

全国初！ 事業の成果をまちへの「意欲」で測る！ 「地域(まち)に真剣(マジ)になる力」を示す mGAP を正式なシティプロモーションの成果指標に

北本市では、全国で初めて、シティプロモーション事業（移住定住事業）の成果指標として、東海大学河井孝仁教授が提唱するmGAP（エムギャップ・修正地域参画総量指標）を正式かつ総合的に導入します。

これにより、各種シティプロモーション事業を、人口増にとどまらない、まちへの推奨・参加・感謝意欲、つまり「地域（まち）に真剣（マジ）になる力」の向上を重要な目的とする、先駆的・画期的なものとして展開していきます。

目的・概要

各自治体、人口減少が進む中で、移住・定住者の増加を図るため、転入者への補助金支出や、各種若年層・子育て世帯向け施策のPR等、様々な事業を行っています。

しかし、移住・定住者の増減は、宅地の開発余地等、まちの様々な要素が絡み合い、自治体の行う各個別事業だけで変動を測ることが難しい、また、単純な人口の増加を目指すことが、まちの活力に本当につながっているのかという課題がありました。

そこで、東海大学河井教授の提唱する、まちへの推奨・参加・感謝意欲を成果指標とするmGAP（エムギャップ・修正地域参画総量指標）を正式な成果指標とし、河井教授からのアドバイスを受けながら、シティプロモーション事業の的確な推進のためのPDCAを回していくこととします。

河井教授コメント

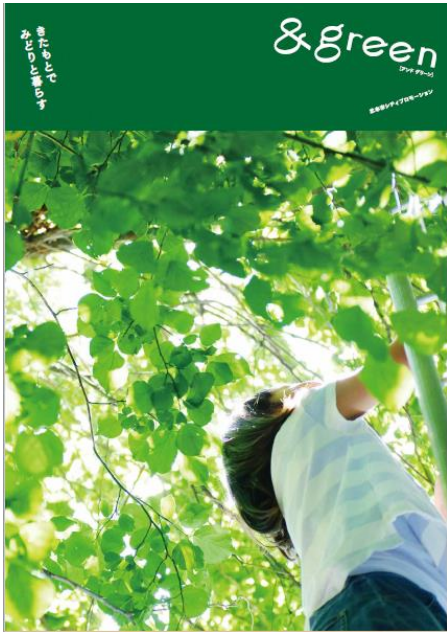
・mGAPは、地域への推奨・参加・感謝の意欲を定量化するものです。この数値を測ることによって「地域（まち）に真剣（マジ）になる力」「地域を持続させる熱を持ったしなやかな土台」の強さが可視化されます。

・私の研究では、地域への推奨意欲が高い方ほど、地域産品の購入意欲・地域での就労意欲・地域における困窮者への支援意欲が高いことが確認されています。このことは、mGAPを向上させることで、地域での「稼ぐ力」「協働による福祉」を向上させる可能性を示しています。

また、地域への推奨意欲が高い方は、地域でのイノベーションにつながる「学ぶ意欲」「多様性を尊重する思い」が強いことも明らかになっています。mGAPを高めることで、これからの地域を持続・発展させることも予測されます。

・既に多くの自治体でmGAPの試験的な導入や一部での活用は始まっていますが、北本市における正式かつ総合的な採用により、北本市のシティプロモーションが全国の先駆けとなることが期待されます。

○各個別事業での成果指標測定例（シティプロモーション冊子「&green」発行事業 2020.3 発行）



北本市シティプロモーション推進方針に掲げるターゲット世代（20代～40代前半）の市民 5,000 人（無作為抽出）に対し、冊子「&green」を送付。その際成果指標アンケートを同封。



総回答者数 602 名

【計算式】意欲 10～8<○%> 5 以下<△%> ○%-△%= □
□ × 市内ターゲット人口 2（万人）= A

・地域推奨量（地域内）

読む前 - 7 3 → 読んだ後 5 5 . 2

・地域参加量

読む前 - 9 3 . 2 → 読んだ後 1 8 . 8

・地域感謝量

読む前 - 4 3 . 2 → 読んだ後 9 9 . 4

・mGAP（上記 3 指標合計）

読む前 - 2 0 9 . 4 → 読んだ後 1 7 3 . 4

○シティプロモーション事業全体としての成果指標測定例（2019 まちづくり市民アンケート）

年 1 度行う、まちづくり市民アンケート（市民 2, 0 0 0 人無作為）への反映

【計算式】意欲 10～8<○%> 5 以下<△%> ○%-△%= □
□ × 人口 6.5（万人）= A

1. 北本市を知人友人に推奨する気持ちはどの程度ですか

・地域推奨量（地域内） - 4 5 6

↓回答結果グラフ参考

0	弱い	81	(5.8)	■		
1		65	(4.7)	■		
2		110	(7.9)	■		
3		219	(15.7)	■		
4		136	(9.8)	■		
5		389	(27.9)	■		
6		117	(8.4)	■		
7		122	(8.8)	■		
8		103	(7.4)	■		
9		15	(1.1)	■		
10	強い	36	(2.6)	■		
合 計		1,393	(100.0)		0	20

2. 北本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

・地域参加量 - 4 3 2

3. 北本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。

・地域感謝量 - 1 3 1

mGAP（上記 3 指標合計） - 1, 0 1 9 ←この指標をいかに上げていくかを成果とする。

当事業アドバイザー

河井 孝仁 (カワイ タカヨシ) 氏

(東海大学 文化社会学部 広報メディア学科 教授)

博士 (情報科学・名古屋大学)。

静岡県職員、静岡総合研究機構研究員を経て現職。

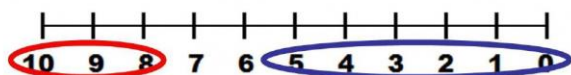
専門は、行政広報論、シティプロモーション、地域情報論。公共コミュニケーション学会会長理事、日本広報学会常任理事、社会情報学会理事、総務省地域情報化アドバイザー、(社)日本広報協会広報アドバイザーなどを務める。『シティプロモーションでまちを変える』(彩流社)、『「失敗」からひも解くシティプロモーション』(第一法規) など著書多数。



mGAP (エムギャップ・修正地域参画総量指標) 概要

各意欲の定量化方法

- 修正NPS (ネットプロモータスコア)
 - 意欲 10~8 (パーセンテージ) をプラス
 - 意欲 5~0 (パーセンテージ) をマイナスとして計算



E.ライクヘルド『ネット・プロモーター経営』をもとに筆者補正

KAWAI Takayoshi

修正地域参画総量指標 mGAP

- 地域推奨量 (地域内)
 - 地域推奨意欲指数
 - $10 \sim 8 < 35\% > 5 \text{以下} < 25\% >$
 - $35\% - 25\% = 10$
 - $10 \times \text{定住人口 } 5 \text{ (万人)} = 50$
- 地域参加量
 - 地域参加意欲指数
 - $10 \sim 8 < 25\% > 5 \text{以下} < 30\% >$
 - $25\% - 30\% = -5$
 - $-5 \times \text{定住人口 } 5 \text{ (万人)} = -25$

KAWAI Takayoshi

修正地域参画総量指標 mGAP

- 地域感謝量
 - 地域感謝意欲指数
 - $10 \sim 8 < 55\% > 5 \text{以下} < 15\% >$
 - $55\% - 15\% = 40$
 - $40 \times \text{定住人口 } 5 \text{ (万人)} = 200$
- 地域推奨量 (地域外ターゲット)
 - 地域推奨意欲指数
 - $10 \sim 8 < 5\% > 5 \text{以下} < 35\% >$
 - $5\% - 35\% = -30$
 - $-30 \times \text{ターゲット人口 } 2 \text{ (万人)} = -60$

KAWAI Takayoshi

修正地域参画総量指標 mGAP

地域推奨量 (地域内)	50
+ 地域参加量 (地域内)	- 25
+ 地域参加量 (地域内)	200
+ 地域推奨量 (地域外ターゲット)	- 60

165 mGAP

常に増加を図ることが
目的となる

KAWAI Takayoshi