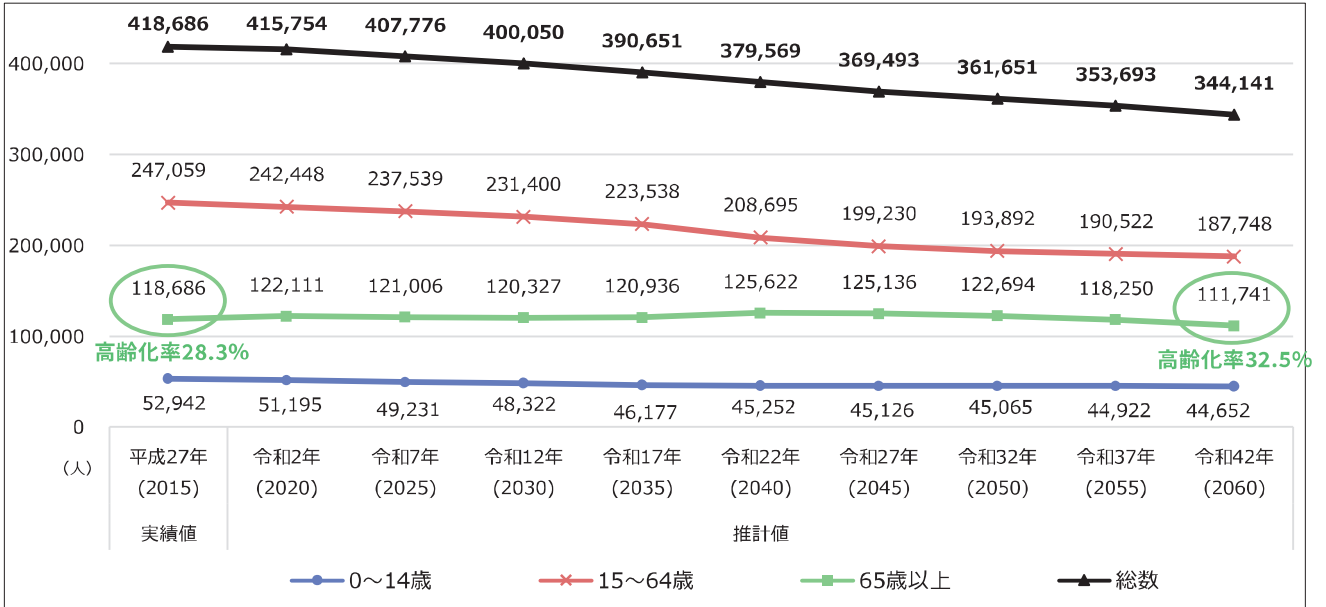


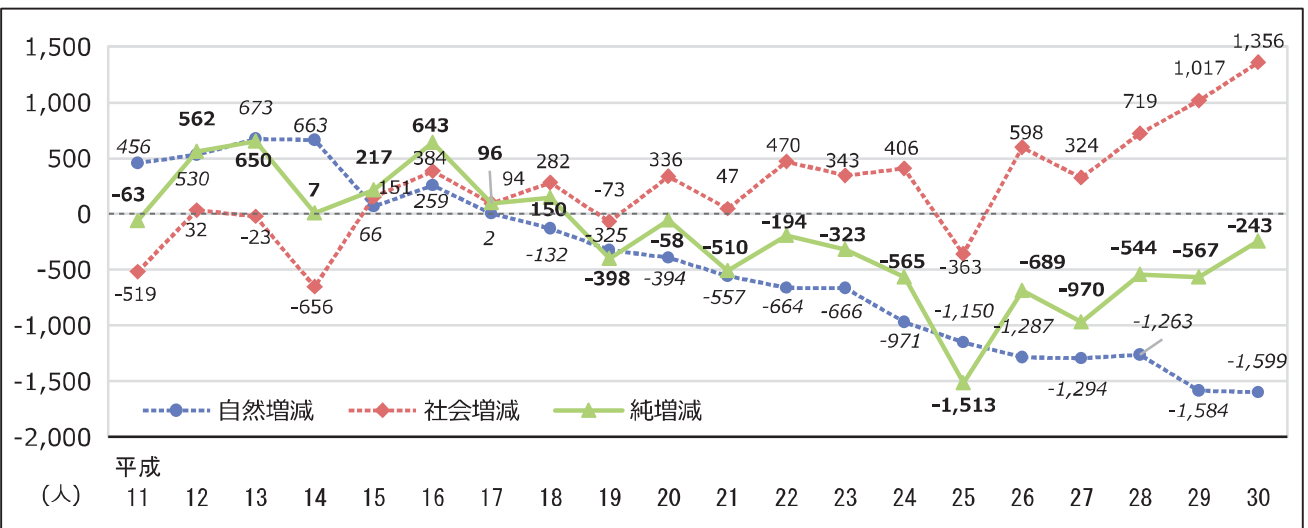
1. 人口

◎総人口の将来見通しと高齢化率



富山市人口ビジョン改訂版(令和2年3月)より引用 ※高齢化率は加筆

◎人口動態(純増減・自然増減・社会増減)

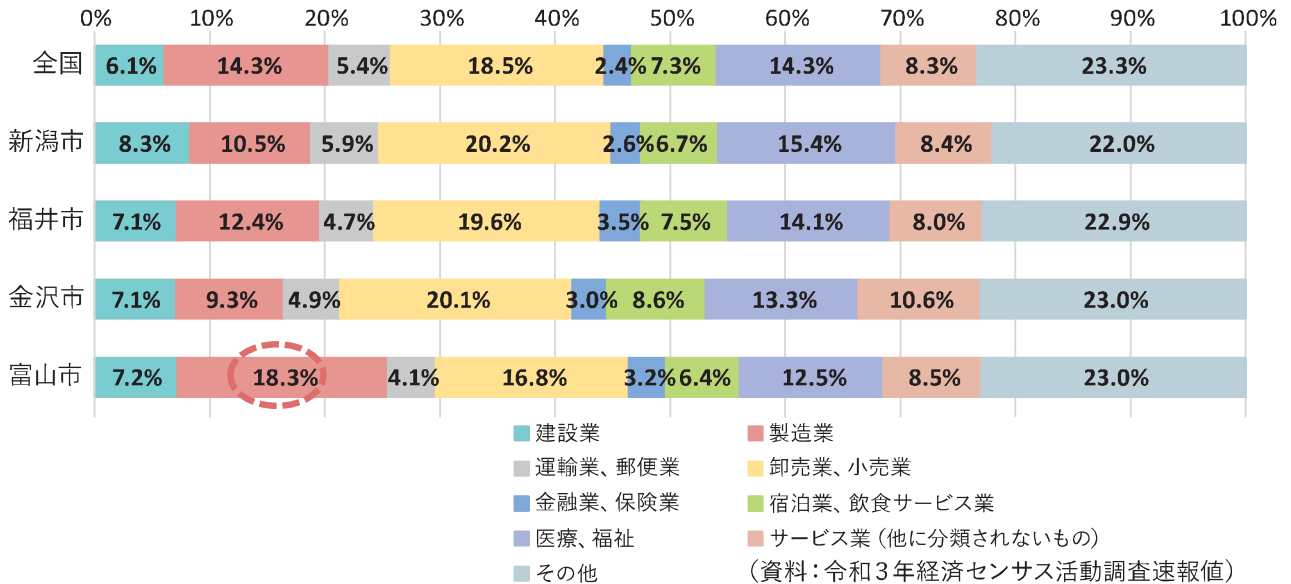


富山市人口ビジョン改訂版(令和2年3月)より引用
 (資料:「富山県の人口」※各年とも前年10月1日~該当年9月30日までの値)

2. 富山市（富山県）の産業・雇用

(1) 産業構造

◎北陸4都市の主要産業従業者比率



(2) 労働環境

◎男女別15歳以上人口有業率（富山市、全国）

| 富山市有業率 | | | 全国有業率 | | |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 総数 | 男 | 女 | 総数 | 男 | 女 |
| 61.4% | 70.4% | 53.0% | 60.9% | 69.1% | 53.2% |

(資料：令和4年就業構造基本調査)

◎男女別、雇用者（役員を除く）に占める正規の職員・従業員の割合

| 富山市 | | | 全国 | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 総数 | 男 | 女 | 総数 | 男 | 女 |
| 67.6% | 80.8% | 52.8% | 63.1% | 77.9% | 46.8% |

(資料：令和4年就業構造基本調査)

◎産業（大分類）、男女別15歳以上就業者数の割合上位3位（富山市）

| | 総数 | | 男 | | 女 | |
|----|---------|-------|---------|-------|---------|-------|
| | 産業大分類 | 割合 | 産業大分類 | 割合 | 産業大分類 | 割合 |
| 1位 | 製造業 | 21.7% | 製造業 | 27.0% | 医療、福祉 | 22.4% |
| 2位 | 卸売業、小売業 | 15.4% | 卸売業、小売業 | 13.7% | 卸売業、小売業 | 17.3% |
| 3位 | 医療、福祉 | 13.2% | 建設業 | 12.7% | 製造業 | 15.2% |

(資料：総務省「令和2年国勢調査」就業状態等基本集計結果)

◎夫婦共働き世帯の割合

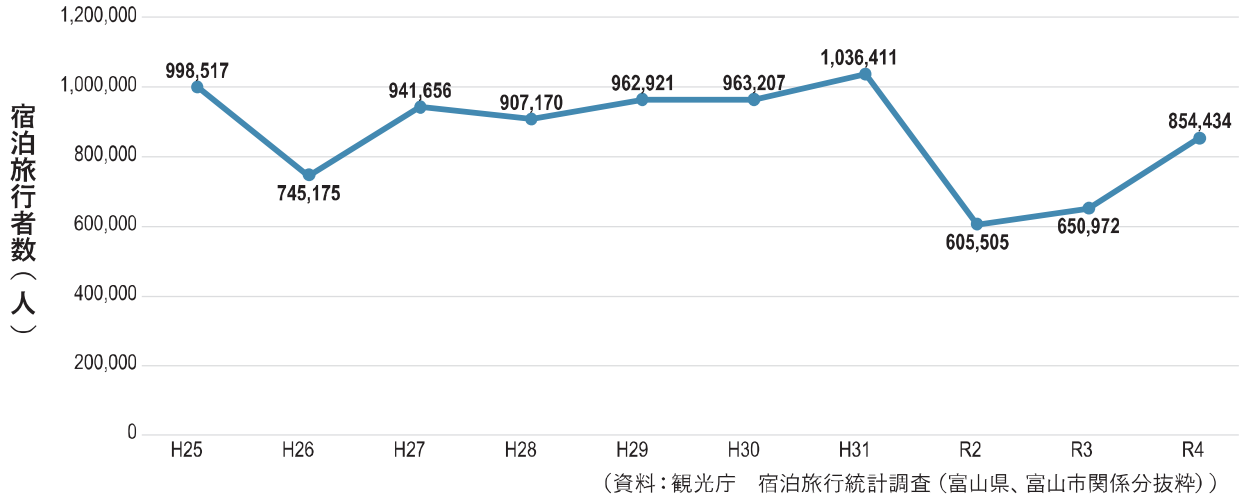
| | 富山市 | 全国 |
|----|-----------------|--------|
| 総数 | 57.34% (中核市で5位) | 51.62% |

(資料：総務省「令和2年国勢調査」就業状態等基本集計結果)

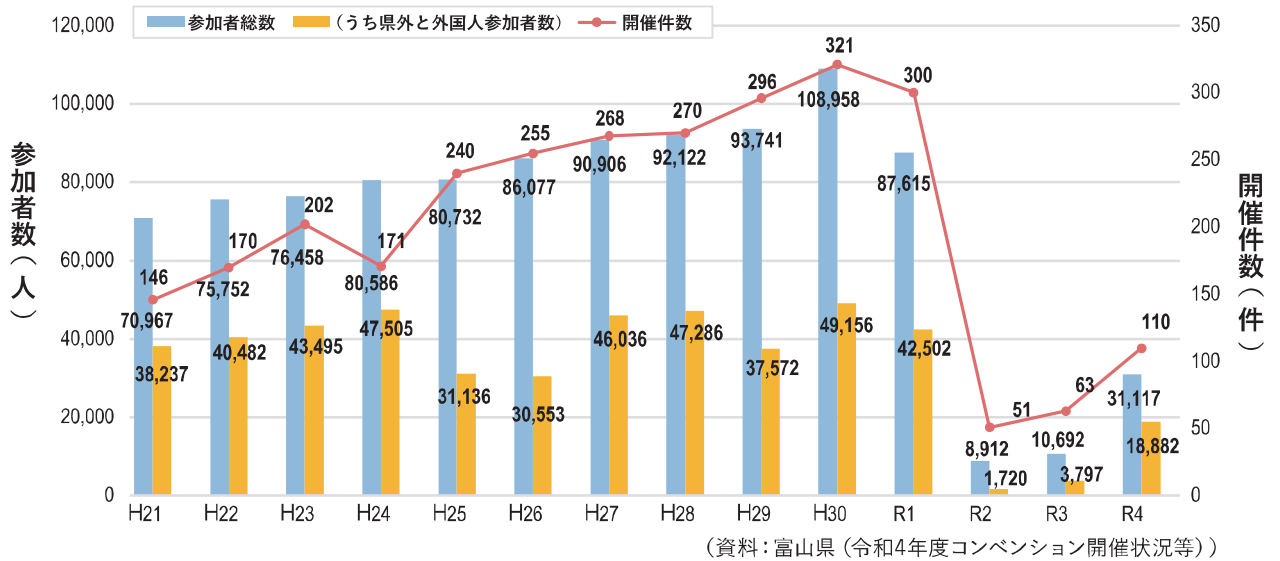
3. 観光・コンベンション・フィルムコミッション

北陸新幹線開業（平成27年3月）の影響により観光客等は以前と比較して増加しました。その後、新型コロナウイルス感染拡大の影響で一時的に減少したものの、現在は回復傾向にあります。

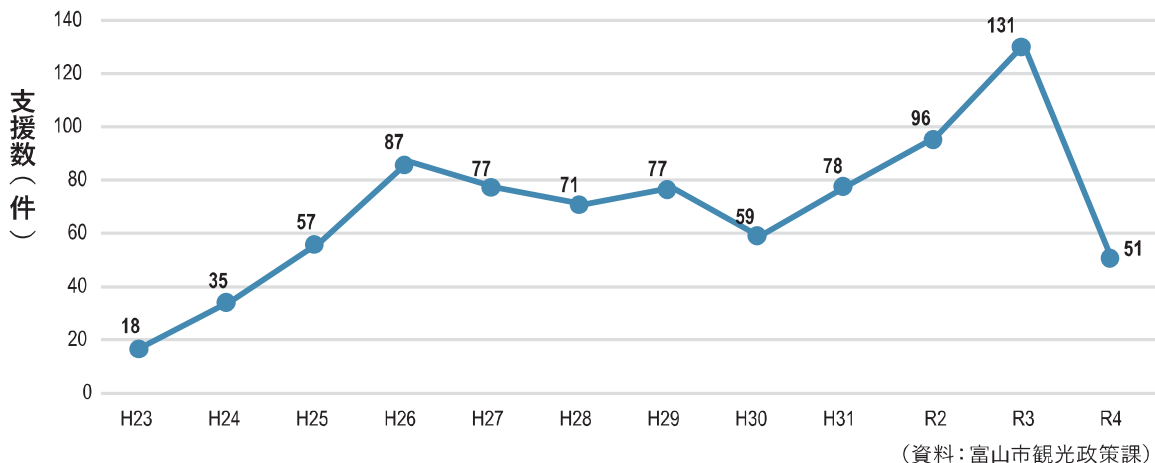
(1) 宿泊旅行者数の推移



(2) 富山県内コンベンション開催件数と参加者の推移



(3) フィルムコミッションのロケ支援数の推移

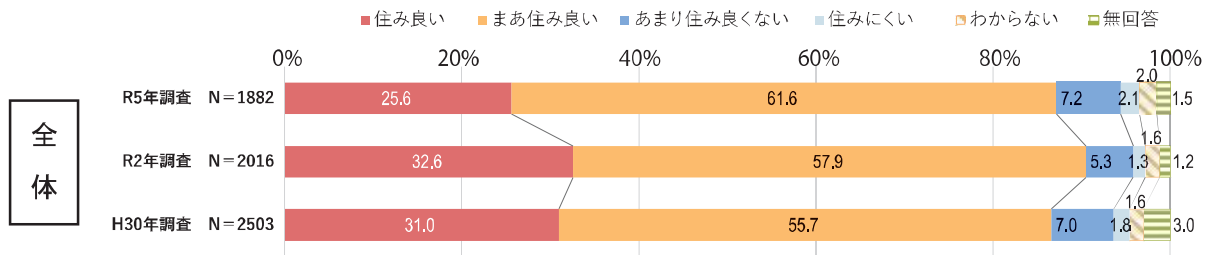


4. その他のデータ

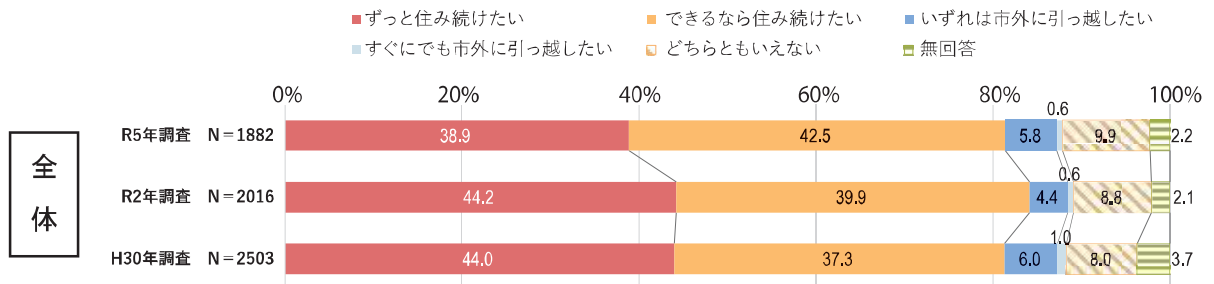
(1) 市民意識調査

多くの富山市民は富山市を「住み良い」「住み続けたい」と感じており、その理由として「地域になじみや愛着がある」「自然環境に恵まれている」「日常生活が便利」などを挙げています。一方、引っ越したい理由として「雪の多さ・冬の寒さ」などが挙げられています。

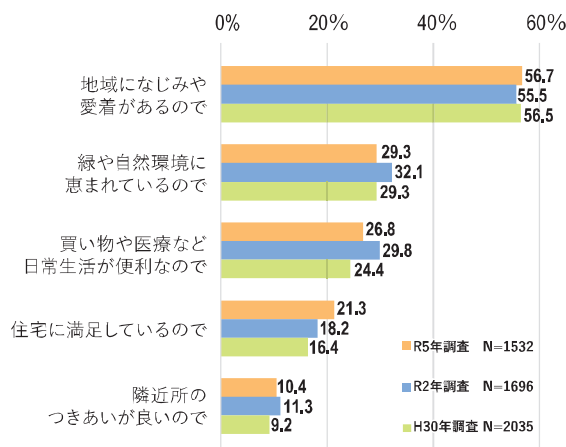
◆問／ あなたにとって富山市はどの程度住み良いですか。



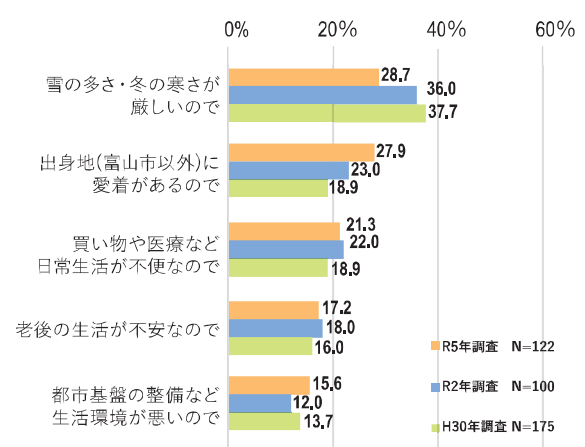
◆問／ あなたは今後も富山市に住み続けたいと思いますか。



◆問／ 富山市に住み続けたいという主な理由は何ですか。



◆問／ 富山市以外に引っ越したいという主な理由は何ですか。



(資料：令和5年度 市民意識調査)

(2) 地域ブランド調査の推移

北陸新幹線開業
(H27.3)

| 項目 | H21 | H24 | H27 | H30 | R5 | |
|--------------------|------|------|------|------|------|------|
| 魅力度 | 167位 | 131位 | 128位 | 101位 | 111位 | 56up |
| 認知度 | 164位 | 167位 | 129位 | 79位 | 95位 | 69up |
| 情報接触度 | 156位 | 134位 | 67位 | 72位 | 110位 | 46up |
| 観光意欲度 | 136位 | 74位 | 76位 | 52位 | 64位 | 72up |
| 居留意欲度 | 156位 | 120位 | 134位 | 87位 | 102位 | 54up |
| 産品想起率 (産品購入意欲度) | 93位 | 49位 | 36位 | 39位 | 59位 | 34up |

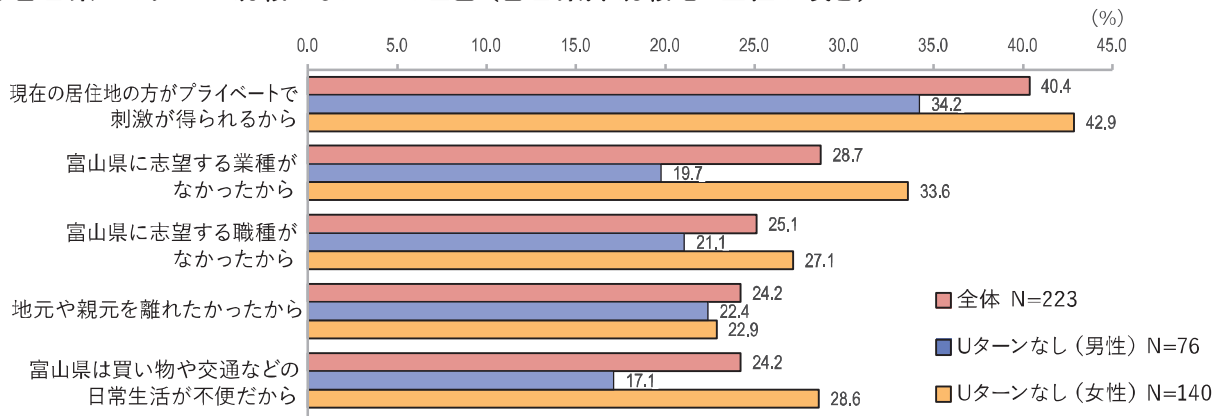
(3) 若者・女性に関するデータ

◎Uターン率

| | |
|-------------------------------|-------|
| Uターン率 (令和3年3月に県外大学等を卒業した人) | 57.9% |
|-------------------------------|-------|

(資料：富山県Uターン率調査)

◎富山県へUターン就職しなかった理由(富山県外就職者：上位5項目)



(資料：富山県「令和4年度Uターン就職に関するアンケート調査」)
※第5次富山県民男女共同参画計画より

◎富山県で暮らすことの不安や不満(富山県外在住者18~29歳：上位3項目)

| | | | |
|----|-------------------------|---------------|----------------------------|
| 男性 | 仕事の業種・職種が乏しい (35.3%) | 通勤 (35.3%) | 仕事の待遇(給与、福利厚生等) (29.4%) |
| 女性 | 仕事の業種・職種が乏しい (27.1%) | 通勤 (18.8%) | 古い考え方や風習がある (16.7%) |

(資料：富山県「令和4年度富山県に居住または居住経験のある若年代等の生活実感(ウェルビーイング)に関する調査」)

5. 今回実施した調査の結果

(1) 富山市シティプロモーション推進指針策定に関する調査結果

① 首都圏調査

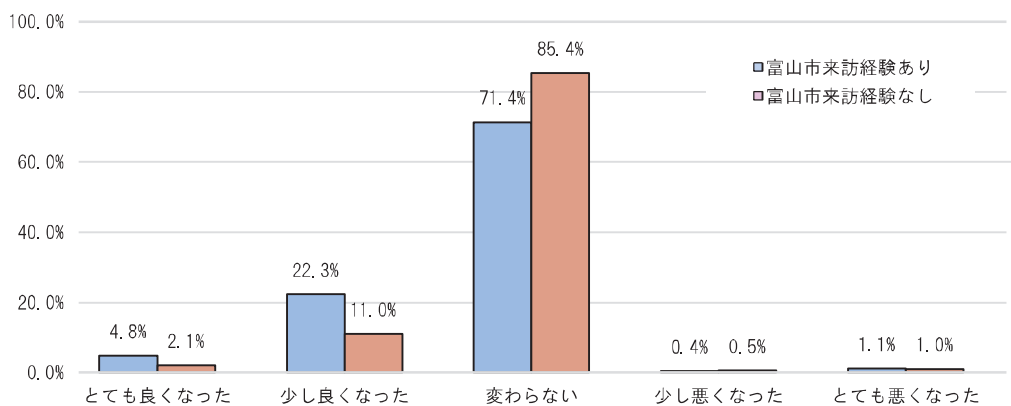
調査時期：令和5年8月17日～8月29日（WEB調査）
 対象者：首都圏居住者（東京、神奈川、千葉、埼玉）
 ※性別・年代別を均等に按分
 回答数：1,048件

[調査結果の概要]

- ・富山市の印象について最も多い回答は「特に印象はない」（38.9%）。次いで「自然環境が良い」（36.0%）、「食べ物がおいしい」（33.6%）、「のんびり過ごせる」（28.6%）。
- ・10～15年前と比較した富山市の印象について、「変わらない」（81.8%）が最も多いが、「良くなった（とても・少し）」（16.7%）は「悪くなった（とても・少し）」（1.5%）より高い。
- ・来訪経験がある人は「良くなった（とても・少し）」の割合が来訪経験のない人より高い。
- ・印象が変化した理由は「富山の情報に触れる機会が増えた」「交通の便の改善」が多い。

[図表] ※一部はP7に記載。

◎10～15年前と比較した富山市の印象についてお答えください。



◎富山市の印象が変化した理由はなぜ（何によって）ですか。 ※自由記述

| 好意的意見 (128件) | 件数 |
|----------------------------|----|
| 富山の情報に触れる機会が増えた（番組、広告、宣伝） | 39 |
| 交通の便が良くなった（北陸新幹線、路面電車網の整備） | 31 |
| 食、水がおいしい | 11 |
| 自然が豊かでのどか | 11 |
| 街がきれいになった | 7 |
| 魅力的な観光スポットが増えた | 7 |
| 行ってみて良かった、居心地がよかった | 6 |
| 多方面に向けた取り組みが活性化しているように見える | 6 |
| その他 | 10 |

※批判的な意見は8件（「そもそも印象がない」など）

②市民調査

調査時期：令和5年8月10日～8月31日

郵送数：1,000件 ※富山地域／旧町村地域、性別、年代別で抽出

回収数：307件（郵便182件、ネット125件）

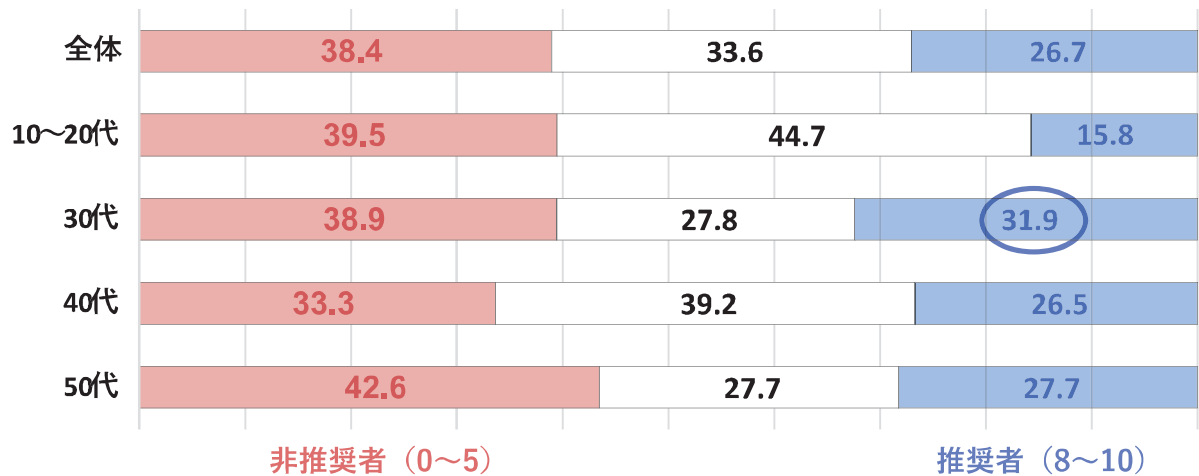
[調査結果の概要]

- ・富山市の魅力について、「食べ物がおいしい」（73.6%）が最も高く、次いで「自然環境が良い」（53.1%）、「のんびり過ごせる」（51.1%）と続く。一方で、「生活に刺激がある」（1.0%）「いろいろな人との出会いがある」（4.6%）は少ない。
- ・「推奨意欲」「参加意欲」について、年代別では30代が他の年代と比較して高い。
- ・10～15年前と比較した富山市の印象の変化について、「良くなった（とても・少し）」（62.9%）が「悪くなった（とても・少し）」（9.5%）より高い。
- ・今後の富山市の変化について、「良くなっていくと思う」（40.4%）が「悪くなっていくと思う」（8.8%）よりも高く、特に30代が好意的な印象を持っている。

[図表] ※一部はP8～9に記載。

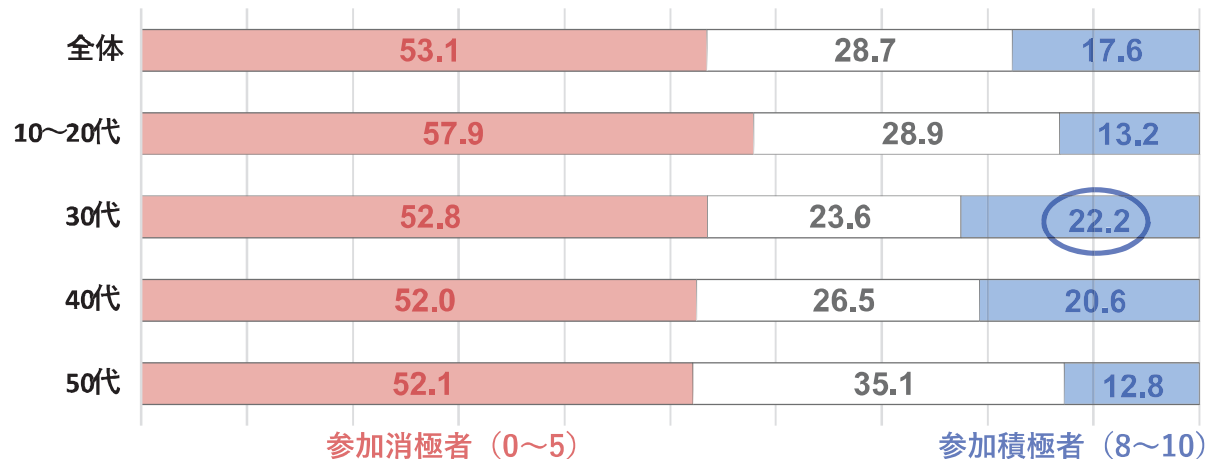
◎富山市の魅力を知人友人にどの程度の気持ちでおすすめしたいと思いますか。（%）

（推奨意欲） ※最も強い気持ちを10、全く気持ちがない場合を0として回答。

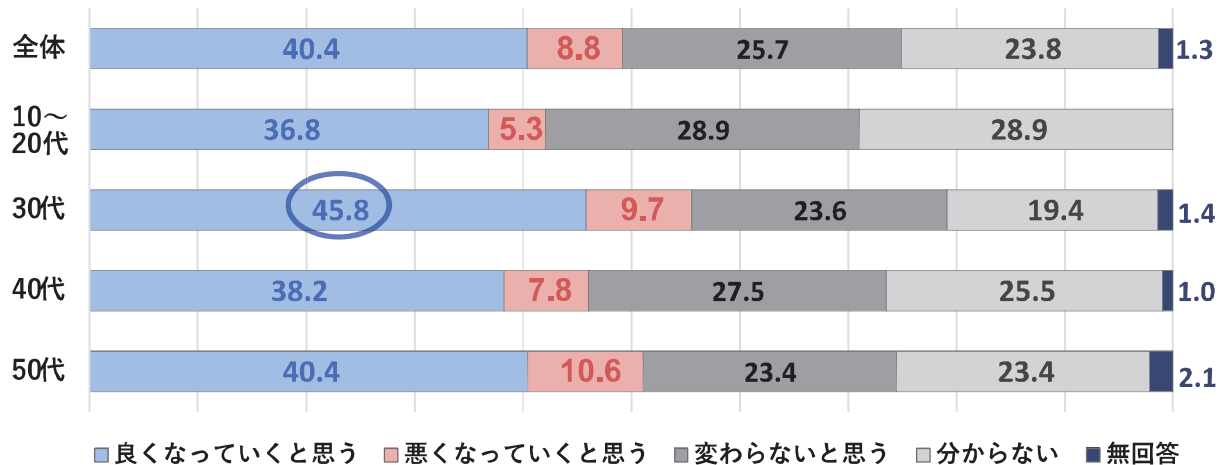


◎富山市をより良くするために行動しようとするあなたの気持ちはどの程度ですか。（%）

（参加意欲） ※最も強い気持ちを10、全く気持ちがない場合を0として回答。



◎今後、富山市はどのように変わっていくと思いますか。(%)



③大学生調査

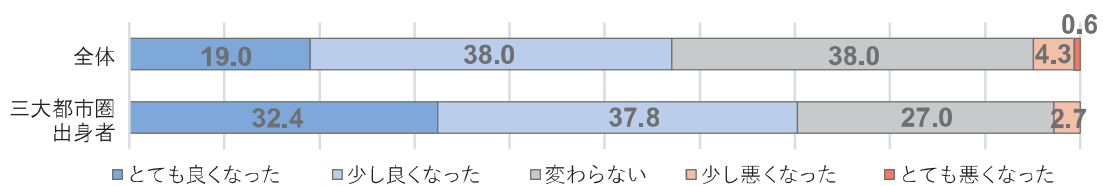
調査時期：令和5年10月30日
 対象：富山大学の学生 ※主に1、2年生
 回収数：163件（ネット回答のみ）

[調査結果の概要]

- ・大学生活を送っている中で富山市の印象の変化について、「良くなった(とても・少し)」(57.0%)が、「悪くなった(とても・少し)」(4.9%)より高い。特に、三大都市圏出身者が比較的好印象を持っている。
- ・「刺激・楽しみが少ない」という意見については多い順に、「刺激・楽しみは少ないが特に不満はない」(46.6%)、「刺激・楽しみが少ないので不満」(39.3%)、「刺激・楽しみがあるので満足」(13.5%)。なお、社会人と「関わりがある」と回答した者は「関わりがない」と回答した者より、「刺激・楽しみがあるので満足」と回答した者が12.4ポイント多い。

[図表] ※一部はP9に記載。

◎大学生活を送っていて富山市の印象はどのように変わりましたか。(%)



◎「刺激・楽しみが少ない」という意見に対する回答の理由(抜粋)。 ※自由記載

| 「刺激・楽しみは少ないが特に不満ではない」(46.6%)の理由 | 「刺激・楽しみが少ないので不満」(39.3%)の理由 | 「刺激・楽しみがあるので満足」(13.5%)の理由 |
|---------------------------------|---|---------------------------|
| 大学生活を送る上では不自由はしていないから | 遊ぶ場所が少ないから (雨や雪が多いにも関わらず屋内の娯楽施設が少ない、または遠い) | 海や山などの自然に魅力を感じているから |
| 家で過ごすことが好きだから (インドアの趣味) | | 富山駅などでのイベント時には賑わいがあるから |
| 穏やかに落ち着いて過ごせているから | 若者向けの店舗、飲食店、イベントなどが少ないから | 映画館や書店、飲食店などはある程度揃っているから |
| あまり富山に関心がないから | 移動手段が限られるから (自動車がないと不便) | 社会人との交流会やSNS交流が充実しているから |

6. 前計画の記載事業一覧

| 計画掲載事業 | | 主な実施事業 |
|-----------------------------|-----------------------|---|
| 「基本方針1 本市のイメージの明確化」に関する主な事業 | | |
| 1 | シティプロモーションビデオ制作事業 | ・「市立探偵ペロリッチ」ショートアニメ動画制作 ・ANA機内放映用動画制作 |
| 2 | シティプロモーション素材提供事業 | ・シティプロモーション認定事業 ・AMAZING TOYAMAプロジェクト |
| 3 | 市民による富山市 PR 事業 | ・丸の内朝大学事業 ・AMAZING TOYAMAフォトプロジェクト |
| 4 | 「富山標記」促進事業 | ・シティプロモーション認定事業 ・AMAZING TOYAMAサポーター登録 |
| 5 | 「食のまち富山」重点プロモーション事業 | ・雑誌「クレアトラベラー」記事掲載 ・富山ブランド市の開催(例年実施) |
| 6 | 「くすりのまち富山」重点プロモーション事業 | ・「富山やくぜん」普及推進事業 ・「食やくシリーズ」(土産品)の展開 |
| 「基本方針2 戦略的な情報発信」に関する主な事業 | | |
| 7 | 首都圏への重点PR 事業 | ・丸の内朝大学事業 ・「エンジン01文化戦略会議オープンカレッジ in富山」開催 |
| 8 | シティプロモーション推進マニュアル制作事業 | ・「富山市シティプロモーションマニュアル」の作成 |
| 9 | フィルムコミッション推進事業 | ・富山フィルムコミッション設立 |
| 10 | パブリシティ推進事業 | ・共同通信PRワイヤーでの情報発信 |
| 11 | シティプロモーション情報発信事業 | ・AMAZING TOYAMAプロジェクトSNS開設 ・「市立探偵ペロリッチ」ツイッター開設 |
| 「基本方針3 推進体制の構築」に関する主な事業 | | |
| 12 | 市民・民間企業向け情報提供事業 | ・広報紙に「アメイジングトーク」を掲載 |
| 13 | 市担当組織の整備 | ・広報課シティプロモーション推進係を設置 |
| 14 | シティプロモーション研修事業 | ・市職員向けシティプロモーション研修の実施 |
| 15 | 富山市シティプロモーション推進協議会の設置 | (未実施) ※関係機関等と個別に連携を実施。 |
| 16 | 県の観光シンボルマークを活用した移住施策等 | ・移住定住関連イベントへの出展 |
| 17 | シティプロモーション認定事業 | ・シティプロモーション認定事業 |
| 18 | 観光産業等連携強化事業 | ・北陸デスティネーションキャンペーン(JR)との連携事業 ・都市間観光交流推進(岐阜市、長野市、飯山市) |
| 19 | 富山市の認知度等効果測定事業 | (未実施) |

※前計画期間外の事業を含みます。

7. 推進指針策定プロセス

(1) 主なスケジュール

| | | |
|------|----------|---|
| 令和5年 | 6～7月 | 本調査に向けた予備調査(インタビュー調査、ヒアリングなど) |
| | 7月28日 | 第1回有識者会議 (議題:これまでの取組確認、今後の調査について) |
| | 8月～10月 | 調査実施・とりまとめ |
| | 8月17～29日 | ①首都圏調査 |
| | 8月10～31日 | ②市民調査 |
| | 8月30日 | イベント「まちづくり対話会」での参加者ヒアリング |
| | 10月30日 | ③大学生調査 |
| | 11月22日 | 第2回有識者会議 (議題:調査結果とそれに基づいた素案について意見交換) |
| | 11月～1月 | 追加調査等 |
| 令和6年 | 2月19日 | 第3回有識者会議 (議題:今後想定される取組(例)について意見交換) |
| | 3月 | 推進指針策定・公表 |

(2) 富山市シティプロモーション推進指針策定有識者会議委員

(順不同、敬称略)

| 役 職 | 氏 名 |
|---|----------------------|
| 東海大学文化社会学部 教授 | 河井 孝仁 (座長、アドバイザー) |
| 一般財団法人地域活性化センター 情報・広報プロモーション課 メディアマーケティングマネージャー兼 月刊「地域づくり」副編集長 | 畠田 千鶴 |
| 株式会社ディスカバー・ジャパン 取締役兼プロデューサー | 林 尚史 |
| 株式会社ワールドリー・デザイン 代表取締役 | 明石 あおい |
| 富山大学人文学部 教授 | 大西 宏治 |
| 株式会社エコロの森 代表取締役 | 森田 由樹子 |

富山市シティプロモーション推進指針
令和6年3月

編集・発行／富山市企画管理部広報課
〒930-8510 富山市新桜町7番38号
電 話／(076)443-2018
E - m a i l／kouhou-01@city.toyama.lg.jp

