







②新たなランドマーク 新庁舎は安全・安心のシンボル	
売り物	<p>「新たなランドマーク新庁舎」</p> <p>「防災拠点新庁舎」</p> <p>「新庁舎開庁による窓口サービスの充実」</p> <p>「新庁舎建設による環境面の効果」</p>
(説明)	<ul style="list-style-type: none"> レンガ装飾の新庁舎は、どこか懐かしいノスタルジックなイメージを持ちながら、深谷市の未来をつくる新しいまちづくりの拠点です。歴史と未来をつなぎ、行政と市民をつなぐ深谷市のあたらしいランドマークです。 市民の生命財産を守るのは市役所の第一の務めです。そのための市役所は、建物構造はもちろん、機能面においても大規模災害に持ちこたえ、持続可能な行政サービスを提供できる機能を備えています。 新庁舎は今まで以上に便利な窓口サービスを提供できるようになりました。もちろん便利だけでなく職員一人一人がおもてなしのところで、みなさまをお待ちしています。 自然エネルギーや省エネルギー設備を導入することで、環境にやさしい庁舎になりました。
セールスコピー例	<p>「歴史と未来の交流拠点、良いことありそう空間 うふっ ふかや市役所」</p> <p>「100年たっても大丈夫！良いことありそう空間 うふっ ふかや市役所」</p>
ターゲット&情報発信方法(一部)	<p>市民</p> <p>⇒広報ふかや、市ホームページにより、市民と行政のシンボルとなる新庁舎の魅力を発信</p> <p>市役所利用者</p> <p>⇒リーフレットを通して、窓口サービスを中心に、機能的で利便性に優れた新庁舎を情報発信</p>
イメージ例	 <p>【新庁舎】</p>



⑤公民館の充実度合いが半端ない	
売り物	「公民館」 「公民館（地区センター）で地域の相談」 「公民館（地区センター）で証明発行」
（説明）	<ul style="list-style-type: none"> ・市内の全12地区に12公民館（地区センター）を整備し、地域の拠点としています。市役所まで行かなくても、最寄りの地区センターで相談等ができます。 ・市内12地区のうち11地区に体育室が併設された大規模な公民館が整備され、各種活動の拠点となっています。また、7公民館で住民票・印鑑証明書・戸籍謄抄本を取得することができます。
セールスコピー例	「そんじょそこらの公民館とは違います！」 「身近な課題の相談所」
ターゲット&情報発信方法（一部）	<p>市民 ⇒広報ふかや、公民館だよりを通して、市内全12地区に公民館が整備されている魅力を発信</p> <p>市役所利用者 ⇒市ツイッター、メール配信サービスにより、年度末や年度始めの市役所窓口混雑時に、公民館で証明発行ができる便利さを紹介</p>
イメージ例	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>【公民館】</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>【証明発行】</p> </div> </div>

⑥日本の近代化は深谷が支えた！？	
売り物	「渋沢栄一」
(説明)	<ul style="list-style-type: none"> 近代日本経済の父「渋沢栄一」は、ここから世界へ羽ばたいていきました。生涯にわたり、約500もの企業の設立に関わり、約600もの教育機関・社会公共事業の支援を行いました。
セールスコピー例	「深谷の出身です」
ターゲット&情報発信方法 (一部)	<p>市民、首都圏住民 ⇒市ホームページ、テレビなどの各種メディアにより、歴史的背景を踏まえて郷土の偉人である渋沢栄一をPR</p> <p>全国大学生、起業家 ⇒渋沢栄一アンドロイドやツイッターなどのSNSを通じ、渋沢栄一の名言を活用して人物像とその魅力を情報発信</p>
イメージ例	 <p>【渋沢栄一】</p>



⑦ふるさと納税 de まるっと深谷	
売り物	「ふるさと納税」 「企業版ふるさと納税」
(説明)	<ul style="list-style-type: none"> ・「深谷に貢献したい！」「好きな深谷を応援したい！」という方々の思いを形にできる仕組みです。 ・深谷市では、企業版ふるさと納税を活用できる事業として、「郷土の偉人 渋沢栄一顕彰×継承プロジェクト」、「深谷ねぎのまちから日本の農業を変える3つのプロジェクト」を実施しています。
セールスコピー例	「ふかや愛の一つのカタチ」 「企業と共に！持続可能な深谷のまちづくり」
ターゲット&情報発信方法（一部）	<p>国内住民 ⇒市ホームページやSNSにより、ふるさと納税を通じて深谷市を応援できることを情報発信</p> <p>市民、市内訪問者、首都圏住民 ⇒ふるさと納税自動販売機により、ふるさと納税のアピールとともに、深谷の魅力を市内外に発信</p> <p>市外に本社を置く企業 ⇒市ホームページやリーフレットにより、企業版ふるさと納税を通じて深谷市を応援できることを情報発信</p>
イメージ例	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>【ふるさと納税】</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>【企業版ふるさと納税】</p> </div> </div>

②自然、歴史、文化を感じる 深谷のぶらり旅

<p>売り物</p>	<p>「鐘撞堂山」 「渋沢栄一関連施設群」 「誠之堂・清風亭」 「日本煉瓦製造株式会社旧煉瓦製造施設」 「幡羅遺跡・中宿古代倉庫群・鹿島古墳群」</p>
<p>(説明)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・鐘撞堂山の麓に佇む霧ヶ谷津池の色とりどりの紅葉は一見の価値あり！スカイツリーも見える…かも？ ・市内には旧渋沢邸「中の家（なかんち）」や渋沢栄一記念館をはじめ、渋沢栄一ゆかりの建造物や資料が多く残されています。中には、国の重要文化財に指定されている施設もあります。関連施設をめぐりながら、渋沢栄一を学んでみてはどうですか。 ・誠之堂は渋沢栄一ゆかりのイギリス農家風の煉瓦建物、清風亭は栄一の跡を継いで第一銀行頭取となった佐々木勇之助ゆかりのスペイン風建物で、共に平成11年に東京世田谷区から、栄一のふるさと深谷市に移築されました。誠之堂は国重要文化財に、清風亭は埼玉県の有形文化財に指定され、多くの見学者が訪れる場所です。 ・日本煉瓦製造株式会社旧煉瓦製造施設で作られた煉瓦は、東京駅や東宮御所（現赤坂迎賓館）など、近代日本を代表する煉瓦建造物に使われています。正に日本の近代化を支えたと言っても過言ではなく、旧煉瓦製造施設は国重要文化財に指定されています。中でも、全国で4基しかないうちのひとつ、ホフマン輪窯はととも迫力があります。 ・幡羅遺跡は、景観を良く残した古代幡羅郡役所跡で、全国的に見ても貴重な遺跡です。中宿古代倉庫群跡は、古代榛沢郡役所正倉跡で、原始蓮もある公園に整備されています。県内で発見されている古代郡役所跡はこの2つしかありません。また、鹿島古墳群は、荒川を望み、桜やろう梅など、自然に囲まれています。
<p>セールスコピー例</p>	<p>「都心からちょっと離れたいいところ」 「大正ロマンあふれる渋沢栄一ゆかりの建物」 「日本の近代化を支えたレンガ工場跡」</p>
<p>ターゲット&情報発信方法 (一部)</p>	<p>市民、県内住民 ⇒市ホームページ、インスタグラムなどのSNSにより、写真を踏まて、深谷の自然や歴史ある景観を紹介 首都圏シニア層 ⇒テレビなどの各種メディアにより、自然との触れ合いや歴史的な背景を紹介し、深谷の魅力を情報発信</p>
<p>イメージ例</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>【鐘撞堂山】</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>【中の家】</p> </div> </div>

ステップⅢ 長期戦略プラン


（1）移住定住促進戦略プラン

本市の人口を維持するため、他地域からの移住を促進するとともに、他地域に移住されないための戦略を同時に進めます。

また、市民の定住施策とともに、定住の大きな要素となる雇用を担う企業や事業所に対しても、本市から移転されないような施策を展開し、併せてPRを進めます。



①快適生活！充実のごみ収集	
売り物	「ごみ収集日数」 「使用済小型家電収集日」
（説明）	<ul style="list-style-type: none"> 燃やせるごみが週4回、燃やせないごみは毎週1回（使用済小型家電の収集日を除く）、祝日も平日と同じく収集！ごみのない快適なクリーンライフが送れます。 「都市鉱山」という言葉をご存じですか？電気製品に使われるレアメタルなどの有用な資源のことです。使用済小型家電収集日を毎月1回設けていますので、ごみ収集所へ持っていきだけで、リサイクルが行えます。
セールスコピー例	「家庭から出るごみの収集日数が充実！」 「みんなで参加 My都市鉱山」
ターゲット&情報発信方法（一部）	<p>市民</p> <p>⇒広報ふかや、リーフレットにより、深谷市のごみ収集日数が充実していることを情報発信</p> <p>埼玉県北部住民、首都圏からのUターン者</p> <p>⇒市ホームページやSNSを通して、ごみ収集日数が充実し、快適な生活を送ることができる深谷の魅力をもPR</p>
イメージ例	 <p>【ごみ収集車】</p>  <p>【使用済小型家電】</p>

④健康づくりは元気の源	
売り物	<p>「ためるんピックふかや」</p> <p>「健康づくり応援店登録事業」</p> <p>「がん検診と特定健診及び後期高齢者健康診査」</p> <p>「健康支援アプリを活用した健康教育事業」</p>
(説明)	<ul style="list-style-type: none"> ・ためるんピックふかやは、市民、関係機関、行政が協働で実施している健康づくり事業です。各種健（検）診の受診、協賛店の利用、登録事業の参加などをポイント化し、100ポイント貯めるともれなく景品と交換する、お楽しみ付きの事業です。 ・健康づくり応援店登録事業では、すべての方がより健康的な食を選択し、食生活改善に取り組みやすい環境づくりをするため、ヘルシーメニューや健康情報等を提供する店舗を「健康づくり応援店」として登録し、市と地元の店舗が協力して地域全体で健康づくりに取り組んでいます。 ・がんや生活習慣病の予防、早期発見、早期治療につなげるために、各種健（検）診を実施しています。がん検診（婦人科がんを除く）と特定健診及び後期高齢者健康診査の同日受診が可能な上、集団健（検）診は、土日実施や実施期間が長いなど、受診しやすくなっています。 ・スマホを活用し、アプリ内の画像認識で食事量等の自動解析を行い、AI栄養士による食生活改善のアドバイスが受けられます。
セールスコピー例	<p>「市民の健康づくりを支援『やるん、ためるん、元気になるん♪』」</p> <p>「地元のお店が支える健康づくり」</p> <p>「健康管理に健（検）診習慣を」</p> <p>「健（検）診受けて、めざそう！健康長寿」</p> <p>「もっと健康になろう★ふかや byヘルス up アプリ」</p>
ターゲット&情報発信方法 (一部)	<p>市民、埼玉県北部住民</p> <p>⇒ためるんピックふかやなどの事業、広報ふかや及び市ホームページにより、深谷の健康づくりや予防への取り組みを発信</p> <p>首都圏住民</p> <p>⇒各種メディアを通して、深谷市が住民の健康づくりを積極的に推進していることを紹介</p>
イメージ例	 <p>【健康づくり応援店登録事業】 【特定健診・がん検診】 【健康支援アプリ】</p>