



“所沢らしさ”を
市内・市外（全国）へ発信

よいモノ よいトコ よいココロ

誰もが選ぶ まちをめざします

所沢ブランド推進の取り組み

総合的推進と効果的・効率的な戦略づくり
行政 + 民間活力 との連携

都市ブランド(イメージ)の例

- ▶ 都心からのアクセスのよいまち ▶ 緑豊かなまち
- ▶ 災害の少ない安全なまち ▶ 住みよいまち
- ▶ 航空発祥の地 ▶ 文教都市 など

個別ブランドの例

- ▶ 優良農産物 ▶ 市民文化センター
- ▶ 世界的な工業製品 ▶ ミューズ
- ▶ プロスポーツチーム ▶ 所沢航空記念公園
- ▶ 手打ちうどん・焼きだんご ▶ 滝の城址
- ▶ 農のあるまち ▶ トトロの森 など
- ▶ とことこガーデン
- ▶ マチごとエコタウン
- ▶ みどりのふれあいウォーク
- ▶ 音楽のあるまちづくり
- ▶ 近所協定 など

最もかきわしいイメージづくり

引き続き新たに選定・発掘



現在、多くの自治体は少子高齢化の進展、人口の減少、厳しい財政状況などの問題に対応するため、独自の施策や創意工夫を凝らした自治体運営を始めています。特に「焼印をつける」を語源とし、他と比較して優れたものを意味するブランドの推進は、自治体のイメージアップに有効な手法として用いられています。

本市も、第5次所沢市総合計画前期基本計画（平成23～26年度）において、四つの重点課題の一つに「所沢ブランドの創造と地域経済の活性化」を位置づけ、平成24年4月には「基本方針」を策定しました。以降現在まで、さまざまな視点から「所沢らしさ」の追求、再認識を行い、「所沢ブランド」推進の裾野を広げてきました。

今回は、平成25年1月号に続く「所沢ブランド」特集第2弾として、その後の施策展開や「誰もが選ぶまち」をめざした今後の方向性、そして、人気者「トロろん」の三たびグランプリ挑戦！についてお知らせします。

企画総務課 ☎2998-9046 図2994-0706

所沢ブランド推進協議会を発足しました

「所沢ブランドの創造」に向けては、平成23年度より横断的な庁内推進体制を組織し、既存・資源の発掘や新たな魅力の創造、本市ならではの行政施策の洗い出しなど、行政で実現可能なブランド戦略について議論してきました。

その結果、ブランド推進の今後の方向性や取り組みを示すものとして、「所沢ブランド」創造と地域経済の活性化「基本方針」を策定し、現在に至っています。

さらにブランド推進の視野を広げ、都市イメージの確立や総合的な施策推進、市内外へのより効果的な情報発信を図るため、本年2月、新たに「所沢ブランド推進協議会」を設置しました。所沢ブランドの推進が同時にまちの活性化にも大きく関係することを踏まえ、同協議会は、市内関係機関・団体・民間企業、教育機関などで構成されています。

これにより、行政だけでは見出しがちな経営感覚やイメージアップ戦略など、外部からの積極的な意見を採り入れながら、「誰もが選ぶまち」の実現に向けて、それぞれの利点を生かした協議が開始されました。

いつも、身近に、音楽を「音ま」めまげよう

新たな所沢ブランドの一つとして、昨年より協議、検討を重ねてきたのが、「音楽のあるまち」(略称「音ま」)です。

本市には、日本最大級のパイプオルガンを備えたアークホールをはじめ、大中小3つのホールを持つ市民文化センター・ミュージアムがあり、連日多彩なコンサートなどが開催されています。また、市内にはジャズやロックが聴けるライブ店舗、毎週音楽サールの集う練習施設「青空の下、自由に楽器を演奏する」

追いつけ追い越せ「トロろん」大活躍！

各自治体独自のブランド創出に向けて懸命に知恵を絞る中、逆に遊び心満載の軽いフットワークで、また、気軽に楽しめる身近な音楽を、心算を核とするほか、音楽を愛する店舗などを紹介した「音まマップ(仮称)」を作成してまいります。

また、気軽に楽しめる身近な音楽を、心算を核とするほか、音楽を愛する店舗などを紹介した「音まマップ(仮称)」を作成してまいります。

「言葉の説明」
◆個別ブランド
地域に愛されている個々の資源や商品、行政サービスなど
◆都市ブランド
市内外から良好な評価を得る都市そのもののイメージ

◆各種イベントへの参加
西武ドームや各地で行われる各種イベントにも積極的に参加していきます。事前に出没情報をお知らせし、多くの来場者と直接触れ合う機会を増やしていきます。

また、「トロろん」と所沢ブランド両者の宣伝周知に向けたコラボレーション、イラストの有効活用などを検討していきます。

◆「トロろん」グッズの制作・販売
本年も定番のトロろんTシャツ・ポロシャツを発売開始(本号6頁)するほか、毎日の生活や休日



▲とことこソーラー北野

自治体を取り巻く社会環境の変化が引き金となり、全国の自治体に広がったブランド事業ですが、社会環境の如何によらず、本市の持つ有形無形の魅力ある資源は全国に誇れるものと考えています。

今後、市民のふるさと所沢への誇りや愛着が深まるよう施策を展開し、市民一人一人が「誰もが選ぶまち」の推進役となり得る風土を作っていきます。

ぜひ、所沢の「よいモノ」「よいトコ」「よいココロ」のPRに市民の皆さんも協力ください。

親しみやすい
都市イメージの確立へ

平成27年度からの第5次所沢市総合計画後期基本計画においても「所沢ブランドの推進」を重点課題の一つとして、「誰もが選ぶまち」の実現に向けて、検討を進めていきたいと考えています。

また、所沢ブランド推進協議会においては、民間機関との意見交換を重ね、本市を市内外にアピールするのにも最もふさわしい「都市ブランド(イメージ)」について、さまざまな角度から検討を重ねていきます。

◆音まち推奨制度
本年2月より「音まち」にふさわしい音楽行事や団体などに対する「音まち推奨制度」を開始しました。イベント開催にあたり多く



▲音まちロゴマーク

「ゆるキャラ」たちです。その経済波及効果は計り知れず、手作り感あふれる個性的な容姿のキャラクターが全国的な人気を博す現在の状況は、新感覚、新時代のブランド戦略の一つとして侮るわけにはいきません。

◆グランプリに挑戦！
所沢市のイメージ・マスコット「トロろん」も一昨年より人気のバロメーターとなる「ゆるキャラグランプリ」に出場しています。結果は平成24年が805エントリー中43位(県内7位)、25年は1,580エントリー中26位(県内2位)と躍進し、市民の皆さんの熱い思いを感じることができました。



▲アークホールのパイプオルガン

“所沢らしさ”のPRにボクを上手に使ってね!

応募してね!

「トロろん四コマ漫画コンテスト」

平成25年度「所沢を動かす! みんなのアイデアコンテスト」において、最優秀賞を受賞した「トロろん四コマ漫画コンテスト」を実施します。

本事業は、「トロろん」のキャラクターを生かした漫画を広く市民に募集することで、市への愛着や関心を高めると同時に、新たな才能の発掘の機会とするものです。最優秀作品受賞者には広報とろろざわで連載して本市のPRをしていただきます。

詳細や応募方法は、今後の広報とろろざわやホームページでお知らせします。

