

Z世代、α世代に地域の魅力を発信！

TikTok 市公式アカウント「こしがや沼に落ちてみた。」を開設しました

越谷市では、地域の価値を創造し、市内外に効果的に発信するシティプロモーションを推進しています。

このたび、TikTokの市公式アカウントを下記のとおり新たに開設し、ショート動画を活用して地域の魅力を発信していきます。

スマートフォン、タブレット、SNSが日常的に活用されるライフスタイル・ステイスタイルの中で、タイパ（時間対効果）重視で多様性に高い許容度のあるといわれる若い世代が好むコンテンツを効果的に配信します。

Z世代、さらには、α世代を対象に、『愛着』、『誇り』、『行動』につながる地域へのかかわりを、ミーム広告（ミームマーケティング）の手法を取り入れ、地域の魅力の共感と拡散（バズり）に取り組みます。

記

- 1 アカウント名
「こしがや沼に落ちてみた。」
@koshigaya_city



- 2 映像コンテンツのテーマ
 - (1) 地域に愛されているグルメ（地域の飲食店や手土産、地場農産物等）
 - (2) KOSHIGAYA 水遊都市伝説（地域のちょっとした魅力、話したくなるネタ）
 - (3) KOSHIGAYA 水遊都市百景（水辺の景観とライフスタイルやステイスタイル）
 - (4) 市民参加型ミームコンテンツ（トレンドにあわせた音楽やダンス、笑い）
※年間、30～40のコンテンツを配信していく予定です。

- 3 その他
 - (1) Z世代とα世代
デジタルネイティブと呼ばれる世代でZ世代は、幼少期からインターネットに触れている世代でおおむね14歳～29歳を指します。また、α世代は、Z世代に続く新しい世代区分で、AIやオンラインコミュニティなど、よりデジタルテクノロジーとの親和性が高くおおむね16歳以下を指します。
 - (2) ミーム広告（ミームマーケティング）
人から人へと模倣や変容によって広がる情報やアイデア、文化的な要素をプロモーションに活用する手法。近年では、SNSやWEBなどのデジタルメディアを通じて、面白い画像やフレーズが新たなバリエーションを派生させながら拡散しています。

【参考】TikTok 市公式アカウント「こしがや沼に落ちてみた。」

初回（令和8年5月）に投稿する5つのトピックス

(1) 地域に愛されているグルメ（地域の飲食店や手土産、地場農産物等）

①旧日光街道「越ヶ谷宿」の老舗 木田とうふ店！

旧街道に佇む創業112年と大正時代から続く老舗の豆腐店の、どこか懐かしい風景と味へのこだわりを人の温かみとともに映像にしました。

②SEIKOUEN で大人気 こしがや愛されグルメ「ガーヤちゃんまん」！

世代を超えて大人気のご当地中華まんを、TikTok ならではのよく聞いたことのあるナレーションでコミカルにテンポよく映像にしました。

(2) KOSHIGAYA 水遊都市伝説（地域のちょっとした魅力、話したくなるネタ）

③越谷をつくった家康はイケメンだった！

地元の人にインタビューし、徳川家康と縁がある越谷市の魅力と市内の某所でしか見ることのできないイケメンの家康の謎を、都市伝説として紹介し映像にしました。

(3) KOSHIGAYA 水遊都市百景（水辺の景観とライフスタイルやステイスタイル）

④越谷市役所プロモーションZ係 「写ルンです」で撮ってきてくれませんか！

埼玉東萌美容専門学校の学生が越谷での水辺の景観やリアルな日常を自由に撮影してきたフィルムを現像し、とびっきりエモい映像にしました。

(4) 市民参加型ミームコンテンツ（トレンドにあわせた音楽やダンス、笑い）

⑤ガーヤちゃんとミームで踊ってみた！

サカナクションの「夜の踊り子」を越谷特別市民ガーヤちゃんと観光協会の職員が、「Sakura Lake」を背景に全力でリズムをあわせて踊る姿をユーモア満点の最旬のミームとして映像にしました。

