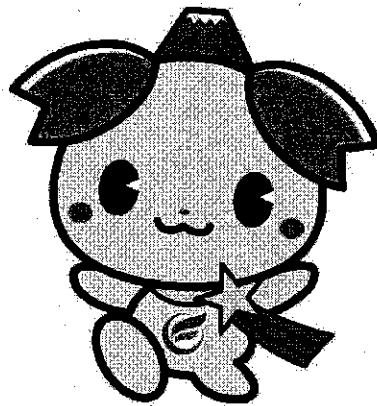


7月13日(土)用資料

平成25年度 「オールふじみ野」 未来政策会議

～あったかいふじみ野市をめざして～



ふじみ野市PR大使『ふじみん』

傍聴される皆さまへ

1. スケジュールの時間は、議事の進行により多少前後する恐れがあります。
2. 会場への入退場、座席は自由となっておりますが、できるだけ休憩時間に移動されるなど周囲の傍聴者の皆さまや未来政策会議の妨げにならないようお願いいたします。
3. 傍聴は静かにお願いします。また携帯電話は、マナーモードにするか、電源をお切りください。
4. 会場内に傍聴者の意思を表明するもの(例:旗や横断幕など)を持ち込まないでください。
5. 会場内での録画、録音、撮影等の制限はしておりませんが、未来政策会議の妨げとならないようお願いいたします。その後の活用につきましては、使用方法によりトラブルの原因となることもありますので、使用者の責任においてご利用ください。
6. その他、未来政策会議中の支障になるような行為をしないでください。
7. 未来政策会議のまとめは、市の最終判断ではありません。
8. お帰りの際には、アンケートを回収箱へ投函いただきますようご協力お願いします。

※これらの事項を守っていただけない場合やコーディネーター・事務局の指示に従っていただけない場合は、退席いただくこともあります。

平成25年7月13日(土)・14日(日)



(7月13日(土)用)

資料目次

1. 「オールふじみ野」未来政策会議とは	1
2. 「オールふじみ野」未来政策会議（本番）の進め方	3
3. 「オールふじみ野」未来政策会議の結果	3
4. アンケートのお願い	3
5. チームA発表資料	4
6. チームB発表資料	14

■「オールふじみ野」未来政策会議

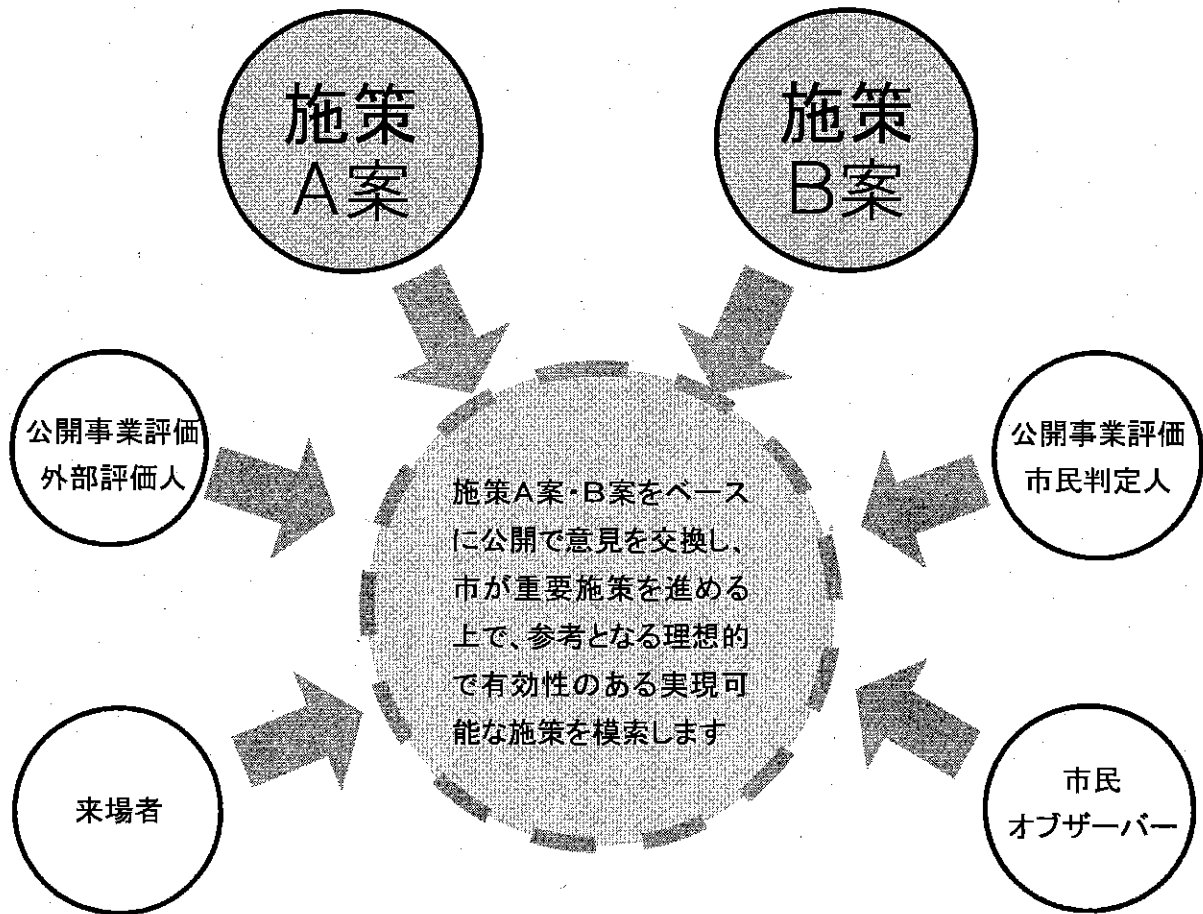
1. 「オールふじみ野」未来政策会議とは

今年度、初めての試みとして実施する「オールふじみ野」未来政策会議は、ふじみ野市における今後に向けての課題や方向性を、市民も含めた色々な立場の皆さんで意見を出し合うことにより、より良い施策づくりにつなげていく未来志向の会議となっています。

「シティプロモーション（ふじみ野市の魅力発信）について」、「旧福岡高校の利活用について」の2つのテーマに対し、事務事業担当職員で構成したチームAと、市民や担当課以外の市職員等で構成されるチームBの2チームに分かれ、事前会議を実施し、それぞれの立場・視点における施策案を作成しました。

本日、その施策案をチームA、チームBそれぞれが発表し、その2つの案をベースに「ふじみ野市の未来にとって価値のある施策は何か」という視点から、来場者の方も交えながら公開の場で意見交換を行い、市として参考となる理想的で有効性のある実現可能な施策を模索していくものです。

※「オールふじみ野」未来政策会議（本番）のイメージ



ふじみ野市で重要施策を進める上で、参考となる理想的で有効性のある実現可能な施策を模索します。

施策案の検討体制

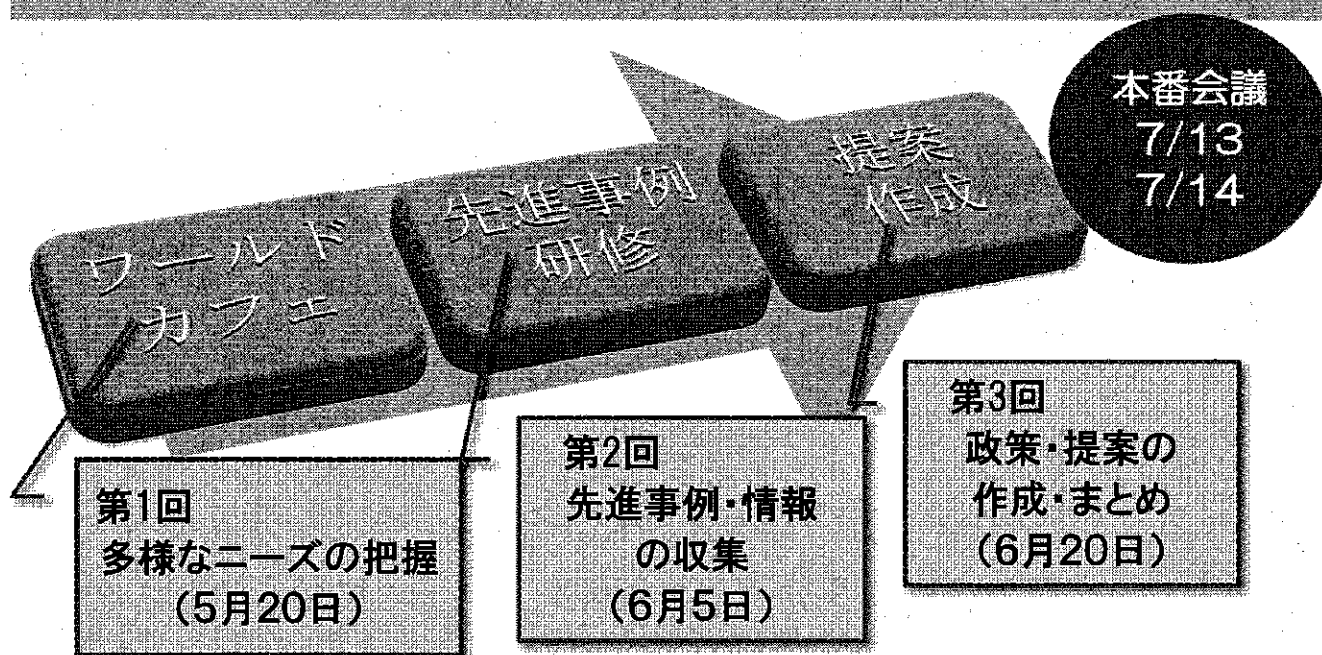
テーマ1：シティプロモーション（ふじみ野市の魅力発信）について

区分	チーム構成員
チームA	産業振興課、秘書広報課
チームB	市民等、担当課以外の市職員

テーマ2：旧福岡高校の利活用について

区分	チーム構成員
チームA	福岡高等学校跡地利用検討プロジェクト・チーム （事務局：改革推進室）
チームB	市民等、担当課以外の市職員

未来政策会議の道のり



あったかいふじみ野にむけた政策・まちづくりの
「取り組み方」の挑戦（トライアル）

2. 「オールふじみ野」未来政策会議（本番）の進め方

13:00 開始

17:00 終了予定



投票方法

（投票 1 回目）

チーム員（A・B）、外部評価人、フロアーの方に「興味・関心」がある項目についてシールで投票。新たなアイデアなどはポストイットで追加。

（投票 2 回目）

1 回目の投票後に皆さんで行う対話や議論を踏まえて、評価できる具体的提案についてシールで投票。新たなアイデアなどはポストイットで追加。

※一人当たりの持ち票数は決めませんが、一人の方が同一項目へ複数投票することはできません。

3. 「オールふじみ野」未来政策会議の結果

「オールふじみ野」未来政策会議の結果は、市の最終判断ではありません。この結果を参考に今後の施策づくりを進めていき、市としての方向性を定め、今後の予算編成や事務執行への反映に向けて取り組んでまいります。

4. アンケートのお願い

ふじみ野市では、「オールふじみ野」未来政策会議を傍聴された皆さまのご意見を参考にさせていただくため、傍聴の方にアンケート用紙を会場受付にて配布させていただきます。

「オールふじみ野」未来政策会議全体に対する皆さまからのご意見も参考とさせていただき、今後の施策展開について参考にさせていただきますので、率直なご意見をお書きください。

なお、アンケートでご質問をいただいても、その内容についてお答えできませんので、ご了承ください。

5. チームA発表資料

ふじみ野市のシティプロモーション（魅力発信）

産業・観光の視点からの市のPR戦略

市の現状と課題

1 産業・観光に関して

当市は、平成17年の合併以降、人口は着実に増加している。

また、人口当たりの病院や病床数・福祉施設数などの安心度、小売業販売額や大型店小売面積などの利便度、公共下水道普及率・都市公園面積・住宅着工戸数などの快適度、財政力指数や地方税収入額などの富裕度、住宅延床面積や持ち家比率などの住居水準満足度等を市町村ごとに比較した住みやすさアンケート等では、関東で16位、県内では1位という結果を収めている。

しかし、人口は着実に増加しているものの、若年世代の流入・流出が顕著であり、さらに、農業・商業・工業などの産業全般で後継者問題が生じており地域経済の活性化が図られておらず、特に中心市街地の元気が落ちている現状である。

また、当市は、特産物や景勝地、歴史的建造物、歴史上の著名人等の観光資源がないため、他の観光都市と比べると、観光地として市を広く内外にアピールすることには限界がある。

今後は、まつりなどのイベント、ふじみんを活用した周知活動、認証ブランド品の周知、ロケーションサービス等を活用して、市のイメージアップを図るとともに、地域経済の活性化を図ることが必要となる。

さらに、大型店を始めとした買い物の利便性、福祉施設が充実した安心感、区画整理による歩道が整備された街並み、緑豊かな都市公園、平坦で強固な地盤を有する災害時の安全性等の市の優位性を広くアピールし、定住人口の増加を目指すことも重要な課題である。

市では、シティプロモーション活動を通して、市の魅力を広く内外にPRし、地域活性化につなげるために、課題を克服し、魅力を前面に打ち出す事業を行うこととする。

2 広報活動に関して

ふじみ野市からの情報発信手段は、以下の6種類が挙げられる。

- ① 広報
- ② ホームページ
- ③ SNS
- ④ メール配信

⑤ガイドブック等

⑥その他（広報板、メッセージボード、提案制度、マスコミへの情報提供）

今後の方向性

1 定住人口の増加を図る

打って出る観光資源が少ない当市にとって、外から人を呼び込み、にぎわいや活性化を目指すことは難しいため、定住人口の増加を図ることで、内部からの発展を目指す必要がある。

○具体的に取り組んでいる事業

「市に住んでいる子供たちが、ふじみ野市を大切なふるさととして実感してもらうための思いでづくり」として

- ・七夕まつりの開催
- ・桜まつりの開催

2 地域経済の活性化を実現する

市が今後発展するためには、住宅やマンション等の建築による定住人口の増加とともに、農業、商業、工業などの産業全般が発展することにより、地域経済の活性化が図られることが重要な要件となる。

○具体的に取り組んでいる事業

「地域ブランドの創出」

「市内の空き店舗対策の推進」

3 市のイメージアップを図る

観光資源が乏しく市の情報を効果的に発信することが難しいため、市の魅力を様々な媒体を活用して広くPRすることで、市のイメージアップを図ることが必要である。

○具体的に取り組んでいる事業

「ふじみんの活用」

- ・ふじみんグッズを多種類作成し、メディア等を活用したPR活動
- ・着ぐるみやデザインを広く活用してもらうため宣伝・広報活動の充実

「ロケーションサービス」

- ・映画やドラマの撮影場所として市の施設を活用

4 世代に対応した情報の発信と双方向性の確保

情報格差が生じないように、紙媒体と電子媒体を使い分けてターゲットを絞り込んだ情報発信を行う。また、行政情報だけでなくまちネタ、時事ネタなどを盛り込んで、見てもらい、読んでもらい、関心を持ってもらう発信活動に努める。

○具体的に取り組んでいる事業

「広報紙」

- ・中吊り広告風の広報の内容掲載ちらしの作成
- ・まちの話題を写真で紹介する「暮らしとまちの話題」の拡充
- ・平成24年6月号から「読者のひろば」コーナーとして、写真や絵手紙などの投稿コーナーやさまざまな分野でがんばっている人を紹介するコーナーなどを創設
- ・今年の6月号からカラー化したので、そのメリットを最大限に生かし、掲載写真を増加したり、表やグラフを見やすいように色分けしている。

「SNS」

- ・広報紙では使わない取材写真や市内の季節の写真をアルバムにして紹介
- ・双方向性を特徴とするツイッターやフェイスブックなどには書き込まれた意見や質問に回答

現状のシティプロモーション事業

1-1 七夕まつりの開催

- ・ 今年で第59回を迎える伝統ある七夕まつりが、ふるさとのお祭りとして、子どもたちの心にいつまでもなつかしい思い出となるように、また、市民の心ふれあう街としていくため、多くの市民の参加を図りつつ、観光客の誘致に努め地元産業と観光の振興に寄与する祭典として開催している。
- ・ 上福岡駅周辺の交通規制をおこない、商店会や団体と協力し竹飾りの掲出や、各種イベントを実施しまつりを盛り上げている。
竹飾りは、商店を中心に毎年約270本程度掲出している。
本部会場（福岡中央公園）・ココネ広場・サンロード・桜通り線において、アマチュアバンドのコンテスト・カラオケ大会・ストリートダンス・太鼓ショー・こども御輿・流し盆踊り・阿波踊り等を行う。
- ・ 第58回（平成24年8月4日・5日開催）七夕まつり 2日間で164,000人の人出があった。

1-2 桜まつりの開催

- ・ 桜の開花にあわせて、福岡中央公園に提灯を設置し、また桜をライトアップし、花見会場として市民に開放している。
開催期間 平成25年3月26日（火）～4月7日（日）
- ・ 開催期間中は、提灯点灯及びさくらのライトアップ行うと共に、会場を清潔に保つため、ごみ集積所を設置し公園清掃を委託している。
また、周辺のパトロールについて東入間警察署及び福岡交番に協力を依頼した。
- ・ 花見会場に、ふじみ野市PR大使「ふじみん」を派遣し、花見見物に訪れていた家族連れや団体の皆様とふれ合った。

2-1 地域ブランドの創出

- ・ 地域資源を発掘し地域の活性化を図るため、地域ブランドの創出に努めている。
- ・ 商工団体、農業団体、消費者の代表及び学生をメンバーとする「ふじみ野市商店街活性化対策会議」を平成22年7月に設置。地域ブランドの発掘及び開発等について調査、研究を進めている。
- ・ 地域農政推進対策会議において、特産物の開発についての研究を進めている。
- ・ 商店会連合会で飲食店を中心に、B級グルメの開発を行っている。

2-2 空き店舗対策の推進

- ・ ふじみ野市商店街活性化対策会議で空き店舗対策についての検討を行い、平成23年度に市内の商店街の空き店舗を活用した「チャレンジショップ」を開店した。
この事業は、将来開業を目指す起業を希望する方に有利な条件で空き店舗を利用していただき、今後の開業のためのノウハウを身につけていただくことを目的としている。

3-1 ふじみ野市PR大使「ふじみん」の活用

- ・ 観光事業や各種イベントにおいて「ふじみ野市」をPRするため、ふじみ野市観光協会のマスコットキャラクター「ふじみん」を作成し、ふじみ野市長からふじみ野市PR大使として任命された。
- ・ 観光協会及び埼玉県ゆる玉応援団関連の「ふじみん」派遣については、市内の行事である七夕まつりや産業まつりをはじめとして、市外県外へも派遣しふじみ野市のPRに努めている。
第3回ゆるキャラさみっとin羽生では、初めてエントリーした「ゆるキャラグランプリ2012」において、総エントリー数865体の中で第113位と検討した。
- ・ 着ぐるみの使用件数については、公共団体・民間企業等含め、平成23年度19件に対し、平成24年度は40件と増えてきている。
また、デザイン使用についても、平成23年度102件に対し、平成24年度は242件となっている。
- ・ 平成24年8月から販売を始めたふじみんグッズについては、市役所本庁舎・第2庁舎・大井総合支所・西口出張所の窓口において販売している。
現在、ぬいぐるみ大・小、ストラップ、クリアファイル（3種類）を販売しており、今年度新たにエコバッグ（2種類）を追加した。
さらに、職員及び市民向けにクールビズ用ふじみんYシャツ・Tシャツ・ポロシャツも販売する。

3-2 ロケーションサービスの実施

- ・ ふじみ野市では、公共施設などを利用したテレビドラマやコマーシャル及び映画などの撮影に協力し、市の魅力を積極的にアピールしていくことを目的に、ふじみ野市ロケーションサービス業務を実施している。
- ・ 主な業務として、公共施設などの撮影場所提供に向けての協議（事前相談、申請受付、市以外の機関との調整協力）、その他撮影に当たって必要なサービスの調整並びに相談業務を行っている。
- ・ 施設の使用については原則無料であるが、電気、水道などを過度に使用する場合には実費負担を要する。また、施設によっては使用料が必要になる。

- ・ 利用出来る施設としては、市役所本庁舎・第2庁舎・旧大井村役場庁舎・公園等
- ・ 年平均5～6件の映画やドラマ等の撮影に協力している。
（平成24年度は、本年6月8日全国ロードショーする映画「箱入り息子の恋」
（出演星野 源 夏帆 他）の撮影が行われた。）
- ・ 平成22年度実績
映画 3件 テレビドラマ 4件 雑誌撮影 0件 その他 1件
- ・ 平成23年度実績
映画 0件 テレビドラマ 3件 雑誌撮影 1件 その他 1件
- ・ 平成24年度実績
映画 3件 テレビドラマ 1件 雑誌撮影 1件 その他 1件

4 情報発信の拡充

- ・ ふじみ野市からの情報発信は、各部署からの依頼に応じて発信することが多いが、本来は「職員一人一人が広報マン」であり、自らが積極的に情報発信すべきとの考えから、ことしの2月に、ふじみ野市ソーシャルメディア利用ガイドラインが定められた。しかし、部署により情報発信への温度差があることから、SNS研修会を開催する。
- ・ 情報発信手段は、紙媒体と電子媒体、そしてマスコミへの情報提供の3つに大まかに分けることができる。紙媒体は市報と広報板、電子媒体はホームページ、ツイッターやフェイスブックなどのSNS、メール配信サービスである。
- ・ 紙媒体によるものは、主に市内への広報活動を目的としている。
ことしの6月号から全ページカラーで印刷している市報は、4万9700部（7月号）発行している。
広報板は市内に115カ所あり、行政やサークルのイベント情報をPRしている。受付は秘書広報課と支所市民窓口課で行っているが、秘書広報課受付分だけで平成23年度は224件の申請があった。
- ・ 電子媒体によるものは市内だけでなく、市外にも向けて発信している。
合併時から稼働しているホームページは、平成24年度のアクセス数は114万5035件、ことしの6月1カ月間のアクセス数は10万6687件となっている。
平成23年5月に開設したツイッターは、1450人（6月末現在）のフォロワーがおり、ことしの2月に立ち上げたフェイスブックには、113人の「いいね」がされている。なお、ことしの3月からは各部署がフェイスブックやツイッターのアカウントを取得し、独自にニュースなどを発信できるようになった。現在、5部署がツイッター、6部署がフェイスブック（いずれも広報を除く）で情報発信を行っている。

また、平成23年6月に開始した登録者にメールを使って情報を配信するFメールは、東日本大震災の影響などもあり、登録者が増加した時期があったが、現在は約9000アドレスの登録で推移している。

具体的提案

1-1 七夕まつりの開催

- ・ 竹飾りの掲出は商店会を中心に行っているが、商店の高齢化や後継者不足等により、年々竹飾りの出展が難しくなっている状況であるため、数年前より、小中学校のPTAや自治会等の団体にも広く竹飾りの掲出を依頼し、七夕まつり来場者を楽しんでいただけるよう努めている。
- ・ 今後は、商店等の竹飾りをさらに充実させると共に、新たな団体や企業の参入を推進し、子供たちにいつまでも楽しいふるさとの思い出として、七夕まつりを印象付けてもらう。

1-2 桜まつりの開催

- ・ 開催期間中は場所の提供だけでイベント等がなかったため、今後は各種団体等と協力の上、多くの来場者を楽しんでいただけるような取り組みを実施していく。
- ・ 具体的な事業としては、桜のまつりの期間は概ね10日間前後であるが、そのうち開化の最盛時期に重なる日曜日に、商工会や農業団体と連携してイベントを開催する。
- ・ 桜の開花情報や、市内のお花見スポットを紹介するなど、積極的に魅力ある情報を発信していく。

2-1 地域ブランドの創出

- ・ 商店街活性化対策会議を活用してさらに新規の地域ブランドの素材を検討していく。
- ・ 市内で生産、製造、販売された本物にこだわった魅力ある産品を、ふじみ野ブランドとして認定し推奨する制度を整備し、認定シール等を作成するなど広く内外に情報発信していく。
- ・ 農産物の地域ブランドについては、息の長い取り組みが結実しているものが多いが、農業の6次産業化の取組みと合わせ、市内で生産されている農産物を活用し、ブランド化出来るものがないか研究していく。
特に、ホウレンソウや枝豆など市を代表する農産物をブランド認証するとともに、6次産業としての加工品を研究・開発する。

2-2 空き店舗対策の推進

- ・ 空き店舗活用者に対する補助制度を確立することで、市民の起業機会の増大と中

心市街地活性化を図る。

- ・ 空き店舗活用希望者に対する情報提供をすすめる。

3-1 ふじみ野市PR大使「ふじみん」の活用

- ・ ふじみんの派遣については、特にイベントに限定せず、市民が多く集まる場所であれば、積極的に出勤していくとともに、さらなる活用に向けた宣伝・広報活動の充実を図る。
- ・ ふじみんグッズは、さらに取扱い品目の拡大に努め販売箇所についても増やしていくとともに、メディア等を活用したPR活動をお行う。
- ・ 横浜方面への直通運転を契機に、さまざまな場所での「ふじみん」周知活動を図る。
- ・ 特に、横浜市で本年9月の最終土曜日・日曜日に開催される「横浜ゆるキャラグルメ」に参加し、PR活動を行っていきたい。
- ・ ホームページのふじみんの部屋を充実させ、多くの方にアクセスしていただけるよう努める。
- ・ ふじみんを主人公としたふじみ野市の魅力を発見する動画を作成し、様々な媒体を活用して周知する。

3-2 ロケーションサービスの実施

- ・ ふじみ野市のホームページで撮影実績を掲載しているが、引き続きロケーションサービスを通じてふじみ野市の知名度を向上させるため、フェイスブックなどを利用した事業のPR活動を進める。
- ・ 現在、撮影に協力出来る施設が市役所庁舎や公園等の公共施設に限られているため、今後は商工会や市内商業施設とも協力し、撮影場所として市内の民間施設の発掘に努め、事業の幅を広げて行く。

4 情報発信の拡充

- ・ シティプロモーションを効果的に実施できるよう、担当部署と連携を図り、より戦略的な情報発信に努める。
- ・ 秘書広報課を中心に、各部署が情報収集及び発信のアンテナを広げ、正確な情報を即時に提供し、市民のみならず幅広い人たちにふじみ野市に関心や愛着を持ってもらえるように努める。

6. チームB発表資料

【現状・問題意識】

1. ふじみ野市の課題

- (1) 2005年(平成17年)上福岡市と大井町の合併により出来た街。8年弱経過した程度では、街の東西融合、市民の一体感の醸成、歴史的・文化的遺産・自然環境等の相互活用がまだまだ不十分といえる。合併に伴う地域コミュニティの同一性の喪失、変質等による影響も若干あると思われるが、市民の地域貢献活動への参加があまり活発ではない様に思われる。
- (2) 現状、人口は増加傾向にあるものの、高齢化は着実に進行中。少子高齢化の進行は現役世代(生産年齢)人口(15~64歳)の減少により、市の財政に重大な影響をもたらす。現役世代を中心とした一層の人口流入のための対策・施策が求められる。

2. シティプロモーションの課題

(1) 都市ブランドの構築

『ふじみ野市』と聞いて、即想起出来る様な、明確な都市のイメージ《ブランドカ・都市ブランド》を構築する必要がある。

(2) アピールポイントの認識

観光資源・観光の目玉の発掘・明確化、都市として何をアピールポイントとすべきかを再認識・吟味すべきである。

(3) 情報伝達

都市ブランドやアピールポイントといった内容面のみならず、『それをどのようにして効果的に市内外に伝達・アピールしていくか』、といった情報発信手法の改善・発信力の強化が、高度情報化社会である現在、特に工夫が求められるところである。

(4) 協働の促進

都市ブランドの構築・情報発信力の強化の観点からも、市民と行政の間及び市民相互間における情報交流・協働の一層の促進が、肝要である。面積的には小さい街でありまた人口集積度も高くある程度の同質性も認められることから双方向のスピーディーな意思伝達システムを構築することにより、問題解決に向けた有効策を早期に打ち出せる可能性が高い。

【方向性】

住んでみたい、住んで良かったと思えるまちづくり

ふじみ野市は、市内を流れる新河岸川沿いには今も緑地が残り、また西部地域には武蔵野の面影を残す風景が広がる等、自然環境との共生面で恵まれた地理環境である。今あるものを活かしながら効率的かつ効果的に環境整備を進め、住み続けたいと思える「澄んだ空気、快適な住環境」を維持し、市民の満足度の高いまちづくりを進める。それを市内外へ積極的に情報発信する。

- (1) 合併後の東西融合を促進するため、市内全域から協力を得られるような一体感かつ魅力のあるイベントを増やす。有効な情報伝達手段を構築し、市外に向けても積極的に情報発信する。
- (2) 市民の市政・地域貢献活動等への積極参加。
- (3) 現役世代増加のための、子育て支援、障がい者支援、学力向上、スポーツ支援等の施策の充実、及びPR。
- (4) ブランド力向上のための事業展開、地域ブランドの開発。
- (5) 市の情報発信力強化による、市の魅力の認知、愛着の醸成、市民活動の活性化。
- (6) 情報交流・協働体制・市民参加制度の進展した基礎自治体モデル形成による、住民満足度の向上。同点を積極的にPRすることによる、人口流入への期待。

【具体的提案①】

未来の「ふじみ野市」づくり 市民と行政一体でのPR活動

1. 目的

様々なイベントやコンテストを通じて「ふじみ野市」の街づくりについて興味を持ってもらい、「元気で身近な街」を目指し、市民一人一人がなんらかの形でPRサポーターとして参加、活動してもらい、街全体の活性化へ繋げてゆく。

2. 事業の視点

- ・開催後は、表彰式等を行い、具体的にわかりやすく、結果を出して公表する。
- ・参加へのアピールを積極的に行い、行政を身近に感じてもらう機会をつくる。

3. 事業提案

(1) 未来サミット(子どもサミット)開催:(仮)夢プロジェクト

ふじみ野市への愛着を高め、将来の街づくりへの興味を持たせて、人材育成へつなげる。

- ・子どもたちに市政の仕事を体験させる。
- ・親子で議会へ参加体験を行い、発言、提案をさせ、実際に市の議場にて会議を開催させる。

(2) 世代別アイデアコンテストの開催:(仮)私の街自慢

NPO等の協力や連帯と共に、街づくりへ積極的に参加してもらう機会をつくる、市民と行政との間を取り持つコーディネーター的役割を担う人材育成をはかる。

- ・ふじみ野市で生活している市民を対象に身近な自慢出来るような提案や要望、アイデア等のテーマ自体を募集もしくは提案を行う。
- ・世代別(在学中及び準ずる学生部門、子育て世代部門、シルバー世代部門等)提案を募集、投票をつのり、行政への要望へつなげる。

(3) 市民イベントへのアイデア募集:(仮)ふじみ野市のお宝自慢

- ・市内のイベントについてアイデアを募集、街の魅力の再発見につなげる
市内少年野球チームやゲートボール愛好者などのスポーツイベントの開催による市民交流
- ・地元食材の紹介、特産品や名産品から、「地産地消」等の地域ブランドの開発
市として掲げるスローガンに連動、掲げる事で市民に対して街への認知度や愛着度を高める。

【具体的提案②】 地域の魅力をさらに高め、ブランド化へ

1. 目的

地域に対する「愛着」や、そこに住んでいる「自信と誇り」が芽生えるよう、今ある資源を積極的に活かす。

「ふじみ野市」の美しい自然環境、築き上げてきた文化を大切にしながら、地域そのものの質や価値を高めて、そこに住む魅力や暮らし方を多くの人々に伝えていく。

ふじみ野市のハード面、ソフト面、そして人々が一体的に連動しながらその魅力を発信することで、「ふじみ野市の暮らし」自体をブランド化していく。

2. 事業の視点

今あるものを活かしながら取り組む事業展開「知ってください、ふじみ野市」

3. 事業提案

(1) 自然環境を活用した魅力的なまちづくりの推進

ハード面から

川越市とつながる新河岸川を活用し、ふじみ野市への観光客の流れを作りだす。船着き場を復活させ、川越市から船を運航させることによって、水上・陸上交通をリンクさせ、福岡河岸記念館から上福岡駅までの発展を促すとともに、大井宿も再現し、観光客が川越を観光した後、ふじみ野市も回遊できる仕掛けづくりをする。

レンタル自転車により、市内全体の観光もできるよう道路環境を整備する。

(2) 地域活性化イベントの更なる充実

ソフト面から

地域活性化のイベント（七夕まつり、おおい祭り、桜まつり、ふじみんの活用）を更に充実させ、市の内外に積極的にPRする。イベント時に割引券及び抽選券を配布すると共に、市民の積極的ボランティア活動に期待する。

(3) アピール大使の設置

人と人とのつながりから

情報発信能力の高い人（作家・漫画家・アーティスト・ラジオのパーソナリティーなど）をアピール大使として、20名程度指名し、ふじみんグッズや、市役所職員と同様の名刺（アピール大使として）を配付する。

【具体的提案③】 情報システムの革新

1. 目的

ふじみ野市の課題と方向性を踏まえ、「市民と行政が協働で創る街造り」を一層推進し、その成果を公開するための情報発信力を強化する。

2. 事業の視点

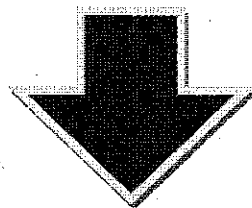
情報インフラの充実・整備ならびに市民の情報活用能力の向上

3. 事業提案

- (1) ソーシャルネットワーク活用による市民・行政双方向の情報交換を可能とするシステムの導入
- (2) 情報活用能力向上のための市民向講座の充実(特に高齢者に対し)
- (3) 市民と行政との「顔を合わせた交流」の更なる充実
＜何が話され、いかなる結果につながったのかを公開する＞
- (4) 市報・ホームページの革新
行政情報発信の戦略化
(例)・ふじみ野市総合振興計画の進展とその評価について定期的にかつ判りやすく説明する(ふじみ野市の一体化)
・ふじみ野市の健康診断書である決算カードの説明付き公開

4. 求めるべき成果

- (1) 市民ニーズの積極的汲み上げを通じて市民の行政への参画意識向上
- (2) ふじみ野市のもつポテンシャルの最大発揮
- (3) ふじみ野市民としてのプライドの醸成
- (4) 政策の透明性を通じて市政への納得性向上
- (5) 行政費用の削減



住みやすい街ふじみ野市・住んでみたい街ふじみ野市への理解促進

