生まれる。
------	--

※物心がついた頃からインターネットやパソコンが身近にあった世代のこと。

7 推進体制

シティセールスは、市民、団体や企業等と行政の協働により取り組むことが重要です。そのため、庁内におけるシティセールスの推進体制だけでなく、市民、団体、企業、包括連携している大学等の参加による外部推進体制のしくみを構築します。