よいモノ よいトコ よいココロ

わがまちの誇り 所沢らしさを再発見！

「選ばれるまち」をめざして

あらためて所沢ってどんなトコ!?

所沢市は、緑豊かな自然に恵まれ、人口34万人を超える首都圏のベッドタウンとして成長・発展してきました。

日本で初めて飛行場ができた航空発祥の地であり、古くは宿場町として栄え、多くの文化遺産も残っています。また、狭山茶や里芋、ほうれん草などの農産物、焼だんごやうどんなどの食文化、優れた工業製品でも知られています。

2つのプロスポーツチーム、埼玉西武ライオンズと埼玉ブロンコスの本拠地でもあり、交通アクセスの良さから年間を通じて市内外の多くのファンが訪れています。

このように、本市はさまざまな魅力にあふれ、既に狭山茶や里芋のようにブランド化したもの、今後「所沢ブランド」に成り得る資源が数多くあります。

▲埼玉ブロンコス

基本方針とブランドの考え方

第5次所沢市総合計画・前期基本計画において、「所沢ブランドの創造と地域経済の活性化」が位置づけられ、その目標達成に向けて、同「基本方針」を策定しました。

方針では、ブランドを自然・歴史・文化・商品・サービスなどで他と比較して優れている『個別ブランド』と、京都や横浜などのように、都市そのもののイメージで高く評価される『都市ブランド』の2つに分け、両者を互いに関連させ、「住みたい」「住み続けたい」思いを育む「選ばれるまち」へのイメージアップを図ります。企業・事業者には「業務の拠点としたい」良好なイメージを提供し、地域経済の活性化を図ります。

市民意識調査では、ここ数年本市に対する愛着度は8割、定住意向も7割を超え、本市は既に多くの市民から「愛着のあるまち」、「住み続けたいまち」として評価されていますが、これをさらに高めるためのまちづくりに努めます。

4つの基本戦略（基本方針より）

◆**基本戦略1「まちの魅力向上」**

既存資源の有機的な連携と新たな資源の発掘で、本市ならではの魅力を作り出します。所沢の農工産物の優位性を浸透させ、魅力ある景観づくりにも取り組んでいきます。

◆**基本戦略2「誇りや愛着の醸成」**

市民の皆さんの郷土愛や住み続けたいという意識を育み、「所沢ブランド」の推進役となる風土を作ります。

◆**基本戦略3「知名度の向上」**

広くマスメディアに訴える施策やイベントを実施し、知名度アップを推進します。広告塔には、本市のイメージマスコット「トコろん」を積極的に活用していきます。

◆**基本戦略4「地域経済の活性化」**

観光・商業資源を有効に活用して、にぎわいを創出し、地域経済の活性化に努めます。地産地消活動の推進や新規創業者の育成・支援、企業誘致による雇用創出、税収アップを図ります。

これからの推進体制

市では、緑豊かな自然、交通アクセスの良さに加え、数多くの魅力的な資源に着目し、本市を総合力で優れたまちとして構築し、「選ばれるまち所沢」を目指した施策、魅力あるまちづくりを進めていきます。

それぞれの施策を進める中で、4つの基本戦略をもとに「所沢ブランド」化を推進していきます。

ブランド化の推進にあたっては、行政だけで推し進めるのではなく、今後市内の関係機関・各種団体、大学なども連携して、同じ目標に向け取り組む仕組みを確立していきます。

その総合的な推進にあたっては、協議会などの設置も検討していきます。

▲緑豊かな狭山湖周辺

「所沢らしさ」とは?

本市にふさわしいブランドのあり方などについて、これまで市民の皆さんからいただいた意見の中に共通したキーワードがあります。それは、住むのに「ちょうどいい」、「心地よい」や「所沢に戻ってくると安心する」といった声や感覚です。

かねてより市民の本市に対する愛着度が高い理由には、交通アクセスの良さ、災害の少なさなど、日常生活を取り巻くさまざまな条件の総合的評価が高い点にありました。

その一つ一つの条件は、他の自治体と比較して特別に抜きん出ているものばかりではありませんが、過不足なく、「ちょうどいい」バランスで収まっている所沢に、多くの市民が愛着と安心感を持っていることがわかりました。

この「ちょうどいい」感覚は、積極的なシティセールスの方策が問われる中、京都や横浜のような既に定着した都市イメージのない本市において、「所沢らしさ」を広く定着させるためのカギになるのではないかと考えています。

今後の展開 ～所沢を誇りたい～

今後も引き続き、本市の可能性を最大限に引き出し、市民誰もが誇りと愛着を持てる「所沢らしさ」の追究と「所沢ブランド」の創造を目指していきます。

特に『都市ブランド』については前述の「所沢らしさ」を踏まえて定着させ、『個別ブランド』については自然や史実に基づくキーワードの浸透や、関係機関・団体との連携によるブランド推奨制度などの検討を推進していきます。

併せて、ブランドのPRにあたっては、市民の皆さんや企業・事業者・教育機関などの声を聞きながら、調査研究を進め、効果的で所沢にふさわしい方法を検討していきます。

市民の皆さんのご理解、ご協力をお願いするとともに、ご意見、ご感想をお待ちしています。

▲関係機関との連携

今、多くの自治体は、経済の低迷や少子高齢化の進展、人口減少社会の到来、財政状況など大変厳しい状況にあり、そうした変化に対応した自治体運営が不可欠となっています。

また、住民からのニーズの広がりや社会経済の変化から、生活に必要なものや行政サービスなどが住民に選択される時代であり、自治体は地域の魅力や特徴を積極的に発信し、イメージアップを図りながら、市内外から「選ばれるまち」として地域の評価を高めることが求められています。

市では、さまざまな取り組みの中で、あらためて「所沢らしさ」を生かしながら「所沢ブランド」の形成と新旧さまざまな魅力の発信に努め、より多くの人に愛されるまちを目指していきます。

問企画総務課☎2998-9046FAX2994-0706

ブランドの定義

語源の「焼印をつける」が転じて、「差別化・商標」の意味で使われています。

自治体におけるブランドは、他の地域にはないものや他と比較して特筆すべき内容を有し、その特徴を生かすことで自治体の評価を高めるものと位置づけられています。

『ゆるキャラグランプリ２０１２』の結果発表！

全国865キャラのエントリー中、第43位（32,127票）、埼玉県内では第６位と初エントリーにもかかわらず大健闘でした。

ご声援ありがとうございました。

連携強化

市内の関係機関・団体等
- ▶企業・事業者
- ▶商工業・農業団体
- ▶観光協会
- ▶教育関係団体
- ▶大学　ほか

庁内推進体制
- ▶政策会議
- ▶幹事会
- ▶プロジェクトチーム

トコろんグッズ第2弾です！

ご好評いただきましたTシャツ&ポロシャツに続く第2弾。待望の定番グッズ「ぬいぐるみ」と小さなぬいぐるみ風の「パスケース」の登場です。

販売価格 ▼ぬいぐるみ（座位高さ約30㎝）…3、000円 ▼パスケース（リール・小物入れ付き・本体部分約18㎝）…1、000円

販売開始日 1月15日㈫

販売場所 ▼市役所3階企画総務課 ▼野老澤町造商店☎2928・1453（元町21・18／午前10時～午後6時・木曜定休）

◎トコろんファイル（2種類1セット…200円）とトコろんステッカー（1シート…100円）も同時販売します。売り切れ次第終了します。

「（仮称）トコろんカード」ロケ地を募集します

市では、「トコろん」を案内役に、市内の観光スポットなどを紹介するトレーディングカード風「（仮称）トコろんカード」の作成を企画しています。

写真の題材は、市内の名所・旧跡・公共施設などから選び、将来的には民間施設・店舗などにも広げていく予定です。ロケ地の候補について、自薦他薦を問わずお寄せください。

作成したカードは、市の行事の参加者などに無料で配布できるよう検討しています。

▲デザインイメージ