

あさぐる！未来レポート



平成27年12月7日 審議会

あさぐる！

～あさかの未来を考える職員ワーキンググループ～

1－1 あさかの魅力、強み

1. 都心に近く交通利便性が良い

例：東武東上線で朝霞駅から池袋駅まで16分
東武東上線とJR武蔵野線の接続

2. 自然・緑がたくさんある

例：黒目川、朝霞の森、公園など

3. 子育て・教育施策が充実している

例：こども医療費支給 通院は中学生まで、入院は高校生等まで
子育て・教育関連の予算109億円（H27）

⇒ 0歳～14歳の1人あたりに使われる市の予算は約575,000円/年

他にも・・・

若い世代が多く、人口が増えている 例：県内で平均年齢4番目に若い自治体

朝霞市民まつり「彩夏祭」 例：関八州よさこいフェスタ、9,000発の花火

平成29年に市制50周年を迎える

2020年東京オリンピック・パラリンピック 射撃会場



1－2 私たちが考えるあさかの未来像

市内の人も、市外の人も、

「朝霞市に住みたい」「朝霞市に行ってみたい」と思うまち

2 あさぐる！の活動を通して得られたこと

多くの団体が、
市内で活動をしていて、
地域の活性化に貢献している

関係団体は、
団体同士をつなぐ中心の役割を
市役所に期待している

関係団体は、
市役所の情報発信力（広報）に
期待している



3 今後、何をするべきか

☆：次頁以降で説明

「朝霞市に住みたい」を増やす取組 （転入促進、定住促進）

- ・ターゲットを特定した広報戦略 ☆
- ・住居購入の転入者に特典
- ・利用したくなる公園整備

「朝霞市に行ってみたい」を増やす取組 （交流人口の増加）

- ・黒目川や朝霞の森など自然、公園を使った子ども、家族が参加できるイベント企画
- ・商店と連携したさまざまな人が交流するイベント企画
- ・フィルムコミッション促進（アニメやドラマなどの舞台）
- ・東京オリンピック・パラリンピックを見据え、官民連携の組織による取組

「あさかファン」を増やす取組

- ・朝霞市にふるさと納税をした方に対する謝礼品の充実 ☆
- ・彩夏ちゃんを市の公式キャラクターにし、市内の団体や企業などに利用促進

3 今後、何をするべきか

「朝霞市に住みたい」を増やす取組 （転入促進、定住促進）
・ターゲットを特定した広報戦略 ☆

想定ターゲット

⇒ 東武東上線沿線の朝霞から池袋方面に住んでおり、住宅の購入を検討している現役ファミリー世帯

ターゲットの分析

⇒ 住宅の購入で朝霞市エリアを検討（転入転出アンケートなど）、都心で働いている、共働き、子どもの教育環境に関心が高い など（ターゲットのニーズとあさかの魅力、強みが一致！）

広報戦略 ～「あさか」を目にする機会を増やす～

- ・ 電車の中吊り広告、駅・ホームの広告、ラッピング電車
- ・ 車窓から見える公共施設に市のPR
- ・ 市のPRチラシを作成し、ターゲットのエリアでの新聞チラシや不動産屋でチラシ配付

朝霞市

“こんなまちで子育てしたい”
を実現できるまち

中吊り広告イメージ

都心までのアクセス
池袋まで
電車で16分

自然・緑がある環境
黒目川、朝霞の森
など

子育て・教育施策が
充実
関連予算109億円



3 今後、何をすべきか

「朝霞市に住みたい」を増やす取組（転入促進、定住促進）

- ・ターゲットを特定した広報戦略 ☆
～「あさか」を目にする機会を増やす～



電車の中吊り広告



駅ホームの広告



ラッピング電車

事例：西東京市いこいーなトレイン
(画像：西東京市HPより)



車窓から見える
産業文化センター

3 今後、何をするべきか

「あさかファン」を増やす取組

- ・朝霞市にふるさと納税をした方に対する謝礼品の充実 ☆

ふるさと納税謝礼品（現行）

：朝霞市に対し1回1万円以上の寄附をいただいた個人の方を対象に、そのお礼として、朝霞ならではの謝礼品を贈呈している。

現在、朝霞の風土、歴史、素材などを生かした14商品。

ふるさと納税謝礼品については自治体間で競争化している。
あさかの地域資源を生かしつつ、特色ある謝礼品のアイデアを検討。

- ・ホンダ 限定バイク
- ・ミヤザワフルート
- ・陸上自衛隊1日体験
- ・陸上自衛隊グッズ
- ・彩夏ちゃん出張サービス
- ・彩夏祭の花火鑑賞招待
- ・災害時応援協定県外自治体の特産品や宿泊券

あさかに
関心



あさか
ファン