

若者世代・現役世代とまちとの関わりの創出事業（越谷市）

【目的】

仕事や子育ての現役世代とまちの関わりを創出するとともに、まちの価値を自らつくり、発信する市民を増やす。

【概要】

5本の一級河川やレイクタウンエリアに整備された大相模調節池が形成する水辺空間のにぎわいや景観並びに自分に最もあった場所で生き生きと躍動する、地域との関わりにあるライフスタイルのロールモデルをまちの魅力として、市民自らが発見・発信し、共感として拡散する仕組みをつくる。

<これまでの取り組み>

シティプロモーション1.0～1.5の取り組み

地域の知名度向上と行政サービス充実による定住人口の増加を目的としたプロモーション

令和5年度

・越谷市シティプロモーションアクションプランの策定
市の現状分析およびワークショップによる市民意見の反映を踏まえた以降の取組方針の決定

令和6年度

・ブランドメッセージの策定
市の特長を活かしたブランドメッセージの制作と、ブランドメッセージの浸透に向けたプロモーションコンテンツの制作・展開

<今年度からの取り組み> （新規事業）

シティプロモーション2.0～3.0の取り組み

魅力創出のサイクルづくりやメディア活用戦略の整備による持続的な地域の価値向上を目的としたプロモーション

令和7年度

・ブランドメッセージを活用した地域の魅力の創造とまちづくり
市民主体のまちの魅力の創造・発信によるブランド価値向上とそれを行う人づくり

<事業の内容>

★まちの魅力を創造する人づくり

まちに関わる人の発掘とつながりの創出 委託料：500万円

1 価値創造のプロセスに参加する仕組みづくり

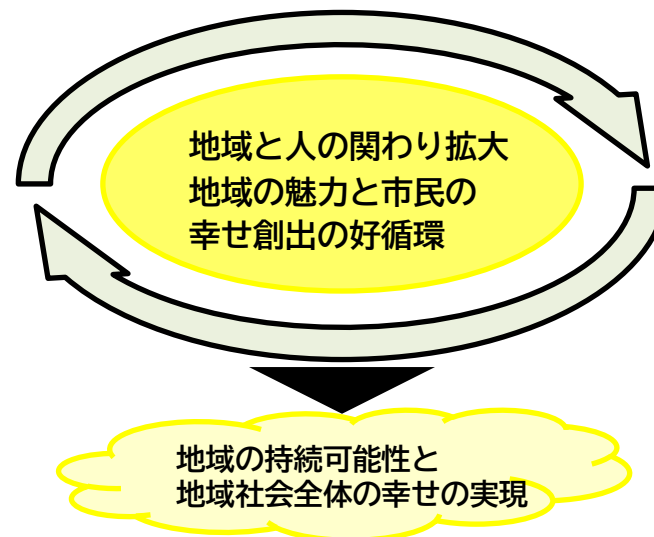
市民ワークショップの開催による地域とのつながり創出と魅力の発掘

2 共感と拡散の仕組みづくり

SNSによる情報発信やデジタルコミュニティ等を活用した、地域とのつながり創出

●ターゲット

- > 「埼玉都民」のようなシビックプライドの低い現役世代・若者世代
- > まちづくりに関心のある学生やクリエイター



★まちの魅力を創造する実践の場づくり

価値創造プロセスの見える化・事業化 委託料：1,200万円

3 価値をカタチにするコンテンツの制作

> 地域（若者世代・現役世代）がつくるプロモーション映像・冊子など

4 価値を共感するコミュニティの地消地産

> 地域（若者世代・現役世代）がつくるマルシェ、イベントなど

5 共感を拡散する情報発信

> 地域（若者世代・現役世代）がつくるSNSや広告を活用したメディア戦略

※実施する内容は市民ワークショップで決定

要望額：850万円（総事業費：1,700万円） 補助率：1/2