

# 会 議 録

会議の名称	第2回鴻巣市シティプロモーション推進懇話会
開催日	令和3年10月9日(土)
開催時間	午前10時00分 開会 ・ 午前11時30分 閉会
開催場所	鴻巣市役所 大会議室
出席者(委員)氏名 (出席者数)	齊藤 哲也(アドバイザー) 亀谷 礼子 生川 由美 平山 八重 芳澤 壮二 斎藤 徹 佐宗 勇志 伊藤 恵 澤田 稔行 平 匠子 須藤 奈々恵 天野 雄大 山崎 益美(13名)
欠席者(委員)氏名 (欠席者数)	真鍋 透 石山 菜緒美(2名)
事務局職員職氏名	市長政策室参事兼秘書課長 小林 勝 市長政策室参事兼総合政策課長 武田 昌行 総合政策課主査 羽鳥 敦 総合政策課主任 岡 遼太郎
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 意見交換(全体) シティプロモーション推進方針(たたき台)について</li> <li>3 意見交換(グループ) 行動指針の内容について</li> <li>4 各グループからの発表</li> <li>5 その他</li> <li>6 閉 会</li> </ol>

○事務局よりシティプロモーション推進方針（たたき台）について説明し、内容について確認した。委員からの主な意見は次のとおり。

- ・将来人口の目標が低い。現在の人口維持という考えを持つべき。
- ・全体数が減る中で、鴻巣市だけが目標を高く設定することは難しいのではないかと。人口は減るけれども市民の満足度、愛着度を高める方向が良い。

○各グループに分かれて、行動指針の内容について意見交換を行った。  
各グループで出された主な意見は次のとおり。

①市民協働による取組

- ・イベント、プロモーション、人員の視点で意見交換
- ・鴻巣駅から免許センターまでの道にガイド（案内）の設置やアーティストによるイベントの開催
- ・公園での縁日、呉服屋等の協力による着物や浴衣でのイベント
- ・寺院と連携したマインドフルネス、写経などのイベント
- ・マルシェの開催、常設のキッチンカー、地元野菜販売
- ・オンラインのお祭り、七夕まつりの復活
- ・ダンサーによる市のPV制作、ロケ地観光、市民アンバサダー
- ・歴史、偉人を活用したプロモーション（アニメーションなど）
- ・様々なアイデアについて「誰がやるか」が課題となるが、地域副業、学生インターン、さらに若い世代の社会人など地域に関わりたいと思っている方（関係人口）への業務委託の手法も考えられる。

②個性を引き出す魅力あるまちづくり

- ・鴻巣市には強みがたくさんあるのに、ブランディングができていない。
- ・ハード面とソフト面の両方を考える必要がある。
- ・ハード面では、鴻巣駅から免許センターまでの通りは素敵で、毎日千人以上の人が通るが、訴求力が弱い。鴻神社にも多くの人があるが周辺はシャッターが閉まった店が多く、まちとして強みを生かし切れていない。
- ・ハード面での解決は難しいが、特に駅から免許センターまでの通りにカフェを誘致するなど、行政も取組を検討してほしい。
- ・鴻巣駅から中山道までは「プラチナ通り」であり、アンテナショップなどのようなお店があってもいい。
- ・一方でソフト面では、できることも多い。例えば、鴻巣市はひな人形と花のまちと昔から言われているが、普段の市民生活とは距離が離れている。ひな人形や花といった鴻巣市の強みを普段の生活の身近に感じられる工夫をしたらどうか。
- ・朝霞市の書店の事業を真似して、「1 flower for KONOSU」毎月何日は「花の日」と決めて、市民が花を買くと、割引や特典が受けられ、そのお金の一部が花のまちづくりに寄附されるなど、生活に寄り添った取組を進めたい。

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 周りへの発信もそうだが、住んでいる私たちが、花や人形をもっと身近に感じないと他人事で終わってしまう。</li> <li>・ 若い子がお花を買うことにより、ハッシュタグをつけて SNS に投稿してくれることも期待できる。</li> <li>・ 企業等が作成するマークやイラストにコウノトリの図柄を入れるなど、1企業1鴻巣らしさのような取組もいいと思う。</li> </ul> <p>③戦略的な情報発信の実践</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 鴻巣市に魅力的なコンテンツは様々ある中で、それをどのように発信するのかといった視点から、発信主体、チャンネル、継続性の担保という3つの軸が意見交換から導かれた。</li> <li>・ 発信主体では、市民主体が軸となるが、多様な情報発信者がいるかどうか。</li> <li>・ 例えば、一つのイベントに対して、施設側、事業者側、参加者側の多様な声が聞こえることがよい。</li> <li>・ SNS では、たくさんの写真が上がっていて、様々な感想や意見が出るのが大事。</li> <li>・ チャンネルでは、免許センターなどの人が集まる場所をうまく活用していく、また、リアルはもちろん、ウェブ上においても、適切な発信手段を使う柔軟性が重要だと思う。</li> <li>・ 活性化しているプラットフォームを行政や民間が活用するとともに、広く市民が使いこなせるような支援をしていくことが重要だと考える。</li> <li>・ 継続性の担保では、自己実現のため、自分が好きだから情報発信をしている方もいる一方、まちへの愛着が強い人に無償の活動をお願いしても続かないこともあり、インセンティブの設定も必要だという認識も持つべき。</li> <li>・ 例えば地域ポイント制度により、市内消費を促すことも考えられるし、地元版ふるさと納税として、地元の特産品をプレゼントすることにより、さらに地元の認知が高まる。有名なものであれば、地元への誇りにもつながる。</li> </ul>
配布資料	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 第2回鴻巣市シティプロモーション推進懇話会次第</li> <li>・ 懇話会委員名簿</li> <li>・ 第1回懇話会会議録</li> <li>・ 懇話会の振り返り</li> <li>・ 推進方針（たたき台）</li> <li>・ IKOKAブランドブック</li> </ul>