

橋本市がNO.1になるための取り組みについて、下記に記述してください。

<u>1. テーマ</u>
定住促進パンフレットの配布 NO.1
<u>2. 目的・ねらい (why)</u>
橋本市から通勤可能な企業、本市が誘致活動を行っている企業等を対象として、その社員への定住促進をおこなう。 定住促進策として、例えば、子育て・教育・自然環境・交通網等の各施策を紹介したパンフレットにより、魅力ある橋本市を発信する。
<u>3. 課題 (what)</u>
対象者（結婚前・新婚・子育て中・子育て後）別に紹介する内容が異なる。 通勤圏と考えられる地域の企業が中心となる。 対象者が定住を検討する理由の一つとしては、本市からの通勤時間や手段等が大きな要因と考えられるので、わかりやすく説明出来る資料が必要である。
<u>4. 対象者・対象範囲 (who・where)</u>
主に大阪市内の企業、橋本市が誘致を進める企業の社員など
<u>5. 実現手段・内容 (how)</u>
本市が企業誘致を進めている候補企業には、市長と一緒に訪問して説明する等の話題性も必要と考える。また、基本的には、本市から通勤可能な企業に説明する。 対象企業との調整が進めば、企業内で、福利厚生窓口へのパンフレット配置やイントラネットへの掲載等も可能と考える。 説明方法は、チーム3で計画しているパンフレット（飛び出す絵本等）を利用して、話題性のあるパンフレットで橋本市の魅力を紹介した絵本などとする。 例えば、新婚・子育て世代への子育て施策や自然環境、病院、子育て支援などを取り入れたものとする。
<u>6. 実施時期 (when)</u>
いつでも可能であるが、パンフレット（飛び出す絵本）の作成等は検討が必要である。
<u>7. 実現するための体制 (who)</u>
体制構築の準備会的なものが必要である。また、職員が、本市の各施策を情

報として蓄積し、各種団体等との協働等により進める。

なお、定住予定者からの問合せ窓口の構築も必要と考える。

## 8. 効果

パンフレット（飛び出す絵本等）の作成部数等により、費用対効果は未定であるが、「橋本市が企業誘致を行う場合には、全社員に対しても絵本型パンフレットで市の魅力を紹介すること」や、「自治体が定住促進のために企業と連携している」等の話題性はあると考える。

## 9. その他

- ・周知方法の提案である。
- ・今後の職員には、過疎化が進む自治体の将来を想定、明確にして、その課題を先送りせず方針決定を行えるように、意識改革が必要がある。