

印西市シティプロモーション効果
検証業務委託 報告書

令和6年3月
株式会社URリンケージ

目次

■ インターネットによるアンケート調査の実施	
調査概要	P4
回答者属性	P5
■ 調査結果概要	
① 印西市の認知実態	P7
② 印西市推奨・参加・感謝度	P10
③ 印西市のイメージ	P12
④ シティプロモーション活動の認知	P14
⑤ まちに関する情報取得源	P17
⑥ 移住・定住に向けた検討	P18
⑦ シビックプライドにおける重要項目	P20
■ 総括	P21
■ インターネットによるアンケート調査集計	P25
■ 調査票	P67
■ 巻末：参考資料	P78

インターネットによるアンケート調査の実施

調査概要

◆調査の目的

印西市の認知度向上及び市への移住・定住促進、交流人口の増加を図るため、インターネットを活用した意識調査を実施。その結果を基に「印西市シティプロモーションプラン」におけるプロモーション推進戦略についての効果検証・課題抽出を行うことで、今後の効率的かつ効果的なプロモーション活動の推進を図ることを目的とする。

◆調査実施期間 2023年09月19日（火）～2023年09月25日（月）

◆調査方法 インターネットリサーチ（マクロミル）

◆調査対象者 関東1都6県在住の18歳～49歳
(東京都・茨城県・栃木県・群馬県・埼玉県・千葉県・神奈川県)

配信数 2400件
回収サンプル 2152件

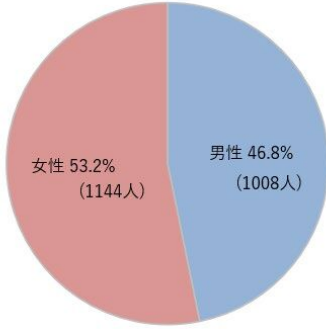
性別（単一回答）	N	%
男性	1008	46.8
女性	1144	53.2
全体	2152	100.0

年齢（単一回答）	N	%
18歳～19歳	245	11.4
20歳～24歳	124	5.8
25歳～29歳	443	20.6
30歳～34歳	291	13.5
35歳～39歳	358	16.6
40歳～44歳	311	14.4
45歳～49歳	380	17.7
全体	2152	100.0

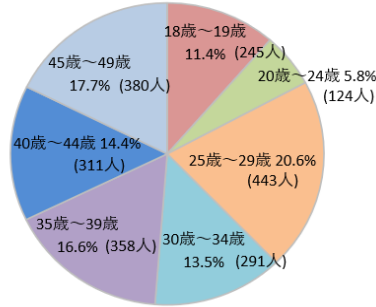
居住地（単一回答）	N	%
茨城県	119	5.5
栃木県	86	4.0
群馬県	86	4.0
埼玉県	297	13.8
千葉県	564	26.2
東京都	619	28.8
神奈川県	381	17.7
全体	2152	100.0

回答者属性

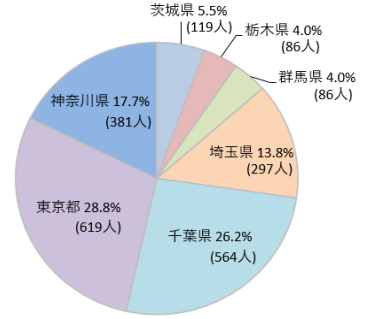
性別



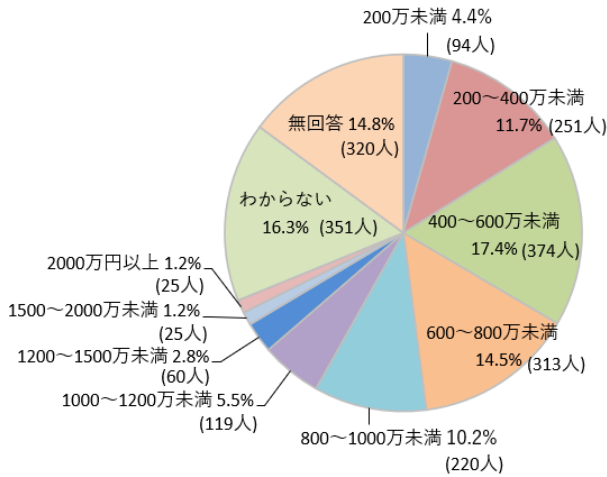
年齢



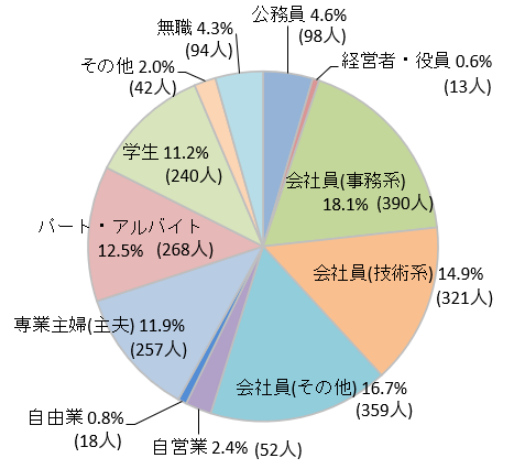
居住地



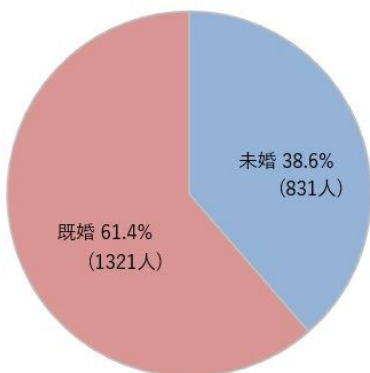
世帯年収



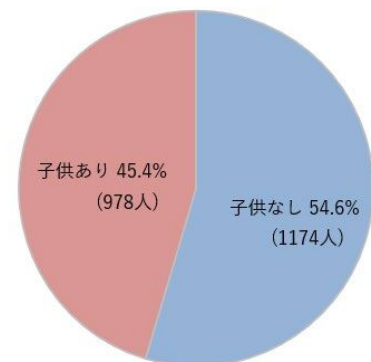
職業



未既婚



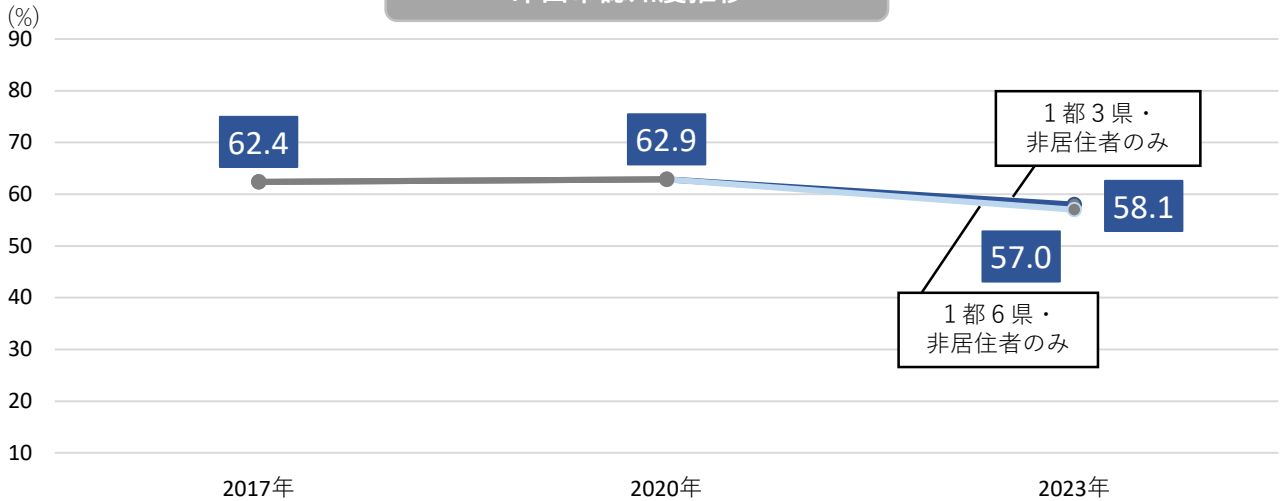
子どもの有無



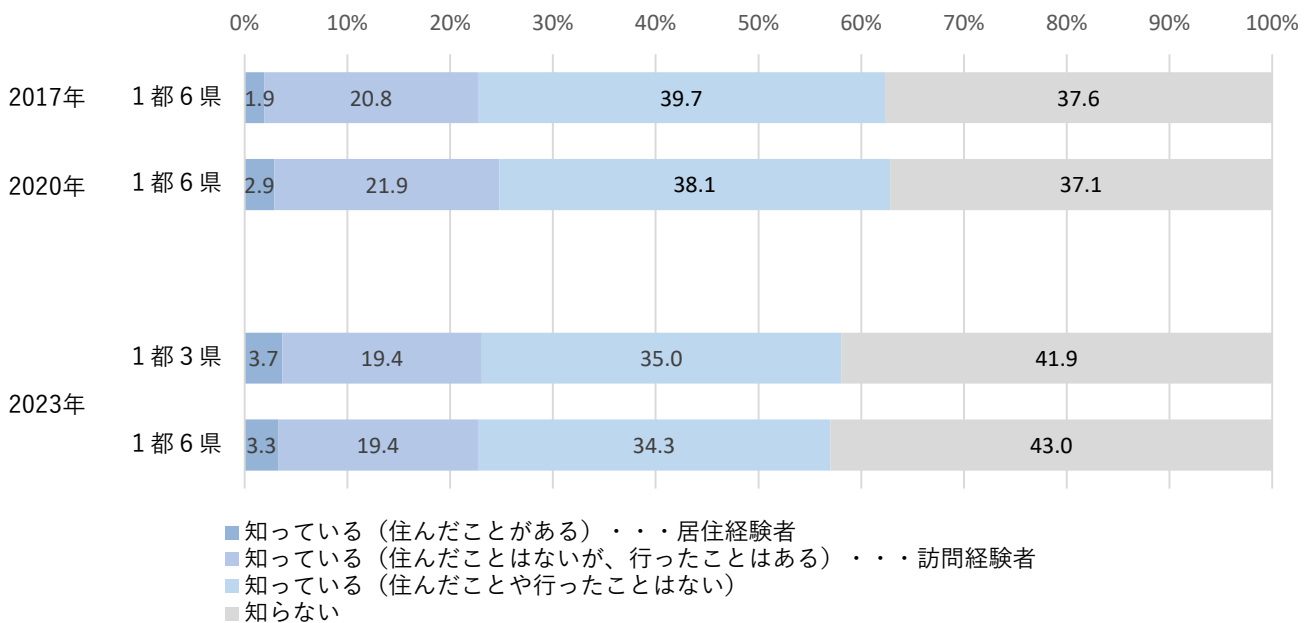
調查結果概要

■印西市の認知実態①

印西市認知度推移



認知度内訳
(20~40代 男女対象)



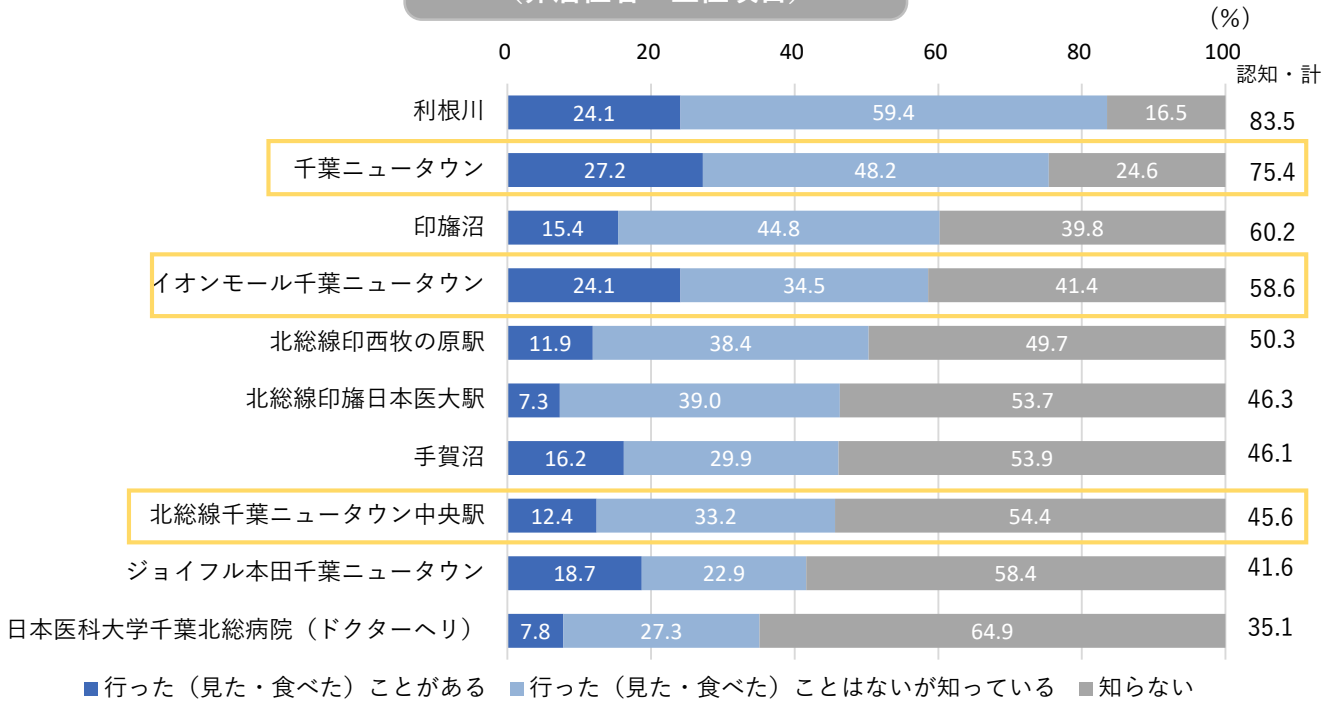
●今回の調査では、印西市民の3つの意欲（推奨・参加・感謝）を測る質問を設けたため、印西市居住者にも回答いただき、また10代（18歳,19歳）も対象に含めたが、認知度の集計では前回までの条件にそそえて、20-40代の男女で比較した。

●1都6県の認知度は、2020年調査より5.9ポイント下がった。居住経験者は0.4ポイント上がったものの、訪問経験者は2.5ポイント下がった。

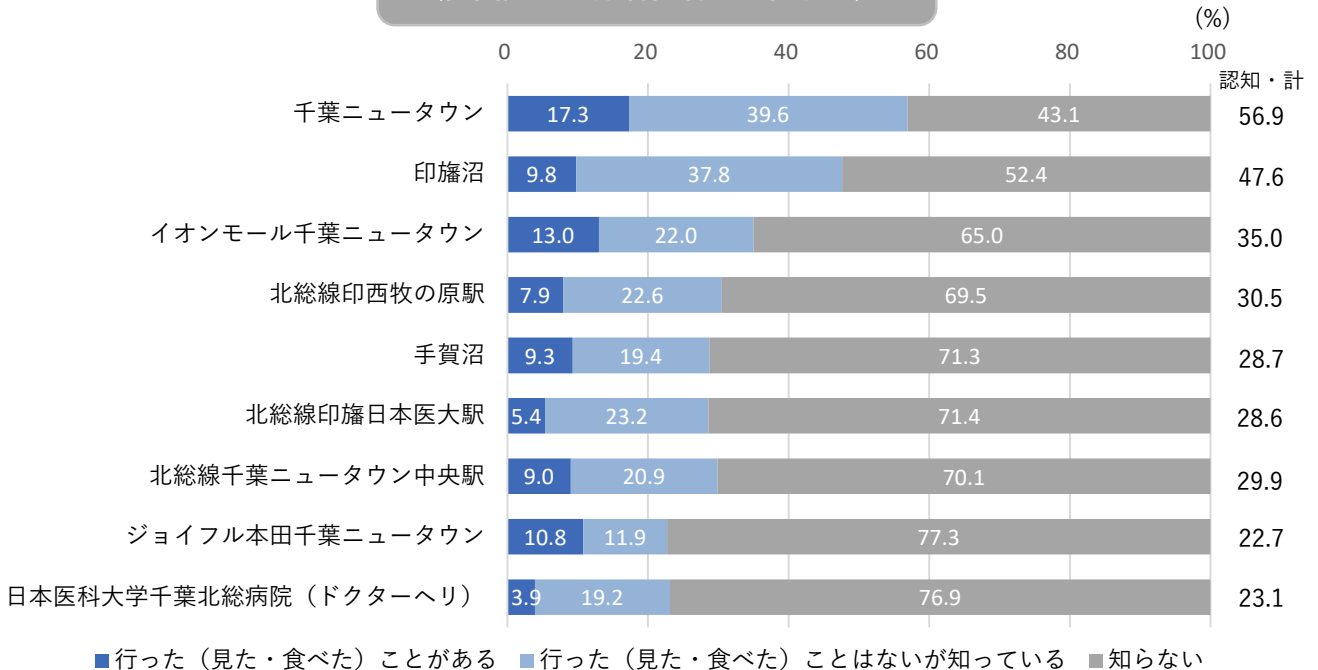
●若年層の認知度が低く、特に20代女性の認知度が全体より大きく下回った。男女ともに40代の認知は全体より高かった。地域別では、千葉県の上に「茨城県」が高く、「東京都」と「埼玉県」も50%を超えており、隣接した県での認知度が高かった（P29-32参照）。

■印西市の認知実態②

印西市内の各スポット・物産認知
(非居住者・上位項目)



印西市内の各スポット・物産認知
(前回調査・非居住者の上位項目)



●非居住者の認知度は、前回調査と比較すると全体的に高くなっていました。認知の上位が「利根川」83.5%、次いで「千葉ニュータウン」75.4%、「印旛沼」60.2%、「イオンモール千葉ニュータウン」58.6%であった。千葉ニュータウン地域を中心に認知度が高くみられた。

■印西市の認知実態③

印西市の訪問状況 (居住者、訪問経験者のみ・自由回答)

●誰と	(%)	(%)
家族	52.9	45.0
友人・知人・恋人	23.7	27.4
1人	19.2	16.9
仕事関係	3.4	6.0
覚えてない	0.5	0.4
その他	0.3	4.3

●どのような理由で	(%)	(%)
ショッピング	37.1	35.4
レジャー	28.9	26.3
仕事・学習	12.4	13.6
人に会う	7.5	10.3
飲食	4.1	3.5
電車乗り継ぎ・車で通過	4.4	2.5
住宅見学	1.0	0.8
その他 用事	0.8	7.0
覚えていない・目的なし	3.8	0.6

●どこに行ったか	(%)	(%)
買い物施設	51.9	48.9
レジャー・温泉施設	8.0	10.5
実家・親戚・知人宅・自宅	6.8	8.3
街	7.3	6.5
取引先企業・商用訪問先	4.0	3.2
飲食店	4.3	2.8
公共施設	1.4	2.5
自然(川・沼・山)	4.0	2.2
通りすがり・通過	1.7	1.4
コンビニ	0.9	1.2
病院	1.2	0.9
駅・空港	1.4	0.8
寺社仏閣	0.5	0.5
その他	0.2	7.4
覚えていない	6.4	2.9

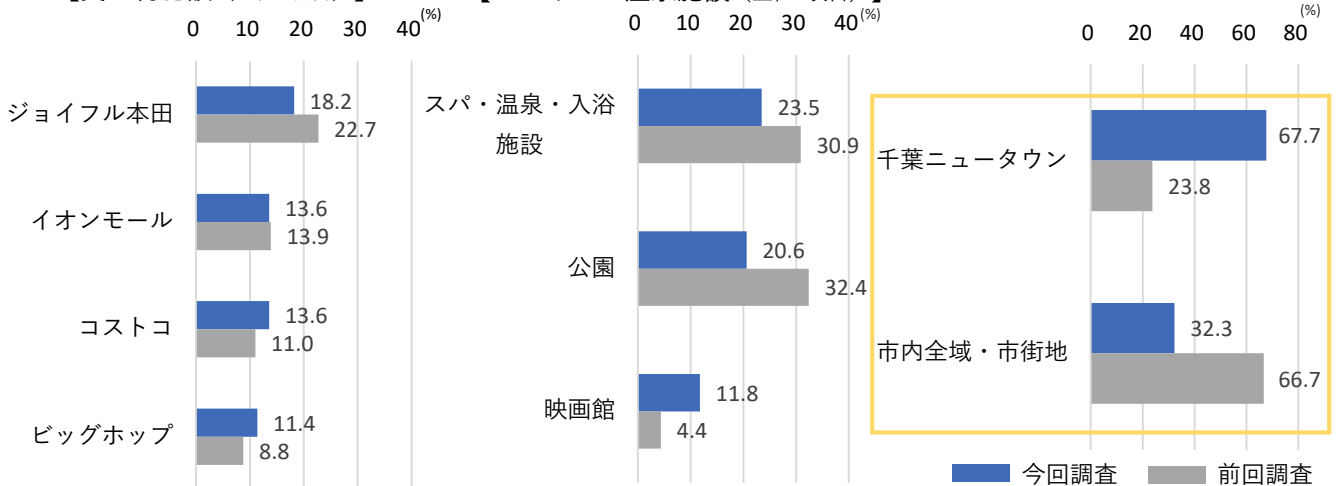
□ …… 前回調査 (2020年)

訪問場所の上位内訳

【買い物施設(上位4項目)】

【レジャー・温泉施設(上位3項目)】

【街(上位2項目)】



- 訪問調査では、誰とが「家族」52.9%、目的が「ショッピング」37.1%、場所が「買い物施設」51.9%と上位であった。
- 訪問場所の内訳では、「千葉ニュータウン」67.7%で、前回調査の上位であった「市内全域・市街地」と逆転した。



印西市の認知度は、若年層を中心に低くなっていたが、千葉ニュータウン地域を中心とした認知度は高かった。また、居住者や訪問経験者においても上位であった。都市開発の進展により、交通、商業施設や仕事関係で千葉ニュータウン地域に訪れる機会が増えていることが、印西市の認知度に大きく関連していると思われる。

■印西市推奨・参加・感謝度①

シティプロモーション効果測定方法

本調査でシティプロモーションの進捗効果を測る指標としてmGAP(エムギャップ・修正地域参画総量指標)を活用。これは以下の3つの意欲を数値化し成果指標とするもので定期的に調査し変化をみることで成果がより明確になる。(※比較参考資料：巻末)

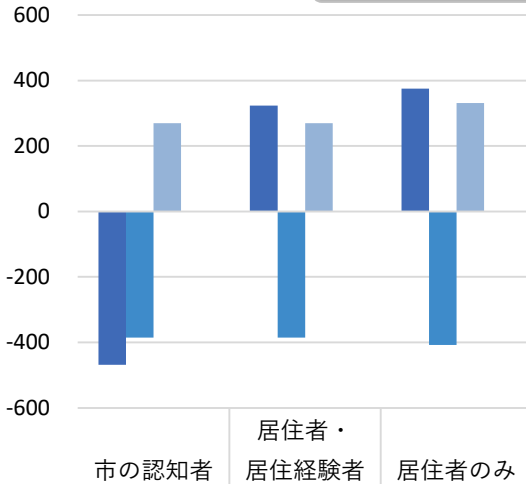
- ① 地域を他者におすすめできる気持ち「地域推奨意欲」(市内及び市外ターゲット)
 ② 地域をよくする活動へ参加する気持ち「地域参加意欲」 ③ 地域で活動する人に感謝する気持ち「地域感謝意欲」

上記3項目について、0～10までの11段階で回答をしてもらう。※0が最も低く、10が最も高い

【計算式】 意欲10～8<○%> 5以下<△%> ○%-△%=□ □×人口○○(万人)=A

総mGAPと内訳(男女合計)

※2023年10月末人口：約11.1万人より算出



■市の認知者(10代含む)

区分	総数	強い(8~10)		弱い(0~5)	
		数	率	数	率
推奨	1317	246	18.7	802	60.9
参加	378	72	19.0	203	53.7
感謝	378	182	48.1	90	23.8

■居住者・居住経験者のみ

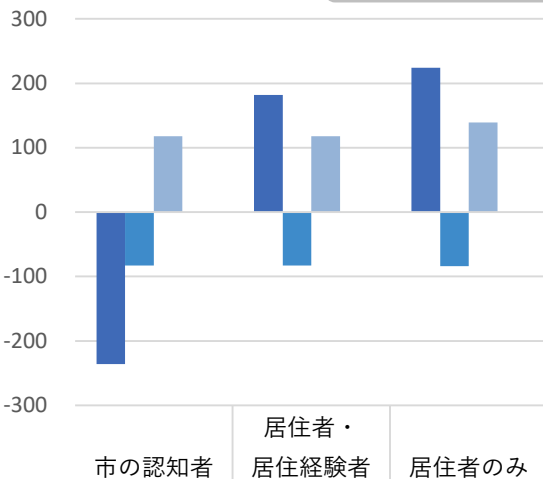
区分	総数	強い(8~10)		弱い(0~5)	
		数	率	数	率
推奨	378	188	49.7	78	20.6
参加	378	72	19.0	203	53.7
感謝	378	182	48.1	90	23.8

■居住者のみ

区分	総数	強い(8~10)		弱い(0~5)	
		数	率	数	率
推奨	313	166	53.0	60	19.2
参加	313	57	18.2	172	55.0
感謝	313	162	51.8	69	22.0

総mGAPと内訳(男性)

※2023年10月末男性人口：約5.5万人より算出



■市の認知者(10代含む)

区分	総数	強い(8~10)		弱い(0~5)	
		数	率	数	率
推奨	650	118	18.2	397	61.1
参加	154	43	27.9	66	42.9
感謝	154	72	46.8	39	25.3

■居住者・居住経験者のみ

区分	総数	強い(8~10)		弱い(0~5)	
		数	率	数	率
推奨	154	80	51.9	29	18.8
参加	154	43	27.9	66	42.9
感謝	154	72	46.8	39	25.3

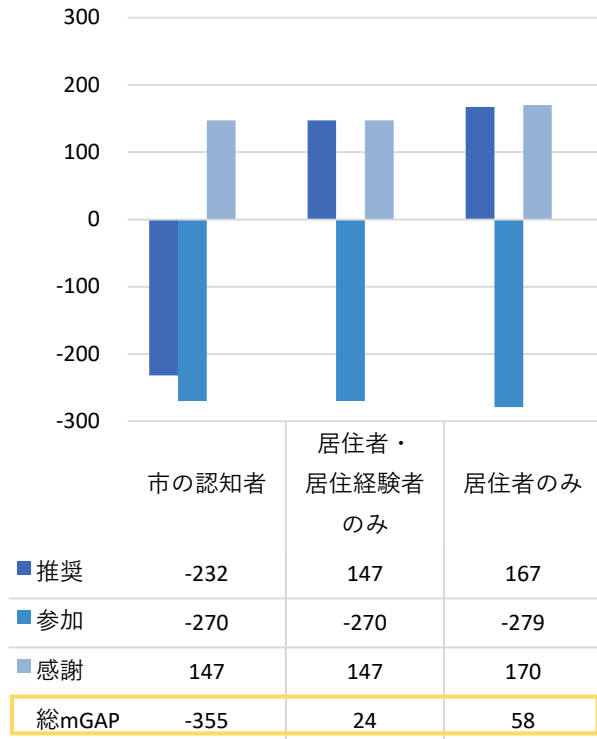
■居住者のみ

区分	総数	強い(8~10)		弱い(0~5)	
		数	率	数	率
推奨	118	67	56.8	19	16.1
参加	118	33	28.0	51	43.2
感謝	118	62	52.5	28	23.7

■印西市推奨・参加・感謝度②

総mGAPと内訳（女性）

※2023年10月末女性人口：約5.6万人より算出



■市の認知者（10代含む）

区分	総数	強い（8～10）		弱い（0～5）	
		数	率	数	率
推奨	667	128	19.2	405	60.7
参加	224	29	12.9	137	61.2
感謝	224	110	49.1	51	22.8

■居住者・居住経験者のみ

区分	総数	強い（8～10）		弱い（0～5）	
		数	率	数	率
推奨	224	108	48.2	49	21.9
参加	224	29	12.9	137	61.2
感謝	224	110	49.1	51	22.8

■居住者のみ

区分	総数	強い（8～10）		弱い（0～5）	
		数	率	数	率
推奨	195	99	50.8	41	21.0
参加	195	24	12.3	121	62.1
感謝	195	100	51.3	41	21.0

- 市の認知者の総mGAPは-583であり、男性で-201、女性で-355であった。指数は全てマイナスになっているが、「推奨」のマイナスの数値が大きく影響している。「推奨」には、「知っている（住んだことや行ったことはない）」という回答も含まれている。そのため、居住者・居住経験者のみ及び居住者のみに比べて「推奨」の値が低くなったと考えられる。
- 居住者・居住経験者のみ及び居住者のみでは、総mGAPが全てプラスになっており、「推奨」、「感謝」ともに数値は高かった。特に「推奨」の値が居住者・居住経験者のみで323、居住者のみで375と高く示された。
- 「参加」の数値は、居住の有無・男女に関係なく低く、特に女性は、居住者・居住経験者のみでも-270、居住者のみでも-279とマイナスの数値が大きかった。一方、男性の「参加」の数値は居住者・居住経験者のみで-83、居住者のみで-84とマイナスの数値が小さかった。
- 男女別では、居住者・居住経験者のみ及び居住者のみ共に、男性の方が女性より「推奨」の値が大きかった。



mGAPにおける3つの項目で、定住や移住に関与する「推奨」は、市の認知者の数値は低かったものの、居住者や居住経験者においては他者に訪問や住むことを薦められるという気持ちが高く、街への魅力を感じていると思われる。

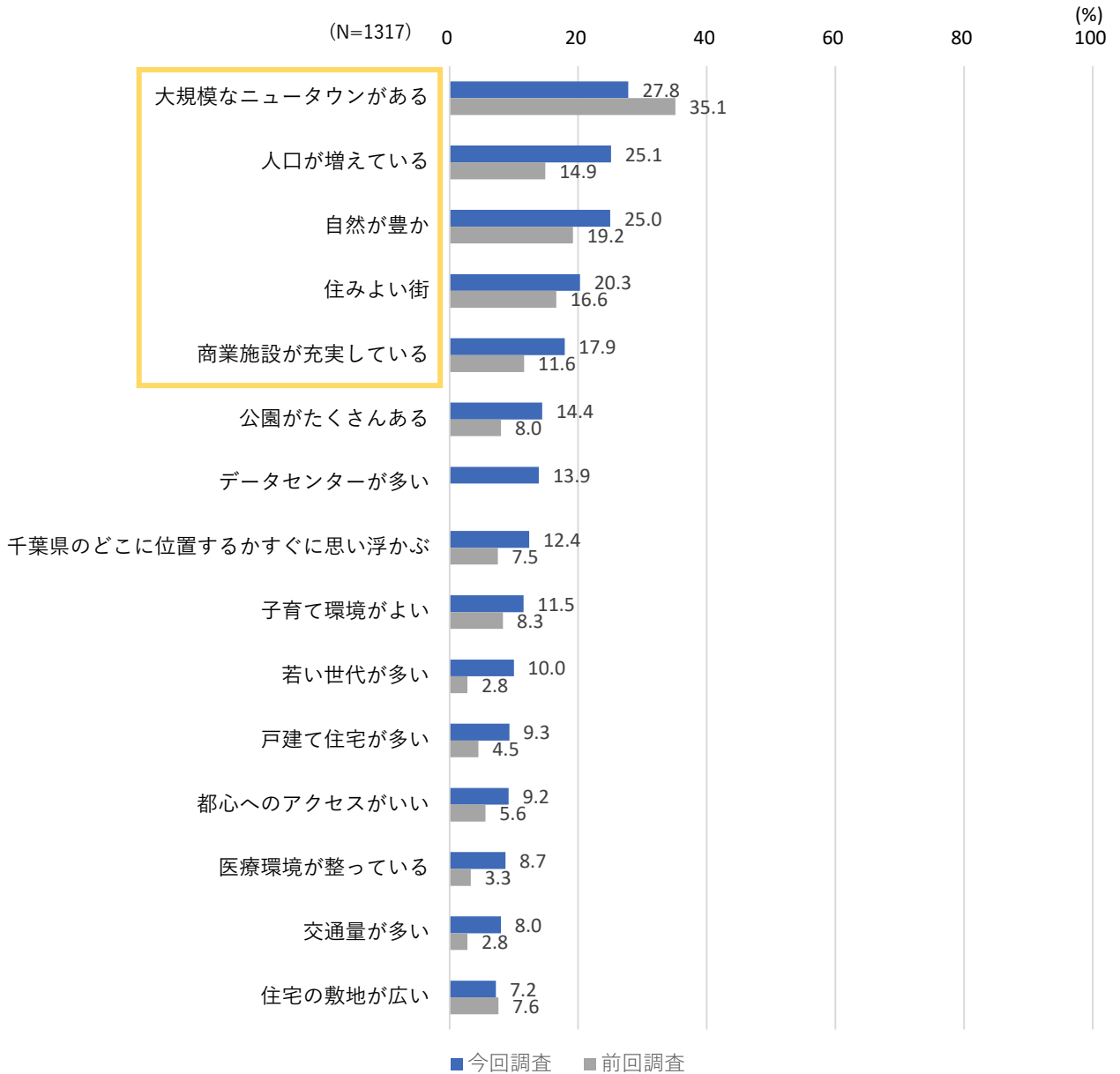
「感謝」では、地域で活動する人に感謝する気持ちが居住者・居住経験者のみより居住者のみの方が61ポイント高く、男性より女性の方が大きく伸びた。

地域を良くするための意欲を示す「参加」は、男性の方が女性より高く、差が大きかった。

居住者及び居住経験者に共通するのは、地域の魅力を感じ、地域の活動に感謝している一方で、地域をより良くするための活動への参加意欲が低いという結果である。

■印西市のイメージ①

印西市のイメージ (市の認知者・上位項目)



その他・自由回答 (ポジティブ評価)

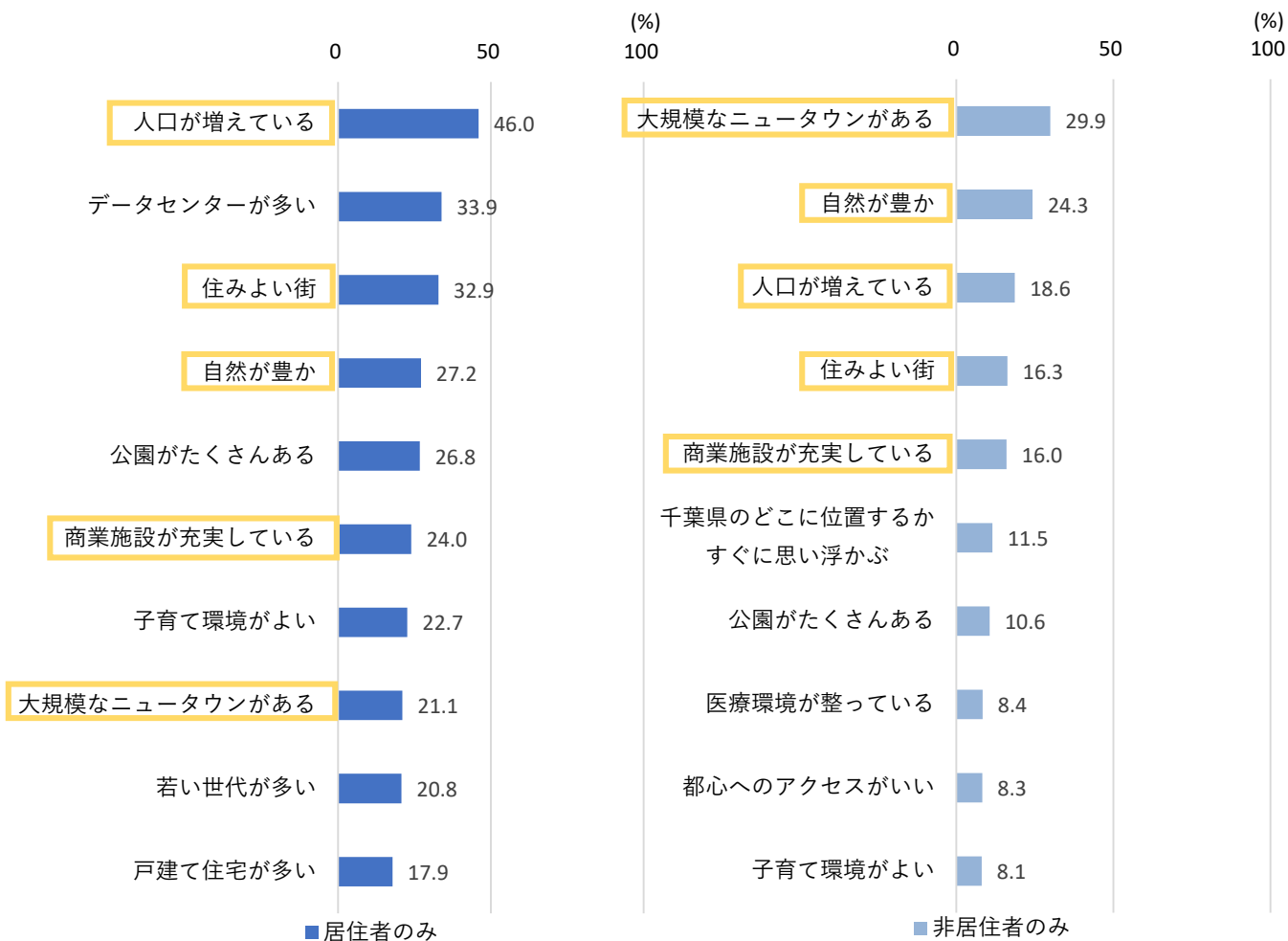
・沼がある	2	・地盤が強い	2
・成田空港が近い	1	・北総線が通っている	1
・物流倉庫が多い	1	・道幅が広い	1
・小林直己の出身地	1	・駅がある	1

その他・自由回答 (ネガティブ評価)

・電車運賃が高い	8	・都心から遠い	7
・田舎	5	・治安が悪い	1
・風が強い	1		

■印西市イメージ②

印西市イメージ (居住者・非居住者別 上位項目)



●市の認知者における印西市のイメージの上位項目は、「大規模ニュータウンがある」が27.8%、「人口が増えている」25.1%、「自然が豊か」25.0%、「住みよい街」20.3%、「商業施設が充実している」17.9%の順となっている。また、前回調査での上位項目からの変動はあまりなかった（P52参照）。

●居住者と非居住者別では、居住者があげるイメージの特徴として「データセンターが多い」、「公園がたくさんある」、「子育て環境がよい」ことが上位にあがってきており、認知者全体や非居住者の上位項目と順位とは異なった。



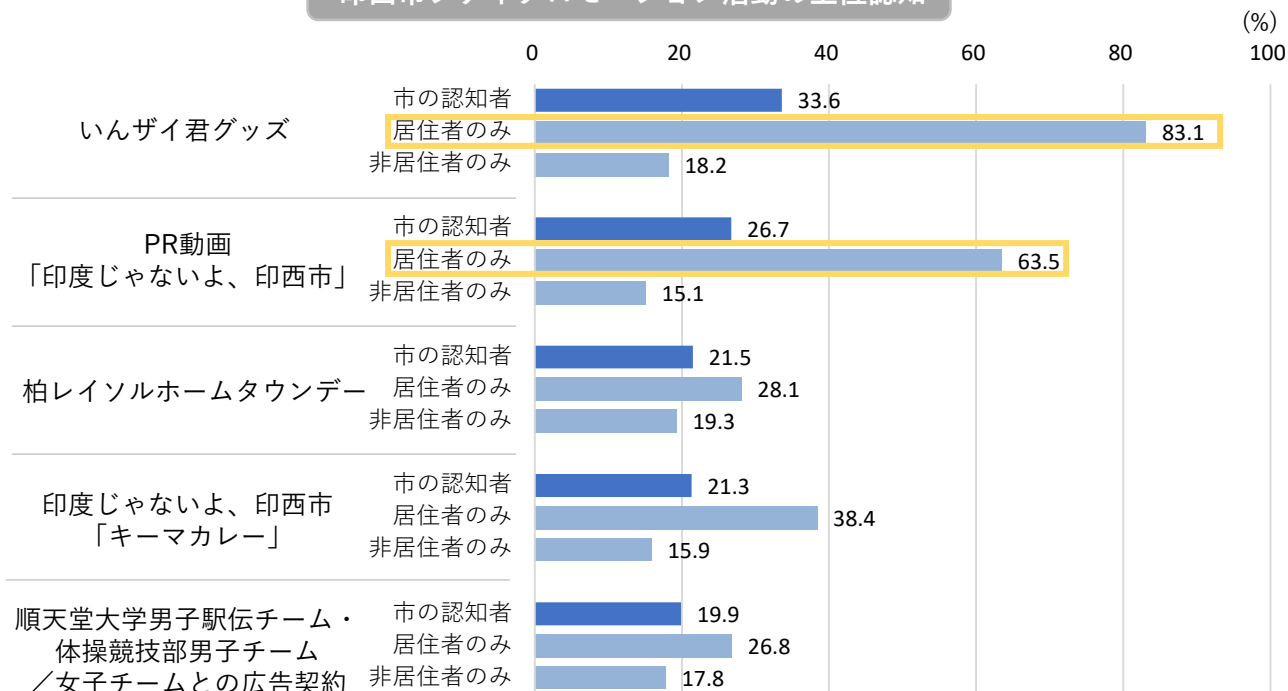
前回の調査と同様に、千葉ニュータウンとしての住環境設備の充実と都市周辺にある豊かな自然環境、街の発展により人口が増加しているというイメージが、認知者全体及び非居住者の上位を占めた。

さらに居住者のイメージは、データセンターが多い、公園がたくさんある、子育て環境がよいこともあがっており、街の印象を具体的に示す項目であった。

これは、印西市の居住者が、住宅地として街の発展や住みよさをより身近に強く感じているとともに、「人口が増えている」ことが回答者の半数近くのイメージにあげられた要因と考えられる。

■シティプロモーション活動の認知①

印西市シティプロモーション活動の上位認知



居住者・非居住者別 回答内訳

活動	居住者	市の認知者 (N)	認知状況	
			知っている、見た (行った・買った・食べた) ことがある	知っているが、見た (行った・買った・食べた) ことはない
いんザイ君グッズ	居住者 (313)	(313)	50.5	32.6
	非居住者 (1004)	(1004)	5.5	12.7
PR動画「印度じゃないよ、印西市」	居住者 (313)	(313)	45.0	18.5
	非居住者 (1004)	(1004)	3.5	11.6
柏レイソルホームタウンデー	居住者 (313)	(313)	7.7	20.4
	非居住者 (1004)	(1004)	3.6	15.7
印度じゃないよ、印西市「キーマカレー」	居住者 (313)	(313)	22.4	16.0
	非居住者 (1004)	(1004)	3.9	12.0
順天堂大学男子駅伝チーム・体操競技部男子チーム／女子チームとの広告契約	居住者 (313)	(313)	15.0	11.8
	非居住者 (1004)	(1004)	6.4	11.4

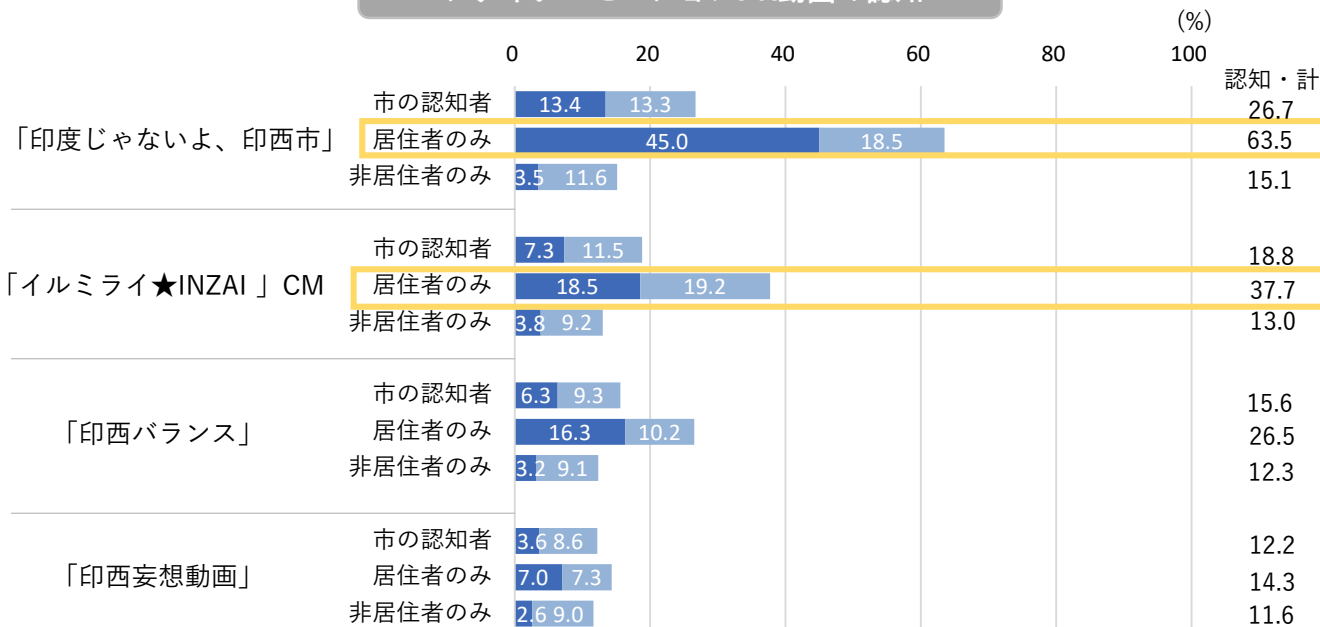
●印西市のシティプロモーション活動として、市の認知者では「いんザイ君グッズ」33.6%、次いで「PR動画 印度じゃないよ、印西市」26.7%、「柏レイソルホームタウンデー」21.5%、「印度じゃないよ、印西市 キーマカレー」21.3%で、20%を超える認知度であった。

●居住者のみの回答では、特に「いんザイ君グッズ」は83.1%、「PR動画 印度じゃないよ、印西市」は63.5%と突出しており、知っているだけでなく実際に見たことがある人も45%以上と高かった。

●非居住者の回答では、「柏レイソルホームタウンデー」19.3%、「順天堂大学駅伝チーム・体操競技部との広告契約」17.8%が上位であった。

■シティプロモーション活動の認知②

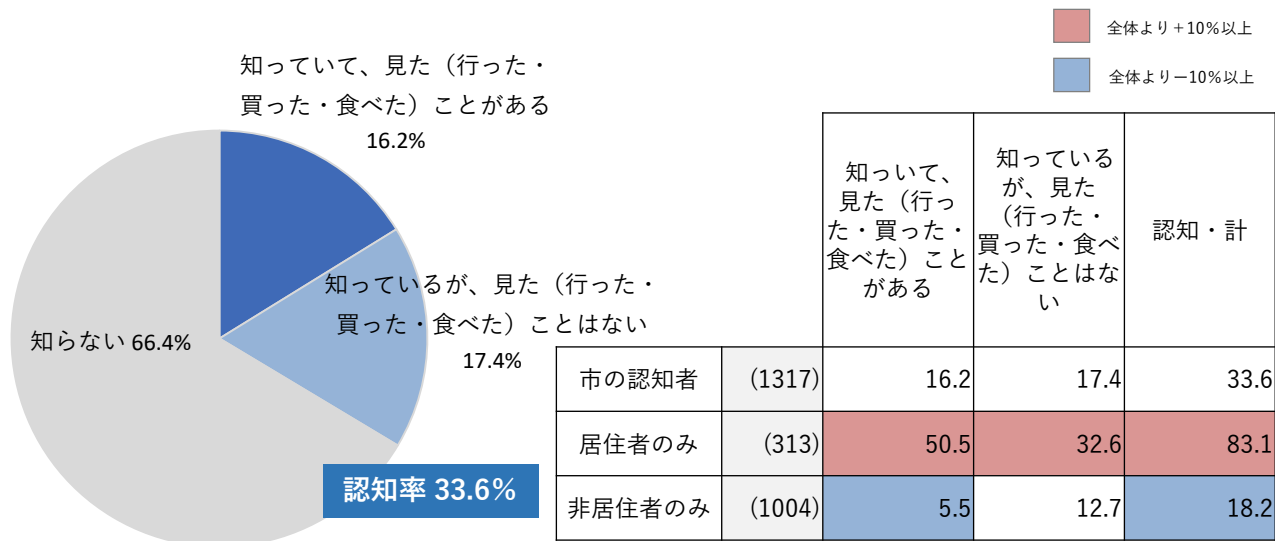
シティプロモーションPR動画の認知



■知っていて、見た(行った・買った・食べた)ことがある

■知っているが、見た(行った・買った・食べた)ことはない

いんザイ君グッズの認知

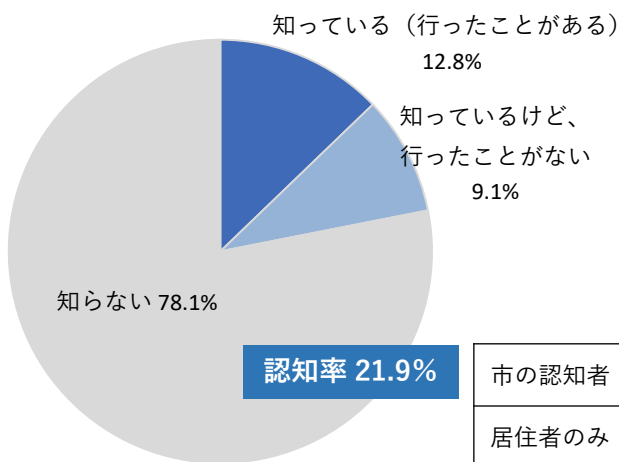


●シティプロモーションPR動画の認知では、「印度じゃないよ、印西市」が高く、特に居住者の認知は60%以上を占めていた。また、「イルミライ★INZAI」CMも居住者では37.7%と高く認知されていた。一方で、非居住者におけるPR動画の認知度に差はあまりなく、10%~15%程度であった。

●印西市マスコットキャラクター「いんザイ君」の認知は、全体で33.6%であったが、居住者のみでは83.1%と非常に高かった。

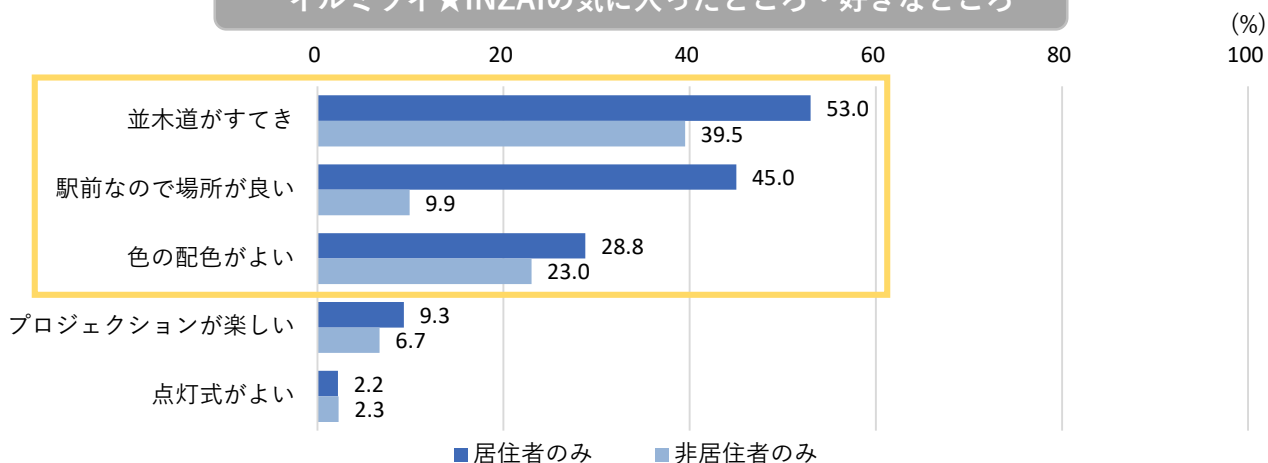
■シティプロモーション活動の認知③

イルミライ★INZAIの認知



		知っている (行ったことがある)	知っているけど、 行ったことがない	認知・計
市の認知者	(2152)	12.8	9.1	21.9
居住者のみ	(313)	67.7	13.7	81.4
非居住者のみ	(1839)	3.4	8.3	11.7

イルミライ★INZAIの気に入ったところ・好きなおところ



●沿線最大級のイルミネーションイベント「イルミライ★INZAI」は、全体の認知度は21.9%だった。居住者・非居住者別では、居住者が81.4%、非居住者が11.7%で、居住者は非常に高い認知度だった。また、居住者の67.7%が行ったことがあると回答していた。

●イベントで気に入ったところ・好きなおところでは、「並木道がすてき」、「駅前なので場所が良い」、「色の配色がよい」ことが高評価としてあがった。



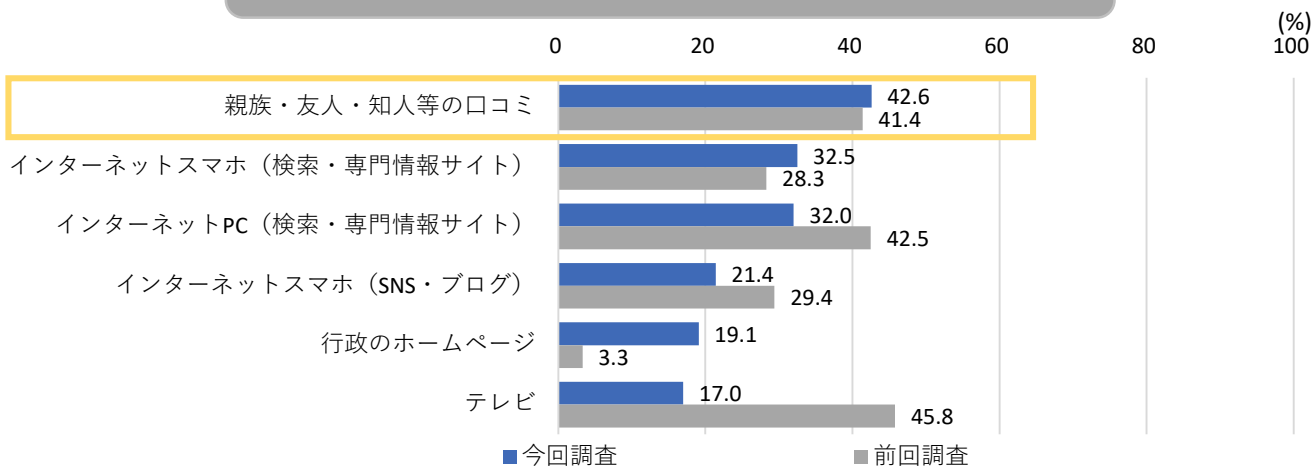
居住者における「イルミライ★INZAI」やPR動画「印度じゃないよ、印西市」は、認知度が60%を超えており、十分に認知されていると考えられる。

さらに「いんザイ君グッズ」は、居住者の83.1%が認知しており、そのうち50.5%が見たり、買ったりしたことがあった。市の「顔」として市民と自治体との距離感を近くする役割を十分に果たしているといえる。

一方で、非居住者のシティプロモーション活動の認知は、10~18%程度となっている（P65参照）。「いんザイ君」など認知度が高いものを広報活動で利用しながら、さらに情報発信していくことが、域外へのアプローチに繋がると考えられる。

■まちに関する情報取得源

訪問や引っ越するまちに関する情報の取得手段
(3つまで複数回答・上位項目)



クロス集計

■ 全体より+10%以上 ■ 全体より+5%以上 ■ 全体より-10%以上 ■ 全体より-5%以上

	全体 (N)	親族・友人・知人等の口コミ	インターネットスマホ (検索・専門情報サイト)	インターネットPC (検索・専門情報サイト)	インターネットスマホ (SNS・ブログ)	行政のホームページ	テレビ	専門情報誌 (住宅関係等)	インターネットPC (SNS・ブログ)	チラシ	行政のパンフレット	新聞	ラジオ	その他
全体(N)	(2152)	42.6	32.5	32.0	21.4	19.1	17.0	13.0	12.9	5.6	5.6	4.0	2.1	0.9
性別	男性 (1008)	36.8	29.1	37.0	16.5	17.5	18.0	12.7	12.7	6.8	7.2	6.3	2.6	1.0
	女性 (1144)	47.7	35.6	27.4	25.7	20.6	16.2	13.2	13.1	4.5	4.2	2.0	1.7	0.8
年代別	10代 (245)	47.3	31.0	23.3	25.3	13.1	16.7	14.3	13.5	5.7	9.4	5.7	2.9	0.0
	20代 (567)	43.6	34.9	22.6	27.5	17.3	16.2	12.3	13.9	5.8	4.8	3.7	1.6	1.4
	30代 (649)	42.5	32.7	32.2	20.8	18.8	15.6	10.9	14.0	5.1	5.4	4.0	2.8	0.6
	40代 (691)	40.2	31.0	42.5	15.5	23.2	19.1	14.9	10.9	5.9	5.2	3.8	1.6	1.0
性年代別	男性10代 (100)	41.0	33.0	33.0	18.0	15.0	17.0	15.0	13.0	4.0	11.0	10.0	4.0	0.0
	男性20代 (274)	40.5	28.8	25.9	22.3	19.0	19.3	14.2	12.0	8.4	6.9	5.1	1.8	1.8
	男性30代 (301)	34.9	31.9	35.5	15.3	14.6	16.3	10.3	14.3	5.3	7.0	7.3	3.3	0.7
	男性40代 (333)	34.2	25.5	49.2	12.3	19.5	18.6	12.9	11.7	7.8	6.6	5.4	2.1	0.9
	女性10代 (145)	51.7	29.7	16.6	30.3	11.7	16.6	13.8	13.8	6.9	8.3	2.8	2.1	0.0
	女性20代 (293)	46.4	40.6	19.5	32.4	15.7	13.3	10.6	15.7	3.4	2.7	2.4	1.4	1.0
	女性30代 (348)	49.1	33.3	29.3	25.6	22.4	14.9	11.5	13.8	4.9	1.0	1.1	2.3	0.6
	女性40代 (358)	45.8	36.0	36.6	18.4	26.5	19.6	16.8	10.1	4.2	3.9	2.2	1.1	1.1

●「親族・友人・知人等の口コミ」42.6%で、まちの情報取得手段として最も多かった。特に女性は、各年代別で40%を超えていた。前回調査で最も多かった「テレビ」は28.8ポイントも低くなり、性別・年代問わず20%以下だった。

●上位の項目に占めるものは、インターネットやスマホによって「検索・専門情報サイト」「SNS・ブログ」による情報の取得で、20%~30%が利用していた。



訪問や引っ越しするまちに関する情報の取得の多くは、「口コミ」「インターネット」によるものであった。前回調査でトップだった「テレビ」での情報取得は、17%と大幅に下がった。

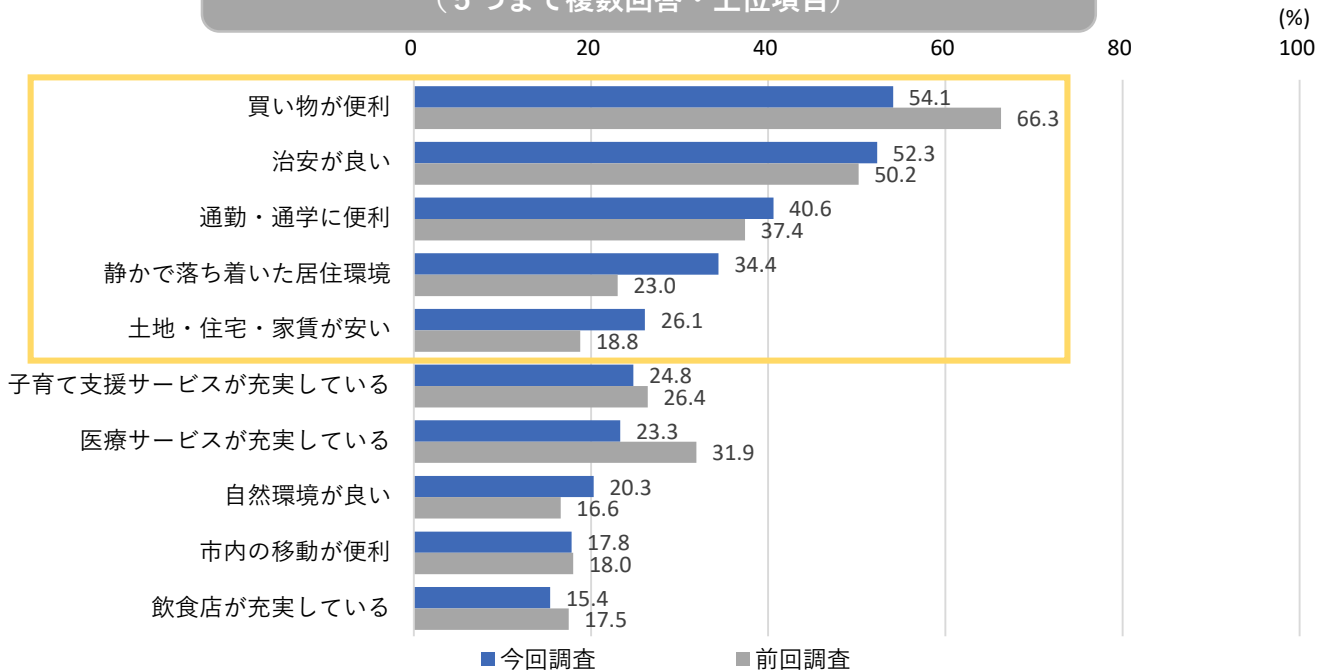
上位項目に共通することは「信憑性」や「相互間のやり取り」、「伝達の速さ」である。

親族・友人・知人等の口コミは、信頼する人からの最新の情報と実際の状況や感想を聞くことができること、より身近で手軽な存在になったスマホやPCは、ITによる情報発信が主流となり、常に最新の情報や意見がすぐに更新されることには選ばれる理由あると思われる。

また「行政のホームページ」による情報の取得が伸びているのも、インターネットの活用と、それらの信憑性を確認するために活用されたとも考えられる。

■定住・移住に向けた検討①

「住みたい、住み続けたい」と思える市区町村で重視すること
(5つまで複数回答・上位項目)



クロス集計 (上位項目)

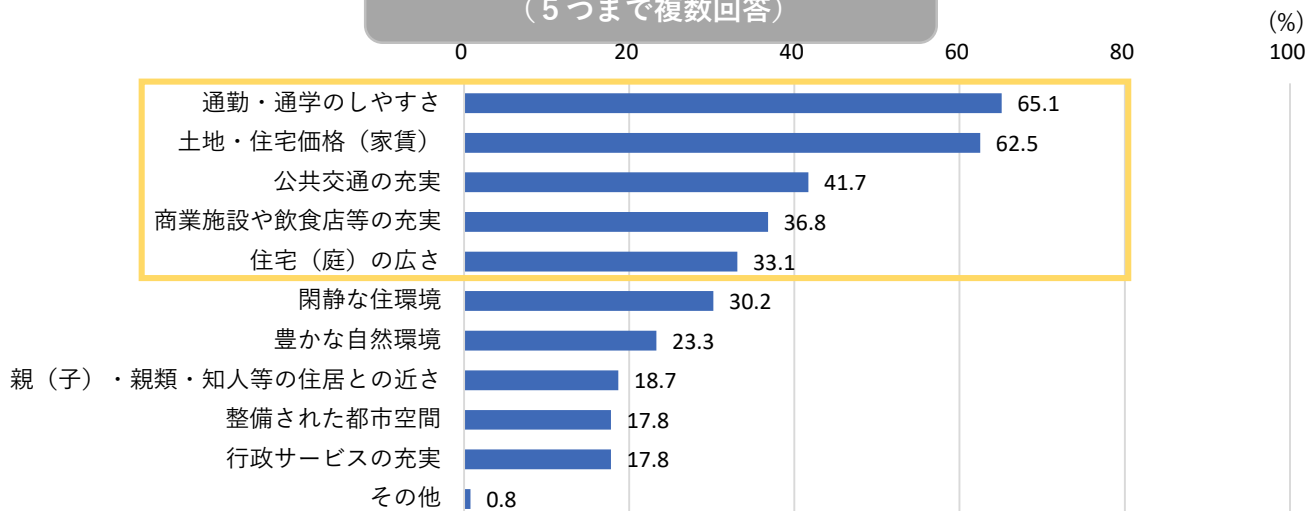
■ 全体より+10%以上
 ■ 全体より+5%以上
 ■ 全体より-10%以上
 ■ 全体より-5%以上

	全体 (N)	買い物が便利	治安が良い	通勤・通学に便利	静かで落ち着いた居住環境	土地・住宅・家賃が安い	子育て支援サービスが充実している	医療サービスが充実している	自然環境が良い	市内の移動が便利	飲食店が充実している
全体(N)	(2152)	54.1	52.3	40.6	34.4	26.1	24.8	23.3	20.8	17.8	15.4
性別											
男性	(1008)	46.9	44.4	38.6	34.6	24.0	19.4	19.8	19.6	14.5	16.1
女性	(1144)	60.5	59.3	42.4	34.2	28.0	29.5	26.4	20.9	20.8	14.9
年代別											
10代	(245)	45.7	49.0	44.9	28.2	32.7	15.9	16.7	15.1	20.0	16.7
20代	(567)	50.6	48.3	38.1	33.5	30.2	32.5	18.0	19.4	16.6	15.2
30代	(649)	54.1	52.7	40.2	33.9	25.7	29.7	22.2	19.4	17.1	14.8
40代	(691)	60.1	56.4	41.5	37.8	20.8	16.9	31.1	23.7	18.8	15.8
性年代別											
男性10代	(100)	37.0	42.0	42.0	30.0	28.0	13.0	14.0	16.0	23.0	13.0
男性20代	(274)	42.3	40.5	34.3	32.1	26.6	22.6	15.3	20.1	12.4	15.7
男性30代	(301)	47.5	45.5	39.9	34.2	25.2	25.2	20.3	15.9	12.3	15.3
男性40代	(333)	53.2	47.4	39.9	38.4	19.5	13.5	24.9	23.7	15.6	18.0
女性10代	(145)	51.7	53.8	46.9	26.9	35.9	17.9	18.6	14.5	17.9	19.3
女性20代	(293)	58.4	55.6	41.6	34.8	33.4	41.6	20.5	18.8	20.5	14.7
女性30代	(348)	59.8	58.9	40.5	33.6	26.1	33.6	23.9	22.4	21.3	14.4
女性40代	(358)	66.5	64.8	43.0	37.2	22.1	20.1	36.9	23.7	21.0	13.7
未婚											
未婚	(831)	57.8	51.9	44.2	34.9	29.0	8.1	19.5	18.9	21.9	17.0
既婚	(1321)	51.9	52.6	38.4	34.1	24.3	35.3	25.7	21.2	15.3	14.5
子どもの有無											
なし	(1174)	57.2	53.4	43.4	36.1	28.4	11.4	20.5	18.9	21.2	16.9
あり	(978)	50.5	51.0	37.3	32.3	23.3	40.8	26.7	22.0	13.8	13.7

- 定住で重視する上位2項目は、「買い物が便利」54.1%、「治安が良い」52.3%であり、ともに50%以上を占めた。上位3項目は、前回調査と同じであった。
- 前回と順位に変化があった主な項目は、「土地・住宅・家賃が安い」と「子育て支援サービス・医療サービスの充実」であり、住居費用の安さについては7.3ポイント上がり、前回より順位が上がった。
- 上位2項目をはじめ、全体的に男性と女性で重要度に大きく差があった。さらに「子育て支援サービスの充実」では、未婚、子どもの有無での差が顕著であった。

■定住・移住に向けた検討②

引っ越しをする際に重視すること
(5つまで複数回答)



クロス集計(上位項目)

■ 全体より+10%以上
 ■ 全体より+5%以上
 ■ 全体より-10%以上
 ■ 全体より-5%以上

	全体(N)	通勤・通学のしやすさ	土地・住宅価格(家賃)	公共交通の充実	商業施設や飲食店等の充実	住宅(庭)の広さ	閑静な住環境	豊かな自然環境	親(子)・親類・知人等の住居との近さ	整備された都市空間	行政サービスの充実	その他
全体(N)	(2152)	65.1	62.5	41.7	36.8	33.1	30.2	23.3	18.7	17.8	17.8	0.8
性別												
男性	(1008)	59.4	58.0	36.0	33.2	33.9	32.1	24.2	15.2	19.8	16.2	0.5
女性	(1144)	70.2	66.3	46.8	40.0	32.4	28.4	22.5	21.8	16.1	19.1	1.1
年代別												
10代	(245)	69.0	54.3	44.9	35.5	32.2	15.5	20.4	15.9	23.7	15.9	0.8
20代	(567)	61.2	61.4	39.7	35.6	31.2	28.9	18.7	16.6	18.0	16.0	0.7
30代	(649)	65.2	64.6	38.5	35.6	35.7	32.7	23.9	21.3	14.9	16.3	1.1
40代	(691)	67.0	64.3	45.3	39.5	32.6	34.0	27.5	19.0	18.4	21.1	0.7
性年代別												
男性10代	(100)	65.0	54.0	40.0	32.0	40.0	20.0	25.0	10.0	30.0	20.0	2.0
男性20代	(274)	55.5	56.5	34.3	33.2	29.6	29.6	19.3	14.2	20.8	16.4	0.4
男性30代	(301)	60.5	57.5	34.9	29.9	34.6	34.9	23.6	19.3	17.6	16.6	0.7
男性40代	(333)	60.1	61.0	37.2	36.6	35.1	35.4	28.5	13.8	18.0	14.4	0.0
女性10代	(145)	71.7	54.5	48.3	37.9	26.9	12.4	17.2	20.0	19.3	13.1	0.0
女性20代	(293)	66.6	65.9	44.7	37.9	32.8	28.3	18.1	18.8	15.4	15.7	1.0
女性30代	(348)	69.3	70.7	41.7	40.5	36.8	30.7	24.1	23.0	12.6	16.1	1.4
女性40代	(358)	73.5	67.3	52.8	42.2	30.2	32.7	26.5	23.7	18.7	27.4	1.4
未婚												
未婚	(831)	63.4	60.0	46.8	37.2	25.8	30.4	21.4	12.0	19.0	18.8	1.1
既婚	(1321)	66.2	64.0	38.5	36.6	37.8	30.0	24.5	22.9	17.1	17.1	0.7
子どもの有無												
なし	(1174)	64.1	59.5	46.0	36.3	27.9	31.5	21.6	13.7	18.8	17.5	0.9
あり	(978)	66.5	66.1	36.6	37.5	39.5	28.5	25.3	24.6	16.7	18.0	0.7

●移住において重視することは、「通勤・通学のしやすさ」65.1%、「土地・住宅価格(家賃)」62.5%と突出していた。

●定住と同様、移住においても全体的に男性と女性で重要度に差があった。

●未婚、子どもの有無では、「住宅(庭)の広さ」と「親(子)・親類・知人等の住居との近さ」で差が大きかった。

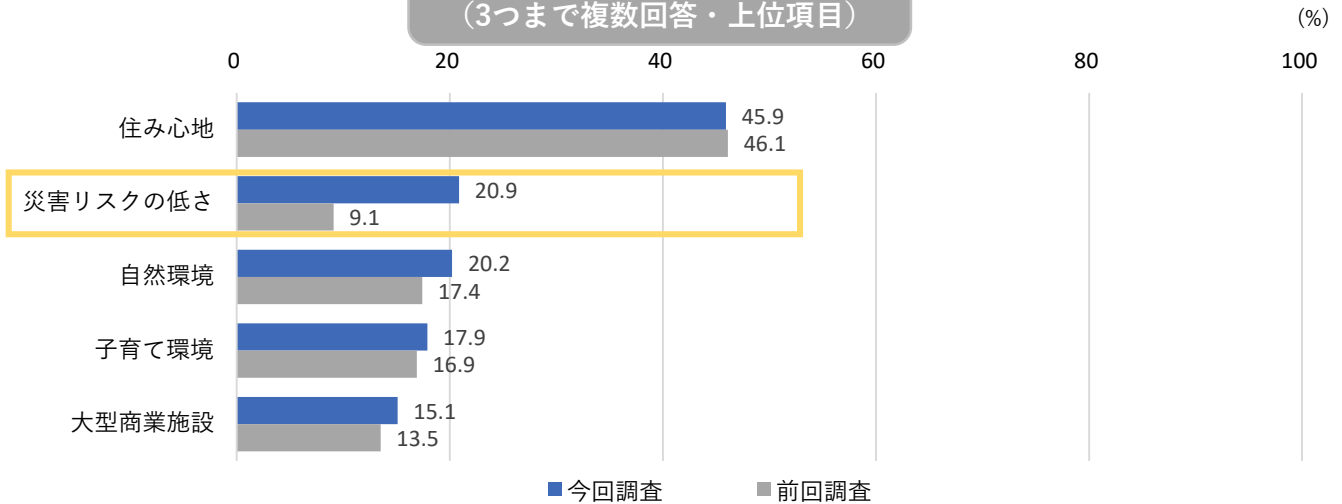


定住・移住ともに最も重視することは、公共交通機関、商業施設や飲食店等の充実、住居費用であり、生活する上での「地域の利便性」にあると思われる。

また、性別、既婚、子どもの有無で、項目によっては重要度に大きい差がみられる。女性や既婚者、子どもがいる家庭の方が、定住や移住に対して「住む場所における生活」をより重視していると思われる。したがって、そのような属性の方が、その地域に移住や定住をする際に及ぼす影響力は大きい可能性があると考えられる。

シビックプライドにおける重要項目

自分の街を誇りに思える要素
(3つまで複数回答・上位項目)



全体・居住者・非居住者別回答

その他・自由回答

■ 全体より+10%以上
■ 全体より+5%以上

	全体	住み心地	災害リスクの低さ	自然環境	子育て環境	大型商業施設	その他・自由回答
全体	(2152)	45.9	20.9	20.2	17.9	15.1	・交通の便、アクセスの良さ 21 ・治安が良い 2 ・のどかである 2 ・家賃が安い 1 ・人が良い 1 ・アニメの聖地 1
居住者	(313)	47.3	33.5	30.7	23.0	33.5	・利便性 1 ・サッカーチームがある 1 ・テーマパークがある 1 ・パチンコ屋がある 1 ・景観が良くない 1
非居住者	(1839)	45.7	18.7	18.4	17.0	12.0	・特になし 62

●自分の街を誇りに思える要素の上位項目は、「住み心地」が45.9%、「災害リスクの低さ」20.9%、「自然環境」20.2%、「子育て環境」17.9%、「大型商業施設」15.1%の順となっている。

その他の自由意見では、利便性に関する「都心へのアクセスの良さ・交通の便」を挙げる人が多くみられた。

●特に居住者では、「災害のリスクの低さ」「大型商業施設」の割合が高かった。



シビックプライドにおける重要な項目は、前回調査とほぼ同様に「住み心地のよさ」が突出していた。

また、前回低かった「災害リスクの低さ」が11.8ポイント増えて上位にあがったことは、近年の気候変動などに伴う災害の多さから、自分が住む地域の安心・安全性に関心が高まるようになり、重要な要素として大きく影響を与えるようになった可能性が高い。

全体的に都市環境における利便性・利用価値の項目が上位を占めていることから、これらが地域への愛着や関心に影響を与えていると見ることができる。

さらに居住者は、「自然環境」や「子育て環境」についても高く評価している。

総括

調査からの考察

■印西市の認知度・イメージ

□認知度

認知度とは「ある事柄についてはっきりと認められる、知られている度合いを示す」ものである。条件により異なるが、今回の調査で印西市の認知度は60%弱あり、2020年調査より若干下がったものの高い認知度を維持している。また、市の中でも都市開発された「千葉ニュータウン」の認知度は、非居住者でも75.4%と非常に高く、訪問場所としても上位にあがった。「印西市」は域外において隣接県を中心に、ある程度知られている市であると見ることができる。

人は知らないところに行かない（交流しない）、また住まない（定住しない）ため、その足掛かりとして「認知度」は重要な意味がある。過去の調査と比較して、認知度に大きな変化は見られなかったが、印西市の認知度は決して低いものではないと言える。

□イメージ

人が定住や移住をする際に重視し、検討することは、公共交通機関や商業施設等の充実、住居費の安さなどの生活圏内の「利便性やその価値」である。印西市は、千葉ニュータウンを中心に「住環境設備の充実」と「人口が増えている」イメージがあり、街の「利便性や利用価値」に強みがある。

したがって、移住や定住につながる“暮らしてみたい”“住んでみたい”と思わせる魅力が、印西市には存在し、それがイメージとして認知されていると考えられる。

■まちに関する情報取得源

街の情報収集手段の多くは、口コミやインターネットを介していた。

口コミの強みは「信憑性」と「情報の鮮度」にある。近年増加しているインターネットによる情報取得は、口コミと類似する点が多いため、活用の場として広がっている。

一方、前回調査で最も多かったテレビは大幅に減少し、男女共に10-40代まで2割を切った。生活スタイルの変化とスマートフォンの普及でテレビ離れが加速している現実が如実に表れた結果となった。

また、行政のホームページによる情報取得が伸びたのも、インターネットの活用と情報の信憑性を確認するために活用されたと思われる。

■シティプロモーション活動

2018年からスタートした「イルミライ★INZAI」は、居住者の81.4%が認知しており、67.7%が行ったことがあると回答していた。これは、居住者の交流や関係性の創出に一定の効果があると言える一方で、非居住者への認知度は11.7%と低かった。

インパクトのあるPR動画は、市の認知度向上に一定の貢献をしたものと評価できるが、2作目、3作目と徐々に動画自体の認知度は下がった。時代のニーズを捉えたPRツールの活用が重要である。

スポーツイベントなどによるプロモーション活動は居住者と非居住者の差がほかのPRに比べて小さく、域外へのPRには一定の効果が見込まれる。

マスコットキャラクターの「いんざい君」は市内に十分浸透しており、PRのシンボリックな存在となっている。

今回新たに成果指標として導入したmGAP(修正地域参画総量指標)でまちに住む人の意欲(熱量)を数値化した。以下がその傾向で、低い意欲を今後上げていく必要がある。

推奨意欲：高い

居住者・居住経験者では、移住・定住に印西市を薦められると感じている人は多い。「住みよい街」として市に魅力を感じているからだと考えることができる。

参加意欲：低い

全体的に低く評価された。また女性の評価の低さが顕著であった。これは、地域の魅力を感じながらも、それを共有する「体験」や魅力を伝えよう、良くしようとする「関与」の消極性がうかがえる

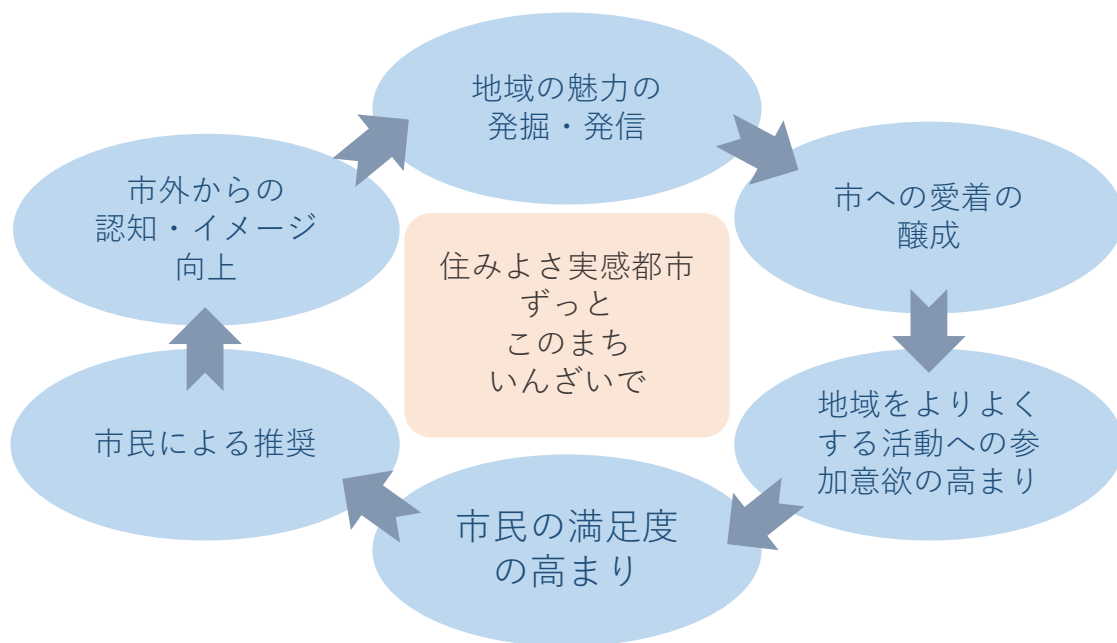
感謝意欲：高い

市をよりよくしようと活動している人への感謝は、特に居住者において高く評価されていた。これは、市への住みやすさに満足していることを示していると考えられる

今後のシティプロモーションの方向性①

■選んでもらうためのまちづくりの推進

メディアによる「住みよいまち」などの各種ランキングで県内のトップや全国上位に常に位置していることに加え、人口増加や立地特性による企業進出なども順調にしている印西市であるが、将来的には日本全国の課題である少子高齢化、人口減少の局面を迎えることは避けられない。一方でそれまでの時間的な猶予があることはほかの自治体に比べてとても恵まれているといえる。その時間を有効活用して以下のような市民の意識・行動変容を自発的に促していく流れを確立することで人口減少を最小限に留め、一定の規模を保ちながら持続的なまちづくりを推進していくことが可能となる。



■情報発信力の強化（効果的・効率的に情報を発信）

情報を発信することは、①居住者に対しての地域への愛着・関与意欲の向上②非居住者に対しては街の魅力向上や来訪のきっかけにつながる。

情報発信をより効果的にするためには、口コミやSNS（X、LINEなど）を活用してインターネットを通じて、市の魅力を伝え、それに共感する「印西市のファン」を獲得することが有効であると思われる。

施策案①市民ライター、ローカルジャーナリスト（市民）などによるまちの情報発信力強化

施策案②地域の魅力を発信するアンバサダーとして、ゆかりのあるクリエイター、スポーツアスリート等の著名人を活用

施策案③印西での日常（ルーティーン）を描き、そのなかで暮らしやすさや満足度を伝える市民による動画配信など

今後のシティプロモーションの方向性②

■まちの持続的発展（市の魅力の創出・向上 行政サービスの充実・満足度向上）

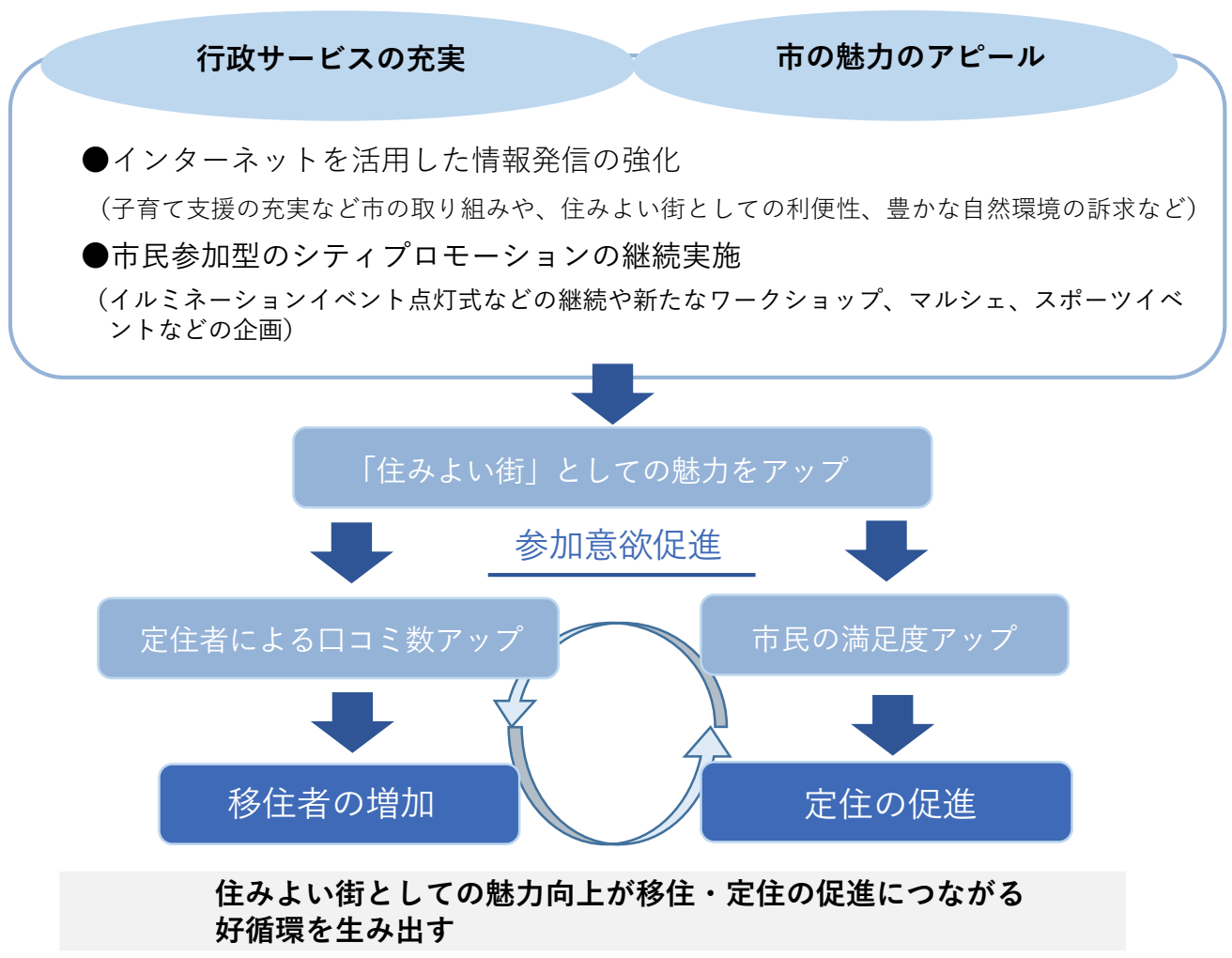
さらにプロモーション事業の費用対効果を高め、継続的に実施できるように「参加型・体験型」のプロモーション事業の創出にも取り組みながら、興味や関心が薄れることのないよう市内外へ情報を定期的に発信するとともに行政サービスの充実に努め、市民の満足度を向上させることが必要である。

印西市のシティプロモーションは、「参加」への意欲向上が必要

今回の調査結果から、印西市は「暮らしやすさ」を訴求するニーズに応えられているため、それが地域の魅力として存在している。そのため、移住者が増えているといえる。

しかし、mGAPの結果からは地域の魅力を推奨できる意欲に留まっており、地域参加までの意欲に至っていない。

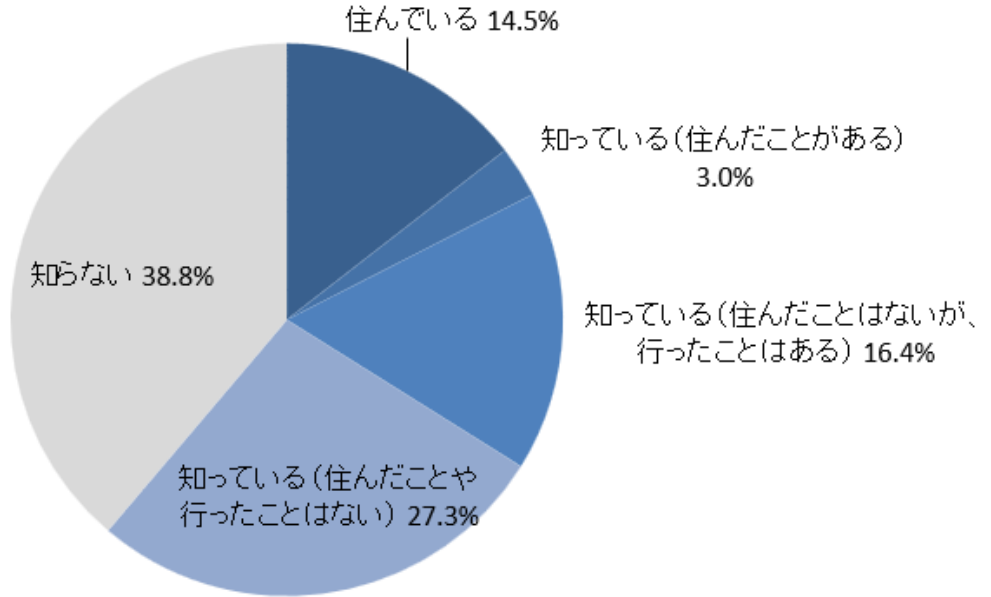
今後のステップとして引き続き行政サービスの充実に図り、市内外に向けて印西市の魅力の発信を強化し、市への「参加」意欲を促すことで、移住や定住の促進にさらに繋げていくことが重要である。



インターネットによるアンケート調査集計

■印西市の認知実態①

[Q1] 印西市についてお聞きします。
以下のうち、あなたに最もあてはまるものをお選びください。



単一回答	N	%
全体	2152	100.0
住んでいる	313	14.5
知っている(住んだことがある)	65	3.0
知っている(住んだことはないが、行ったことはある)	352	16.4
知っている(住んだことや行ったことはない)	587	27.3
知らない	835	38.8

居住者回答内訳

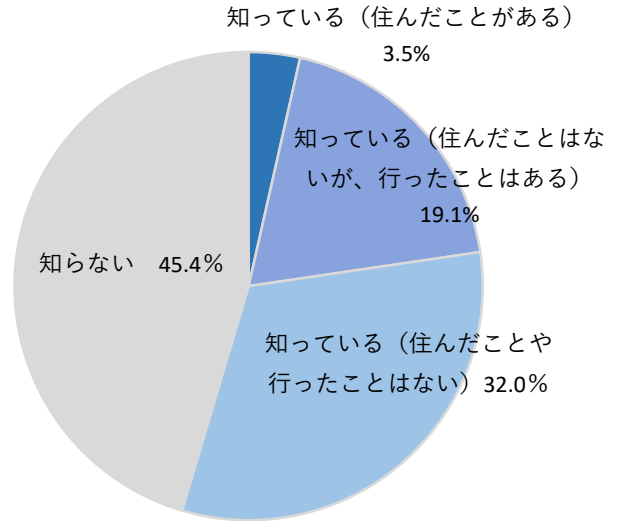
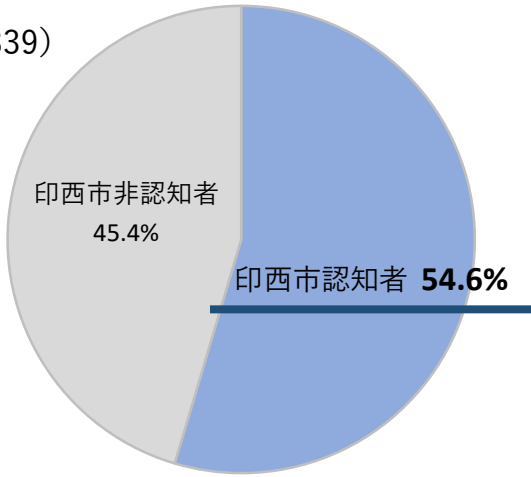
回答数	全体 (N)	男性 (%)	女性 (%)
全体	(313)	37.7	62.3
10代	(16)	37.7	62.3
20代	(45)	38.1	61.9
30代	(109)	42.2	57.8
40代	(143)	33.0	67.0

■印西市の認知実態②（1都6県・非居住者のみ）

印西市認知別・内訳

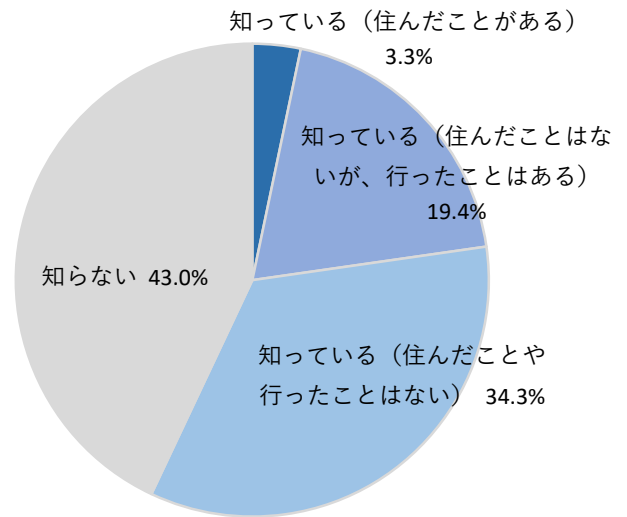
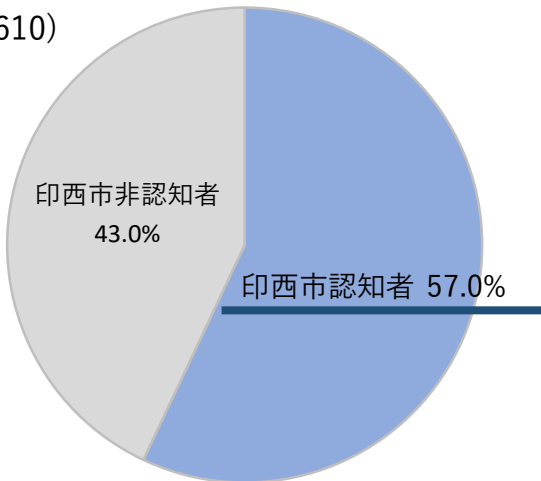
対象：10代～40代 / 住んでいる以外の回答

(N=1839)



対象：20代～40代 / 住んでいる以外の回答

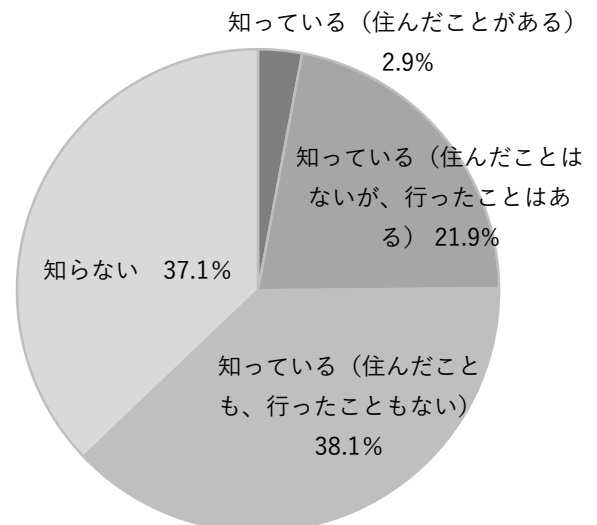
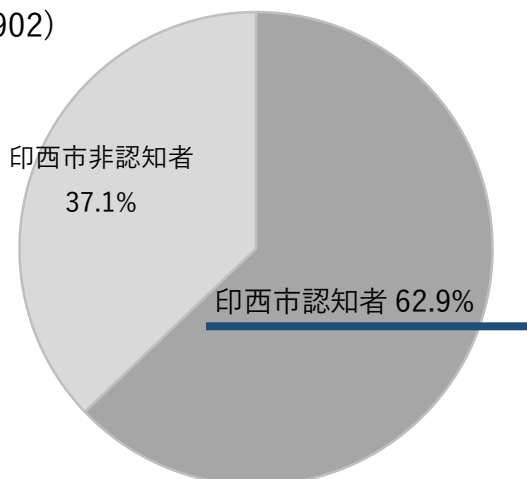
(N=1610)



【参考：2020年 認知調査】

対象：20代～40代

(N=1902)

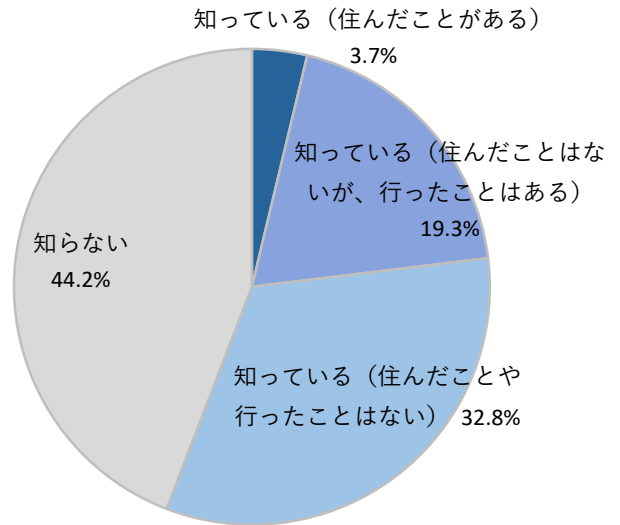
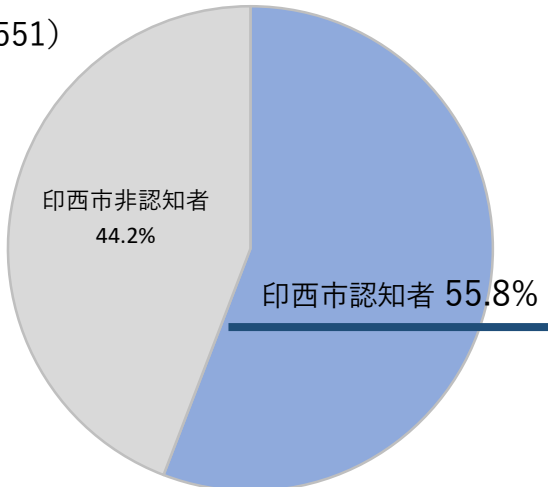


■印西市の認知実態③（1都3県・非居住者のみ）

印西市認知別・内訳

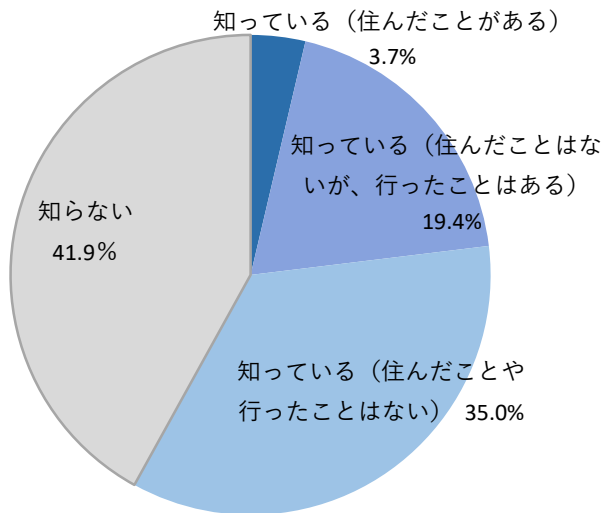
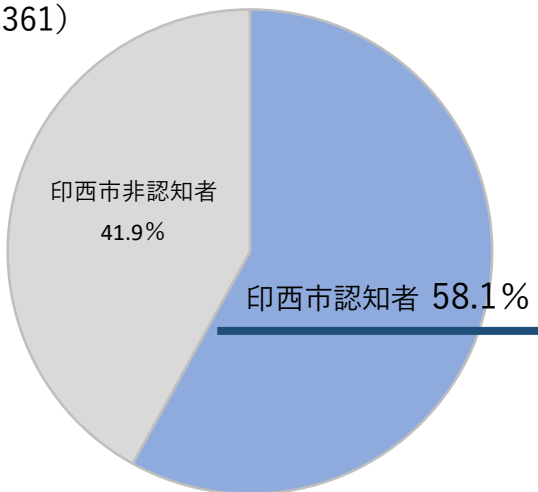
対象：10代～40代 / 住んでいる以外の回答

(N=1551)



対象：20代～40代 / 住んでいる以外の回答

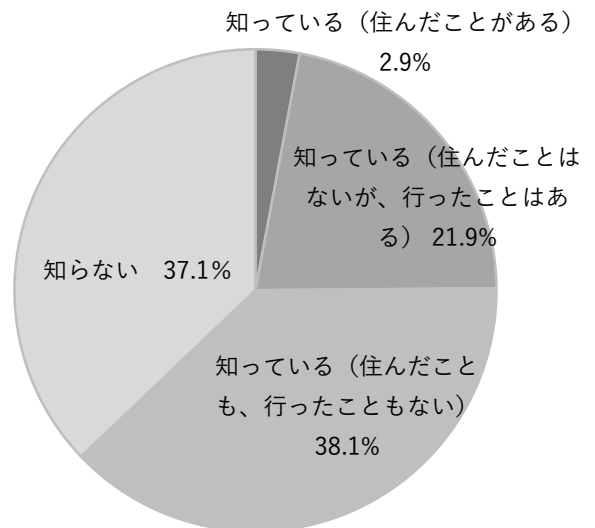
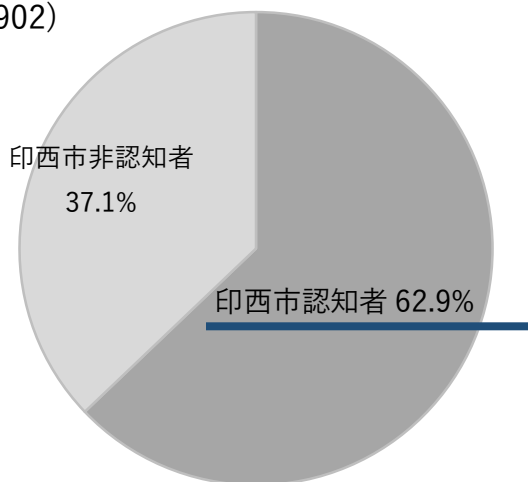
(N=1361)



【参考：2020年 認知調査】

対象：20代～40代

(N=1902)



■印西市の認知実態④（1都6県・20～40代・非居住者のみ）

クロス集計

対象：20代～40代 / 住んでいる以外の回答

		全体 (N)	知っている (住んだこと はないが、 とがある)	知っている (住んだこ とや行った ことはな い)	知らない	来訪経験 あり・計	認知・計	
	全体(N)	(1610)	3.3	19.4	34.3	43.0	22.7	57.0
性別	男性	(795)	3.6	23.3	34.3	38.8	26.9	61.2
	女性	(815)	2.9	15.7	34.2	47.2	18.6	52.8
年代別	20代	(522)	5.2	19.2	25.5	50.1	24.4	49.9
	30代	(540)	2.8	19.3	36.9	41.0	22.1	59.0
	40代	(548)	2.0	19.9	40.1	38.0	21.9	62.0
性年代別	男性20代	(255)	6.7	22.7	27.1	43.5	29.4	56.5
	男性30代	(265)	1.5	22.3	38.5	37.7	23.8	62.3
	男性40代	(275)	2.9	24.7	37.1	35.3	27.6	64.7
	女性20代	(267)	3.7	15.7	24.0	56.6	19.4	43.4
	女性30代	(275)	4.0	16.4	35.3	44.3	20.4	55.7
	女性40代	(273)	1.1	15.0	43.2	40.7	16.1	59.3
居住地別	茨城県	(102)	2.0	32.4	33.3	32.3	34.4	67.7
	栃木県	(74)	0.0	8.1	25.7	66.2	8.1	33.8
	群馬県	(73)	1.4	13.7	31.5	53.4	15.1	46.6
	埼玉県	(252)	4.0	16.3	34.1	45.6	20.3	54.4
	千葉県	(239)	9.6	51.0	30.1	9.3	60.6	90.7
	東京都	(541)	2.0	14.0	38.1	45.9	16.0	54.1
	神奈川	(329)	1.8	7.6	34.0	56.6	9.4	43.4
印西市認知別	印西市認知者	(918)	5.8	34.1	60.1	0.0	39.9	100.0
	印西市非認知者	(692)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0

■印西市の認知実態⑤（1都6県・10代～40代・非居住者のみ）

クロス集計

対象：10代～40代 / 住んでいる以外の回答



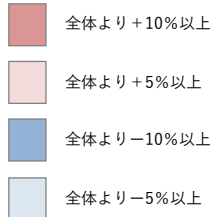
10代を入れて集計が変わったカテゴリー

	全体(N)	知っている (住んだことは ないが、 行ったこと はある)	知っている (住んだこと や行ったこと はない)	知らない	来訪経験 あり・計	認知・計		
全体(N)	(1839)	3.5	19.1	32.0	45.4	22.6	54.6	
性別	男性	(890)	4.0	23.0	32.7	40.3	27.0	59.7
	女性	(949)	3.1	15.5	31.2	50.2	18.6	49.8
年代別	10代	(229)	5.2	17.0	15.3	62.5	22.2	37.5
	20代	(522)	5.2	19.2	25.5	50.1	24.4	49.9
	30代	(540)	2.8	19.3	36.9	41.0	22.1	59.0
	40代	(548)	2.0	19.9	40.1	38.0	21.9	62.0
性年代別	男性10代	(95)	7.4	21.1	18.9	52.6	28.5	47.4
	男性20代	(255)	6.7	22.7	27.1	43.5	29.4	56.5
	男性30代	(265)	1.5	22.3	38.5	37.7	23.8	62.3
	男性40代	(275)	2.9	24.7	37.1	35.3	27.6	64.7
	女性10代	(134)	3.7	14.2	12.7	69.4	17.9	30.6
	女性20代	(267)	3.7	15.7	24.0	56.6	19.4	43.4
	女性30代	(275)	4.0	16.4	35.3	44.3	20.4	55.7
	女性40代	(273)	1.1	15.0	43.2	40.7	16.1	59.3
居住地別	茨城県	(118)	3.4	30.5	28.8	37.3	33.9	62.7
	栃木県	(85)	1.2	7.1	23.5	68.2	8.3	31.8
	群馬県	(85)	2.4	11.8	29.4	56.4	14.2	43.6
	埼玉県	(292)	3.8	15.8	31.5	48.9	19.6	51.1
	千葉県	(271)	9.2	51.3	29.5	10.0	60.5	90.0
	東京都	(612)	2.3	14.4	35.5	47.8	16.7	52.2
	神奈川	(376)	2.1	7.2	31.6	59.1	9.3	40.9
印西市認知別	印西市認知者	(1004)	6.5	35.1	58.4	0.0	41.6	100.0
	印西市非認知者	(835)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0

■印西市の認知実態⑥（1都3県・20代～40代・非居住者のみ）

クロス集計

対象：20代～40代 / 住んでいる以外の回答

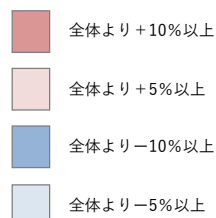


		全体 (N)	知っている (住んだこと はないが、 行ったこと はある)	知っている (住んだこと や行った ことはない)	知らない	来訪経験 あり・計	認知・計	
全体(N)		(1361)	3.7	19.4	35.0	41.9	23.1	58.1
性別	男性	(671)	4.2	23.1	35.3	37.4	27.3	62.6
	女性	(690)	3.2	15.8	34.6	46.4	19.0	53.6
年代別	20代	(441)	5.7	19.7	26.1	48.5	25.4	51.5
	30代	(457)	3.1	18.8	37.9	40.2	21.9	59.8
	40代	(463)	2.4	19.7	40.6	37.3	22.1	62.7
性年代別	男性20代	(215)	7.4	22.8	28.4	41.4	30.2	58.6
	男性30代	(223)	1.8	22.0	39.5	36.7	23.8	63.3
	男性40代	(233)	3.4	24.5	37.8	34.3	27.9	65.7
	女性20代	(226)	4.0	16.8	23.9	55.3	20.8	44.7
	女性30代	(234)	4.3	15.8	36.3	43.6	20.1	56.4
	女性40代	(230)	1.3	14.8	43.5	40.4	16.1	59.6
居住地別	埼玉県	(252)	4.0	16.3	34.1	45.6	20.3	54.4
	千葉県	(239)	9.6	51.0	30.1	9.3	60.6	90.7
	東京都	(541)	2.0	14.0	38.1	45.9	16.0	54.1
	神奈川	(329)	1.8	7.6	34.0	56.6	9.4	43.4
印西市認知別	印西市認知者	(790)	6.3	33.4	60.3	0.0	39.7	100.0
	印西市非認知者	(571)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0

■印西市の認知実態⑦（1都3県・10代～40代・非居住者のみ）

クロス集計

対象：10代～40代 / 住んでいる以外の回答



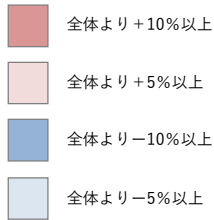
10代を入れて集計が変わったカテゴリー

	全体(N)	知っている (住んだことは ないが、 行ったこと はある)	知っている (住んだこ とや行った ことはない)	知らない	来訪経験あ り・計	認知・計	
全体(N)	(1551)	3.7	19.3	32.8	44.2	23.0	55.8
性別							
男性	(751)	4.4	23.3	33.7	38.6	27.7	61.4
女性	(800)	3.1	15.6	31.9	49.4	18.7	50.6
年代別							
10代	(190)	4.2	18.9	16.8	60.1	23.1	39.9
20代	(441)	5.7	19.7	26.1	48.5	25.4	51.5
30代	(457)	3.1	18.8	37.9	40.2	21.9	59.8
40代	(463)	2.4	19.7	40.6	37.3	22.1	62.7
性年代別							
男性10代	(80)	6.3	25.0	20.0	48.7	31.3	51.3
男性20代	(215)	7.4	22.8	28.4	41.4	30.2	58.6
男性30代	(223)	1.8	22.0	39.5	36.7	23.8	63.3
男性40代	(233)	3.4	24.5	37.8	34.3	27.9	65.7
女性10代	(110)	2.7	14.5	14.5	68.3	17.2	31.7
女性20代	(226)	4.0	16.8	23.9	55.3	20.8	44.7
女性30代	(234)	4.3	15.8	36.3	43.6	20.1	56.4
女性40代	(230)	1.3	14.8	43.5	40.4	16.1	59.6
居住地別							
埼玉県	(292)	3.8	15.8	31.5	48.9	19.6	51.1
千葉県	(271)	9.2	51.3	29.5	10.0	60.5	90.0
東京都	(612)	2.3	14.4	35.5	47.8	16.7	52.2
神奈川	(376)	2.1	7.2	31.6	59.1	9.3	40.9
印西市認知別							
印西市認知者	(866)	6.7	34.6	58.7	0.0	41.3	100.0
印西市非認知者	(685)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0

■印西市の認知実態⑧ (参考：2020年調査)

クロス集計

対象：20代～40代

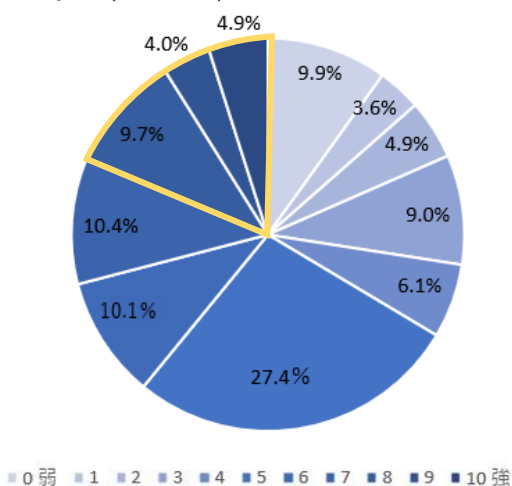


		全体	知っている る(住ん だことが ある)	知ってい ないが、 行ったこ ともな とはあ い) る)	知ってい る(住ん だことも、 行ったこ ともな い)	知らない	来訪経験 あり・計	認知・計
全体		(1902)	2.9	21.9	38.1	37.1	24.8	62.9
性別	男性	(951)	3.7	27.5	38.7	30.1	31.2	69.9
	女性	(951)	2.2	16.3	37.3	44.2	18.5	55.8
年代別	20代	(634)	4.7	18.5	33.4	43.4	23.2	56.6
	30代	(634)	2.8	23.8	38.3	35.1	26.6	64.9
	40代	(634)	1.3	23.5	42.3	32.9	24.8	67.1
性年代別	男性20代	(317)	7.6	21.8	33.8	36.8	29.4	63.2
	男性30代	(317)	2.8	28.7	40.1	28.4	31.5	71.6
	男性40代	(317)	0.6	32.2	42.3	24.9	32.8	75.1
	女性20代	(317)	1.9	15.1	33.1	49.9	17.0	50.1
	女性30代	(317)	2.8	18.9	36.6	41.7	21.7	58.3
	女性40代	(317)	1.9	14.8	42.3	41.0	16.7	59.0
居住地別	茨城県	(138)	3.6	34.1	37.0	25.3	37.7	74.7
	栃木県	(93)	1.1	12.9	35.5	50.5	14.0	49.5
	群馬県	(93)	1.1	8.6	29.0	61.3	9.7	38.7
	埼玉県	(324)	0.9	15.7	40.4	43.0	16.6	57.0
	千葉県	(264)	3.0	56.8	33.0	7.2	59.8	92.8
	東京都	(594)	5.1	16.2	41.4	37.3	21.3	62.7
	神奈川県	(396)	2.0	13.4	37.4	47.2	15.4	52.8
印西市認知別	印西市認知者	(1196)	4.7	34.9	60.4	0.0	39.6	100.0
	印西市非認知者	(706)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0

■印西市推奨・参加・感謝度①

[Q2] 印西市を友人知人や家族などに訪問や住むことに関して推奨する気持ちは0～10までの段階でどのくらいですか。(11段階)

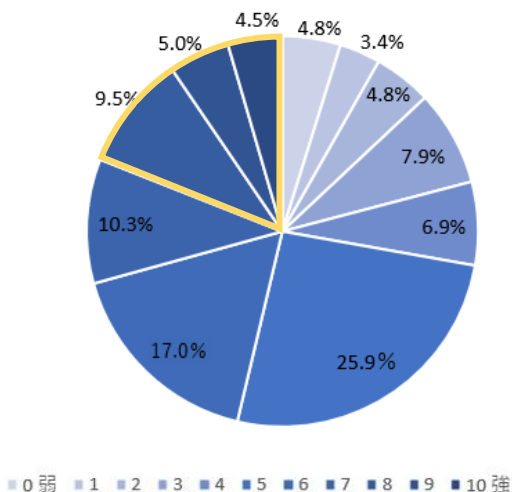
(N=1317)



[Q3] 印西市をよりよくするために地域活動などに参加や行動しようとする気持ちはどのくらいですか。(11段階)

※現在印西市に住んでいない方は、直近で住んでいた時のことについてお答えください。

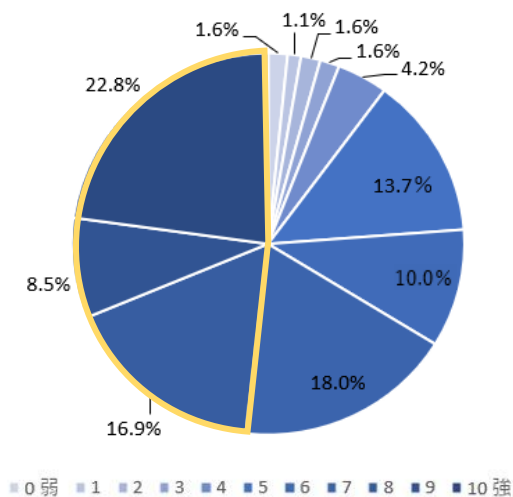
(N=378)



[Q4] 印西市をよりよくしようと活動している人に感謝の気持ちを表すと、どのくらいですか。(11段階)

※現在印西市に住んでいない方は、直近で住んでいた時のことについてお答えください。

(N=378)



■印西市推奨・参加・感謝度②

mGAP 3つの意欲の測定方法

1. 地域を他者におすすめする気持ち = **地域推奨意欲** (市内及び市外ターゲット)
 ○○市を知人友人におすすめする気持ちはどの程度ですか。
2. 地域をよくする活動へ参加する気持ち = **地域参加意欲**
 ○○市をよりよくするために参加や行動しようとする気持ちはどの程度ですか。
3. 地域で活動する人に感謝する気持ち = **地域感謝意欲**
 ○○市をよりよくしようと活動している人に感謝の気持ちを表すと、どの程度ですか。

- 上記3項目について、0～10までの11段階で回答してもらう。 【計算式】
 意欲10～8<0%> 5以下<△%>
 ○%-△%=□
 □×人口○○(万人)=A
- ※0が最も低く、10が最も高い

印西市mGAP

【全体】

※参加・感謝の対象者：居住者・居住経験者
 ※2023年10月末人口：約11.1万人より算出

区分	総数	強い (8～10)		弱い (0～5)		計算値	
		数	率	数	率	mGAP	総mGAP
推奨	1317	246	18.7	802	60.9	▲ 468	▲ 583
参加	378	72	19.0	203	53.7	▲ 385	
感謝	378	182	48.1	90	23.8	270	

【男性】

※2023年10月末男性人口：約5.5万人より算出

区分	総数	強い (8～10)		弱い (0～5)		計算値	
		数	率	数	率	mGAP	総mGAP
推奨	650	118	18.2	397	61.1	▲ 236	▲ 201
参加	154	43	27.9	66	42.9	▲ 83	
感謝	154	72	46.8	39	25.3	118	

【女性】

※2023年10月末女性人口：約5.6万人より算出

区分	総数	強い (8～10)		弱い (0～5)		計算値	
		数	率	数	率	mGAP	総mGAP
推奨	667	128	19.2	405	60.7	▲ 232	▲ 355
参加	224	29	12.9	137	61.2	▲ 270	
感謝	224	110	49.1	51	22.8	147	

【参考：令和4年北本市 mGAP調査】

※比較参考資料：巻末にあり

区分	総数	強い (8～10)		弱い (0～5)		計算値	
		数	率	数	率	mGAP	総mGap
推奨	1520	183	12.0	98.3	64.7	▲ 343	▲ 562
参加	1517	170	11.2	1049	69.1	▲ 376	
感謝	1519	754	49.6	387	25.5	157	

■印西市推奨・参加・感謝度③

対象：居住者・以前居住していた

【全体】

※2023年10月末人口：約11.1万人より算出

区分	総数	強い（8～10）		弱い（0～5）		計算値	
		数	率	数	率	mGAP	総mGAP
推奨	378	188	49.7	78	20.6	323	208
参加	378	72	19.0	203	53.7	▲ 385	
感謝	378	182	48.1	90	23.8	270	

【男性】

※2023年10月末男性人口：約5.5万人より算出

区分	総数	強い（8～10）		弱い（0～5）		計算値	
		数	率	数	率	mGAP	総mGAP
推奨	154	80	51.9	29	18.8	182	217
参加	154	43	27.9	66	42.9	▲ 83	
感謝	154	72	46.8	39	25.3	118	

【女性】

※2023年10月末女性人口：約5.6万人より算出

区分	総数	強い（8～10）		弱い（0～5）		計算値	
		数	率	数	率	mGAP	総mGAP
推奨	224	108	48.2	49	21.9	147	24
参加	224	29	12.9	137	61.2	▲ 270	
感謝	224	110	49.1	51	22.8	147	

対象：居住者のみ

【全体】

※2023年10月末人口：約11.1万人より算出

区分	総数	強い（8～10）		弱い（0～5）		計算値	
		数	率	数	率	mGAP	総mGAP
推奨	313	166	53.0	60	19.2	375	298
参加	313	57	18.2	172	55.0	▲ 408	
感謝	313	162	51.8	69	22.0	331	

【男性】

※2023年10月末男性人口：約5.5万人より算出

区分	総数	強い（8～10）		弱い（0～5）		計算値	
		数	率	数	率	mGAP	総mGAP
推奨	118	67	56.8	19	16.1	224	279
参加	118	33	28.0	51	43.2	▲ 84	
感謝	118	62	52.5	28	23.7	139	

【女性】

※2023年10月末女性人口：約5.6万人より算出

区分	総数	強い（8～10）		弱い（0～5）		計算値	
		数	率	数	率	mGAP	総mGAP
推奨	195	99	50.8	41	21.0	167	58
参加	195	24	12.3	121	62.1	▲ 279	
感謝	195	100	51.3	41	21.0	170	

■居住または訪問経験者の訪問形態

[Q5] 誰と、どのような理由で印西市に行きましたか？また、どこに行かれましたか？
 ※住んだことがある方は、その当時の事も含めて、印西市内で行ったことのある場所を3つまでお答えください。

例) 友人知人と 買い物に行ったことがある ホームセンター (カインズ、ジョイフル本田)

■■■■ ・・・2020年調査

●誰と

	(N=380)	(%)	(N=515)	(%)
家族	<小計> 201	52.9	<小計> 232	45.0
家族	127	(63.2)	139	(59.9)
配偶者	41	(20.4)	59	(25.4)
親・義理の親	20	(9.9)	17	(7.3)
兄弟姉妹	3	(1.5)	8	(3.5)
子ども	7	(3.5)	5	(2.2)
その他 親戚	3	(1.5)	4	(1.7)
友人・知人・恋人	<小計> 90	23.7	<小計> 141	27.4
友人・知人	74	(82.2)	127	(90.1)
恋人	16	(17.8)	14	(9.9)
1人	73	19.2	87	16.9
仕事関係	13	3.4	31	6.0
覚えてない	2	0.5	2	0.4
その他	1	0.3	22	4.3

●どこに行ったか

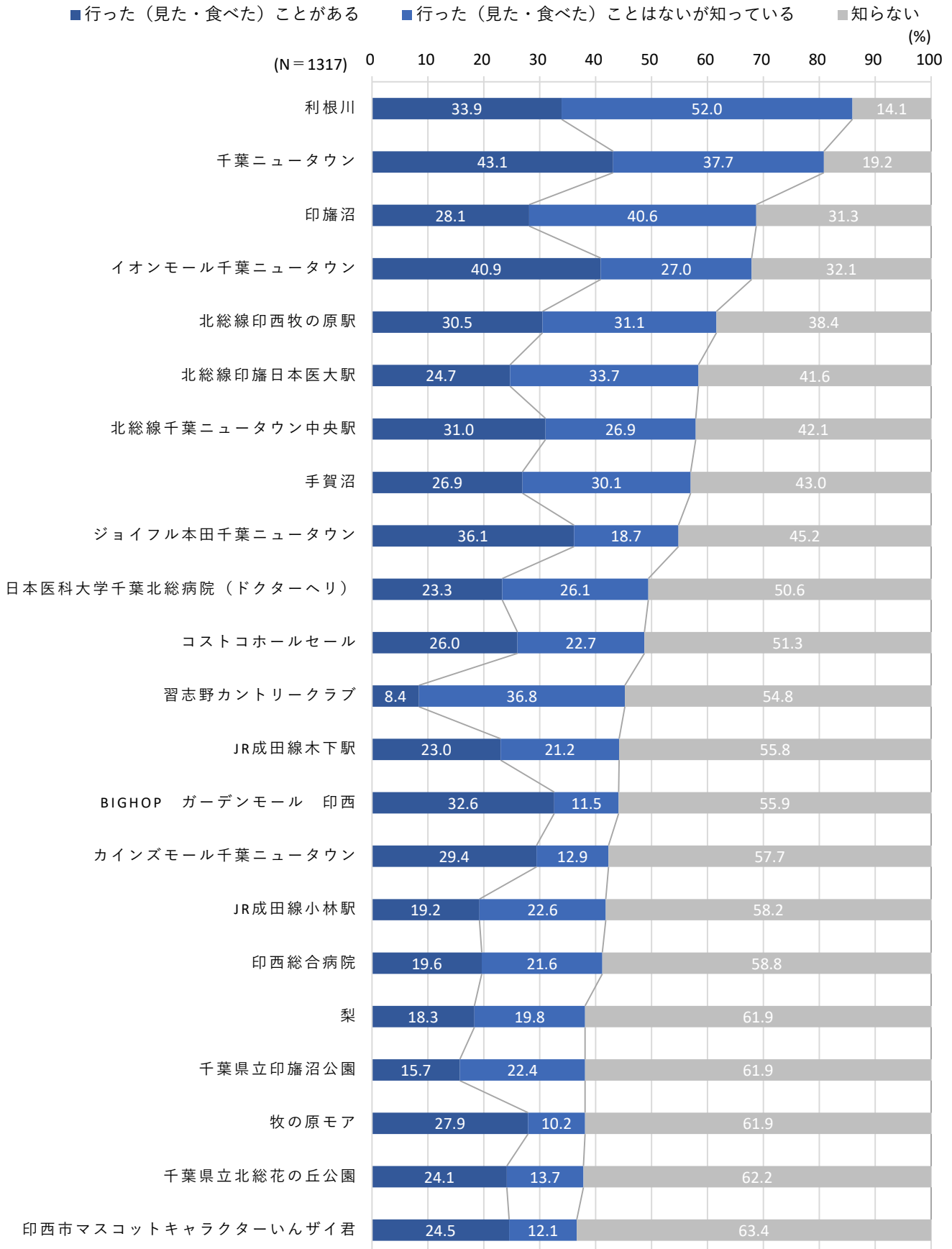
	(N=424)	(%)	(N=648)	(%)
買い物施設	<小計> 220	51.9	<小計> 317	48.9
ジョイフル本田	40	(18.2)	72	(22.7)
イオンモール	30	(13.6)	44	(13.9)
コストコ	30	(13.6)	35	(11.0)
ビッグホップ	25	(11.4)	28	(8.8)
ホームセンター	17	(7.7)	19	(6.0)
カインズホーム	8	(3.6)	18	(5.6)
スーパー	11	(5.0)	14	(4.4)
ショッピングモール	21	(9.6)	12	(3.8)
メガマックス	2	(0.9)	5	(1.6)
牧の原モア	9	(4.1)	4	(1.3)
ワイルドワン	1	(0.5)	4	(1.3)
アウトレット	2	(0.9)	4	(1.3)
その他 買い物施設	24	(10.9)	58	(18.3)
レジャー・温泉施設	<小計> 34	8.0	<小計> 68	10.5
公園	7	(20.6)	22	(32.3)
スパ・温泉・入浴施設	8	(23.5)	21	(30.9)
映画館	4	(11.8)	3	(4.4)
ゴルフ場・サッカー場・野球場	2	(5.9)	3	(4.4)
サバイバルゲーム場・ボウリング場	2	(5.9)	5	(7.4)
ファンタジーキッズリゾート	9	(26.4)	-	-
その他 レジャー施設	2	(5.9)	14	(20.6)
実家・親戚・知人宅・自宅	29	6.8	54	8.3
街	<小計> 31	7.3	<小計> 42	6.5
市内全域・市街地	10	(32.3)	28	(66.7)
千葉ニュータウン	21	(67.7)	10	(23.8)
駅周辺	-	-	4	(9.5)
取引先企業・商用訪問先	17	4.0	21	3.2
飲食店	18	4.3	18	2.8
公共施設	<小計> 6	1.4	<小計> 16	2.5
市役所・公民館・郵便局・図書館	3	(50.0)	9	(56.3)
学校・大学	2	(33.3)	5	(31.2)
体育館・陸上競技場・文化ホール	1	(16.7)	2	(12.5)
自然 (川・沼・山)	<小計> 17	4.0	<小計> 14	2.2
沼・印旛沼	7	(41.2)	11	(78.6)
海・川・山	10	(58.8)	3	(21.4)
通りすがり・通過	7	1.7	9	1.4
コンビニ	4	0.9	8	1.2
病院	5	1.2	6	0.9
駅・空港	6	1.4	5	0.8
寺社仏閣	2	0.5	3	0.5
その他	1	0.2	48	7.4
覚えていない	27	6.4	19	2.9

●どのような理由で

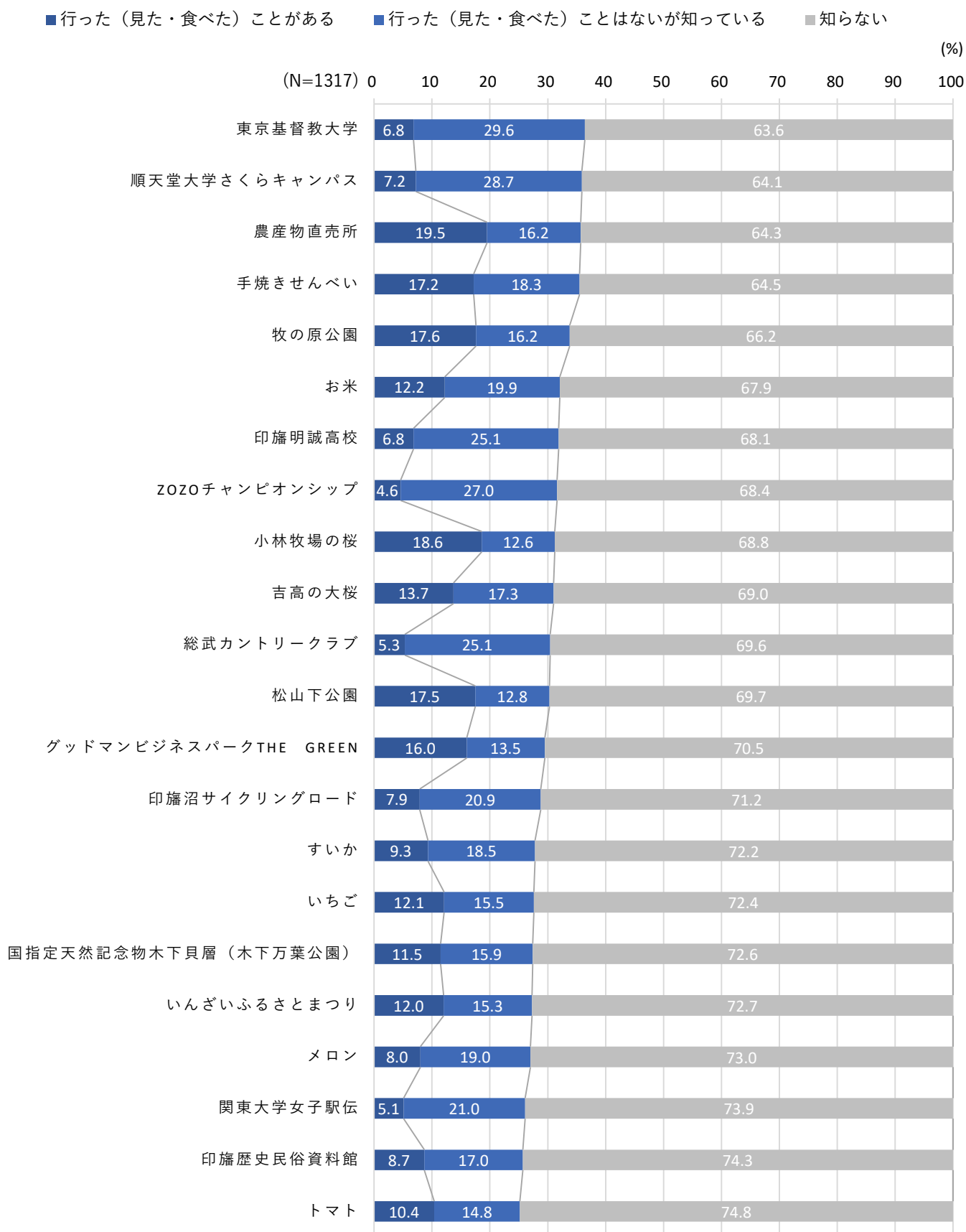
	(N=388)	(%)	(N=514)	(%)
ショッピング	144	37.1	182	35.4
レジャー	<小計> 112	28.9	<小計> 135	26.3
遊び・レジャー	35	(31.2)	44	(32.6)
旅行・観光	25	(22.3)	26	(19.3)
ドライブ	14	(12.5)	17	(12.6)
花・夜景などの景色を見るため	7	(6.2)	11	(8.1)
温泉・スパ・岩盤浴	6	(5.4)	9	(6.7)
スポーツ観戦・コンサート・イベント参加	5	(4.5)	6	(4.4)
ウォーキング・サイクリング・ツーリング	5	(4.5)	4	(3.0)
デート	6	(5.4)	3	(2.2)
映画	4	(3.6)	2	(1.5)
ボウリング・サバイバルゲーム	1	(0.9)	7	(5.2)
その他娯楽	4	(3.5)	6	(4.4)
仕事・学習	<小計> 48	12.4	<小計> 70	13.6
仕事・営業・商談・研修・通学	41	(85.4)	63	(90.0)
研究・試験・合宿・習い事・実習	5	(10.4)	5	(7.1)
大会・試合	2	(4.2)	2	(2.9)
人に会う	<小計> 29	7.5	<小計> 53	10.3
友人・知人・恋人	14	(48.3)	39	(73.6)
家族・親戚	15	(51.7)	12	(22.6)
お見舞い	-	-	2	(3.8)
飲食	16	4.1	18	3.5
電車乗り継ぎ・車で通過	17	4.4	13	2.5
住宅見学	4	1.0	4	0.8
その他 用事	3	0.8	36	7.0
覚えていない・目的なし	15	3.8	3	0.6

■印西市内の各スポット・物産認知実態①（居住者・非居住者）

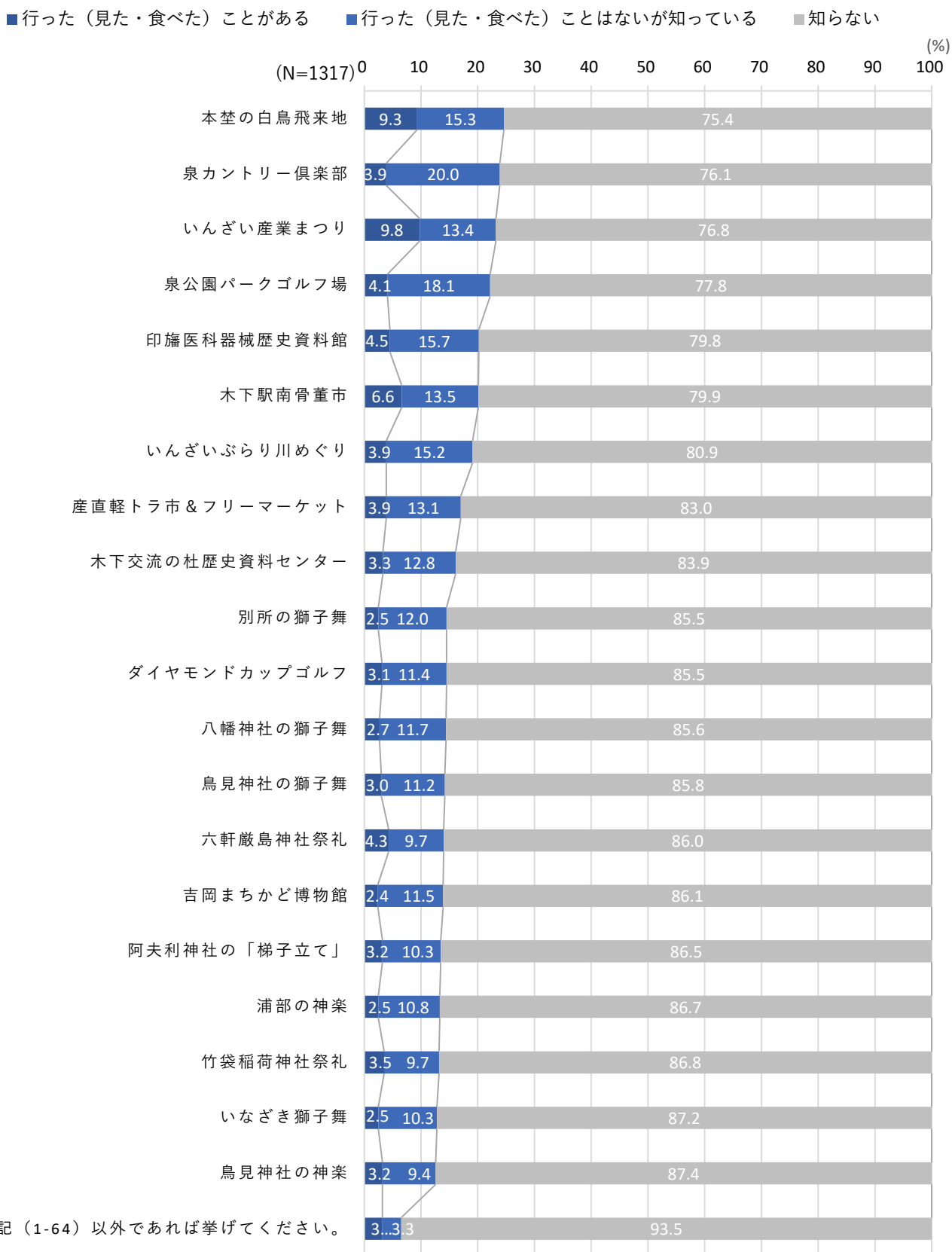
[Q6] 印西市の次のことについて知っていますか？【その他以外必須】



■印西市内の各スポット・物産認知実態②（居住者・非居住者）



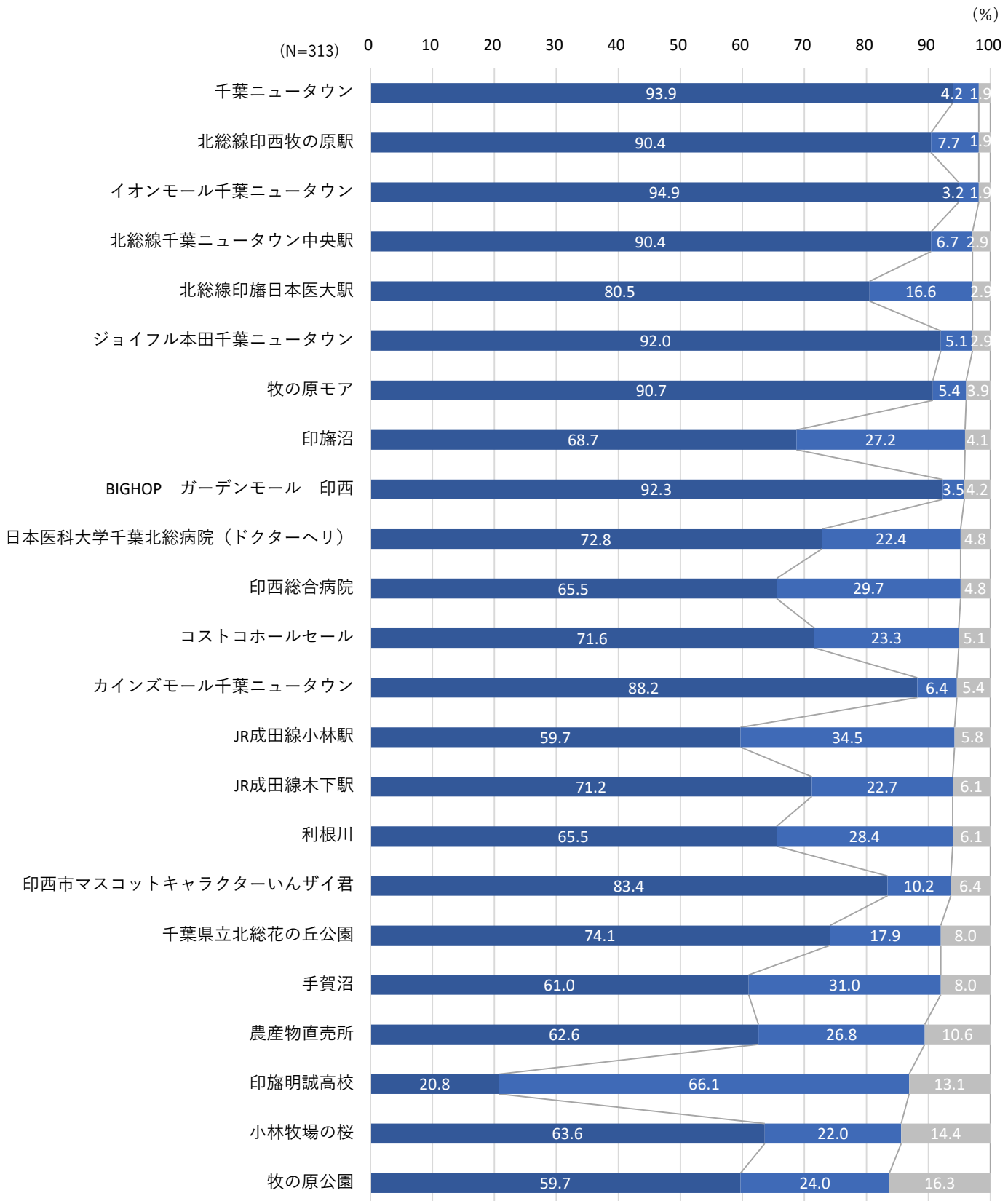
■印西市内の各スポット・物産認知実態③ (居住者・非居住者)



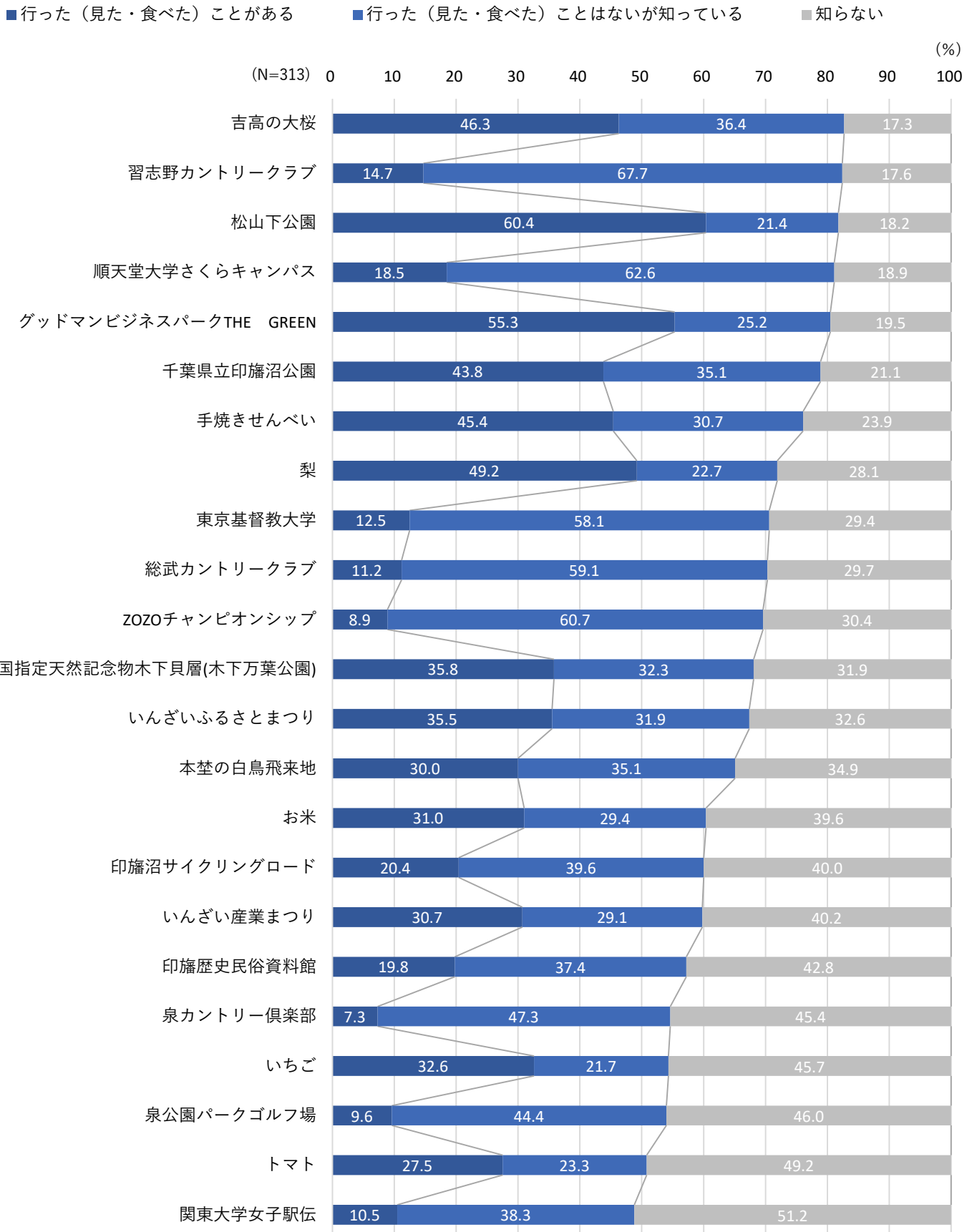
■印西市内の各スポット・物産認知実態④（居住者のみ）

[Q6] 印西市の次のことについて知っていますか？【その他以外必須】

■行った（見た・食べた）ことがある ■行った（見た・食べた）ことはないが知っている ■知らない

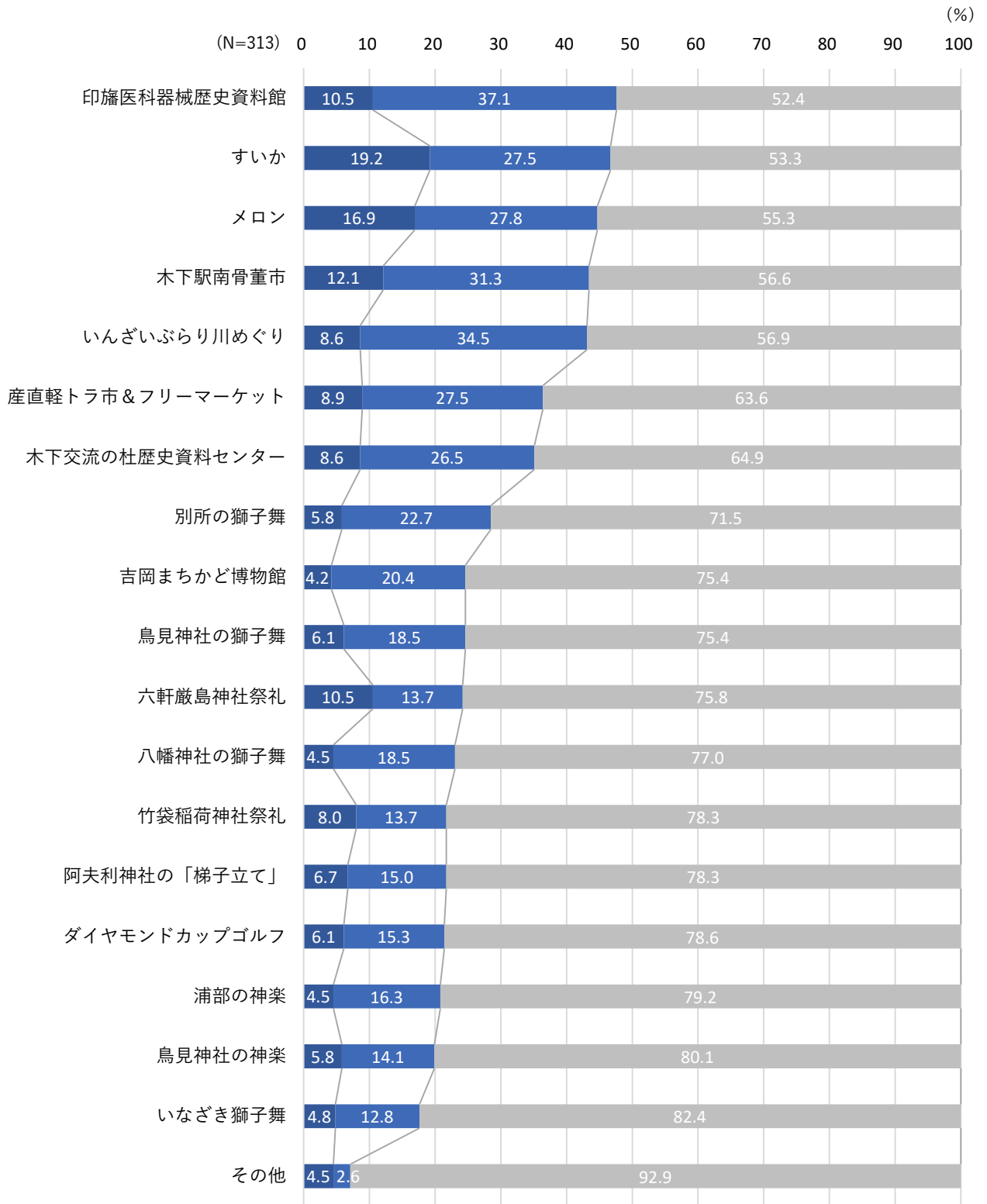


■印西市内の各スポット・物産認知実態⑤（居住者のみ）



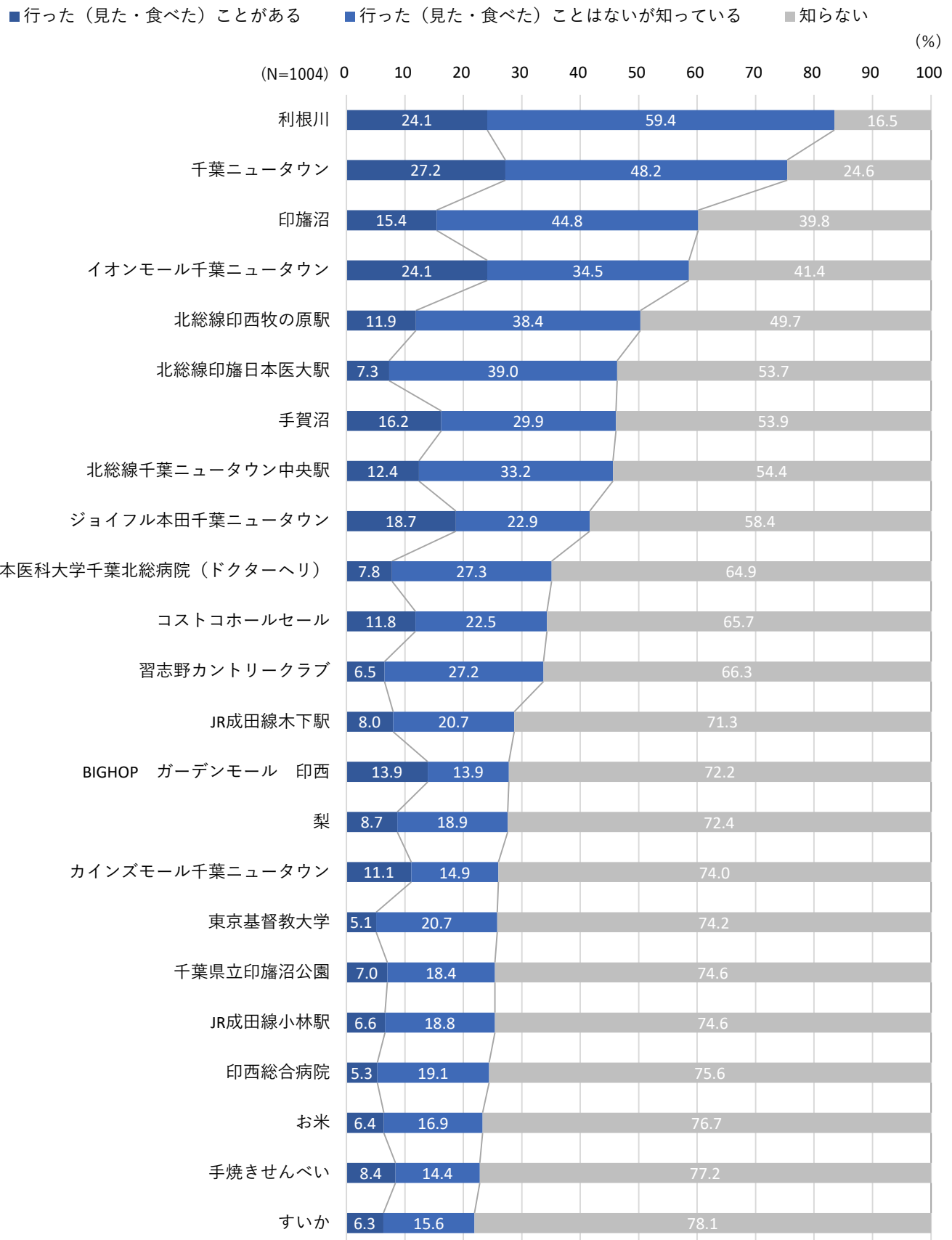
■印西市内の各スポット・物産認知実態⑥（居住者のみ）

■ 行った（見た・食べた）ことがある ■ 行った（見た・食べた）ことはないが知っている ■ 知らない



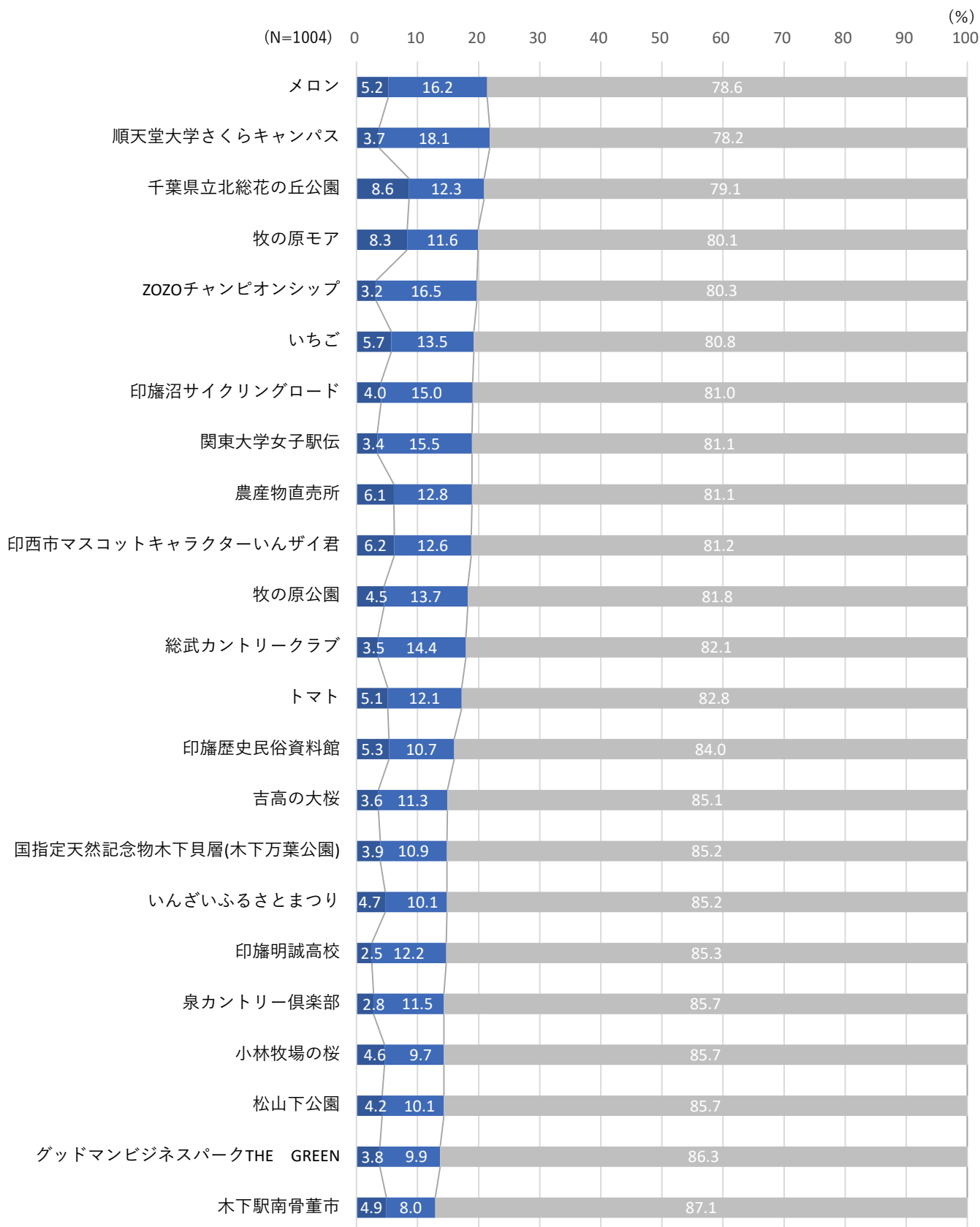
■印西市内の各スポット・物産認知実態⑦（非住居者のみ）

[Q6] 印西市の次のことについて知っていますか？【その他以外必須】



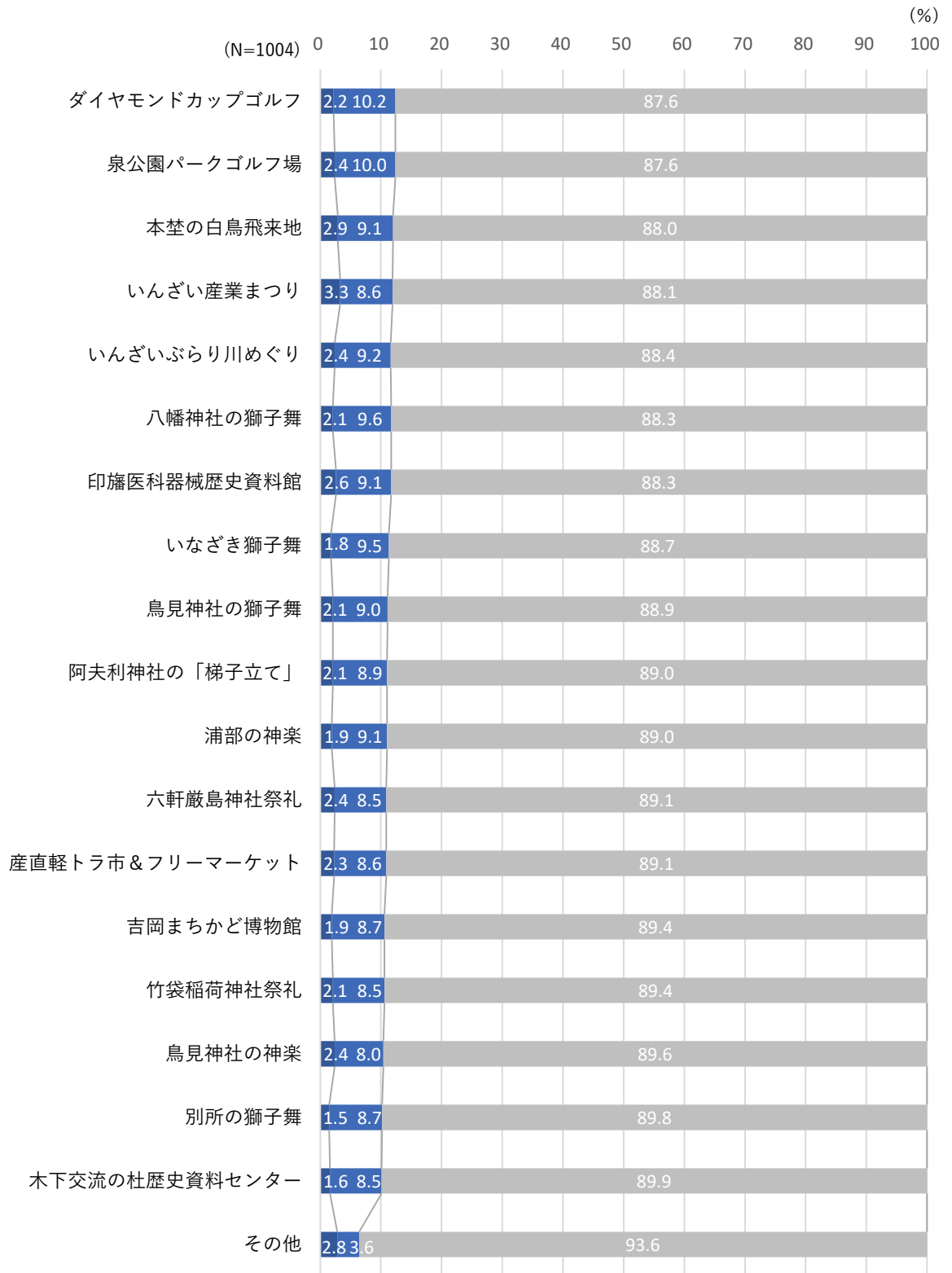
■印西市内の各スポット・物産認知実態⑧（非居住者のみ）

■行った（見た・食べた）ことがある ■行った（見た・食べた）ことはないが知っている ■知らない



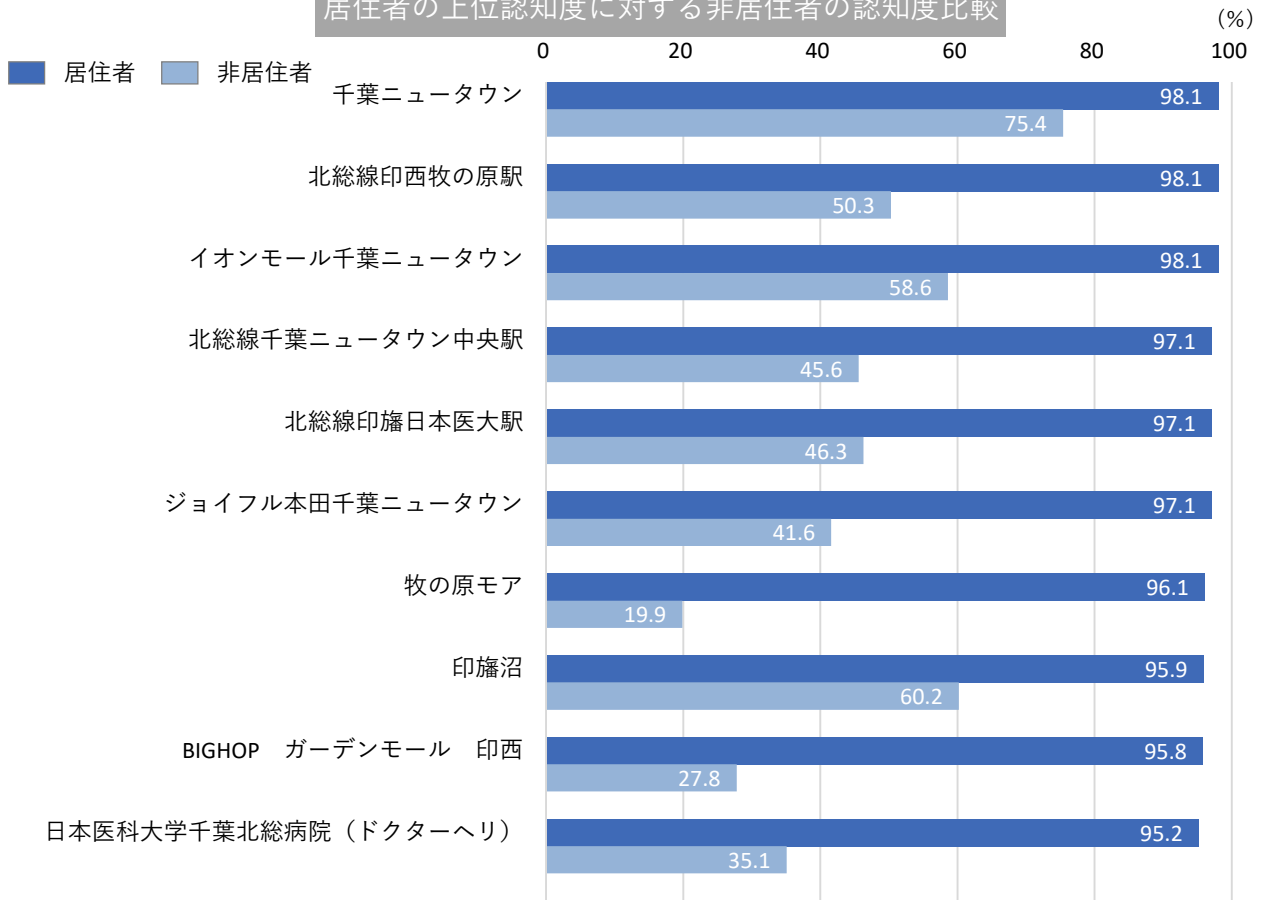
■印西市内の各スポット・物産認知実態⑨（非居住者のみ）

■ 行った（見た・食べた）ことがある ■ 行った（見た・食べた）ことはないが知っている ■ 知らない

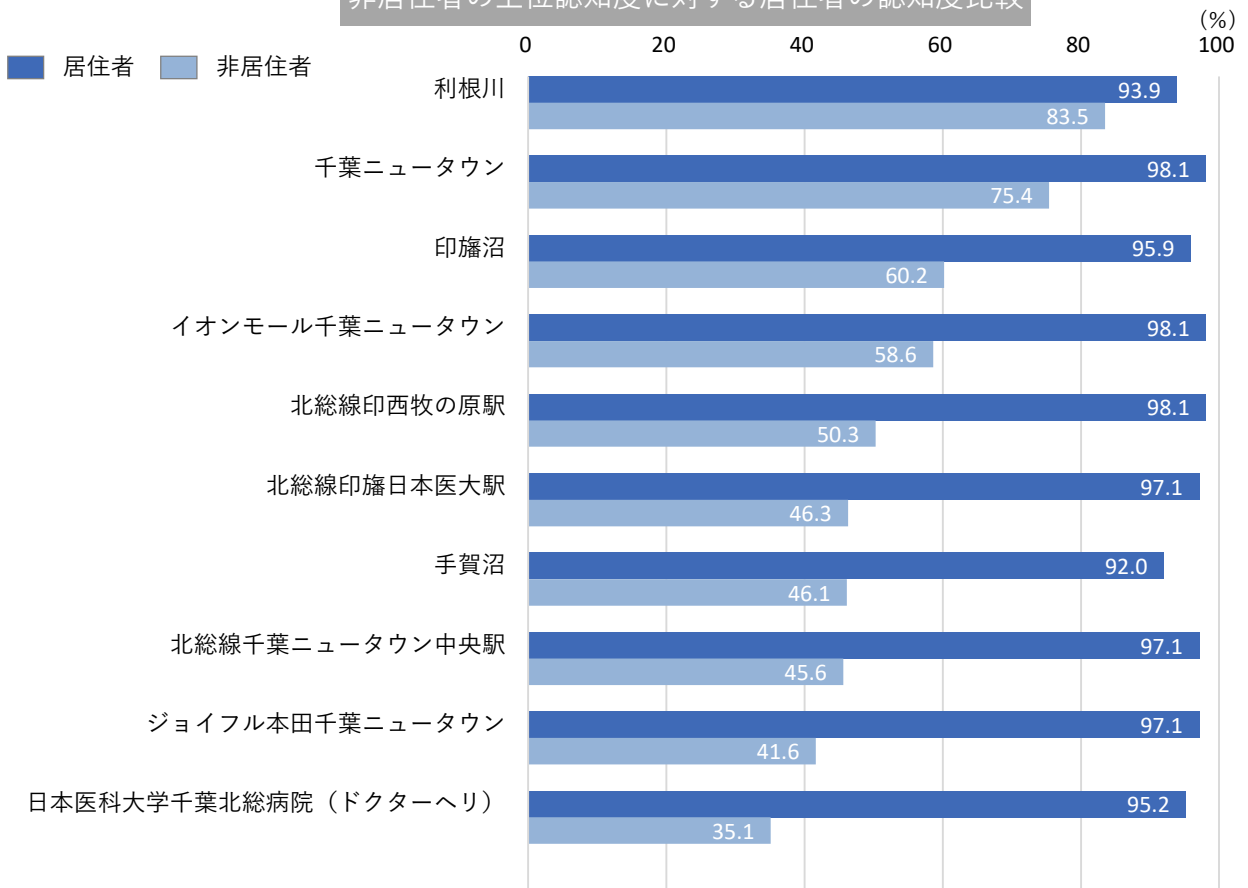


■印西市内の各スポット・物産認知実態⑩ (居住者と非居住者との比較)

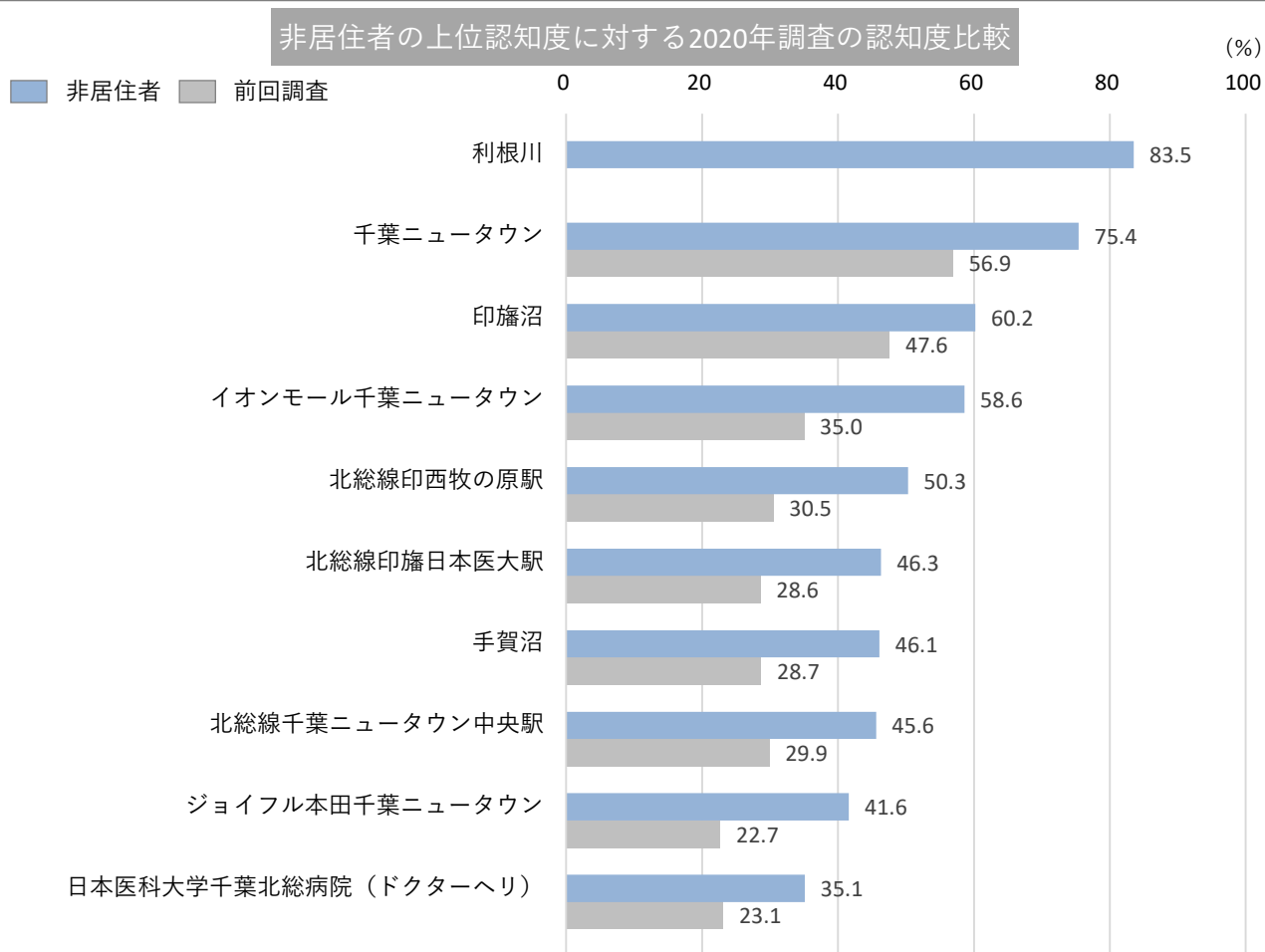
居住者の上位認知度に対する非居住者の認知度比較



非居住者の上位認知度に対する居住者の認知度比較



■印西市内の各スポット・物産認知実態⑪（前回調査との比較）

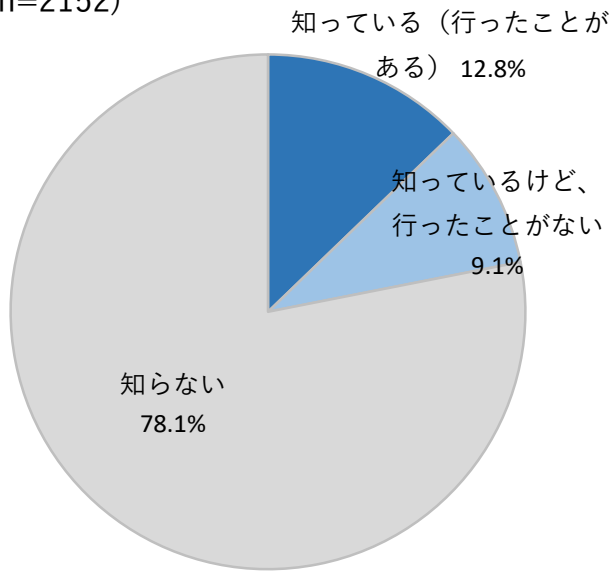


■印西市シティープロモーション認知実態①

[Q7] イルミライ★INZAI（イルミネーション）を知っていますか？

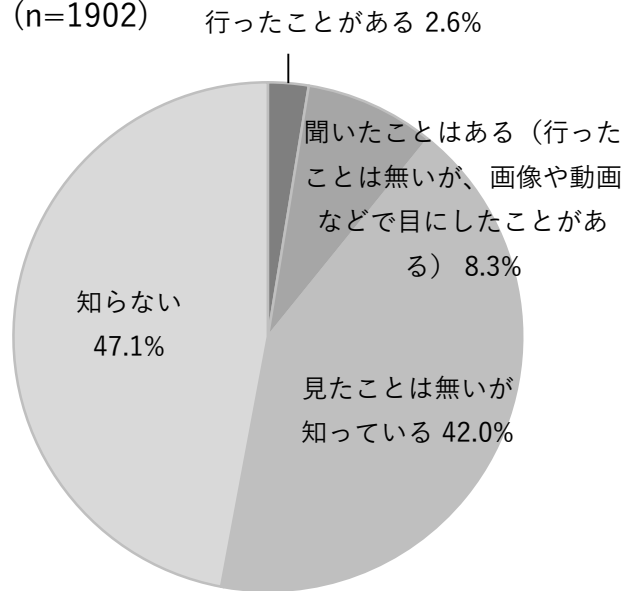
【参考：H29認知調査】

(n=2152)



認知度 21.9%

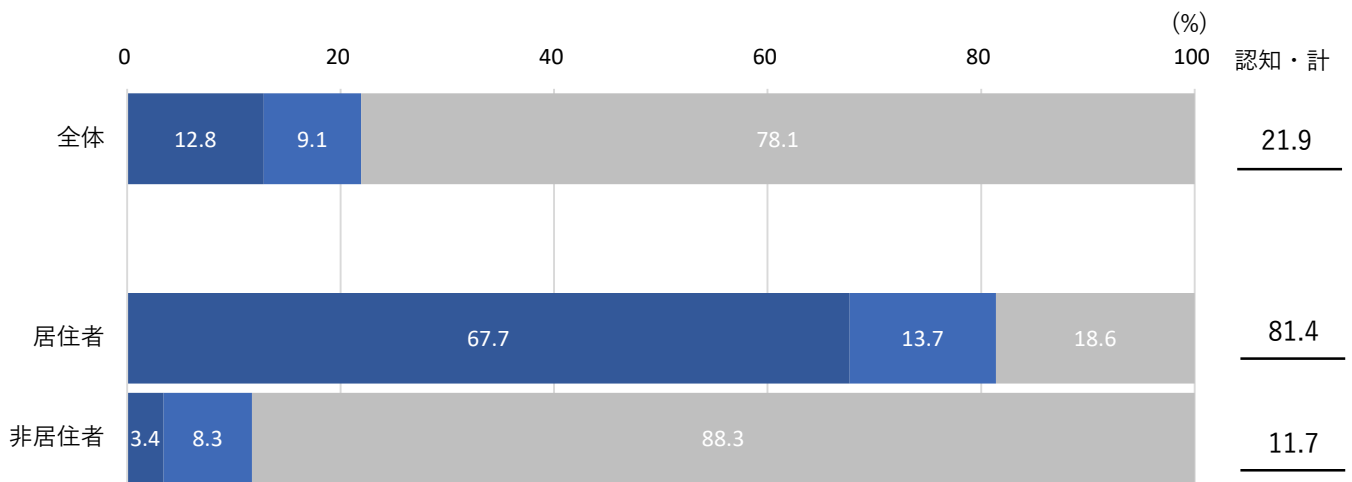
(n=1902)



認知度 52.9%

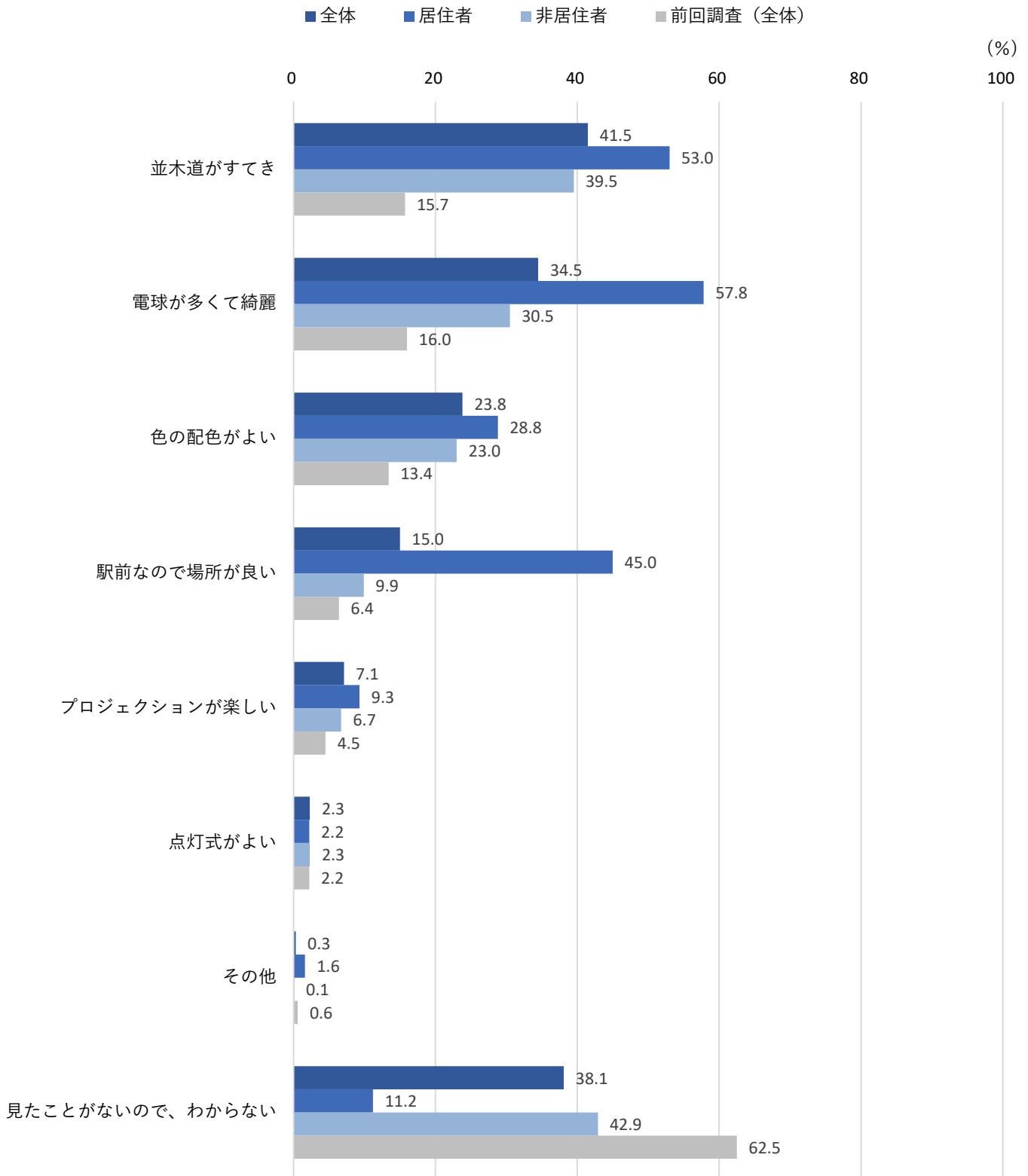
全体における居住者・非居住者の認知度内訳

■知っている（行ったことがある） ■知っているけど、行ったことがない ■知らない



■印西市シティープロモーション認知実態③

[Q8] イルミライ★INZAIで気に入ったところ、好きなところを挙げてください。
(複数回答3つまで)

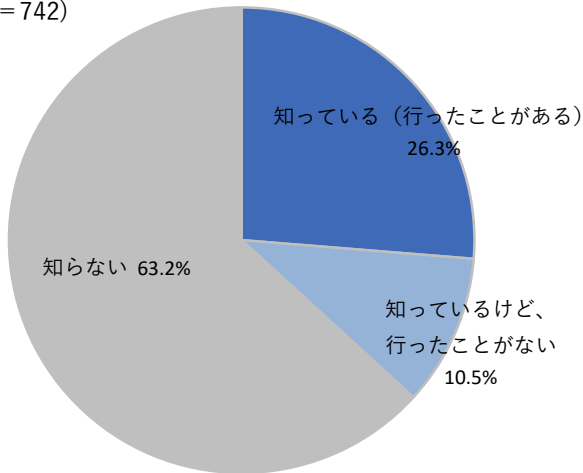


■印西市シティープロモーション認知実態④

[Q8] イルミライ★INZAIで気に入ったところ、好きなところを挙げてください。
(複数回答3つまで)

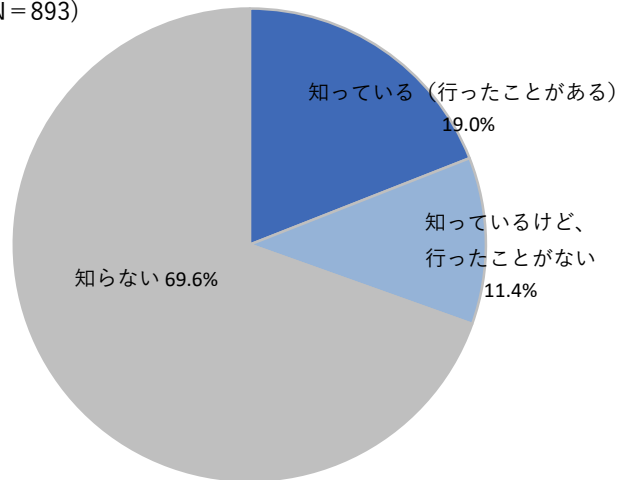
電球が多くて綺麗

(N=742)



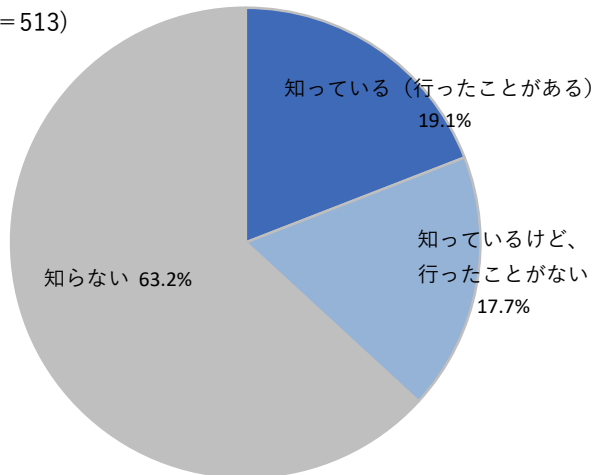
並木道がすてき

(N=893)



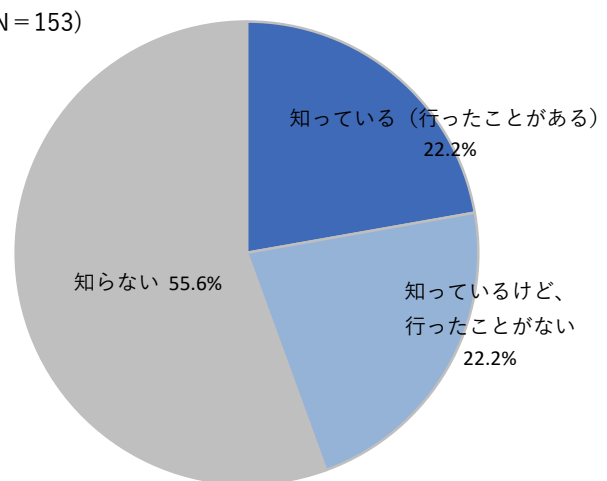
色の配色がよい

(N=513)



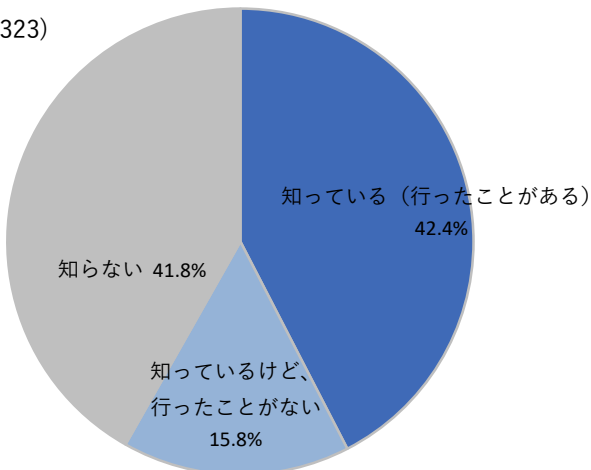
プロジェクションが楽しい

(N=153)



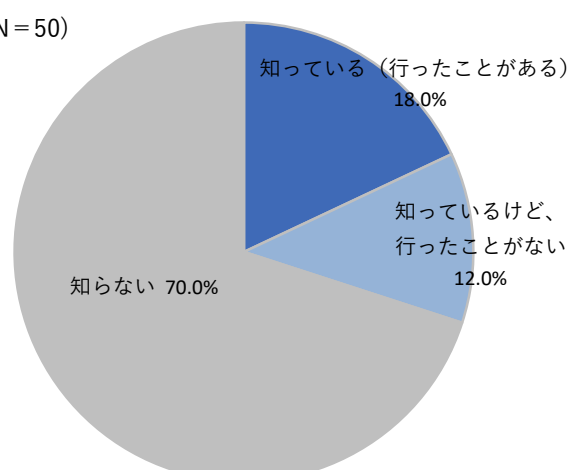
駅前なので場所が良い

(N=323)



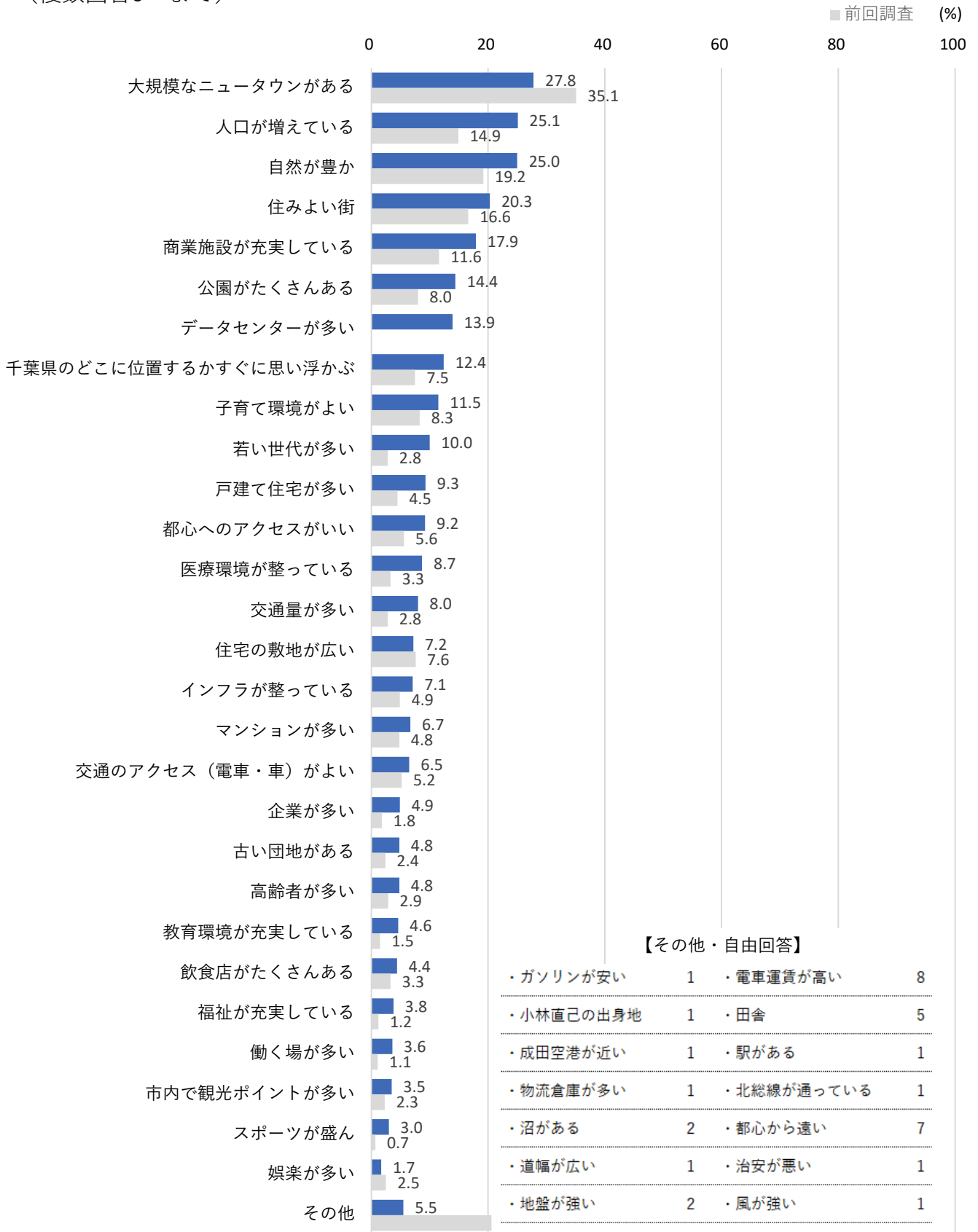
点灯式がよい

(N=50)

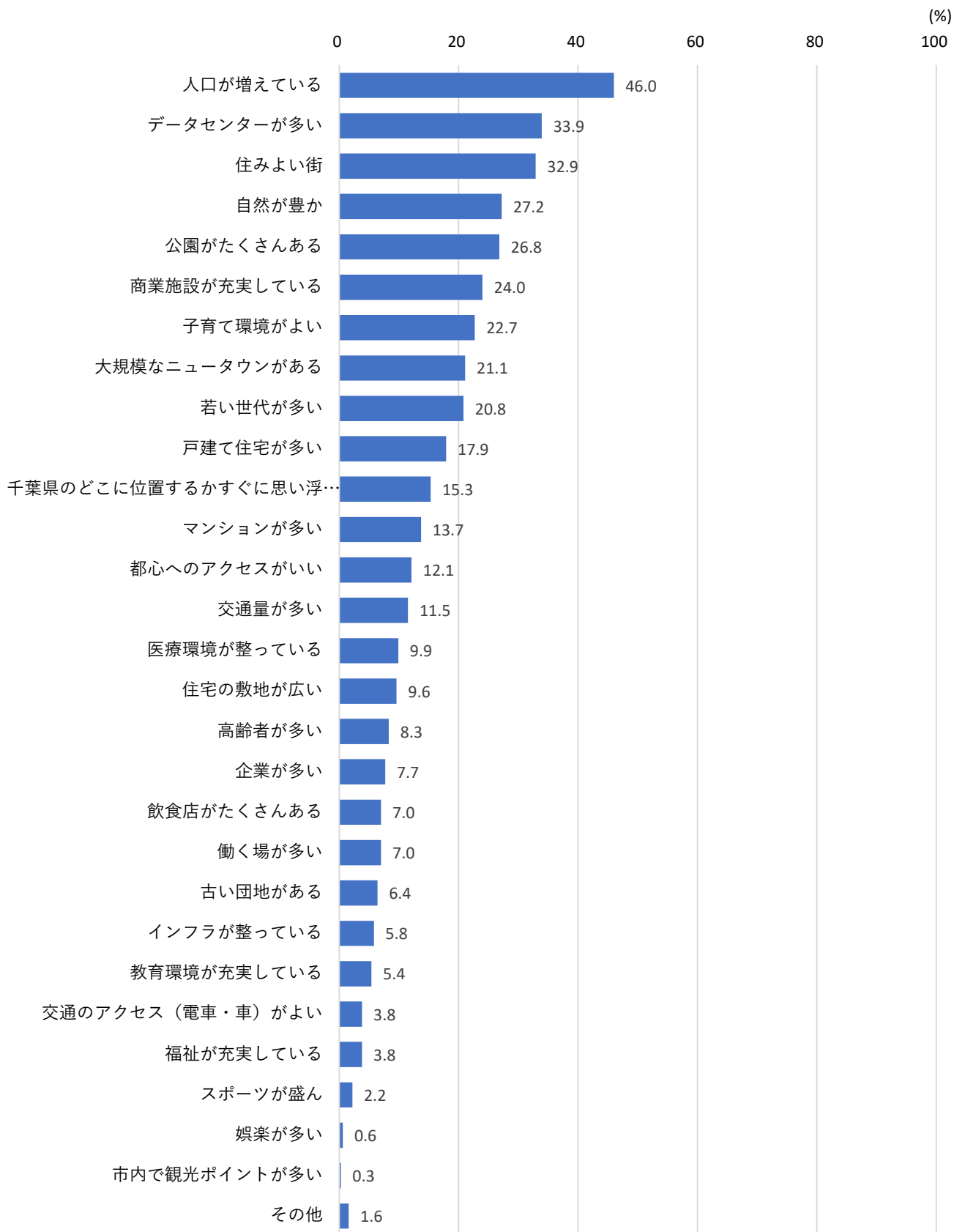


■印西市のイメージ調査①（居住者・非居住者）

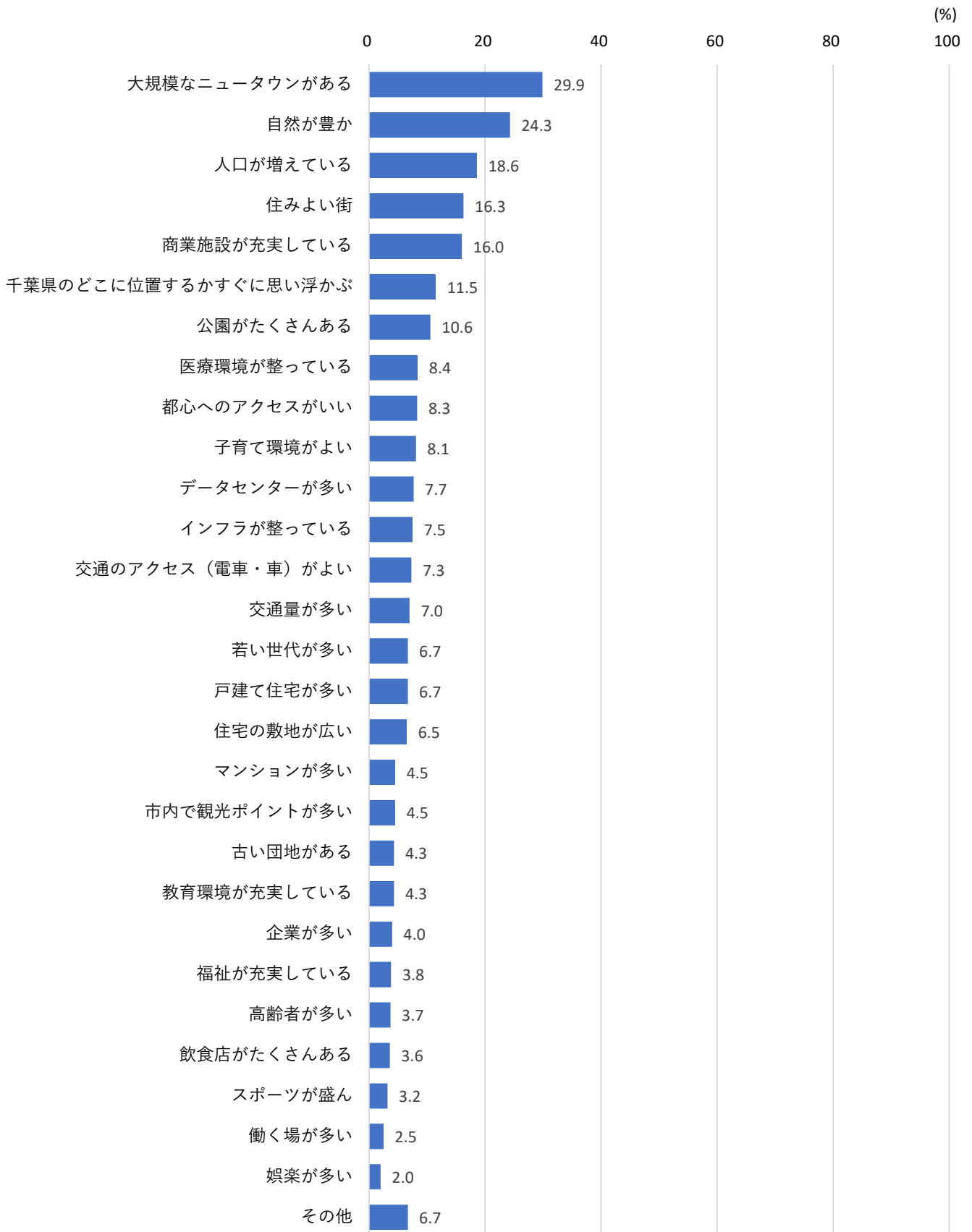
[Q9] 印西市のイメージをお聞きます。あてはまるものを選んでください。
 (複数回答5つまで)



■印西市のイメージ調査②（居住者のみ）

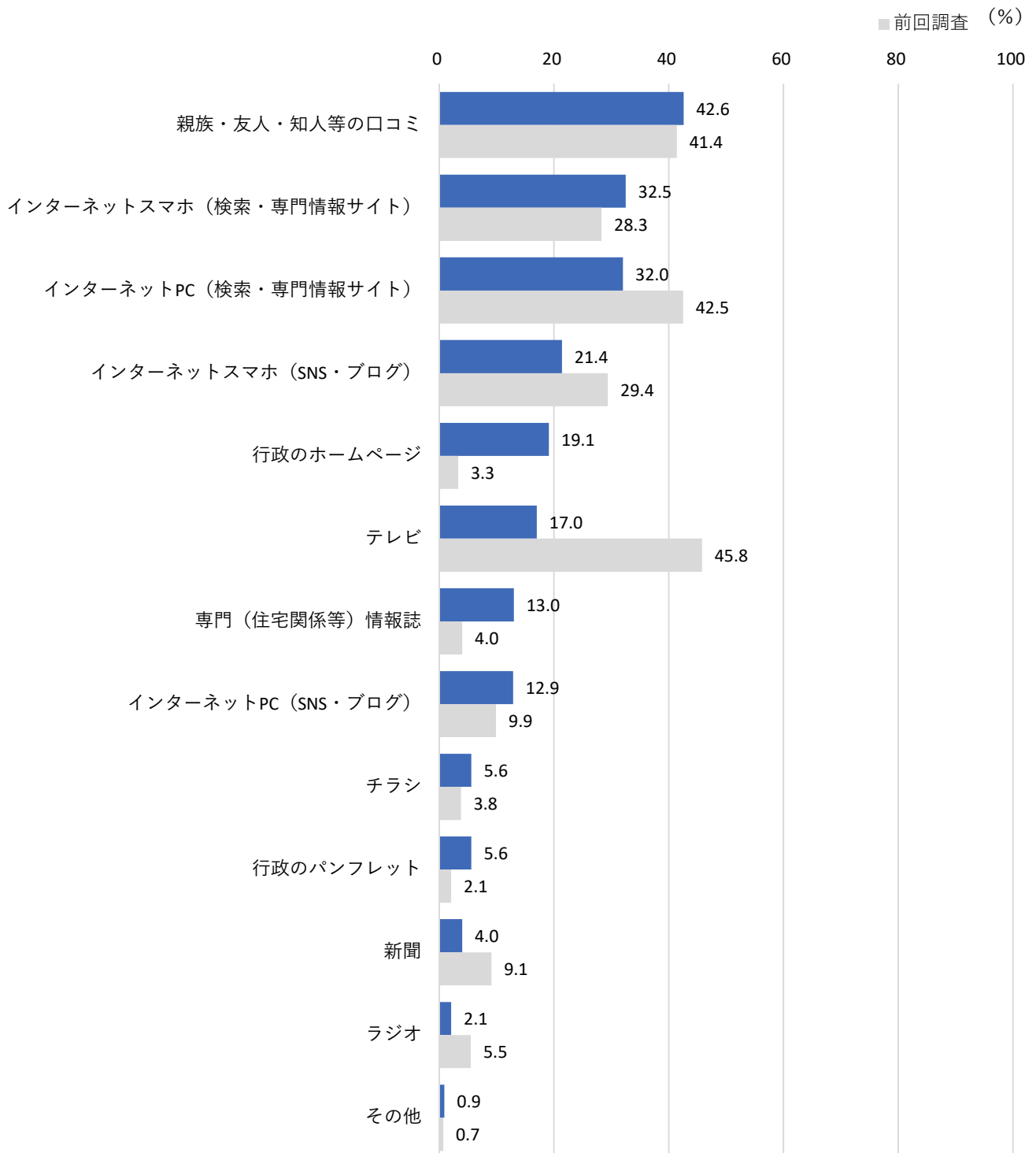


■印西市のイメージ調査③（非居住者のみ）



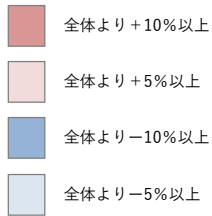
■まちに関する情報取得手段調査①

[Q10] 訪問や引っ越しするまちに関する情報の取得手段として重視しているものは何ですか？（複数回答3つまで）



■まちに関する情報取得手段調査②

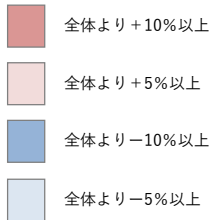
クロス集計



		全体(N)	親族・友人・知人等の口コミ	インターネットスマホ(検索・専門情報サイト)	インターネットPC(検索・専門情報サイト)	インターネットスマホ(SNS・ブログ)	行政のホームページ	テレビ	専門情報誌(住宅関係等)	インターネットPC(SNS・ブログ)	チラシ	行政のパンフレット	新聞	ラジオ	その他
全体(N)		(2152)	42.6	32.5	32.0	21.4	19.1	17.0	13.0	12.9	5.6	5.6	4.0	2.1	0.9
性別	男性	(1008)	36.8	29.1	37.0	16.5	17.5	18.0	12.7	12.7	6.8	7.2	6.3	2.6	1.0
	女性	(1144)	47.7	35.6	27.4	25.7	20.6	16.2	13.2	13.1	4.5	4.2	2.0	1.7	0.8
年代別	10代	(245)	47.3	31.0	23.3	25.3	13.1	16.7	14.3	13.5	5.7	9.4	5.7	2.9	0.0
	20代	(567)	43.6	34.9	22.6	27.5	17.3	16.2	12.3	13.9	5.8	4.8	3.7	1.6	1.4
	30代	(649)	42.5	32.7	32.2	20.8	18.8	15.6	10.9	14.0	5.1	5.4	4.0	2.8	0.6
	40代	(691)	40.2	31.0	42.5	15.5	23.2	19.1	14.9	10.9	5.9	5.2	3.8	1.6	1.0
性年代別	男性10代	(100)	41.0	33.0	33.0	18.0	15.0	17.0	15.0	13.0	4.0	11.0	10.0	4.0	0.0
	男性20代	(274)	40.5	28.8	25.9	22.3	19.0	19.3	14.2	12.0	8.4	6.9	5.1	1.8	1.8
	男性30代	(301)	34.9	31.9	35.5	15.3	14.6	16.3	10.3	14.3	5.3	7.0	7.3	3.3	0.7
	男性40代	(333)	34.2	25.5	49.2	12.3	19.5	18.6	12.9	11.7	7.8	6.6	5.4	2.1	0.9
	女性10代	(145)	51.7	29.7	16.6	30.3	11.7	16.6	13.8	13.8	6.9	8.3	2.8	2.1	0.0
	女性20代	(293)	46.4	40.6	19.5	32.4	15.7	13.3	10.6	15.7	3.4	2.7	2.4	1.4	1.0
	女性30代	(348)	49.1	33.3	29.3	25.6	22.4	14.9	11.5	13.8	4.9	1.0	1.1	2.3	0.6
	女性40代	(358)	45.8	36.0	36.6	18.4	26.5	19.6	16.8	10.1	4.2	3.9	2.2	1.1	1.1

■まちに関する情報取得手段調査③（参考：2020年調査）

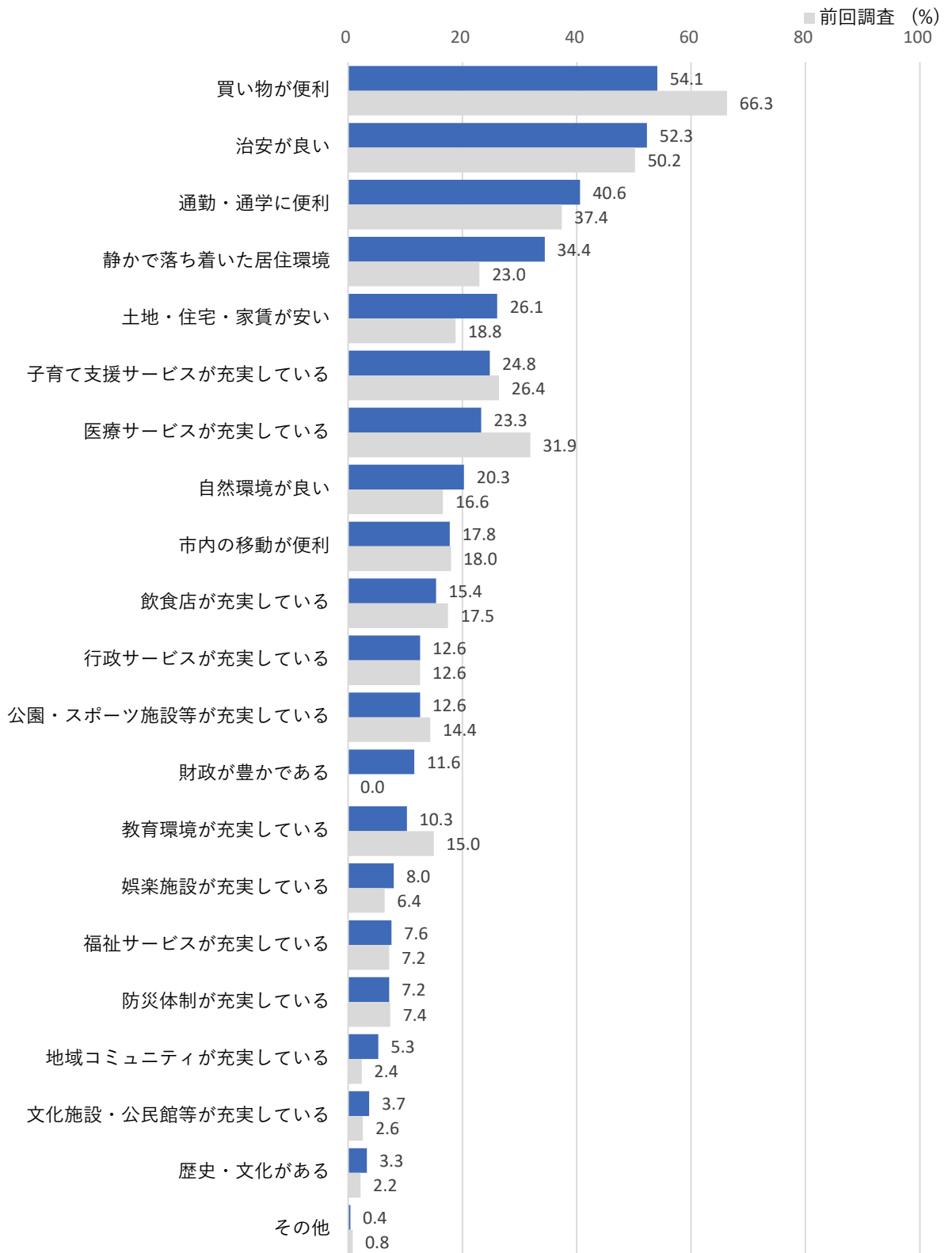
クロス集計



		全体(N)	親族・友人等 の口コミ	インターネット スマホ (検索・専門 情報サイト)	インターネット PC (検索・専門 情報サイト)	インターネット スマホ (SNS・プロ グ)	行政の ホーム ページ	テレビ	専門情 報誌 (住宅関 係等)	イン ター ネット PC (SNS ・プロ グ)	チラシ	行政の パンフ レット	新聞	ラジオ	その他
全体(N)		(1902)	41.4	42.5	28.3	29.4	3.3	45.8	4.0	9.9	3.8	2.1	9.1	5.5	0.7
性別	男性	(951)	31.4	40.7	35.8	21.6	3.5	43.5	5.2	11.7	4.0	2.6	11.6	6.6	0.9
	女性	(951)	51.3	44.3	20.9	37.2	3.2	48.2	2.8	8.1	3.7	1.6	6.6	4.3	0.4
年代別	10代	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	20代	(634)	44.5	43.7	13.4	40.4	4.4	41.0	5.2	8.8	2.8	2.8	6.8	3.3	0.5
	30代	(634)	41.8	44.0	29.8	30.0	3.0	43.8	3.9	9.8	3.9	1.7	7.7	4.7	0.8
	40代	(634)	37.9	39.7	41.8	17.8	2.5	52.7	2.8	11.0	4.7	1.7	12.8	8.4	0.8
性年代別	男性10代	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	男性20代	(317)	35.0	42.3	19.6	25.6	4.4	41.0	6.0	8.8	3.8	4.4	12.6	5.0	0.9
	男性30代	(317)	30.9	40.7	40.1	23.7	3.5	41.6	5.7	12.3	3.8	1.9	10.4	5.4	0.9
	男性40代	(317)	28.4	39.1	47.6	15.5	2.5	47.9	3.8	13.9	4.4	1.6	11.7	9.5	0.9
	女性10代	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	女性20代	(317)	53.9	45.1	7.3	55.2	4.4	41.0	4.4	8.8	1.9	1.3	0.9	1.6	0.0
	女性30代	(317)	52.7	47.3	19.6	36.3	2.5	46.1	2.2	7.3	4.1	1.6	5.0	4.1	0.6
	女性40代	(317)	47.3	40.4	36.0	20.2	2.5	57.4	1.9	8.2	5.0	1.9	13.9	7.3	0.6

■ 「住みたい、住み続けたい」と思える市町村で重視すること①

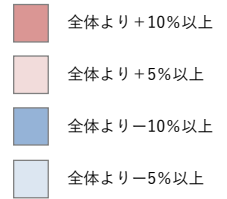
[Q11] 「住みたい、住み続けたい」と思える市町村で重視することは何ですか？
(複数回答5つまで)



(N = 2152)

■ 「住みたい、住み続けたい」と思える市町村で重視すること②

クロス集計

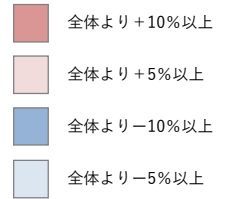


		全体 (N)	買い物が便利	治安が良い	通勤・通学に便利	静かで落ち着いた居住環境	土地・住宅が安い	子育て支援サービスが充実している	医療サービスが充実している	自然が良い	市内移動が便利	飲食店が充実している	行政サービスが充実している	公園・スポーツ施設が充実している	財政が豊かである	教育環境が充実している	娯楽施設が充実している	福祉サービスが充実している	防災が充実している	地域コミュニティが充実している	文化施設・公館が充実している	歴史・文化がある	その他
全体 (N)		(2152)	54.1	52.3	40.6	34.4	26.1	24.8	23.3	20.8	17.8	15.4	12.6	12.6	11.6	10.3	8.0	7.6	7.2	5.3	3.7	3.3	0.4
性別	男性	(1008)	46.9	44.4	38.6	34.6	24.0	19.4	19.8	19.6	14.5	16.1	13.8	13.6	11.4	9.9	8.8	7.3	6.3	6.1	4.1	5.0	0.4
	女性	(1144)	60.5	59.3	42.4	34.2	28.0	29.5	26.4	20.9	20.8	14.9	11.5	11.8	11.7	10.7	7.3	7.9	8.0	4.6	3.4	1.7	0.3
年代別	10代	(245)	45.7	49.0	44.9	28.2	32.7	15.9	16.7	15.1	20.0	16.7	10.6	8.2	13.5	9.4	14.3	5.7	6.1	8.6	5.7	4.5	0.4
	20代	(567)	50.6	48.3	38.1	33.5	30.2	32.5	18.0	19.4	16.6	15.2	11.6	12.9	10.4	9.7	8.8	5.3	4.6	5.6	4.1	3.2	0.7
	30代	(649)	54.1	52.7	40.2	33.9	25.7	29.7	22.2	19.4	17.1	14.8	11.1	16.0	9.7	11.6	7.6	7.1	9.1	4.6	2.2	3.2	0.3
	40代	(691)	60.1	56.4	41.5	37.8	20.8	16.9	31.1	23.7	18.8	15.8	15.5	10.9	13.6	10.0	5.5	10.7	8.0	4.5	4.2	2.9	0.1
性年代別	男性 10代	(100)	37.0	42.0	42.0	30.0	28.0	13.0	14.0	16.0	23.0	13.0	13.0	10.0	15.0	11.0	15.0	4.0	7.0	9.0	9.0	6.0	1.0
	男性 20代	(274)	42.3	40.5	34.3	32.1	26.6	22.6	15.3	20.1	12.4	15.7	12.8	12.8	12.4	10.2	9.1	6.2	6.6	6.6	5.1	5.1	0.7
	男性 30代	(301)	47.5	45.5	39.9	34.2	25.2	25.2	20.3	15.9	12.3	15.3	13.6	18.3	8.3	9.3	8.3	7.3	5.6	6.3	1.3	4.3	0.3
	男性 40代	(333)	53.2	47.4	39.9	38.4	19.5	13.5	24.9	23.7	15.6	18.0	15.0	11.1	12.3	9.9	7.2	9.3	6.3	4.5	4.2	5.1	0.0
	女性 10代	(145)	51.7	53.8	46.9	26.9	35.9	17.9	18.6	14.5	17.9	19.3	9.0	6.9	12.4	8.3	13.8	6.9	5.5	8.3	3.4	3.4	0.0
	女性 20代	(293)	58.4	55.6	41.6	34.8	33.4	41.6	20.5	18.8	20.5	14.7	10.6	13.0	8.5	9.2	8.5	4.4	2.7	4.8	3.1	1.4	0.7
	女性 30代	(348)	59.8	58.9	40.5	33.6	26.1	33.6	23.9	22.4	21.3	14.4	8.9	14.1	10.9	13.5	6.9	6.9	12.1	3.2	2.9	2.3	0.3
	女性 40代	(358)	66.5	64.8	43.0	37.2	22.1	20.1	36.9	23.7	21.0	13.7	15.9	10.6	14.8	10.1	3.9	12.0	9.5	4.5	4.2	0.8	0.3
未婚既婚	未婚	(831)	57.8	51.9	44.2	34.9	29.0	8.1	19.5	18.9	21.9	17.0	13.7	8.9	10.8	5.1	11.1	8.3	7.9	6.6	4.1	3.5	0.5
	既婚	(1321)	51.9	52.6	38.4	34.1	24.3	35.3	25.7	21.2	15.3	14.5	11.9	15.0	12.0	13.6	6.1	7.2	6.7	4.5	3.5	3.1	0.3
子どもの有無	なし	(1174)	57.2	53.4	43.4	36.1	28.4	11.4	20.5	18.9	21.2	16.9	12.7	8.6	11.8	6.3	9.1	7.4	8.0	5.8	4.0	3.5	0.5
	あり	(978)	50.5	51.0	37.3	32.3	23.3	40.8	26.7	22.0	13.8	13.7	12.5	17.5	11.3	15.1	6.6	7.9	6.2	4.7	3.4	3.0	0.2

■「住みたい、住み続けたい」と思える市町村で重視すること③

(参考：2020年調査)

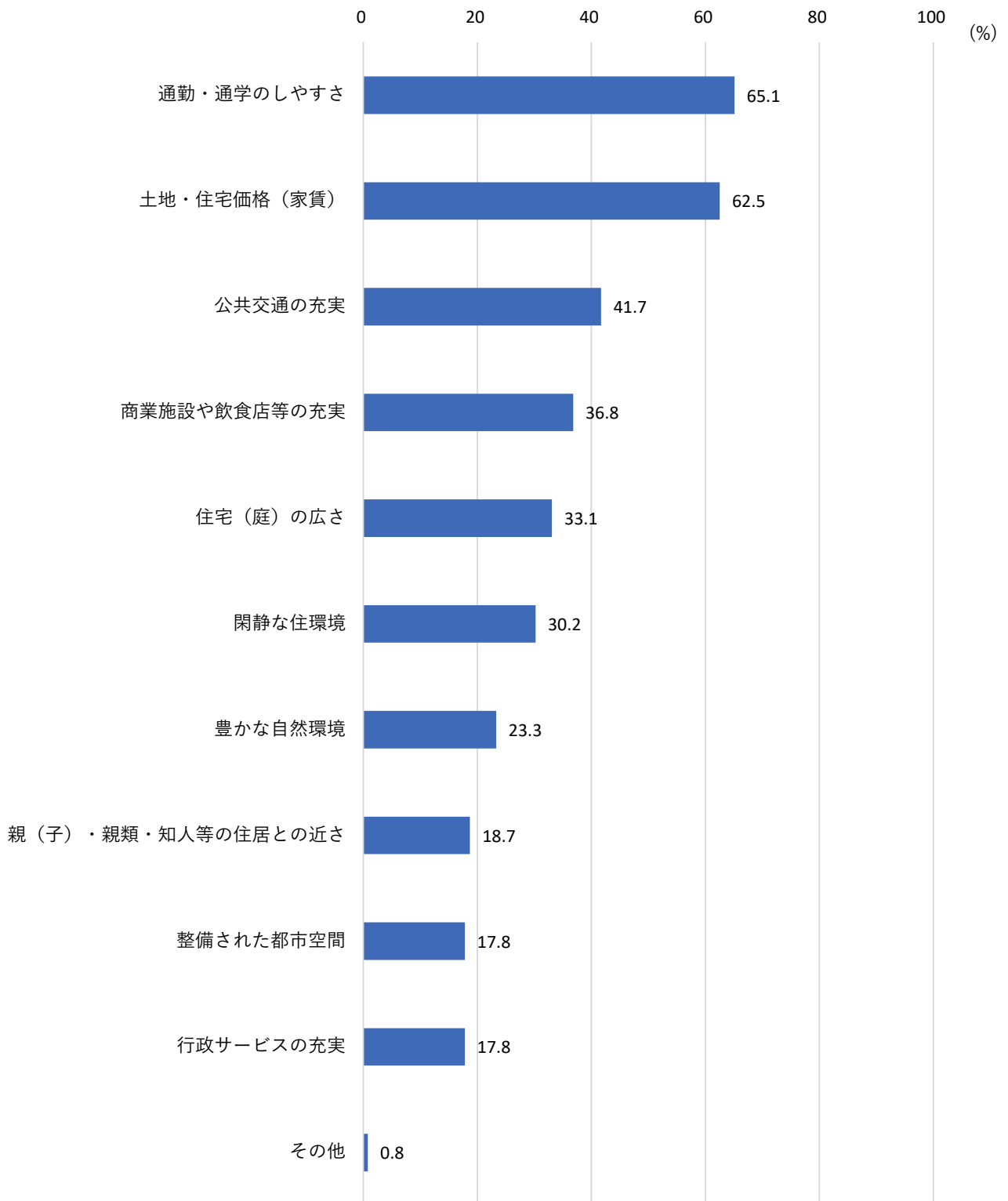
クロス集計



		全体 (N)	買い物が便利	治安が良い	通勤・学に便利	静かで落ち着いた居住環境	土地・住宅が安い	子育て支援サービスが充実している	医療サービスが充実している	自然が良い	市内移動が便利	飲食店が充実している	行政サービスが充実している	公園・スポーツ施設が充実している	財政が豊かである	教育環境が充実している	娯楽施設が充実している	福祉サービスが充実している	防災体制が充実している	地域コミュニティが充実している	文化施設・公館等が充実している	歴史・文化がある	その他
全体 (N)	(1902)	66.3	50.2	37.4	23.0	18.8	26.4	31.9	16.6	18.0	17.5	12.6	14.4	—	15.0	6.4	7.2	7.4	2.4	2.6	2.2	0.8	
性別	男性 (951)	59.2	42.9	35.4	23.7	17.6	22.7	25.2	17.1	15.1	17.1	12.4	14.7	—	15.0	7.4	6.7	7.0	2.6	2.5	2.6	1.1	
	女性 (951)	73.4	57.4	39.4	22.4	20.0	30.2	38.5	16.1	20.9	17.8	12.7	14.0	—	15.0	5.4	7.7	7.7	2.1	2.6	1.7	0.5	
年代別	10代 (634)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
	20代 (634)	61.5	42.9	33.4	19.1	18.5	33.3	27.4	11.5	16.4	19.1	11.8	15.6	—	17.5	9.9	5.8	6.8	2.5	1.6	2.7	0.5	
	30代 (634)	67.7	52.2	38.2	24.6	17.8	30.0	30.0	15.3	18.5	15.5	11.7	16.9	—	14.8	4.4	6.6	6.9	2.2	2.4	1.9	0.8	
	40代 (634)	69.7	55.4	40.7	25.4	20.0	16.1	38.2	23.0	19.2	17.8	14.2	10.6	—	12.8	4.7	9.1	8.4	2.4	3.8	1.9	1.1	
性年代別	男性 10代 (317)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
	男性 20代 (317)	51.1	35.0	29.3	19.2	16.7	26.5	22.4	12.0	16.1	23.0	10.4	15.5	—	17.4	11.4	6.3	6.3	3.5	1.6	3.8	0.9	
	男性 30代 (317)	61.2	47.9	36.3	26.5	17.0	26.2	24.6	14.8	14.8	12.9	12.9	17.0	—	16.4	5.4	7.3	7.9	2.5	2.5	1.3	0.9	
	男性 40代 (317)	65.3	45.7	40.7	25.2	18.9	15.5	28.7	24.6	14.5	15.5	13.9	11.7	—	11.4	5.4	6.6	6.9	1.9	3.5	2.8	1.3	
	女性 10代 (317)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
	女性 20代 (317)	71.9	50.8	37.5	18.9	20.2	40.1	32.5	11.0	16.7	15.1	13.2	15.8	—	17.7	8.5	5.4	7.3	1.6	1.6	1.6	0.0	
	女性 30代 (317)	74.1	56.5	40.1	22.7	18.6	33.8	35.3	15.8	22.1	18.0	10.4	16.7	—	13.2	3.5	6.0	6.0	1.9	2.2	2.5	0.6	
	女性 40代 (317)	74.1	65.0	40.7	25.6	21.1	16.7	47.6	21.5	24.0	20.2	14.5	9.5	—	14.2	4.1	11.7	9.8	2.8	4.1	0.9	0.9	

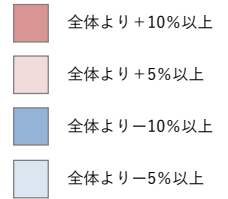
■ 転居検討理由調査（重視すること）①

[Q12] 引越しを検討する際に重視することは何ですか？（複数回答5つまで）



■転居検討理由調査（重視すること）②

クロス集計

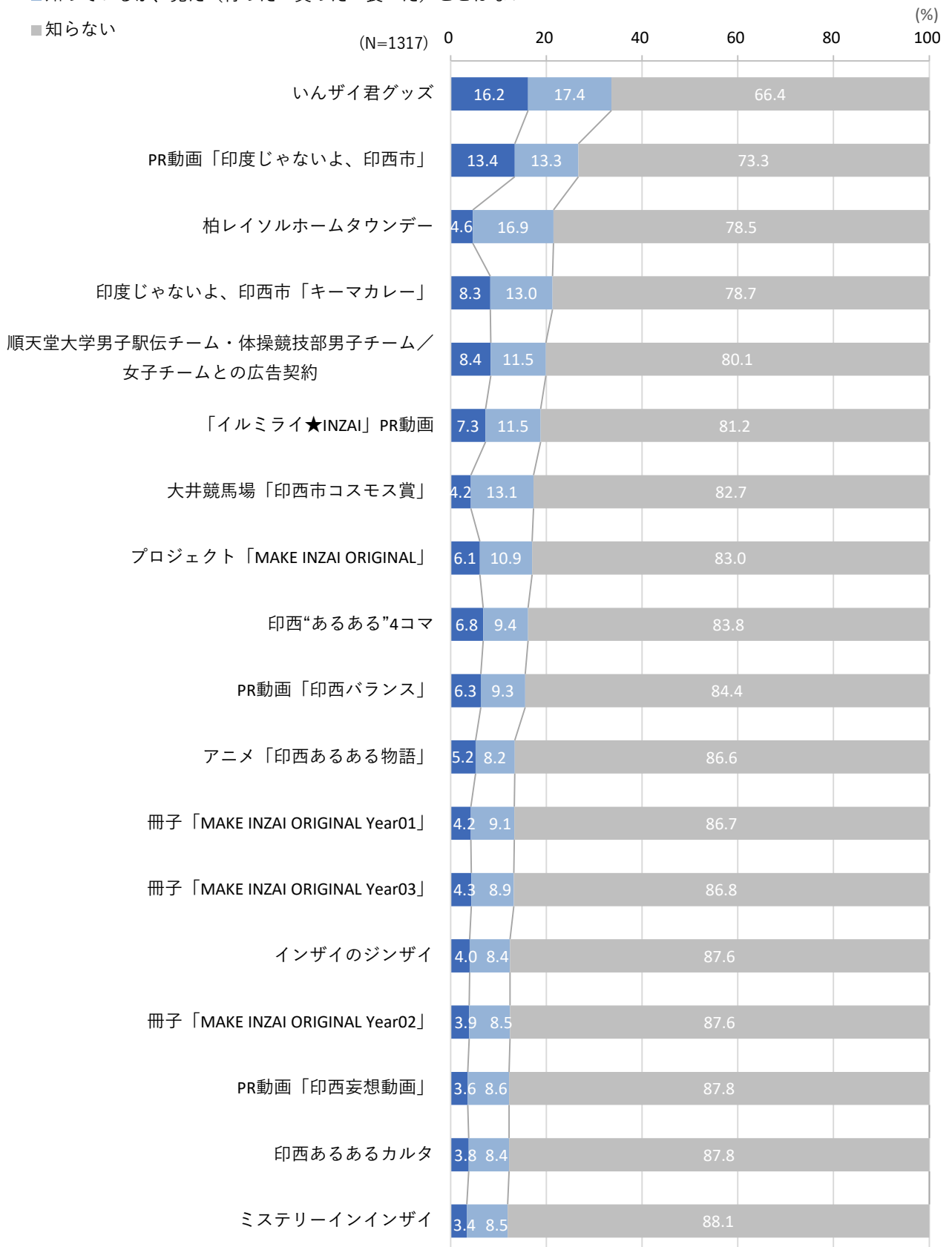


		全体 (N)	通勤・通 学のしや すさ	土地・住 宅価格 (家賃)	公共交通 の充実	商業施設 や飲食店 等の充実	住宅 (庭)の 広さ	閑静な住 環境	豊かな自 然環境	親 (子)・ 親類・知 人等の住 居との近 さ	整備され た都市空 間	行政サー ビスの充 実	その他
全体(N)		(2152)	65.1	62.5	41.7	36.8	33.1	30.2	23.3	18.7	17.8	17.8	0.8
性別	男性	(1008)	59.4	58.0	36.0	33.2	33.9	32.1	24.2	15.2	19.8	16.2	0.5
	女性	(1144)	70.2	66.3	46.8	40.0	32.4	28.4	22.5	21.8	16.1	19.1	1.1
年代別	10代	(245)	69.0	54.3	44.9	35.5	32.2	15.5	20.4	15.9	23.7	15.9	0.8
	20代	(567)	61.2	61.4	39.7	35.6	31.2	28.9	18.7	16.6	18.0	16.0	0.7
	30代	(649)	65.2	64.6	38.5	35.6	35.7	32.7	23.9	21.3	14.9	16.3	1.1
	40代	(691)	67.0	64.3	45.3	39.5	32.6	34.0	27.5	19.0	18.4	21.1	0.7
性年代別	男性10代	(100)	65.0	54.0	40.0	32.0	40.0	20.0	25.0	10.0	30.0	20.0	2.0
	男性20代	(274)	55.5	56.5	34.3	33.2	29.6	29.6	19.3	14.2	20.8	16.4	0.4
	男性30代	(301)	60.5	57.5	34.9	29.9	34.6	34.9	23.6	19.3	17.6	16.6	0.7
	男性40代	(333)	60.1	61.0	37.2	36.6	35.1	35.4	28.5	13.8	18.0	14.4	0.0
	女性10代	(145)	71.7	54.5	48.3	37.9	26.9	12.4	17.2	20.0	19.3	13.1	0.0
	女性20代	(293)	66.6	65.9	44.7	37.9	32.8	28.3	18.1	18.8	15.4	15.7	1.0
	女性30代	(348)	69.3	70.7	41.7	40.5	36.8	30.7	24.1	23.0	12.6	16.1	1.4
	女性40代	(358)	73.5	67.3	52.8	42.2	30.2	32.7	26.5	23.7	18.7	27.4	1.4
未既婚	未婚	(831)	63.4	60.0	46.8	37.2	25.8	30.4	21.4	12.0	19.0	18.8	1.1
	既婚	(1321)	66.2	64.0	38.5	36.6	37.8	30.0	24.5	22.9	17.1	17.1	0.7
子どもの有無	なし	(1174)	64.1	59.5	46.0	36.3	27.9	31.5	21.6	13.7	18.8	17.5	0.9
	あり	(978)	66.5	66.1	36.6	37.5	39.5	28.5	25.3	24.6	16.7	18.0	0.7

■ シティプロモーション活動認知実態①

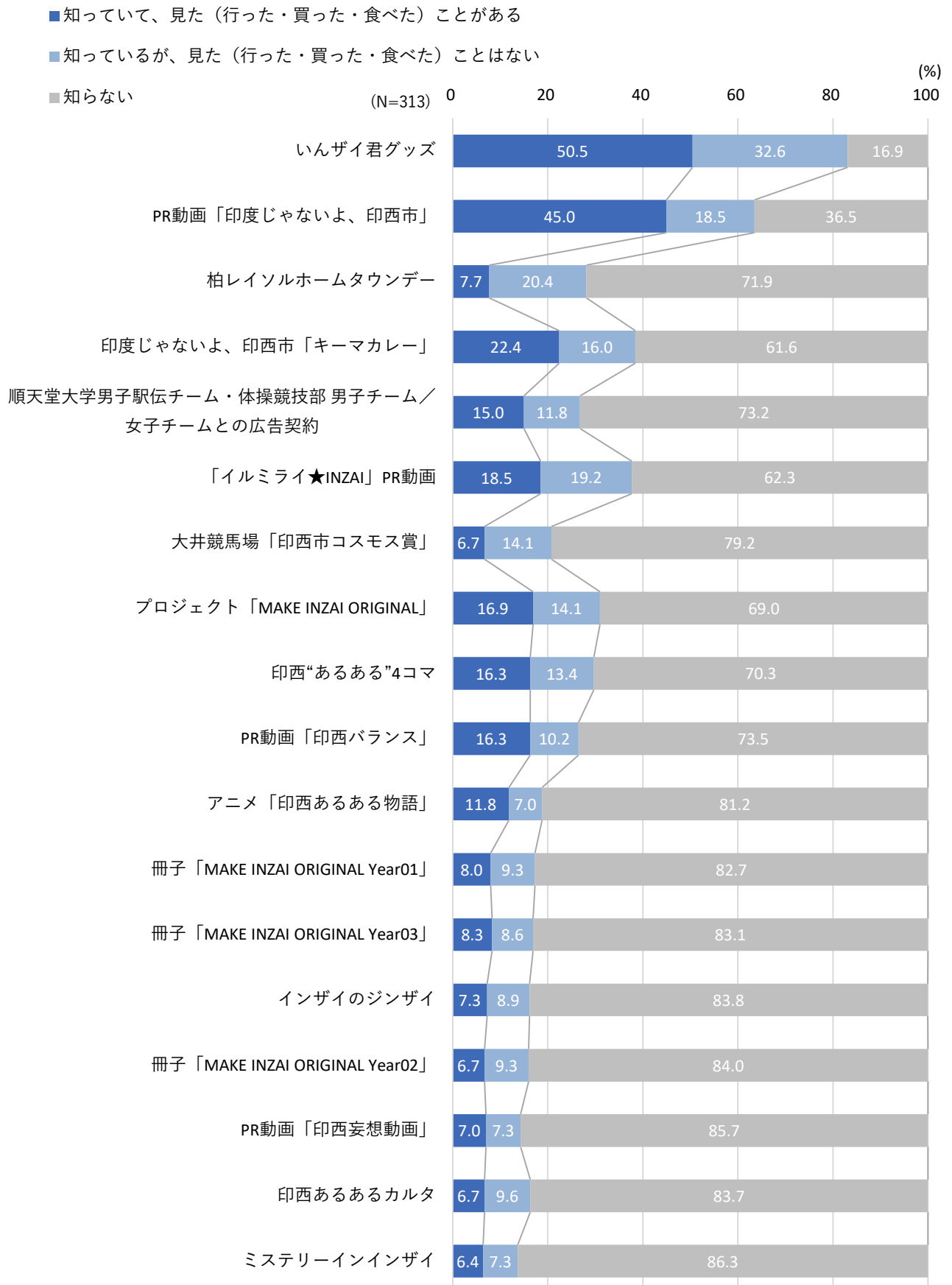
「O13」 下記のシティプロモーション活動について知っていますか？

- 知っていて、見た（行った・買った・食べた）ことがある
- 知っているが、見た（行った・買った・食べた）ことはない
- 知らない



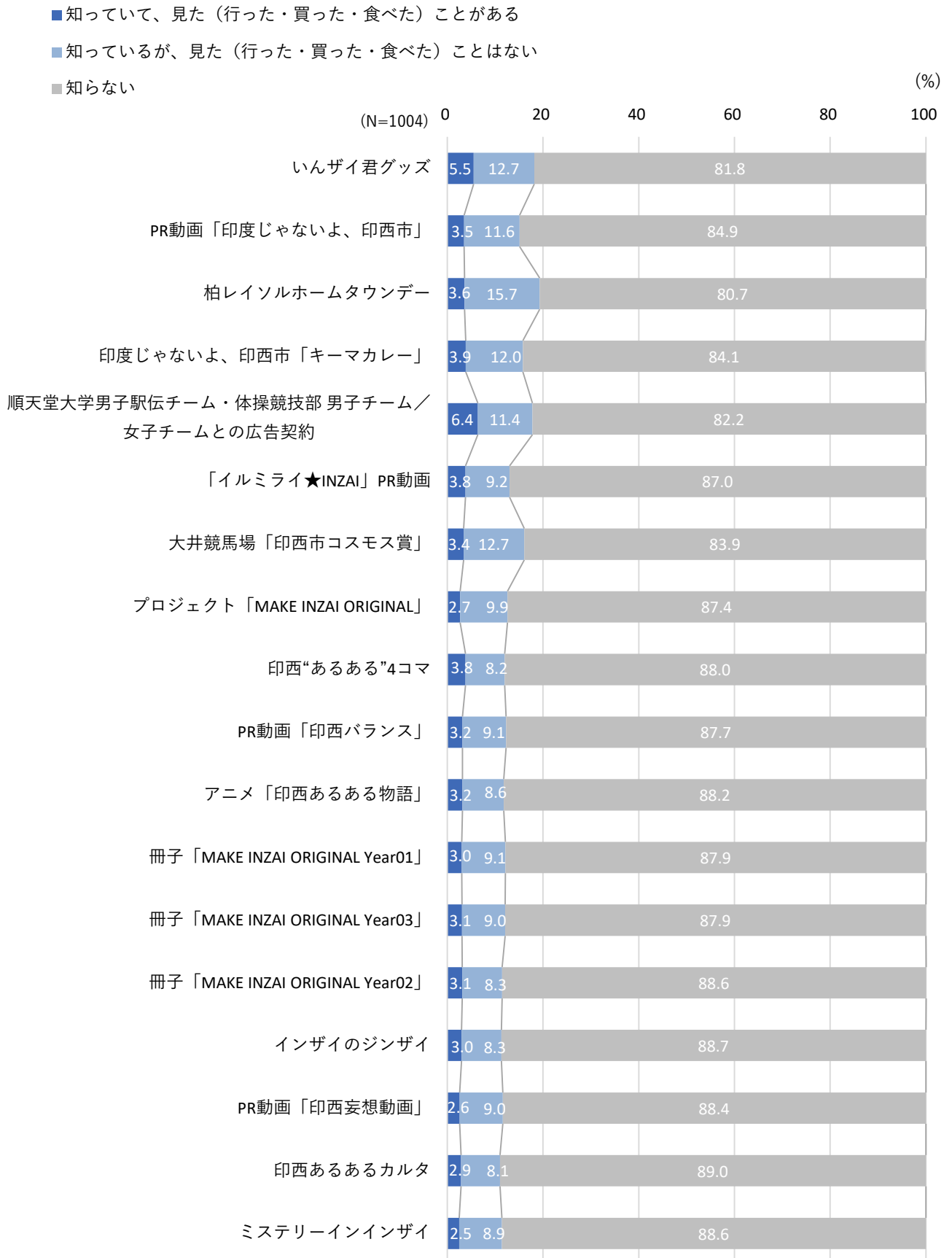
■ シティプロモーション活動認知実態②（居住者のみ）

[Q13] 下記のシティプロモーション活動について知っていますか？



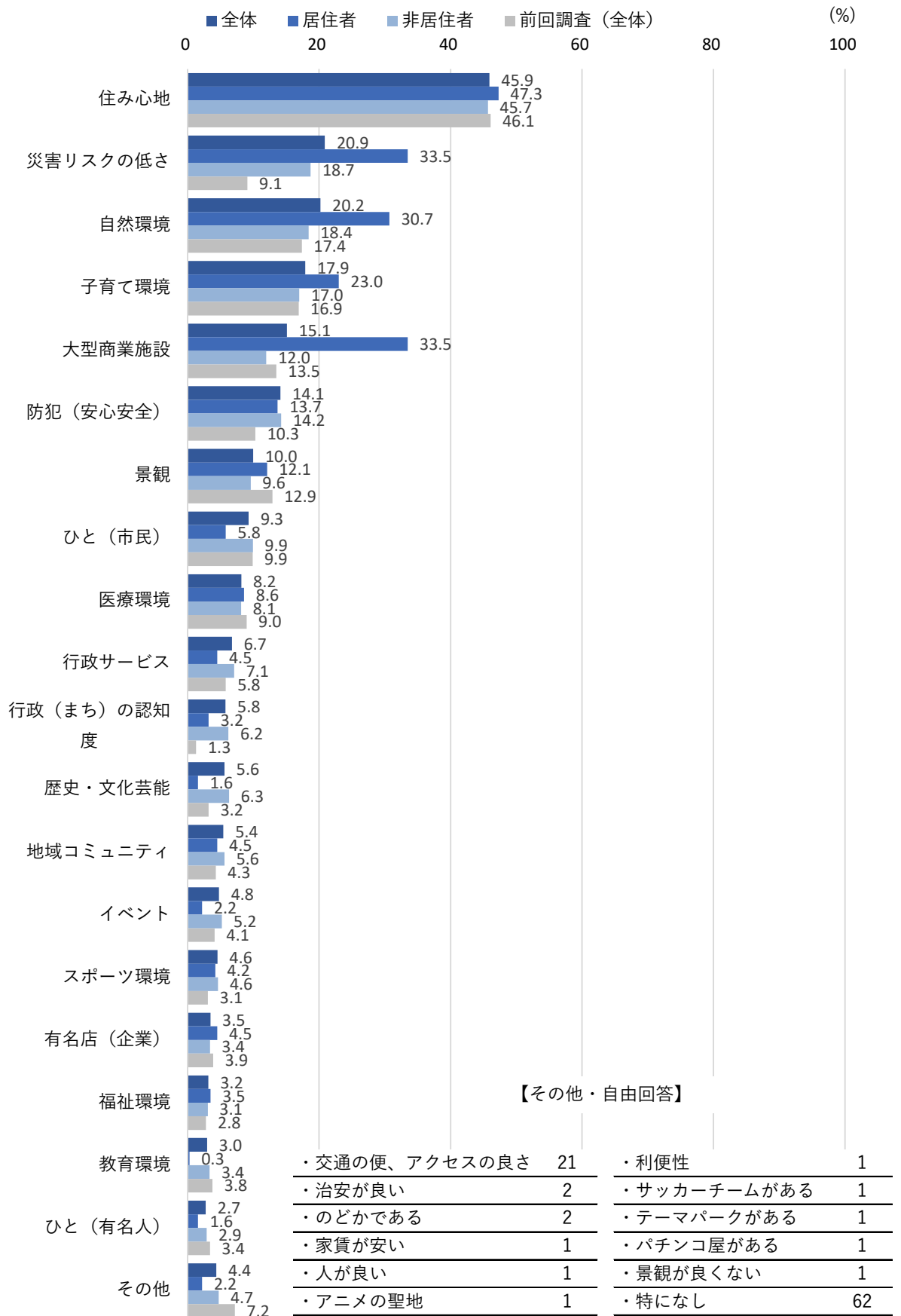
■ シティプロモーション活動認知実態③ (非居住者のみ)

[Q13] 下記のシティプロモーション活動について知っていますか？



■シビックプライド調査



[Q14] 自分の街を誇りに思える要素を挙げてください。（複数回答3つまで）



印西市のイメージに関するアンケート調査票

印西市のイメージに関するアンケート

下記アンケートにご協力お願いいたします。

-  「調査についての守秘義務」の徹底をお願いしています。決して第三者に口外しないよう、ご協力をお願いします。
-  アンケート中は、ブラウザの「戻る」ボタンは押さぬようご注意ください。

Q1

100%

印西市についてお聞きします。

以下のうち、あなたに最もあてはまるものをお選びください。

単一回答

必須回答

[▲ とじる](#)

- ① 住んでいる
- ② 知っている（住んだことがある）
- ③ 知っている（住んだことはないが、行ったことはある）
- ④ 知っている（住んだことや行ったことはない）
- ⑤ 知らない

Q2

印西市を友人知人や家族などに訪問や住むことに関して推奨する気持ちは0～10までの段階でどのくらいですか。（11段階）

単一回答

必須回答

[▶ とじる](#)

- 0 弱
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10 強

Q3

印西市をよりよくするために地域活動などに参加や行動しようとする気持ちはどのくらいですか。(11段階)

※現在印西市に住んでいない方は、直近で住んでいた時のことについてお答えください。

○ 単一回答

★ 必須回答

▲ とじる

0 弱

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10 強

④ 知っている（住んだことや行ったことはない）

⑤ 知らない

Q4

印西市をよりよくしようと活動している人に感謝の気持ちを表すと、どのくらいですか。(11段階)

※現在印西市に住んでいない方は、直近で住んでいた時のことについてお答えください。

○ 単一回答

★ 必須回答

▲ とじる

0 弱

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10 強

Q5

誰と、どのような理由で印西市に行きましたか？

また、どこに行かれましたか？

※住んだことがある方は、その当時の事も含めて、印西市内で行ったことのある場所を3つまでお答えください。

例) 友人知人と

買い物に行ったことがある。

ホームセンター（カインズ、ジョイフル本田）

【それぞれ1個以上必須】

▲ とじる

誰と

(必須入力)

どのような理由で

(必須入力)

どこに行ったか

(必須入力)

Q6

印西市の次のことについて知っていますか？

【その他以外必須】

◎ 単一回答

▲ とじる

0/65

【街・駅】

- | | |
|------------------|---|
| 1 千葉ニュータウン | ▼ |
| 2 北総線千葉ニュータウン中央駅 | ▼ |
| 3 北総線印西牧の原駅 | ▼ |
| 4 北総線印旛日本医大駅 | ▼ |
| 5 JR成田線木下駅 | ▼ |
| 6 JR成田線小林駅 | ▼ |

【病院】

- | | |
|------------------------|---|
| 7 日本医科大学千葉北総病院（ドクターヘリ） | ▼ |
| 8 印西総合病院 | ▼ |

【ゴルフ場】

- | | |
|---------------|---|
| 9 習志野カントリークラブ | ▼ |
| 10 総武カントリークラブ | ▼ |
| 11 泉カントリー倶楽部 | ▼ |

【自然】

- | | |
|--------|---|
| 12 印旛沼 | ▼ |
| 13 手賀沼 | ▼ |
| 14 利根川 | ▼ |

【公園】	
15	千葉県立北総花の丘公園 ▼
16	千葉県立印旛沼公園 ▼
17	印旛沼サイクリングロード ▼
18	松山下公園 ▼
19	国指定天然記念物木下貝層（木下万葉公園） ▼
20	泉公園パークゴルフ場 ▼
21	牧の原公園 ▼

【資料館】	
22	印旛歴史民俗資料館 ▼
23	印旛医科器械歴史資料館 ▼
24	木下交流の杜歴史資料センター ▼
25	吉岡まちかど博物館 ▼

【観光】	
26	木下駅南骨董市 ▼
27	いんざいぶらり川めぐり ▼
28	印西市マスコットキャラクターいんザイ君 ▼
29	小林牧場の桜 ▼
30	吉高の大桜 ▼
31	本埜の白鳥飛来地 ▼

【イベント・伝統行事】	
50	いんざいふるさとまつり ▼
51	いんざい産業まつり ▼
52	産直軽トラ市&フリーマーケット ▼
53	別所の獅子舞 ▼
54	八幡神社の獅子舞 ▼
55	鳥見神社の獅子舞 ▼
56	いなざき獅子舞 ▼
57	浦部の神楽 ▼
58	鳥見神社の神楽 ▼
59	阿夫利神社の「梯子立て」 ▼
60	六軒蔵島神社祭礼 ▼
61	竹袋稲荷神社祭礼 ▼
62	ダイヤモンドカップゴルフ ▼
63	ZOZOチャンピオンシップ ▼
64	関東大学女子駅伝 ▼
65	その他上記（1-64）以外であれば挙げてください。 （※ない場合は選択せず、そのままお進みください。） ▲

- ① 行った（見た・食べた）ことがある
- ② 行った（見た・食べた）ことはないが知っている
- ③ 知らない

Q7

イルミライ★INZAI（イルミネーション）を知っていますか？

○ 単一回答 ★ 必須回答

- ① 知っている（行ったことがある）
- ② 知っているけど、行ったことがない
- ③ 知らない

Q8

イルミライ★INZAIで気に入ったところ、好きなところを挙げてください。（複数回答3つまで）

▼ 以下の画像をご覧ください。 ▼



✓ 複数回答（3個まで選択） ★ 必須回答

▲ とじる

- 1 電球が多くて綺麗
- 2 色の配色がよい
- 3 並木道がすてき
- 4 プロジェクションが楽しい
- 5 駅前なので場所が良い
- 6 点灯式がよい
- 7 その他
- 8 見たことがないので、わからない

Q9

伊西市のイメージをお聞きます。あてはまるものを選んでください。（複数回答5つまで）

▼ 複数回答 (5個まで選択)

★ 必須回答

1 とじる

- 1 大規模なニュータウンがある
- 2 人口が増えている
- 3 住みよい街
- 4 インフラが整っている
- 5 商業施設が充実している
- 6 企業が多い
- 7 自然が豊か
- 8 データセンターが多い
- 9 住宅の敷地が広い
- 10 交通のアクセス（電車・車）がよい
- 11 子育て環境がよい
- 12 娯楽が多い
- 13 マンションが多い
- 14 戸建て住宅が多い
- 15 都心へのアクセスがよい
- 16 飲食店がたくさんある
- 17 市内で観光ポイントが多い
- 18 公園がたくさんある
- 19 古い団地がある
- 20 高齢者が多い
- 21 若い世代が多い
- 22 教育環境が充実している
- 23 医療環境が整っている
- 24 福祉が充実している
- 25 交通量が多い
- 26 スポーツが盛ん
- 27 働く場が多い
- 28 千葉県のごどこに位置するかすぐに思い浮かぶ
- 29 その他

Q10

訪問や引越しするまちなに関する情報の取得手段として重視しているものは何ですか？（複数回答3つまで）

▼ 複数回答 (3個まで選択)

★ 必須回答

▲ とじる

- 1 親族・友人・知人等の口コミ
- 2 新聞
- 3 専門（住宅関係等）情報誌
- 4 チラシ
- 5 行政のパンフレット
- 6 行政のホームページ
- 7 テレビ
- 8 ラジオ
- 9 インターネットPC（検索・専門情報サイト）
- 10 インターネットPC（SNS・ブログ）
- 11 インターネットスマホ（検索・専門情報サイト）
- 12 インターネットスマホ（SNS・ブログ）
- 13 その他

Q11

「住みたい、住み続けたい」と思える市町村で重視することは何ですか？（複数回答5つまで）

▼ 複数回答 (5個まで選択)

★ 必須回答

▲ とじる

- 1 買い物が便利
- 2 飲食店が充実している
- 3 子育て支援サービスが充実している
- 4 財政が豊かである
- 5 教育環境が充実している
- 6 医療サービスが充実している
- 7 福祉サービスが充実している
- 8 行政サービスが充実している
- 9 公園・スポーツ施設等が充実している
- 10 文化施設・公民館等が充実している
- 11 娯楽施設が充実している
- 12 市内の移動が便利
- 13 通勤・通学に便利
- 14 防災体制が充実している
- 15 治安が良い

-
- 16 自然環境が良い
-
- 17 歴史・文化がある
-
- 18 地域コミュニティが充実している
-
- 19 土地・住宅・家賃が安い
-
- 20 静かで落ち着いた居住環境
-
- 21 その他 (必須入力)
-

Q12

引越しを検討する際に重視することは何ですか？（複数回答5つまで）

複数回答 (5個まで選択) 必須回答

-
- 1 住宅（庭）の広さ
-
- 2 土地・住宅価格（家賃）
-
- 3 通勤・通学のしやすさ
-
- 4 親（子）・親類・知人等の住居との近さ
-
- 5 整備された都市空間
-
- 6 閑静な住環境
-
- 7 豊かな自然環境
-
- 8 商業施設や飲食店等の充実
-
- 9 公共交通の充実
-
- 10 行政サービスの充実
-
- 11 その他 (必須入力)
-

Q13

下記の印西市のシティプロモーション活動について知っていますか。

◎ 単一回答 ★ 必須回答

0/18

1	いんざい君グッズ	▼
2	柏レイソルホームタウンデー	▼
3	大井競馬場「印西市コスモス賞」	▼
4	PR動画「印度じゃないよ、印西市」	▼
5	プロジェクト「MAKE INZAI ORIGINAL」	▼
6	PR動画「印西バランス」	▼
7	印度じゃないよ、印西市「キーマカレー」	▼
8	印西“あるある”4コマ	▼
9	冊子「MAKE INZAI ORIGINAL Year01」	▼
10	PR動画「印西妄想動画」	▼
11	インザイのジンザイ	▼
12	ミステリーインインザイ	▼
13	冊子「MAKE INZAI ORIGINAL Year02」	▼
14	アニメ「印西あるある物語」	▼
15	印西あるあるカルタ	▼
16	「イルミライ★INZAI」PR動画	▼
17	冊子「MAKE INZAI ORIGINAL Year03」	▼
18	順天堂大学男子駅伝チーム・体操競技部男子チーム/女子チームとの広告契約	▲

- ① 知っていて、見た（行った・買った・食べた）ことがある
- ② 知っているが、見た（行った・買った・食べた）ことはない
- ③ 知らない

Q14

自分の街を誇りに思える要素を挙げてください。（複数回答3つまで）

▼ 複数回答 (3個まで選択) ★ 必須回答

- 1 ひと（市民）
- 2 ひと（有名人）
- 3 景観
- 4 大型商業施設
- 5 有名店（企業）
- 6 歴史・文化芸能
- 7 イベント
- 8 住み心地
- 9 行政サービス
- 10 行政（まち）の認知度

11	教育環境
12	子育て環境
13	医療環境
14	福祉環境
15	自然環境
16	防犯（安心安全）
17	災害リスクの低さ
18	スポーツ環境
19	地域コミュニティ
20	その他 <input type="text" value="(必須入力)"/>

アンケートは以上で終わりです。
ご協力ありがとうございました。
送信ボタンを押してください。

送 信

卷末：參考資料



mGAP 3つの意欲の測定方法

1. 地域を他者におすすめする気持ち = **地域推奨意欲** (市内及び市外ターゲット)
〇〇市を知人友人におすすめする気持ちはどの程度ですか。
2. 地域をよくする活動へ参加する気持ち = **地域参加意欲**
〇〇市をよりよくするために参加や行動しようとする気持ちはどの程度ですか。
3. 地域で活動する人に感謝する気持ち = **地域感謝意欲**
〇〇市をよりよくしようと活動している人に感謝の気持ちを表すと、どの程度ですか。

- 上記3項目について、0～10までの11段階で回答をもらう。
- 【計算式】
意欲10～8<〇%> 5以下<△%>
〇%-△%=□
□×人口〇〇(万人)=A
- ※0が最も低く、10が最も高い



mGAP 3つの意欲の計算式

【計算式】

意欲10～8<10%> 5以下<30%>

$$10\% - 30\% = -20$$

$$-20 \times \text{人口}25(\text{万人}) = -500$$

$$-20 \times \text{人口}6.5(\text{万人}) = -130$$



事業実施状況

転入者向けアンケートでは、「&green marketがあるから北本市に転入してきた」「&greenのプロモーションで北本市を知り、引っ越してきた」など、プロモーションが転入のきっかけとなっているという意見を多くいただいている。

外部評価状況

2021年シティプロモーションアワード金賞

2021年全国広報コンクール企画部門入選

2022年全国広報コンクール企画部門特選・内閣総理大臣賞受賞

2023年全国広報コンクール広報紙部門特選・内閣総理大臣賞受賞・
企画部門入選

mGAP推移

【全体】

年度	区分	総数	強い (8~10)		弱い (0~5)		計算値	
			数	率	数	率	mGAP	総mGAP
R元	推奨	1,393	154	11.1	1,000	71.8	▲ 395	▲ 624
	参加	1,390	178	12.8	951	68.4	▲ 361	
	感謝	1,388	665	47.9	383	27.6	132	
R2	推奨	1,538	174	11.3	1,092	71.0	▲ 388	▲ 673
	参加	1,538	160	10.4	1,115	72.5	▲ 404	
	感謝	1,540	734	47.7	452	29.4	119	
R3	推奨	1,538	192	12.5	1,072	69.7	▲ 372	▲ 615
	参加	1,533	169	11.0	1,115	72.7	▲ 401	
	感謝	1,536	769	50.1	396	25.8	158	
R4	推奨	1,520	183	12.0	983	64.7	▲ 343	▲ 562
	参加	1,517	170	11.2	1,049	69.1	▲ 376	
	感謝	1,519	754	49.6	387	25.5	157	

【25~34歳女性】

年度	区分	総数	強い (8~10)		弱い (0~5)		計算値	
			数	率	数	率	mGAP	総mGAP
R4	推奨	53	6	11.3	28	52.8	▲ 270	▲ 589
	参加	53	3	5.7	40	75.5	▲ 454	
	感謝	53	26	49.1	15	28.3	135	