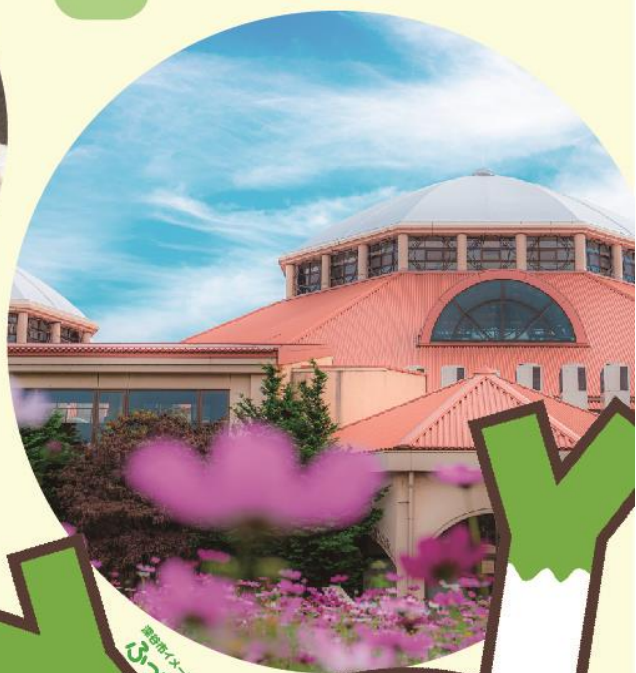


深谷市シティプロモーション戦略プラン

(2023 ~ 2027)



QRコードを読み取ることで深谷市PR動画を見ることができます。

令和5年(2023)年3月



目次

第1章	はじめに.....	1
1	シティプロモーションとは.....	1
2	背景と目的.....	1
3	計画の位置付け.....	1
4	期間.....	2
第2章	深谷市のプロフィール.....	3
1	深谷市の地勢.....	3
2	深谷市の特徴.....	3
3	深谷市へのアクセス.....	3
4	深谷市の産業.....	4
第3章	深谷市を取り巻く状況.....	5
1	深谷市の現状.....	5
第4章	シティプロモーションの基本方針.....	10
1	基本方針の概要.....	10
2	これからの推進戦略.....	10
第5章	目標指標の設定.....	12
1	目標指標の設定.....	12
第6章	推進体制.....	13
1	市民等との協働によるシティプロモーション.....	13
2	メディアプロモーション.....	13
3	推進体制.....	14
4	進行管理.....	14



第1章 はじめに

1 シティプロモーションとは

シティプロモーションとは、「地域を持続的に発展させるために、地域の魅力を創出し、地域内外に効果的に訴求し、それにより、人材・物財・資金・情報などの資源を地域内部で活用可能としていくこと。」（河井孝仁（東海大学教授）著 シティプロモーション2.0 より）と言われています。

深谷市では、シティプロモーション推進の主役を「市民や市に関わる人たち」と考えます。市は、これらの皆さんを支え、一緒に取り組んでいきます。

2 背景と目的

深谷市の人口は、平成12（2000）年をピークに減少を続けています。人口減少は、市民生活の活力を低下させるだけでなく、地域経済や財政にも影響を与える深刻な問題となります。

このことから、人口減少を抑制し、市を活性化させるため、平成30（2018）年から「深谷市シティプロモーション戦略プラン」を策定し取り組んできました。

しかし、人口減少は、全国的にその傾向が強まり、深谷市においては、平成27（2015）年に策定した「深谷市人口ビジョン」で想定した人口よりもさらに減少している状況となっています。

そこで、今後もさらなる人口減少の抑制に取り組むとともに、市民をはじめ団体、事業者、学校、行政などとの協働による住み良い、魅力的なまちを発信していくため、新たな「深谷市シティプロモーション戦略プラン」を策定します。

3 計画の位置付け

本プランは、令和5（2023）年度から令和9（2027）年度を計画期間とした「第2次深谷市総合計画 後期基本計画」を踏まえ、本市のシティプロモーションの方向性を提示し、各種個別計画と連携のもと、事業実施を図ります。



4 期間

本プランの計画期間は、「第2次深谷市総合計画 後期基本計画」との整合性を図り、令和5（2023）年度から令和9（2027）年度までの5年間とします。

令和5(2023)年度	令和6(2024)年度	令和7(2025)年度	令和8(2026)年度	令和9(2027)年度
第2次深谷市総合計画 後期基本計画				
深谷市シティプロモーション戦略プラン				



第2章 深谷市のプロフィール

1 深谷市の地勢

深谷市は、埼玉県の北部に位置し、東京都心から70km圏にあります。東は熊谷市に、南は嵐山町、寄居町に、西は美里町、本庄市に、北は利根川を隔てて群馬県の伊勢崎市、太田市に接しています。

交通の面では、関越自動車道、国道17号線、国道140号線、国道254号線などの主要道路が通っており、関越自動車道花園インターチェンジは市の玄関口として機能しています。また、鉄道はJR高崎線及び秩父鉄道の2路線において深谷駅をはじめ7駅を有し、市外にある上越新幹線熊谷駅及び本庄早稲田駅にも近接しています。このように本市は、東京都心方面、上信越方面、秩父方面への交通の要衝となっています。

気候の面では、本市は、最高気温41.1度で日本一を記録した熊谷市の隣にあり、夏は暑く、冬は「赤城おろし」と呼ばれる北寄りの季節風が強く吹き、寒く乾燥した晴天の日が多く、年間の日照時間が長い地域です。

2 深谷市の特徴

本市の人口は約14万人で、約6万2千世帯の市民が暮らしています。

本市の面積は、138.37平方キロメートルで面積の約半分を田畑が占めています。市の北部は利根川水系の低地、市の南部は秩父山地から流れ出た荒川が扇状台地を形成する概ね平坦な地形となっています。また、利根川と荒川の関東を代表する2つの河川によって、肥沃な土壌に恵まれ、その恩恵を受けた農産物などの生産がとても盛んで「関東の台所」とも呼ばれています。

3 深谷市へのアクセス

鉄道によるアクセスは、市の玄関口となるJR高崎線深谷駅のほか岡部駅、秩父鉄道の明戸駅、武川駅、永田駅、ふかや花園駅、小前田駅の7駅があります。

【深谷駅までの所要時間】

- ・東京駅から新幹線利用なら 60分（上越新幹線利用、熊谷駅乗り換え）
- ・東京駅から乗り換えなしの 90分（上野東京ライン普通利用）

車によるアクセスは、関越自動車道花園インターチェンジが玄関口となります。その他にも市内には、国道17号線、国道140号線、国道254号線などの主要道路を利用してアクセスすることができます。

【花園インターチェンジまでの所要時間】

- ・練馬インターチェンジから 35分（関越道利用）
- ・新空港インターチェンジ（成田空港）から 120分（圏央道、関越道利用）

4 深谷市の産業

（１）農業

全国的に知られる深谷ねぎをはじめ、きゅうり、ブロッコリー、ほうれん草などの野菜の生産、肉牛などの畜産、ユリやチューリップなどの花き栽培が盛んな全国有数の農業地域です。市内には野菜や花、植木などを取り扱う直売所が多数あります。

（２）商業

中心市街地は、古くは中山道の宿場町として商業が栄え、現在でも深谷駅周辺には個人経営の商店が集積しています。また、上柴地区には大型商業施設が立地しているほか、花園インターチェンジ周辺の国道140号バイパス沿線では、近年、スーパーや複合商業施設の立地が進んでいます。

（３）工業

工業は、関越自動車道や北関東自動車道、首都圏中央連絡自動車道（圏央道）などの高速道路網へのアクセスの良さ、熊谷貨物ターミナル駅と近接している利便性により、深谷工業団地、春日丘工業団地、熊谷工業団地などの工業地帯に多くの事業所が集積しています。

（４）観光

深谷市には、国の重要文化財でもあるホフマン輪窯をはじめとする渋沢栄一ゆかりの施設、文化的価値の高い史跡などの文化資源が数多く残されています。

また、道の駅での野菜や花きなどの農畜産物直売が盛んに行われているほか、各種スポーツ、レクリエーション施設、深谷七夕まつりやふかや花フェスタなどのイベント、幹線道路沿いに商業施設が集まるなど、観光客集客に資する施設や資源があります。さらに、花園インターチェンジ周辺に「深谷テラス ヤサイな仲間たちファーム」「ふかや花園プレミアム・アウトレット」が開業し、農業と観光の振興に寄与する取り組みが行われています。

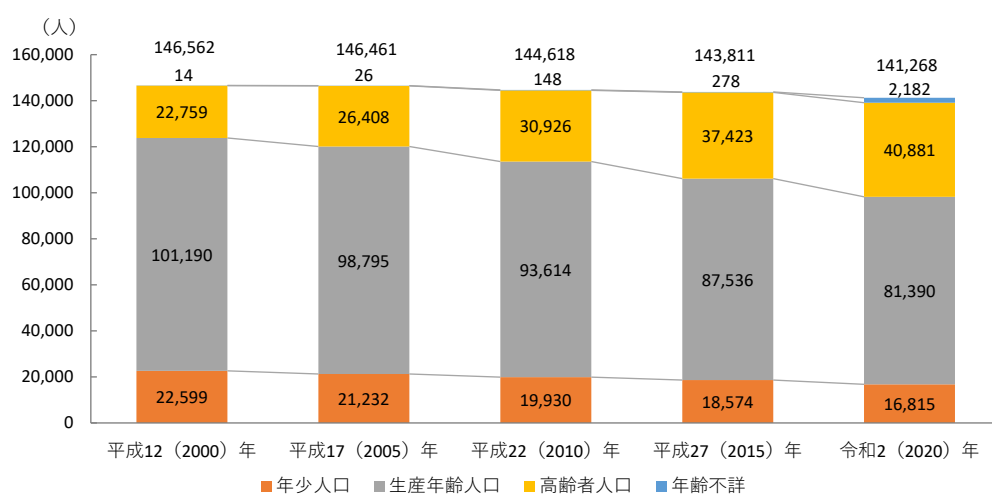
第3章 深谷市を取り巻く状況

1 深谷市の現状

(1) 人口の推移

深谷市の人口は、平成12（2000）年の146,562人をピークに減少しています。

このピーク時から令和2（2020）年の20年間で5,294人（3.6%）の人口が減少しています。



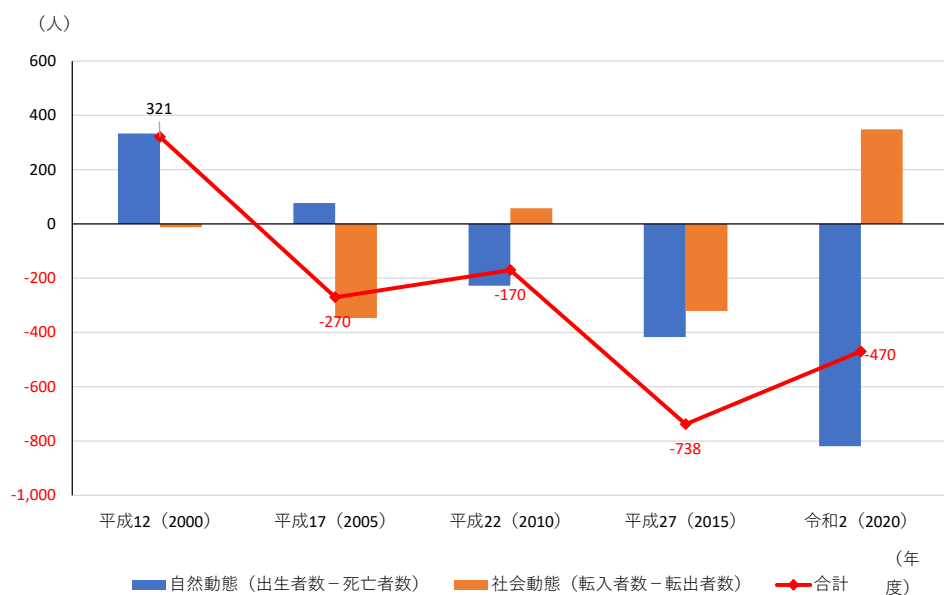
出典：国勢調査



(2) 人口動態

人口動態とは、自然動態と社会動態を合わせた人口の動きを指します。

自然動態は死亡者数が出生者数を上回る「自然減」が続いており、社会動態では、令和2（2020）年に転入者数が転出者数を上回り「社会増」となりましたが、「社会増」に比べ「自然減」が多いため、全体では人口減少が続いています。



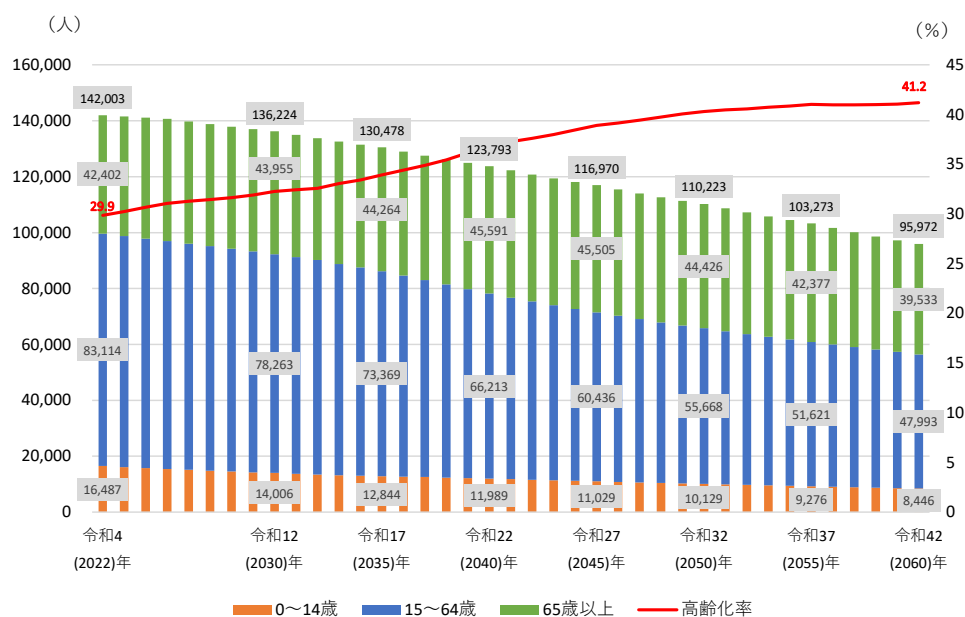
出典：市民課調



(3) 将来人口推計

将来人口推計は、令和4（2022）年4月1日現在の深谷市住民基本台帳人口をもとに、コーホート要因法を用いて推計しています。

この推計においては、令和4（2022）年に142,003人であった人口が、38年後の令和42（2060）年には32.4%減の95,972人まで減少することが見込まれています。

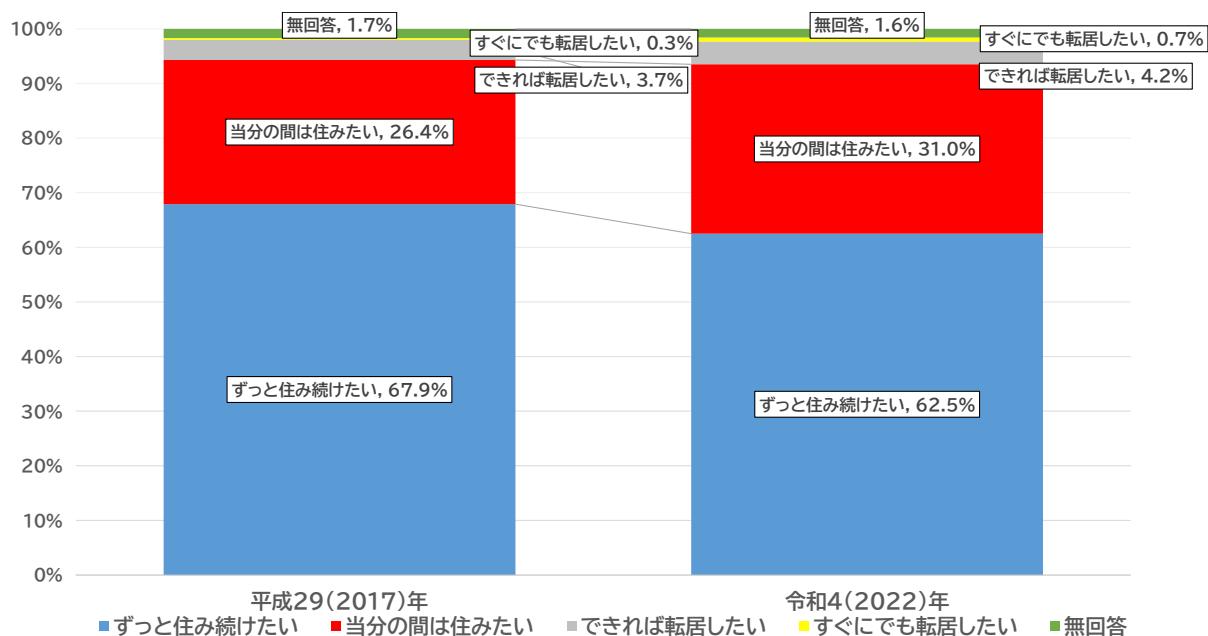


参考 「コーホート要因法」とは、「自然動態」（出生と死亡）及び「社会動態」（転入と転出）という「人口動態」に基づいてコーホート（年齢階層）ごとに将来人口を推計する方法です。



(4) 定住意向

「ずっと住みたい」、「当分の間は住みたい」と回答した人の合計は、90%超を維持しており、市民の定住意向は高い傾向にあります。また、「ずっと住みたい」と回答した人の割合は、前回プランを策定した平成29（2017）年と比較して5.4%減っています。



出典：市民まちづくりアンケート



（５）転入出移動状況

転入・転出ともに上位は深谷市の近隣市町になっています。

転入出者へ任意でお願いしているアンケートでは、仕事、結婚、住宅取得が主な理由になっています。また、転入で深谷市を選んだ理由については、通勤・通学の利便性の良さ、住宅の広さや価格など住宅事情の良さ、ゴミ出しや上下水道など生活環境の良さなどが上位に挙げられています。

【令和３（２０２１）年】転入者 上位５位

順位	市区町村		
1	熊谷市	666 人	14%
2	寄居町	200 人	4%
3	本庄市	184 人	4%
4	さいたま市	157 人	3%
5	群馬県太田市	129 人	3%
	全体	4,478 人	

【令和３（２０２１）年】転出者 上位５位

順位	市区町村		
1	熊谷市	566 人	15%
2	さいたま市	209 人	5%
3	本庄市	182 人	5%
4	寄居町	148 人	4%
5	群馬県太田市	125 人	3%
	全体	3,879 人	

出典：令和３年住民基本台帳人口移動報告



第4章 シティプロモーションの基本方針

1 基本方針の概要

市内にたくさんある「ふかや」の魅力を活用し、市内外へPRすることにより、「ふかや」という地域に共感してもらうとともに、「ふかや」のおもしろさや可能性を感じてもらい、「自分たちもできそう。」「やっていいんだ。」という地域に関わる意欲を高めていきます。さらに、これらの意欲に基づく活動が積極的に情報発信される状況をつくり、市民等は活発な活動を行うことで利益を獲得し、市は新たな魅力を獲得していく、相互に成長し合う持続可能なまちづくりを推進していきます。

2 これからの推進戦略

(1) シビックプライドの醸成

シビックプライドとは、「市に対する市民の誇り」のことです。つまり「ふかや」のことが大好きで、「ふかや」をより良くしようとする心意気と言えます。

このシビックプライドを醸成することができれば、「ふかや」が大好きなわけですから、転出者を減少させ人口減少の抑制につながります。また、働き手が増え地域経済が活発になれば、サービスも充実して暮らしやすくなります。さらに、ここで生まれる好循環が新たな「ふかや」の魅力となって、市外の知名度や好感度を向上させ、移住定住推進にも寄与します。

(2) 市民協働のまちづくりの推進

市民協働とは、市民をはじめ団体、事業者、学校、行政などが、それぞれの強みを生かして地域を支えることです。

シティプロモーションやシビックプライドの推進には、まちの元気の源である人と人とが繋がってより良いものが生まれていく市民協働が不可欠です。

深谷市で策定した「深谷市市民協働指針」に基づき推進します。



(3) P R (パブリックリレーションズ)

P Rとは、自治体や企業などが、その取り巻く人（社会や集団、個人）と望ましい関係を作り出すための行動や考え方です。

P Rは、望ましい関係を作り出すものであることから、伝えて終わりという一方向の情報発信ではなく、関係を構築もしくは維持するために、双方向のコミュニケーションを行い、情報をフィードバックして修正を図りつつ、成果を見据えて継続していくものであると言われています。

情報発信しても、シビックプライドの醸成や市民協働の活動が広がり、活発になっていかなければ意味がありません。そこで、深谷市の特徴的な部分を活用しつつ、広く効果的なP Rを展開していきます。

《重点活用P Rツール》

- ・ 渋沢栄一
- ・ 深谷産農畜産物
- ・ 花園拠点
- ・ ふっかちゃん
- ・ 移住定住

(4) 市イメージキャラクターの活用推進

深谷市のイメージキャラクターと言えば「ふっかちゃん」です。

ふっかちゃんは、深谷市の様々な魅力を市内外にP Rし、本市のイメージアップや知名度向上を図るために誕生し、子どもから大人まで広く親しまれる存在として日本全国でも高い人気を誇っています。

この人気を活用し、市ホームページ、ツイッター、フェイスブック等で効果的に情報発信を行います。また、市内外の各種イベントでも市のP R活動を積極的に行います。



第5章 目標指標の設定

1 目標指標の設定

本プランは、「第2次深谷市総合計画 後期基本計画」と整合性を図り進められることから、「第2次深谷市総合計画 後期基本計画」で定めている指標を達成できるように取り組んでいきます。

指標名	現状値 令和3（2021）年度	目標値 令和9（2027）年度
20代・30代人口	28,357人	26,733人
深谷市人口ビジョンで算出された将来人口推計に人口減少対策を講じた場合の推計値です。若年層への人口減少対策の成果を測る指標です。		
深谷市にずっと住みたい市民の割合	64.6%	73.6%
深谷市民まちづくりアンケートで「これからもずっと深谷市に住みたい」と答えた市民の割合です。市民の定住意向を測る指標です。		
市内観光入込客数	3,533,000人	11,184,000人
埼玉県が実施する観光入込客数調査において把握する数値です。観光資源の整備と活用が行われているかを測る指標となっています。		
市民協働のまちづくりが進んでいると思う市民の割合	57.1%	57.7%
深谷市民まちづくりアンケートで「市内において、市民と行政が互いに力を出し合い地域を支えること（協働のまちづくり）ができている」と答えた市民の割合です。市民との協働・交流が推進されているかを測る指標です。		
市民活動団体数	132団体	144団体
市民活動の拠点である深谷市民活動サポートセンター及び深谷市ボランティア連絡会に登録した団体数と市内のNPO法人数の総数です。市民活動の活性化を測る指標です。		



第6章 推進体制

1 市民等との協働によるシティプロモーション

本プランを推進するためには、市民や団体、事業者、学校などとの協働が不可欠です。「ふかや」という地域を盛り上げていくため、深谷市全体で互いに力を出し合い、「オール深谷」で本市のPRを推進します。

市民の役割	・「ふかや」への誇りや愛着を育み、市民自らがSNS等を活用し、まちの魅力の情報発信を行います。 ・各種行事やイベントに積極的に参加します。
団体・事業者等の役割	・新たなサービス・商品の開発及び提供に努め、まちを豊かにします。 ・魅力的な各種行事やイベントを積極的に実施します。 ・様々な活動の中で「ふかや」の魅力を情報発信します。
市の役割	・市のあらゆる魅力を市内外に広く発信します。 ・団体や事業者等と情報共有・連携を図りPR活動を行います。 ・市職員一人ひとりが自ら率先してプロモーション活動を行います。

2 メディアプロモーション

市の広報紙や新聞を主体としたマスメディア露出だけで、本市の持っている魅力を十分伝えることは、多種多様なマスメディアが存在する現在においては、非常に困難な状況です。

そこで、テレビ、ラジオ、雑誌、WEB等のマスメディアへ取り上げてもらえるようなPR活動を戦略的にを行います。



3 推進体制

深谷市のシティプロモーション戦略を効果的に実行するため、「ふかや」に関連する幅広い情報を収集し、またこの情報を広く発信できるPR体制を構築して推進します。

(1) 深谷市シティプロモーション戦略マネジメント会議の運営

深谷市シティプロモーション戦略の推進にあたり、外部の視点からの意見や助言を戦略に反映するとともに、実効性のある戦略の進行管理を行うために、市民や企業、各種団体からなる「深谷市シティプロモーション戦略マネジメント会議」を運営します。

(2) 深谷市シティプロモーション情報戦略会議の運営

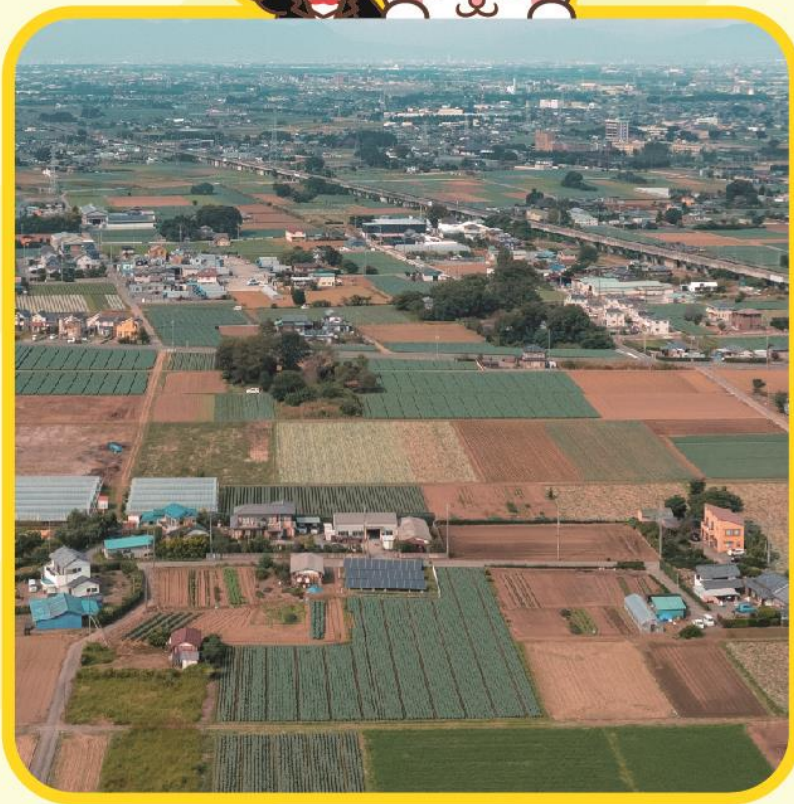
本市のPR情報を市役所内部でも横断的に共有し、市役所全体で戦略的に発信するために、市役所職員による「深谷市シティプロモーション情報戦略会議」を運営します。

また、「深谷市シティプロモーション戦略マネジメント会議」と「深谷市シティプロモーション情報戦略会議」は、相互に連携し、それぞれの会議において出された意見や提案を共有するなど、官民一体の体制で推進します。

4 進行管理

本プランを着実に推進するため、PDCAサイクルにより進行管理を行います。また、必要に応じて計画の見直しを行います。





深谷市 協働推進部 協働推進課

〒366-8501 埼玉県深谷市仲町 11 番 1 号

TEL 048-574-6658