

1. 令和4年度の取組実績について

■ 自転車を活用した取組み

○ 協定に基づく取組み

NT内を巡る「グルッポライド」やサイクルスポーツの魅力を伝える「サイクルスポーツ魅力発見講座」などを開催。市内外から幅広い世代の方々が訪れ、豊かな自然など、NTの魅力を感じてもらうきっかけづくりとなった。

【グルッポライド実績（R4.12末時点）】

延べ参加人数：154人／11回  
（うち市内102人／市外52人）参加者年齢：10歳未満～70代



【グルッポライド遠足実績】

開催日：令和4年12月18日（日） 参加人数：24人  
（うち市内3人／市外21人（和歌山、京都、三重、浜松など））

○ 協定以外での取組み

春日井まつりにPRブースで出展したり、「蔵フェス2022」内やグルッポふじとう児童館にて子ども向けの「自転車乗り方教室」を開催したり、春日井警察署と連携して交通安全キャンペーンに参加したりするなど、協定の枠を超えて、積極的な地域活動にも積極的に参加している。



■ SNSを活用した取組み

高蔵寺まちづくり(株)が運営する高蔵寺NT公式Instagramアカウントを活用した委託業務を実施したほか、昨年11月からは市もアカウントを共有し、随時、情報発信を行った。

【フォロワー数】

775人（R4.7時点） → **1265人**（R4.12末時点）

【フォロワー層】



OSNSを活用した高蔵寺ニュータウンの魅力発信

NTが「子育てしやすいまち」というブランドイメージの構築及び市内外での認知度向上を図るため、次の取組を実施した。

- ① 「高蔵寺フォトラリー」の実施
- ② 「インスタ子育てフォトキャンペーン」の実施
- ③ 教育環境に関する情報発信



【実績】

- ① 参加者…6チーム18名（うち市外2チーム） 総投稿数…110
- ② 「夏」：応募写真…55枚、「秋」：応募写真…151枚
- ③ NTエリア保育園・幼稚園等9施設 記事閲覧数…約13,000件 ※いずれもR4.12末時点

■ プロモーション推進に係るロゴマークの制作

NTならではの魅力を統一的なイメージで見せ、まちが持つ「豊かな自然」や「充実した子育て環境」、「住環境の良さ」などを、皆を巻き込みながら、よりアクティブなイメージで市内外に訴求するためのロゴマークを制作した。

【ロゴマーク「ReNEW部KOZOJI」】

NTに関わる全ての人たち一人一人が旗振り役になってほしいという想いを込めて「旗」をデザインに取り入れました。

さらにNTの楽しみ方や暮らし方を「もう一度見つめ直す」きっかけをみんなで「部活動」のように楽しみながら創り上げたいという想いを込めて「ReNEW部KOZOJI」としています。

高蔵寺、Reニューします。



■ ロゴマークを活用した取組みについて

○ 気軽に使えるルールづくり

行政以外の団体等もロゴマークを使用できるルールを策定。皆が「ReNEW部員」として、NTの魅力発信ができる仕組みづくりを行った。

【キナンの今シーズンユニフォームなどにも採用！】

キナンレーシングチームの今シーズン以降のユニフォームやサポートカーなどにロゴマークが採用されました。ロゴマークは「KASUGAI CITY」が記載された特別仕様。全国、全世界のレースで、ロゴ入りユニフォームを着た選手たちが躍動します！



○ Instagramアカウントのリニューアル

高蔵寺まちづくり(株)が運営するInstagramアカウント「高蔵寺こそだて部」を、設立1周年を迎えた昨年11月に「ReNEW部KOZOJI」にリニューアル。市もアカウントを共有し、NT及びその周辺の幅広い魅力を発信するほか、ハッシュタグ「#リニュー部」を付けた他アカウントの投稿を積極的にリポスト（再投稿）した。

Follow Me!



■ 令和5年度に実施を検討する取組みについて

- 自転車を活用したさらなる取組み（アクティビティ）の拡充
- SNS発信力強化のための担い手確保
- ロゴマークを活用したアクティブイメージの訴求
- アンケート実施によるPDCAサイクルを回しながらのプロモーション推進

