

「第2次川越市広報戦略(原案)」に対する 意見公募手続の結果について

1 意見公募手続の実施概要

(1) 募集期間

令和7年12月15日(月)～令和8年1月14日(水) (31日間)

(2) 閲覧方法

① 窓口(紙媒体)

- 広報室(本庁舎)
- 各市民センター
- 川越駅西口連絡所(U_PLACE3階)

② 市公式ホームページ(電子媒体)

(3) 意見を提出できる方

- ① 市内に住所を有する方
- ② 市内の事業所等に勤務する方
- ③ 市内の学校に在学する方
- ④ その他案に対して利害関係を有する方

(4) 意見の提出方法

- ① 直接持参
- ② 郵送
- ③ ファクス
- ④ 電子申請

2 意見公募手続の結果

(1) 提出者数

1名

(2) 意見数

1件

(3) 提出されたご意見とご意見に対する市の考え方

以下のとおり

ご意見	ご意見に対する市の考え方	案の修正有無
<p>基本戦略に対する施策は正しくなされているのか資料だと判断が付きません。愛着を持っていない・転出したいと回答した人の理由は何でしょうか。</p> <p>不動産情報の口コミや若い世代に多いところから判断すると、川越市は都会に思えない・都内まで30分以上かかるという点だと考えます。</p> <p>川越のライバルである所沢や大宮は高層ビルがあり、かつ、都内まで25分ほどであり川越の35分より遥かに早いです。広報担当の枠から外れてしまいましたが、都市計画担当に事実を伝えて根本的に改善するのが広報担当のあるべき姿ではないでしょうか。</p> <p>また、広報で成功した例として、川口市が京浜東北線にTV広告を打ち、「東京に近いが安い」というアピールをしたことが挙げられます。SNSに力を入れるのは正しいと思いますが、SNSでは文字数が限られますし、元々興味のある人間しか見ませんので、興味のない人間にいかに関心をもってもらうかという観点に注力いただきたいです。人口を増やすために、川越を観光地としか思っていない埼玉南東部や県外の人々に、「観光だけでなく、居住環境が良い」点を最大限にアピールいただきたいです。</p> <p>せっかく直通でいろいろなところにアクセスできるのが川越の良いところなので、鉄道広告にも力を入れたり、観光地として空港に広告を掲載して、外国人にアピールするのはいかがでしょうか。</p>	<p>「第2次川越市広報戦略」(以下「第2次広報戦略」)では、「戦略の視点1」及び「戦略の視点2」に基づく施策の推進を計画しています。</p> <p>このうち、「戦略の視点2」では、取組の一つとして、「本市の魅力や強みを生かした情報発信」を掲げています。本取組は、鉄道や幹線道路による交通アクセスに優れていることなどの本市の強みを積極的に発信することにより、「住みたいまち」「事業・起業したいまち」として選ばれることを目指すものです。また、本取組では、施策や事業の対象となるターゲット(情報の受け手)の年代や行動特性などを踏まえた、効果的な媒体の活用等を計画しています。</p> <p>「第2次広報戦略」の推進を通じて、本市に対する愛着・誇り(シビックプライド)をより高め、多くの方にとって、この先も住み続けたいと思えるまちになることを目指すとともに、本市のさまざまな魅力の伝え合いを起点とした地域の活性化や、交流・関係人口の拡大に向けた取組を進めてまいりたいと考えております。</p>	<p>無</p>