

# 会 議 録

会議の名称	令和7年度 第1回鴻巣市シティプロモーション推進懇話会
開催日	令和7年7月8日（火）
開催時間	午後1時30分 開会 ・ 午後3時00分 閉会
開催場所	鴻巣市にぎわい交流館 2階多目的室
出席者（委員）氏名 （出席者数）	齊藤 哲也（アドバイザー） 澤田 稔行 伊藤 恵 山本 明伸 真鍋 透 齋藤 徹 小野 賢俊 池永 可成江 竹下 和男 永久 健三 <p style="text-align: right;">計10名</p>
欠席者(委員)氏名 （欠席者数）	久保 泰枝 堀越 延年 天野 雄大 <p style="text-align: right;">計3名</p>
事務局職員職氏名	市長政策室長 藤崎 秀也 総合政策課長 吉野 智和 総合政策課副課長 齋藤 則考 総合政策課主事 吉野 紅音 環境経済部参事兼環境課長 小林 勝 環境課副参事 田村 邦博 環境課主任 栗原 莉沙
傍聴者の可否(傍聴者数)	可（0名）
会 議 次 第	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 開 会</li> <li>2 あいさつ</li> <li>3 自己紹介</li> <li>4 意見交換             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) シティプロモーションの推進における成果指標と達成状況について</li> <li>(2) 令和7年度シティプロモーション推進事業の進捗状況について</li> <li>(3) 鴻巣ポスト（巣箱）の中間報告について</li> <li>(4) 市の鳥指定について</li> </ol> </li> <li>5 その他</li> <li>6 閉 会</li> </ol>

#### 【次第4 意見交換】

(1)、(2)について事務局より説明

(3)鴻巣ポスト（巣箱）の中間報告について

- ・回答数は予想を上回る結果であった。年齢構成では20～30代の電子申請が多く、駅に掲出したポスターを見て投稿された可能性が高い。
- ・現在の駅ポスターは視認性や内容が分かりにくいいため、デザインや掲示方法の改善を検討すべき。
- ・紙を使わず、スマホを持っていない世代(10代)の声をどう集めるかが課題。
- ・高齢者層(60代～70代)への認知が低いため、例えば「コウノトリアカデミー」で5分程度の紹介時間を設けると効果的ではないか。
- ・電子申請フォームの記入欄に「回答したきっかけ」を記載できるようにすると、導線の分析につながる。
- ・推しスポットなどのアンケート結果について、事務局の資料には上位のものしか記載がないが、少数意見も知ること、今後のシティプロモーションにつながる。
- ・特典として設定された「ブーケ(まちのコイン)」の効果はあったのか。
- ・アンケート用紙や設置場所の周知が足りていないため、市の広報紙に1枚同封するなど、接触機会の拡大を図るべき。
- ・回答内容や今後の活用方法を市民に「見える化」することで、投票意欲が高まり、さらなる参加を促す効果が期待できる。
- ・駅への巣箱設置については、セキュリティ・回収体制・連絡体制の3点に留意すれば実現可能である。
- ・市内郵便局については、局長から「協力可能」との回答があり、銀行等の民間施設にも設置を広げられる可能性がある。
- ・現在のチラシは「まちのコイン」に主軸が置かれているため、「鴻巣ポスト」用の紙面を別に設けるなど、情報整理することが望ましい。
- ・実施期間(～9月1日)中に、継続・改善の判断を行う必要がある。  
→設置場所の拡大や周知方法など、実行可能な部分から段階的に改善を進めていく方針。
- ・現在の電子申請は操作に時間がかかるため、GoogleフォームやMicrosoftフォームなど、より簡易な方法の採用を検討してはどうか。

(4)市の鳥指定について

- ・すでに市の鳥はコウノトリであるとの印象があった。
- ・ひなの誕生は市民の関心を引く好機であり、指定への大きな契機になる。
- ・市の鳥としての指定を通じて、市民がコウノトリを見守り、育てる意識が醸成されることが期待される。
- ・今後の行政事務の進め方、目安として、いつ頃指定されるものか。  
→9月議会に関係議案の提案を予定している。議決をいただくと、遅くとも年度内の施行を予定している。
- ・鴻巣市生まれのコウノトリではない点に、市民の納得感・親近感はあるのか。

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・指定前に市民が納得するような仕掛けがあると盛り上がりやすいのではないか。</li> <li>・コウノトリへの愛着が市民に根付いてこそ、市の象徴としての定着が進むのではないか。</li> <li>・他自治体の事例として、例えば「鯖フェス」（ノルウェー産使用）など、地元に関わりが薄い素材でもプロモーション成功例がある。</li> <li>・行政がもっと心に訴えるような施策をした方がよいのでは。</li> <li>・シビックプライドの醸成には、継続的な取組が重要。</li> <li>・ネーミングライツなどで施設名等に「コウノトリ+企業名」のような名前を活用する機会を増やしたらシビックプライドの醸成に繋がるのではないか。</li> <li>・「コウノトリ」という名称自体が、鴻巣市にとってのブランド（=金看板）として機能するのではないか。</li> </ul> <p style="text-align: right;">以上</p>
<p style="text-align: center;">配 布 資 料</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・令和7年度 第1回鴻巣市シティプロモーション推進懇話会次第</li> <li>・令和7年度 鴻巣市シティプロモーション推進懇話会委員名簿</li> <li>・資料1 鴻巣市シティプロモーション推進懇話会設置要綱</li> <li>・資料2 シティプロモーションの推進における成果指標と達成状況について</li> <li>・資料3 令和7年度シティプロモーション推進事業の進捗状況について</li> <li>・資料4 鴻巣ポスト中間報告について</li> <li>・資料5 市の鳥の指定について</li> <li>・資料6 コウノトリの里づくり事業について</li> <li>・にぎわい交流館 にこのす(パンフレット)</li> <li>・このすL I F E (リーフレット)</li> <li>・観光このす(パンフレット)</li> </ul>