

## 第三章 シティプロモーション戦略

シティプロモーション戦略は、本方針のキャッチフレーズである「アクセス最高 ちょうどいいまち ちょっといいまち 和光」を実現するため、5つの柱で構成しています。戦略1～4では、シティプロモーションを実際に取り組んでいく取組を分野別に体系化し、戦略5では、戦略1～4をより効果的に推進していくための取組を掲げています。

### 1 キャッチフレーズ

「アクセス最高 ちょうどいいまち ちょっといいまち 和光」

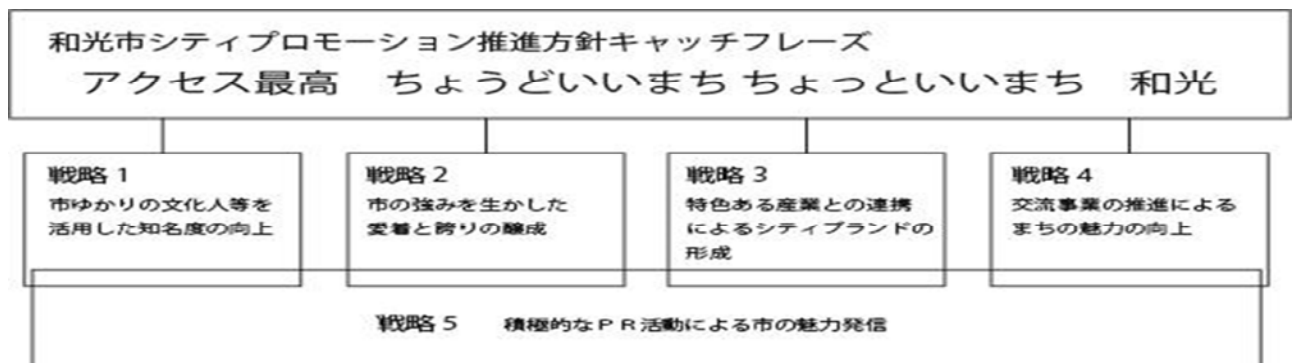
『アクセス最高』は本市最大の強みである交通の利便性の良さを表すフレーズとなっています。また、『ちょうどいいまち ちょっといいまち』は本市の居心地の良さや市民の愛着を表現するフレーズとなっています。

本方針では、「アクセス最高 ちょうどいいまち ちょっといいまち 和光」をキャッチフレーズ（目標）として掲げ、その目標を達成するために5つの戦略を展開します。

### 2 戦略体系

#### ◆シティプロモーション推進方針5つの戦略

- 戦略1 市ゆかりの文化人等を活用した知名度の向上
- 戦略2 市の強みを生かした愛着と誇りの醸成
- 戦略3 特色ある産業との連携によるシティブランド<sup>1</sup>の形成
- 戦略4 交流事業の推進によるまちの魅力の向上
- 戦略5 積極的なPR活動による市の魅力発信



<sup>1</sup>シティブランド…市の魅力を最大限に生かした、良好なイメージを形成するためのコンテンツ

### 3 推進方針を進めるに当たって

---

シティプロモーションを推進するためには、市民、企業、市が一体となって取り組むことが必要です。

市民や関係団体からの信頼を獲得し、結びつきを強めていくために、まずは市職員一人ひとりが市の広報マンとしての自覚を持ち、市の魅力を発信するよう取り組んでいきます。また、同時に市民同士が「本市の良いところ」を共感し、市外の人へ積極的に発信ができる取組を進めていきます。

さらには、市が自ら魅力あるまちづくりを推進することはもちろん、市民や企業も市の魅力を共有し、対外的にアピールできる取組を進めていきます。

# 戦略 1 : 市ゆかりの文化人等を活用した知名度の向上

## 戦略の目的

市ゆかりの有名人・団体との連携を強め、市の広告塔として活用し、知名度を高める。

## これまでの実施状況

本市ゆかりの文化人である清水かつら、大石真については、市民文化団体と協働して講演会を実施するほか、白子コミュニティセンターでの展示や循環バスのラッピング、コンサート等を開催し、市内外へPRしている。

また、プロスポーツ選手をはじめ市ゆかりの有名人については、広報わこう及び市ホームページに記事を掲載するなど市民に対し周知をしている。

市のイメージキャラクター「わこうっち」及びキャラクター「さつきちゃん」については、市内の多くのイベントに登場し、市民が郷土愛を醸成していく機会を提供している。また、市外のイベントにも参加し本市の魅力を外部に発信している。

平成24年に任命した和光市市民文化親善大使及び平成27年に任命した和光市応援団長については、市のイベントを盛り上げるだけでなく、市外で活動する際に市の知名度向上に貢献しており、今まで本市を知らなかった人が市のイベントに訪れるなど、交流人口の増加という面で効果が出始めている。

## 課題

市ゆかりの文化人・有名人については、PRが未だ足りない部分も見受けられるため、今後は市内外へのPRをより一層進めていく必要がある。

市のイメージキャラクター「わこうっち」及びキャラクター「さつきちゃん」については、市の知名度を上げ、地域活性化に貢献しているものの、ゆるキャラブームの沈静化によりPR効果の低下が懸念される。

市民文化親善大使及び和光市応援団については、市外に向けた更なる宣伝活動が求められる。また、イベント出演では、老若男女問わずすべての人に向けたPRを効果的にする必要がある。

## 取組内容

### (1) 市ゆかりの文化人・有名人（清水かつら、大石真、プロスポーツ選手、芸能人）の活用（秘書広報課、総務人権課、生涯学習課）

市ゆかりの文化人である清水かつらや大石真の偉業を市民文化団体と協働して市外にも広める。また、さまざまな業界の第一線で活躍する人については、ホームページ等での紹介や、イベント等において出演していただき、市内外へPRをする。さらに、新たな人材についても広報等を活用しながら発掘をしていく。

### (2) イメージキャラクター「わこうっち」、キャラクター「さつきちゃん」の活用（産業支援課）

わこうっち・さつきちゃんが市民に愛されるキャラクターであり続けるよう、イベント等で活用していく。また、facebookやブログなどのSNSを活用し、市外における本市のキャラクターの知名度を向上させることにより、更なる市の知名度の向上を図る。

### (3) 市民団体（和光市市民文化親善大使など）との連携（総務人権課）

和光市市民文化親善大使である和太鼓会和光太鼓の国外や市外での活動について、積極的にPRを行うなどの支援を行うとともに、伝統芸能の継承や活躍の幅を広げていけるよう更なる支援を行っていく。また、文化芸術活動を行っている市民団体の発掘や活動の幅を広げるといった支援を行い、市の知名度向上を図る。

### (4) 和光市応援団の活用（秘書広報課）

和光市応援団を活用し、市内外で積極的な市のPR活動を行う。また、市の親善大使やPR大使に著名人を任命している他の自治体とも連携するなど、本市の知名度やイメージアップを図る機会を増やす。



市ゆかりの文化人（清水かつら）



市ゆかりの文化人（大石真）

## 戦略2：市の強みを生かした愛着と誇りの醸成

### 戦略の目的

市の強みである自然環境や公園、文化財、歴史的遺産等を保護・活用し、市民の愛着と誇りを醸成する。

### これまでの実施状況

自然環境の保全については、貴重な植物、緑地、湧水及び河川を残していくため、自然散策や川まつりなどのイベントを通し、自然環境の保全に向けた啓発を行っている。また、湧水地や斜面林などがある緑地を保全地区や市民緑地として指定していくとともに、その維持管理に当たっては市と環境団体との協働により行っている。

公園については、現在、市の北側に27箇所、南側に25箇所の公園があり、また東京外環自動車道上部下部を利用した広場などが5箇所ある。その結果、市民一人当たりの公園面積は近隣市と比べ広がっている。市民意識調査では、「和光市と聞いて思い浮かべるもの」に公園を挙げる人が最も多くなっている。

新倉ふるさと民家園は、協働型委託として和光市古民家愛好会が園の管理運営及び季節行事等を開催している。これまで、民家園の魅力などを各メディアでも取り上げられたことにより、広く周知でき、開園10周年を迎えて順調に来園者も増加している市民の憩いの場となっている。

文化財・遺跡等の活用推進については、文化財の展示会や報告会を定期的に開催するとともに、可能な範囲で遺跡の見学会を行っている。

寺社や白子宿等の歴史的遺産については、市民意識調査において、「和光市の地域資源」として具体的に思い浮かべるもの」の上位に挙げられており、地域に親しまれている。

### 課題

緑の豊かさを誇りに思う市民が多い反面、大規模な公園以外の身近な自然の存在を知らない市民も多い。

市内公園の整備、管理などについては、様々な局面において市民の参画を得るなど、市民の共有財産として親しまれる魅力ある公園づくりを推進する必要がある。なお、地域別の満足度では、南地域より北地域が低くなっている。

ふるさと民家園、文化財の保護・活用については、それらを維持管理していく重要性和、更なる活用に向けた対応が課題となっている。

文化財・遺跡等の活用推進については、文化財を常設展示し、文化財にふれる機会が少ないことが課題であることから、シティプロモーションの観点からいつでも見学することができる施設の検討が必要である。

寺社等については、地域資源として認識されているものの、市内外に対する広報が十分にされているとは言えない。また、その他歴史的な価値のある遺産・遺物等については、PRや発掘が行われていないことが課題である。



## 取組内容

### (1) 自然環境の保全（環境課）

市民団体と連携して身近な自然を再発見する見学会等を実施し、市への愛着を高める。また、市外在住者に対しても簡単に訪れることのできる貴重な自然の存在を周知していく緑地等の自然環境を残していくため、土地所有者の理解が得られるよう努めていくとともに、新たな緑地の指定についても土地所有者に対し働きかけを行っていく。

### (2) 公園の活用推進（都市整備課）

和光樹林公園等の市内公園を活用し、市民がふれあい、憩い、安らぎを感じられるようにする。また、遊具施設（ぶらんこ、滑り台等）、便益施設（トイレ、水飲場等）の充実と公園におけるバリアフリー化を実施するとともに、公園が有する自然性を更に高めることにより公園リピーターを生み出す。さらには、和光北インター地域土地区画整理事業で整備する4つの街区公園については、包括的に活用するソフト事業と併せて、魅力ある公園づくりに着手する。

### (3) ふるさと民家園の活用推進（生涯学習課）

新倉ふるさと民家園の特徴を生かした事業のPRについて、広報わこうやホームページ・デジタルミュージアムなど、多様な媒体への掲載などを行い、PRをする。また、新たに外国人向けのパンフレットを作成・配布するなど、民家園の活用をより一層推進する。

### (4) 文化財・遺跡等の活用推進（生涯学習課）

文化財の展示会や遺跡報告会の効率的な実施を行うとともに、市民が憩える場としての午王山遺跡の活用を検討する。また、文化財の常設展示についても、様々な手法を含め検討する。

### (5) 歴史的遺産・遺物のPRの推進・発掘（生涯学習課、秘書広報課）

歴史的価値のある遺産・遺物等については、後世にその価値を伝え、長く市民に親しまれるものとなるようPRを推進する。また、広報わこうやホームページなど様々な媒体を使用し、市民から歴史的遺産・遺物等の情報収集を行う。



市内に湧き出る湧水



和光樹林公園

## 戦略3：特色ある産業との連携によるシティブランドの形成

### 戦略の目的

市内を拠点に展開する農業・産業・国の機関等と連携することにより、まちの価値を高め、シティブランドを形成する。

### これまでの実施状況

和光産農産物に関する取組については、農業者及び農業者団体と連携し、果物や野菜などの収穫体験、木曜市や軽トラ市を実施し、和光産の農産物の販売PRを行い、わか産わか消を推進している。そのほか、和光市農業後継者倶楽部によるアグリパークでの花景観作物の植栽をはじめとする、市と農業者団体との連携による取組も行われている。

和光ブランドについては、市の産業振興及びにぎわいのあるまちづくりに資するため、市が誇る商品等を和光ブランドとして認定している。

企業との連携については、シティプロモーションの一環として本田技研工業株式会社の協力を得て、市庁舎1階ロビーにおいて歴史的価値のある旧型のバイクを展示している。また、和光市駅南口公衆トイレにはネーミングライツを導入し、命名権の対価としてトイレの改修、定期診断管理を行っている。さらには、株式会社西武ライオンズとフレンドリーシティとして協定を締結し、マスコットキャラクターの保育園への派遣等を行っている。そのほか、東武鉄道株式会社と共同し、和光市駅ホーム上に東武東上線沿線で初めてホームドアを設置した結果、市内外で話題となった。

国の機関等との連携については、本市の地域特性の一つである国の機関等からは市民大学等の講師を招へいし、専門的な講座・教室を開催している。

### 課題

農業者団体との連携については、都市地域における農業の重要性を地域住民と共通の認識とし、地域農業への関心や愛着を更に醸成させる必要がある。また、商工団体との連携については、多様な市民ニーズに応じたこだわりや個性の創出を更に支援していく必要がある。

企業・国の機関・大学等との連携については、他市にはない高い専門性・機能性を市民生活の向上と結びつける取組を推進し、市民の愛着を醸成するとともに、市外への強い影響力・発信力が求められている。

## 取組内容

### (1) 和光産農産物の周知・農業者団体との連携（産業支援課）

本市の地理的特性を生かした農業者が実施するいちご、ブルーベリーなどの観光農園事業を広く市内外に周知する。また、まちかど販売所等の実施により和光産の農産物を身近に購入できる機会を創出するなど、本市の農家が生産した農産物を市民が消費する「わか産わか消」を推進し、都市部における農業を通じて本市の魅力を発信する。農業者団体との連携については、和光市農業後継者倶楽部等の農業体験、花景観作物の植栽といった事業により、市民の市に対する愛着を醸成する。

### (2) 和光ブランドの推進（産業支援課）

ブランドイメージの定着及び向上を図るため商品等の付加価値を高めるとともに、イベント、ホームページを通じて広く市内外に周知する。

### (3) 商工団体・企業との連携（政策課、産業支援課、秘書広報課）

商工団体との連携については、和光市商工会と連携し、「くらしナビ」や「わかぐる」を通じて市内店舗の魅力を市内外に周知する。企業との連携については、ネーミングライツの手法や、協定締結を通じて企業等と連携し、市外での知名度向上と同時に企業のイメージ向上という市及び企業の相乗効果を図る。また、本市の玄関口である和光市駅前の整備については、市のイメージアップに繋がるよう鉄道事業者等と連携・協議し、進めていく。

### (4) 国の機関等との連携（政策課、生涯学習課）

国立研究開発法人理化学研究所と協力し、同研究所で生成された113番新元素が「ニホニウム」に決定されたことを受け、市の新たな魅力を発信する事業の一つとして、和光市駅前から理化学研究所までの市道及び県道の歩道部分をニホニウム通りと位置づけ市民が理化学に触れる憩いの空間を新たに創出する。

また、「和光市民大学」や「子ども大学わかこう」、「子ども科学教室」などの各種講座等において、国の機関や大学から専門分野の講師を派遣していただき、本市ならではの事業を展開することで、各分野の最新かつ高度な情報を講座等で提供していく。



和光農業後継者倶楽部の農業体験



子ども大学わかこう



## 戦略4：交流事業の推進によるまちの魅力の向上

### 戦略の目的

イベントや地域間交流などを通じ、住民同士あるいは市を訪れた人と住民との交流を深め、まちの魅力を向上する。

### これまでの実施状況

平成29年12月にアジア・エアガン選手権大会が、本市において初めての国際大会として開催されることが決定した。また、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会では、本市にまたがる陸上自衛隊朝霞駐屯地が射撃会場になっている。

各種イベントについて、市民まつりについては、市民による市民まつり実行委員会との協働により、社会情勢の変化を踏まえた取組も実施しており、被災地支援団体の模擬店参加があるなど東日本大震災や熊本地震への応援に取り組むイベントを実施している。また、友好都市（十日町市、佐久市、那須烏山市、東松山市）からの模擬店出店やステージ出演も開催している。緑化まつりについては、市民の緑化に対する意識の高揚を図る取組や、まつりの活性化を図るため、平成28年度には「みんなの活動マルシェ～市民活動見本市～」と合同で開催するなど、来場者数の増加を図っている。毎年1月に開催するニッポン全国鍋グランプリについては、現在60鍋が参加しており、全国規模の大会として開催され、年々来場者も増加し、テレビなどのメディア等でも取り上げられている。体育祭や和光市民ロードレースフェスティバルについては、イベントを通じ、「一市民スポーツ」を推進し、市民同士の交流が図られている。

地域間交流については、姉妹都市ロングビュー市への市民海外派遣事業や姉妹都市からの訪問団受け入れなど、交流を通じ市民が国際理解を深める機会を提供するほか、姉妹都市に関するパネル展や市民まつりなどで姉妹都市のPR活動を行っている。また、歴史ある地域（友好都市）を実際に訪問し、その地域の歴史や文化を学習する「現地歴史講座」を開催しているほか、那須烏山市とは、地元の人たちとの農業体験等の交流を通して、子どもたちがたくましくすこやかに育つことを目的とした「里山体験教室」を実施している。さらには、平成29年1月には、本市と小川町、東秩父村、寄居町の2町1村が交流共同宣言を締結した。

文化振興公社との連携については、市や文化振興公社等が行う文化事業に複数の市民文化団体が共演できるようにするほか、市外からの文化団体を招へいし、これらの団体と市内の文化団体の共演を図ることで、地域間の文化団体交流を支援している。また、国内外問わず有名なアーティスト等を招へいし、和光市民文化センターでイベントを実施している。

### 課題

2017年アジア・エアガン選手権大会及び2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催に向け、気運醸成を図るため、射撃競技の市民への周知及び魅力発信が必要である。また、外国からの市内訪問者に対するおもてなしなどの受け入れや情報発信の体制を整える必要がある。

従来から実施しているイベントについて、市民まつりについては、より一層の集客を図りながら、より多くの市民の協力・参加を得て、市民まつりの本旨である「みんなでつくる」にのっとった実現を目指す必要がある。緑化まつりについては、緑化まつり単体では、多くの人を集客す

ることは難しい状況にある。鍋グランプリについては、市内外に周知が進んでいることから市内での鍋文化の醸成を進める必要がある。

地域間交流（友好都市、姉妹都市等）については、儀礼的な交流にとどまらず、人的交流、文化交流、経済交流へとその内容を深めていき、活性化を図ることも重要であることから、友好都市、姉妹都市に対する市民の理解を更に深めるよう、PR活動を継続する必要がある。

文化振興公社との連携については、市民文化団体だけでなく、企業などが共催した文化活動にも力を入れ、市外へのPRに努めていく必要がある。

## 取組内容

### (1) 東京オリンピック・パラリンピック及びアジアエアガン選手権大会の開催 (政策課、秘書広報課、スポーツ青少年課)

両大会を通じて、アジアをはじめ世界各国からの選手・観光客等に本市の思い出が残るようなおもてなし事業を検討・実施し、選手と市民との交流を図り、大会を通じたPR活動を行う。

### (2) 各種イベントの活用（市民活動推進課、産業支援課、環境課、スポーツ青少年課）

市民まつりについては、市民のふれあいの場として、市内の市民団体で実行委員会を組織し市民との協働により実施することで、連帯感を醸成し、コミュニティ活動を推進していくとともに、社会情勢の変化を踏まえた交流や友好都市との交流も行っていく。

緑化まつりについては、緑化まつりをより活性化させていくため、更なる講座や事業等の充実を図り、市内外からの来場者を増やすため、積極的なPRを行っていく。

ニッポン全国鍋グランプリについては、日本最大級の鍋料理コンテストの実施を通じて、和光市商工会の協力を得て当日来場する市内外の人に市の魅力を周知していく。

スポーツイベントについては、和光市民体育祭、市民ロードレースフェスティバルを通じ、市民が自主的にスポーツ・レクリエーション活動に取り組むようにするとともに、メディア媒体を活用し、本市の魅力をPRする。

### (3) 地域間交流（友好都市、姉妹都市等）（総務人権課）

姉妹都市ロングビュー市と海外派遣事業を通して更なる交流を深める。また、姉妹都市に関するパネル展や市民まつりなどで姉妹都市のPR活動を実施するほか、市民に積極的な交流への参画を促し、市民主体の交流により両市の市民間交流の更なる充実を図る。

国内友好都市については、災害時における相互応援協定を結んでいる長野県佐久市、栃木県那須烏山市、新潟県十日町市、埼玉県東松山市の4市と、現地歴史講座やサッカー交流大会の開催、学校給食における十日町産魚沼コシヒカリの使用など、様々な地域間交流の更なる充実を図る。

また、小川町・東秩父村・寄居町との相互交流事業については、農村体験や社会科見学、イベント等での地場製品の出品など、それぞれの地域資源や特性を生かし、相互に交流を行うことにより、住民の郷土への愛着心向上、並びに更なる地域の発展と振興を図る。

### (4) 文化振興公社との連携（総務人権課）

市主催行事への積極的参加により、市民の文化活動状況や地域の文化団体、本市の地域文化資源の紹介など文化情報の提供を行い、市民の愛着の醸成を図る。また、地域の文化団体や市内の芸術団体などの文化活動を推進するために、市の文化政策の担い手として文化芸術の振興を充実するほか、国内外問わず有名なアーティスト等を招へいし、和光市民文化センターでイベントを実施することで、本市の知名度向上を図る。

## 戦略5：積極的なPR活動による市の魅力発信

### 戦略の目的

広報ツールやメディアを通して、市の情報の露出度を高め、的確かつ積極的に情報を発信し、市の知名度や魅力を高める。

### これまでの実施状況

広報・ホームページ、Twitter及びYouTubeなど多様なツールを通して、市からのお知らせや市内で実施されるイベント情報などを公開している。また、マスメディアに対して積極的に報道発表を実施し、市の新しい取組や、イベントについて市内外に住む方に広く情報を公開している。さらには、ケーブルテレビJ-COMからの取材を数多く受け、事業の魅力を外部へ発信している。

広報掲示板については、市民サークル等市民同士の重要な交流及び広報媒体となるよう、市内各所に設置している。

フィルムコミッションについては、市庁舎だけでなく公園やふるさと民家園など様々なロケーションにおいて、映画やテレビドラマをはじめ、雑誌、カタログなどの数多くの撮影が行われており、普段目にする庁舎や公園などの公共施設がテレビや映画に登場することで、新しい魅力を発信し、市内外の関心を集めている。

ガイドマップの活用については、市内の観光名所となる見どころを集約した「みどころマップ」を発行し、市内公共施設に設置するとともにイベントなどで配布し、PRに努めている。

和光市のふるさと納税については、寄附をいただいたお礼として、和光ブランドをはじめ、市内の事業者の提供による返礼品や、友好都市である十日町市の提供による返礼品を用意している。また、本市のふるさと納税の周知については、市ホームページのほか、ふるさと納税ポータルサイト等の外部媒体も活用している。

### 課題

広報の充実については、広報わこう、ホームページ、Twitter、YouTubeなど様々な媒体に活用の幅を広げているが、それぞれの媒体における発信頻度を高め、迅速で的確な情報提供に努める必要がある。

マスメディアの活用については、プレスリリースのタイミングや内容をより精査し、発信力のあるメディアに多く取り上げられるよう工夫する必要がある。

広報掲示板については、設置されている場所によって、利用頻度に差があることが課題である。また、掲示板の広報媒体としての役割を強化させることが必要である。

フィルムコミッションについては、市内の撮影受入れについて窓口が一元化されていない。また、撮影日程の調整が難しいことや撮影について受入れることができる場所が少ないことも課題である。

ガイドマップについては、適宜内容を更新していく必要がある。また、現在配布しているガイドマップは日本語のみで表記されているため、外国人の観光客をターゲットとした情報を掲載する必要がある。

ある。

ふるさと納税については、制度の認知度が高まるとともに、市税における寄附金控除の額も増大しており、このまま税収が減少すると市の行政サービスに影響を及ぼす恐れがある。このことから、本市への寄附をさらに増加させるため、市外の寄附者に対して和光市ふるさと納税のPRを行うとともに、市外への寄附の流出を防ぐため、市民に対してもPRが必要がある。

## 取組内容

### (1) 各種広報の充実（秘書広報課）

広報わこうについては、若い世代にも読まれる広報を作成するため、若い世代の市民ライターと協働し、コラム記事や特集記事の作成を行う。また、ホームページ、Twitter、YouTubeについては、こまめに情報更新を行い、常に新しい情報を公開するとともに、市主催はもとより、地域で行われる様々なイベント等についても周知を行う。さらには、新しい広報チャンネルの導入についても検討をする。

### (2) マスメディアの活用（秘書広報課）

市議会開催前の定例記者会見以外でのプレスリリースの頻度を上げるとともに、内容の充実に努める。また、ケーブルテレビ等で市のイベントを多く取材していただき、市民をはじめ、近隣に住む人の市への関心を高める。

### (3) 広報掲示板等の活用（秘書広報課）

情報発信ツールとしての広報掲示板の利用については、市民に広く周知させ、活用を推進するとともに、和光市駅周辺など人目につきやすい場所へ掲示板を移設するなど、効果的・効率的な掲示板の配置を整える。

### (4) フィルムコミッションの推進（総務人権課、都市整備課、生涯学習課、秘書広報課）

市ホームページにおいて庁舎及び公園をはじめとする公共施設の情報を充実させるとともに、撮影等の許可手続の一元化・簡素化を図る。また、撮影環境の確保、撮影のためのスケジュール調整を図り、ロケの更なる誘致を行う。

### (5) ガイドマップの活用、市の発行物の再編（産業支援課、秘書広報課）

みどころマップを通じて、商業・工業・農業・観光等のみどころ情報や市内マップを掲載し、市内外に本市の魅力を伝えていく。また、市の発行物の再編を進めることで効果的なPR活動を進める。

### (6) ふるさと納税の活用（総務人権課）

市ホームページだけではなく、「ふるさとチョイス」「Yahoo!ふるさと納税」などのふるさと納税に関する民間の専門サイトを活用するなど、寄附の活用実績や返礼品の拡充などを広く周知し、寄附者へ和光市ふるさと納税への関心を寄せてもらえるような取組を行う。同時に寄附の納付方法の充実を行い、システム面においても、より一層本市に寄附をしやすいと感じられる環境づくりを行っていく。