

令和7年度第2回シティ・プロモーション委員会

次 第

日時 令和8年2月6日（金）

午後2時30分から

場所 朝霞市役所本館3階301会議室

1 開 会

2 議 事

（1）令和7年度シティ・プロモーション活動報告

（2）シティ・プロモーションアンケート実施報告

（3）令和8年度シティ・プロモーション活動予定

3 閉 会

【1】朝霞市民プロモーションミーティング

#わたしのあさか年間

8
夏の朝霞の森
ご利益のある神社

シティ・セールス朝霞ブランド

旧高橋家住宅
～説明文～

本田美奈子モニュメント
～説明文～

朝霞市民まつり「彩華祭」
～説明文～

～説明文～

黒目川
～説明文～

にんじん
～説明文～

公園通りとシンボルロード
～説明文～

まちなかベンチ
～説明文～

#わたしのあさか時間

令和8年3月発行
発行元 朝霞市シティ・プロモーション課
作成・協力 朝霞市民プロモーションミーティング

【2】 シティ・プロモーション庁内推進委員会

■R7活動内容

①【動画チーム】絵コンテを元にシティ・セールス朝霞ブランド(旧高橋家住宅)の動画制作

②【写真チーム】シティ・セールス朝霞ブランドの壁紙及びショート動画(スライドショー)を制作



【3】シティ・プロモーション課

■R7主な取組実績

①シティ・セールス朝霞ブランドのプロモーション ・シティ・セールス朝霞ブランド冊子配布 10,000部

②朝霞市キャラクターぽぽたんを活用したプロモーション ・イベント出動 ・グッズの作成・配布 ・LINEスタンプの販売

③各種メディアの活用

- ・取材強化と記者発表等積極的なメディアへの発信 ・SNS発信(市民が市民を紹介する”推しビト”企画など)
- ・ロケーションサービスの提供 ・朝霞市内で撮影された映画「平場の月」などのプロモーション

④あさか学習おとどけ講座 ・市内小学校などの総合的学習

⑤民間企業との協働

- ・775ライブラリーFMとの連携 ・株式会社カインズとの連携 ・JR東日本「駅からハイキング」への参加

⑥シティ・プロモーションに関するアンケートの実施

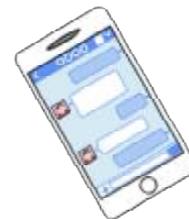
- ・シティ・プロモーションアンケート(R4, R7) ・市政モニター(H29～)

⑦庁内各課との連携した取組

- ・〔長寿はつらつ課〕ねんりんピック彩の国さいたま2026開催に係る市内外からの参加者等へプロモーション
- ・〔環境推進課〕環境かるたを小学校授業に活用 ・〔産業振興課〕市内企業のドローンを活用した出張授業

⑧市制施行60周年に向けた取組の検討

SNSによる情報発信の強化



【目的】

朝霞の日常の価値をまちの魅力として発信することで、知名度やイメージの向上を図り、発見、創造、共有できるツールとして効果的な発信を行う。

フォロワー数の推移

令和7年3月末時点

令和8年1月末時点

シティ・プロモーション課
Instagram

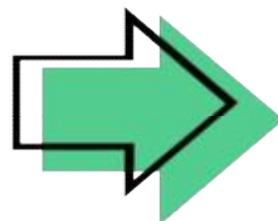
1,314

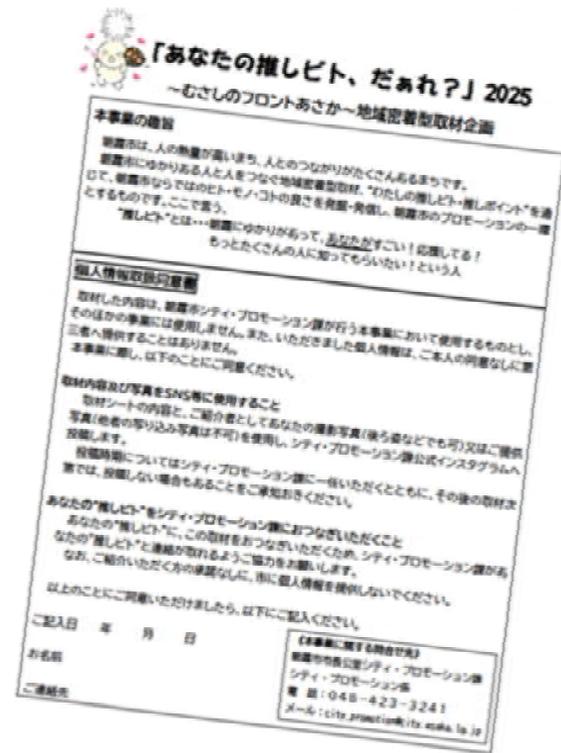
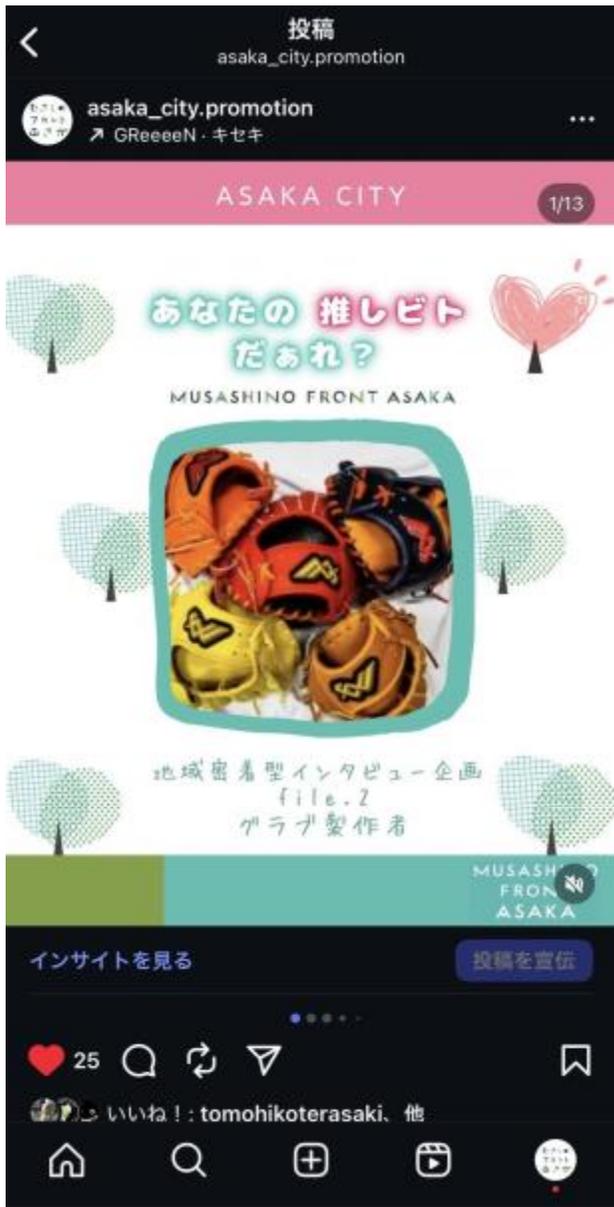
2,480 (1,166フォロワー増)

ぽぽたんX

2,705

3,488 (783フォロワー増)





Instagram投稿企画
#あさかでひらばっく



彩夏祭PRブース



市HPトップ画像



朝霞台駅北朝霞駅連絡通路
横断幕



広報あさか11月号表紙



未就学の部

🏆 最優秀賞(1名)



Oさん(5歳)

🥈 優秀賞(2名)



Hさん(5歳)



Sさん(5歳)

🌟 ぼぼたん賞(5名)



※年齢は応募時点

小中学生の部

🏆 最優秀賞(1名)



Hさん(8歳)

🥈 優秀賞(2名)



Kさん(7歳)



Oさん(8歳)

🌟 ぼぼたん賞(5名)



一般の部

🏆 最優秀賞(1名)



Eさん(22歳)

🥈 優秀賞(2名)



Nさん(54歳)



Sさん(50歳)

🌟 ぼぼたん賞(5名)



シニアの部

🏆 最優秀賞(1名)



Tさん(61歳)

🥈 優秀賞(2名)



Tさん(67歳)



Kさん(86歳)

🌟 ぼぼたん賞(5名)



【3】シティ・プロモーション課

■R8主な取組予定

①シティ・セールス朝霞ブランドのプロモーション ・シティ・セールス朝霞ブランド冊子配布 10,000部

②朝霞市キャラクターぽぽたんを活用したプロモーション

・イベント出動 ・グッズの作成・配布 ・LINEスタンプの販売 ・ガバメントクラウドファンディングの活用

③各種メディアの活用

・SNS発信 ・取材強化と記者発表等積極的なメディアへの発信 ・朝霞市が取り上げられたメディア・発行物等のPR
・ロケーションサービスの提供 ・朝霞市内で撮影された作品を通じたプロモーション

④あさか学習おとどけ講座 ・市内小学校などの総合的学習で活用

⑤民間企業との協働 ・775ライブラリーFMとの連携 ・株式会社カインズとの連携 ・その他機関との協働

⑥シティ・プロモーションに関するアンケートの活用

・シティ・プロモーションアンケート(R4, R7)結果の活用 ・市政モニター(H29～) ・こどもモニター(R6)

⑦庁内各課との連携した取組

・〔長寿はつらつ課〕ねんりんピック彩の国さいたま2026開催に係る市内外からの参加者等へプロモーション

⑧市制施行60周年に向けた取組

・実施方針 ・周年記念事業の情報共有 ・周年事業ロゴ募集

I 調査概要

1-1 目的

令和4年3月、朝霞に暮らす人や暮らしそのものに目を向け、新たな視点で魅力を発見、創造し、広く市内外へ発信していくために「朝霞市シティ・プロモーション方針」を策定しました。令和4年度には市への愛着などの基礎データを得るために、アンケート調査を実施した。

令和7年度までの約3年間、シティ・プロモーション方針に基づきプロモーションを推進してきた効果が、どれくらい市民に魅力が浸透し、愛着が醸成されているか、また、その結果による課題を抽出し分析するためにアンケートを実施した。

1-2 現状と課題

埼玉県内において人口は減少しているものの、本市の人口は微増ながら増え続けている。また、朝霞を代表するイベント朝霞市民まつり「彩夏祭」や「ASAKA STREET TERRACE」、「あさか冬のあかりテラス」などでは、地域で活躍する方が多数存在し、こうした市民の参画するイベントが継続的に実施・盛り上がりを見せていることから地域の担い手や関わりも増えている状況と推察される。

このような中、本市を選んだ方、地域で活躍している方、何か地域で参加することについて一歩前進したい方など、市民が何を求めているのか、シティ・プロモーションの視点で行動に移しやすい環境を整備していくことが課題となっています。

1-3 設問内容

このアンケート調査を通じ、市の情報や魅力といった地域情報はどれだけ市民に届いているかなどを数値化し、より本市の特性に沿ったシティ・プロモーションを推進していくための資料とする。

- ①市の情報や魅力が市民に伝わっているか（魅力発信力）
- ②地域情報を収集する意欲があるか（情報収集意欲）
- ③地域へ参加する意欲があるか（参加意欲）
- ④自ら企画・運営し魅力を広げようとする意欲があるか（企画・行動力）

【アンケート項目】

- (1～ 7) 回答者の属性
- (8～ 10) 現在お住まいの地域への愛着度、お勧め度
- (11～12) 地域情報の入手方法
- (13～15) 自治体からの情報発信に求めているもの
- (16～17) 地域情報の収集意欲
- (18) 地域活動への参加のきっかけ

- (19) 情報を事前に入手した場合の地域活動への参加意欲
- (20) 日常生活における地域とのつながり
- (21) 休日の地域内での過ごし方
- (22) 休日の理想の過ごし方
- (23~24) これまでに参加した・今後参加したいイベントのジャンル
- (25~27) 市のシティ・プロモーション展開として知っているもの
- (28) 市制施行60周年記念事業の企画（自由記入）

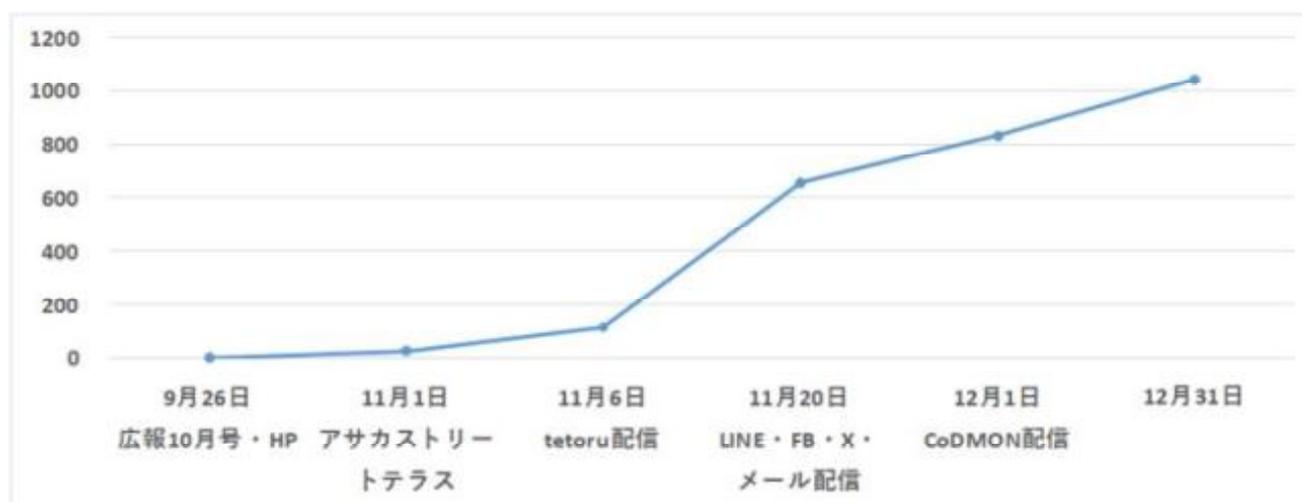
1-4 調査結果

本調査は、多様な媒体に二次元コードを付して行う、電子申請アンケートで実施した。また、紙媒体での回答も可とした。

調査地域	朝霞市全域
調査対象	朝霞市在住及び近隣市町村等の住民
回答数	1,045 件
調査期間	令和7年9月26日～令和7年12月31日
調査方法	電子申請アンケートを作成し、WEB 回答・紙媒体

日付	配付方法	配付・登録者数
9月26日	広報10月号、HP	70,200 世帯
11月1日	アサカストリートテラス	100 人
11月6日	小・中学校 tetoru 配信	人
11月20日	LINE,Facebook,X,メール配信	LINE 7,123 人、Facebook 2,857 人、 X 15,217 人、メール配信 5,950 人
12月1日	公設保育園 CoDMON 配信	850 人

〔回答状況推移〕



1-5 調査結果の分析

本調査は、「1-2 設問内容」に記載の項目を具体的に数値化するため、アンケート項目を設計した。重点分析として、設問 20 における「地域とのつながり」への回答を基準として情報・魅力発信力、情報収集意欲、参加意欲の「現在地」について、重点的に分析を行った。

1-6 報告書内の数字の表記について

- ①本調査は、アンケートの設問内容に応じた回答の選択肢として、単一回答及び複数回答を採用したため、有効回答者数 1,045 人に対して回答数が一致しない設問がある。
- ②割合に関しては 100 分率で、小数点以下第 2 位を四捨五入したため、合計が 100%にならない場合がある。
- ③11 段階評価の回答では、朝霞市独自の分析基準として以下のとおり分類した。
 - 「0～ 3 低い層」
 - 「4～ 6 中間層」
 - 「7～10 高い層」

Ⅱ 調査結果

2-1 回答者の属性（設問：1～7）

回答総数は1,045件、男女比は、男性24.6%、女性73.3%
選択しない2.1%の割合となった。

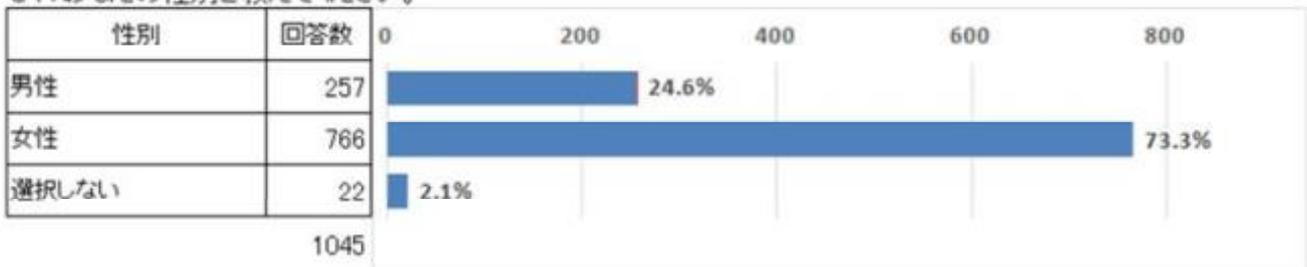
年代別回答数では、40代が全体の約45%を占め、30代、50代と続いています。
30代から50代までは全体の90%を占めている。

家族構成では、配偶者・パートナーと未就学児から中学生までの子と同居している世帯構成が多く、子育て世代が中心となった回答であった。

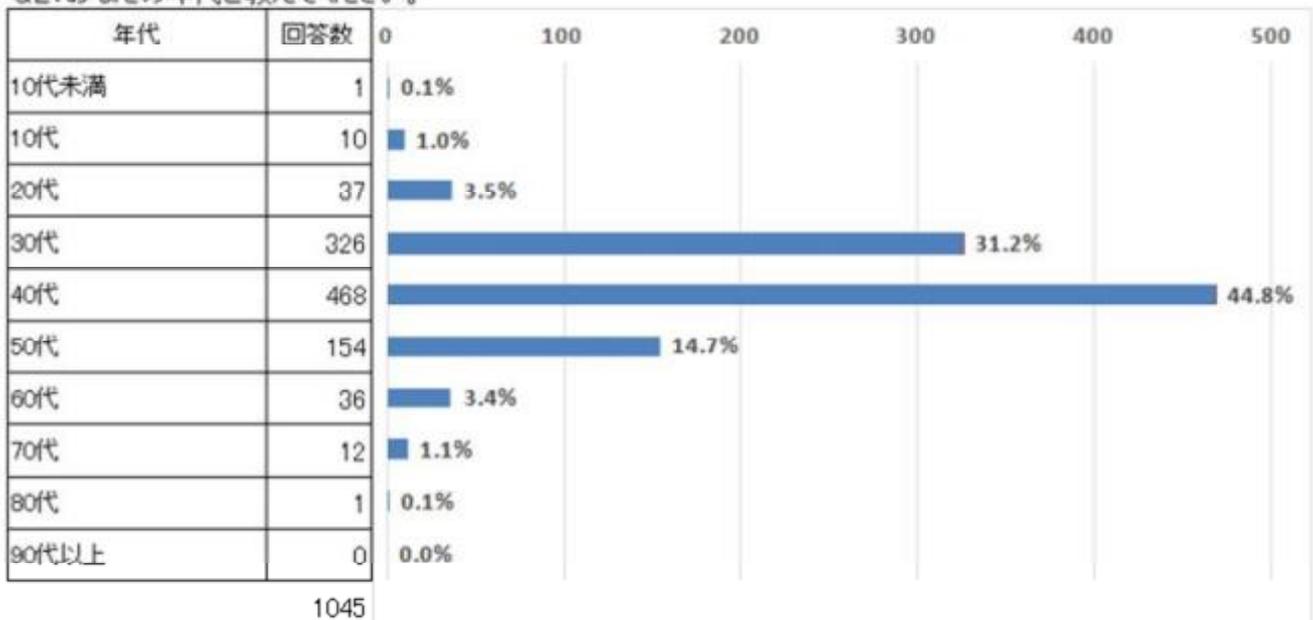
職業では、令和4年に実施したアンケートと同様、「会社員・公務員・団体職員」で55.4%、「パート・アルバイト」で21.5%、「専業主夫・専業主婦」で10.9%と続いた。

居住地域では、「朝霞市在住者」で94.2%、居住期間として、10年以上が55%と、市内で長く居住している人が多かった。

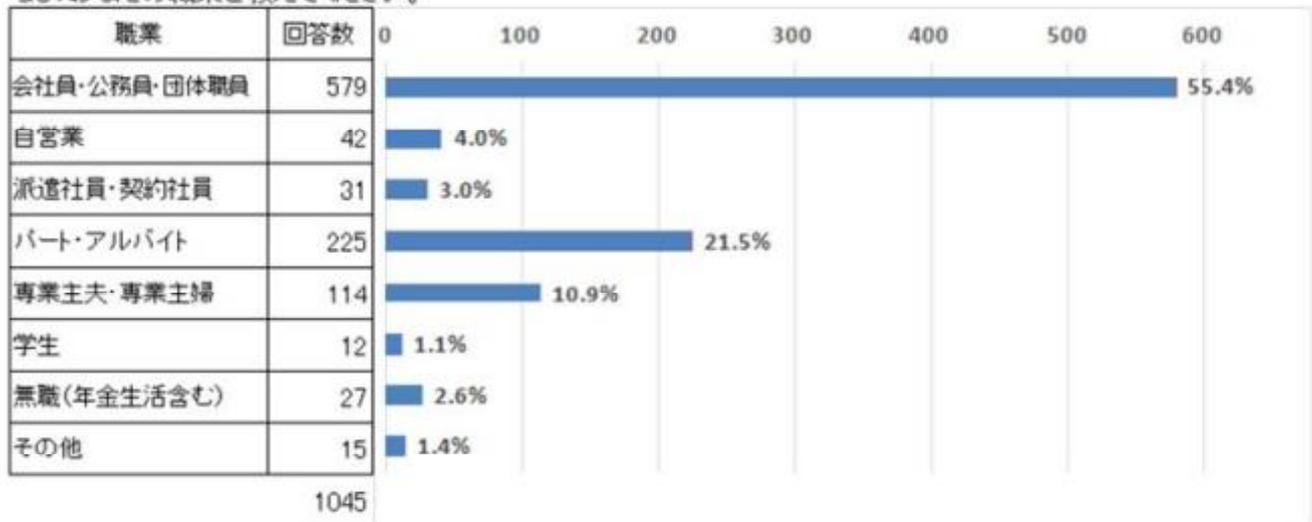
Q1:あなたの性別を教えてください。



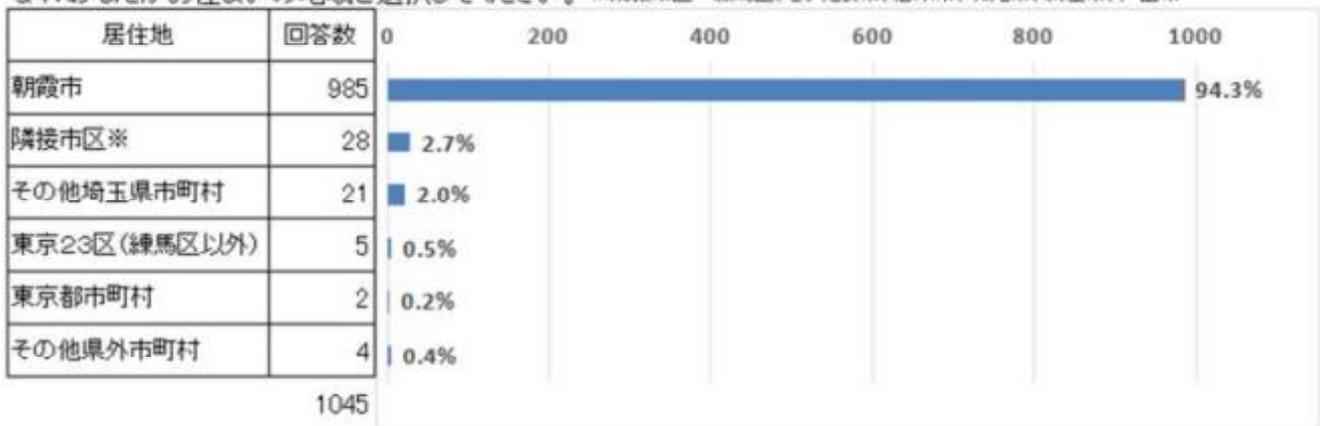
Q2:あなたの年代を教えてください。



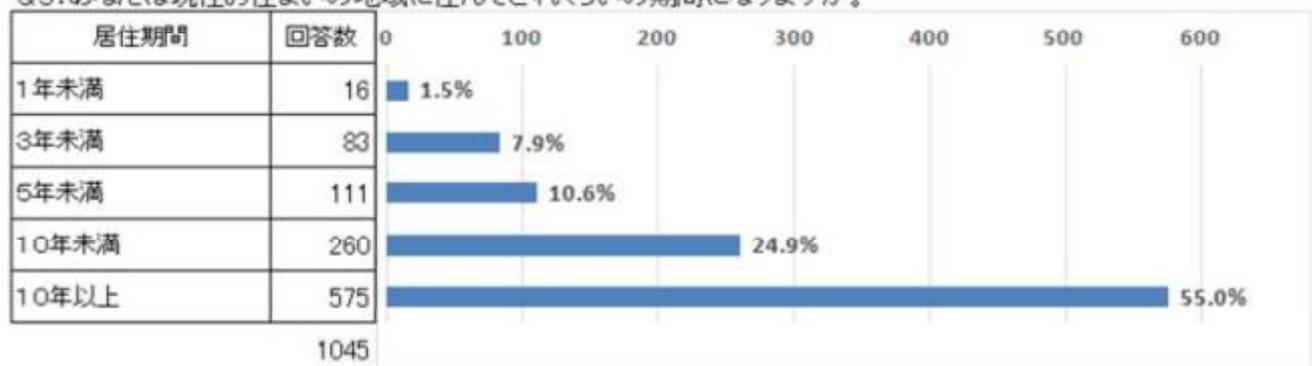
Q3:あなたの職業を教えてください。



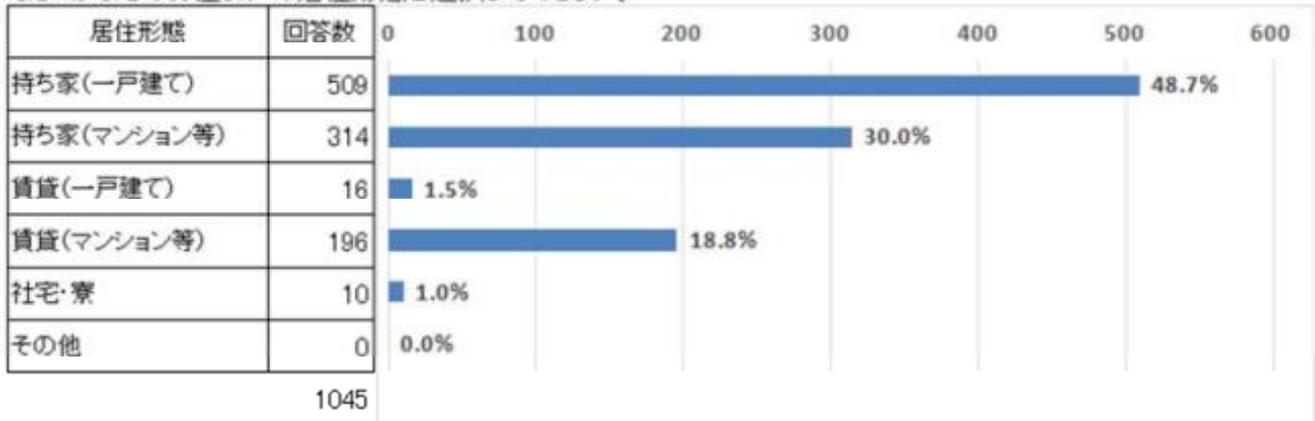
Q4:あなたが住まいの地域を選択してください。*隣接市区…練馬区、さいたま市、志木市、和光市、新座市、戸田市



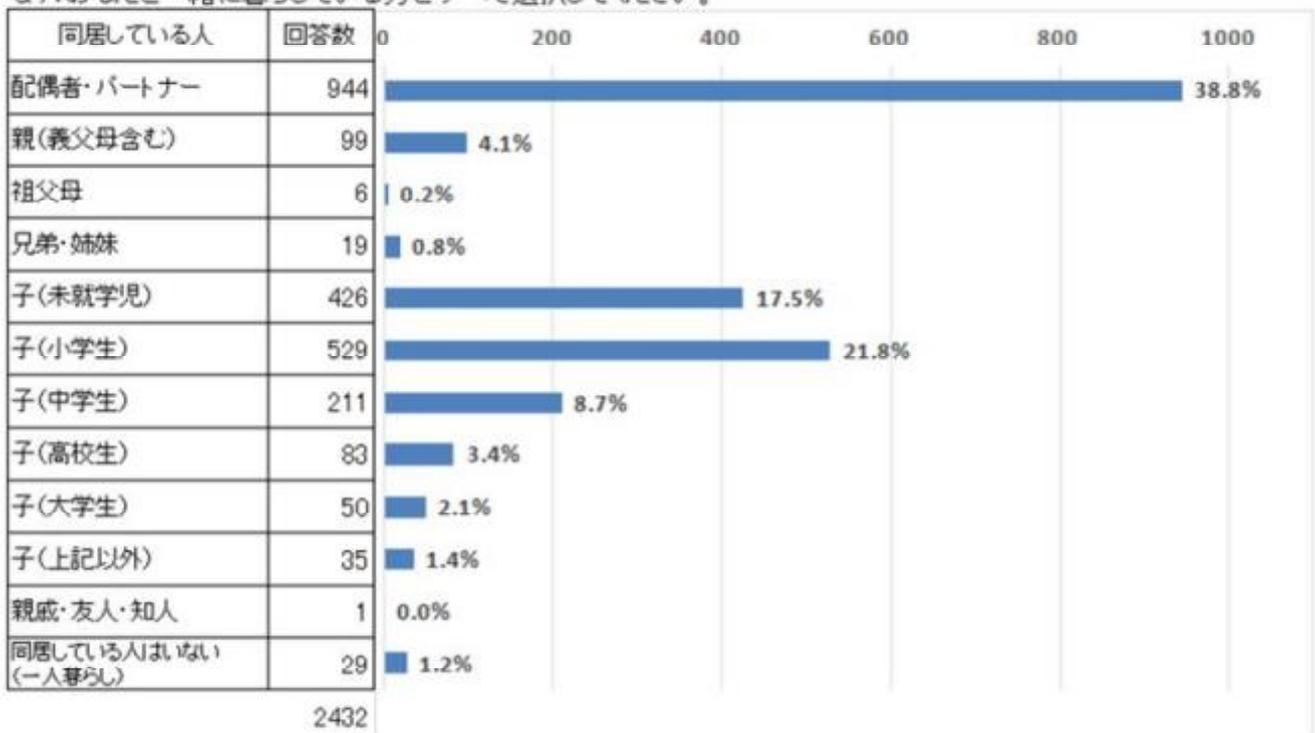
Q5:あなたは現在お住まいの地域に住んでどれくらいの期間になりますか。



Q6:あなたのお住まいの居住形態を選択してください。



Q7:あなたと一緒に暮らしている方をすべて選択してください。



2-2 調査結果概要（設問：8～28）

令和4年度に策定した「朝霞市シティ・プロモーション方針」を軸にプロモーションを推進してきた情報がどの程度市民に伝達し、浸透されているか確認するため、令和4年度に行ったアンケートと同じ設問項目で調査を実施した。

設問意図は、市の魅力が市民に伝わっているか（魅力発信力）、市民自らが市の魅力を収集し、情報発信しようとする意欲があるか（情報収集・発信意欲）、収集した情報から、自らが進んで地域イベント等への参加する意欲があるか（参加意欲）、自ら企画・運営し、朝霞の魅力を広げようとする意欲があるか（企画・行動力）についての調査を行った。

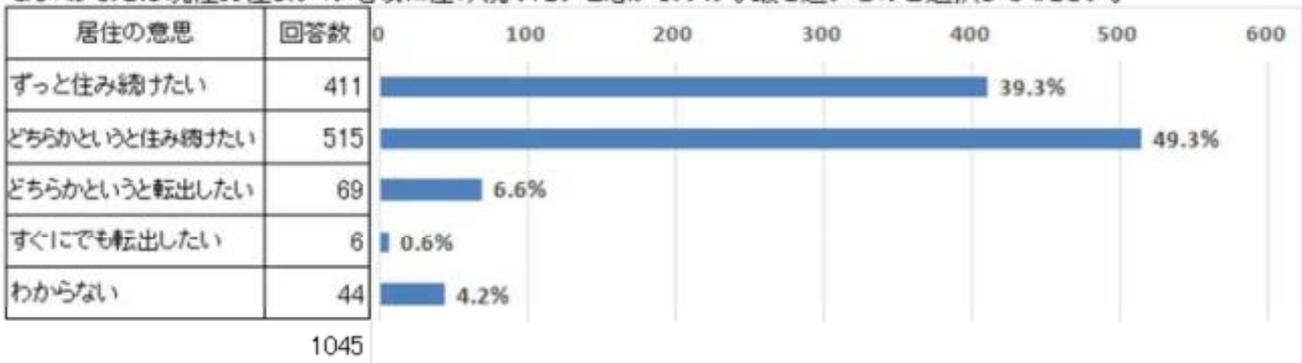
また、令和9年3月15日に市制施行60周年を迎えるにあたり、このアンケートに「60周年記念事業について、あなただったらどんな企画を考えますか」という自由記入欄の設問を取り入れました。

2-2-1 定住の意向

設問8 「住み続けたいか」の回答では、「ずっと住み続けたい」「どちらかというに住み続けたい」を合わせると88.6%となり、定住の促進という観点では、朝霞の魅力が伝わり、暮らしやすい環境下であることがわかった。

これを継続していくために、人それぞれにとっての「最高の日常」を見つけるヒントを、市民の目線で朝霞の魅力を情報発信していくことが今後も必要と考える。

Q8:あなたは現在お住まいの地域に住み続けたいと思いますか。最も近いものを選択してください。



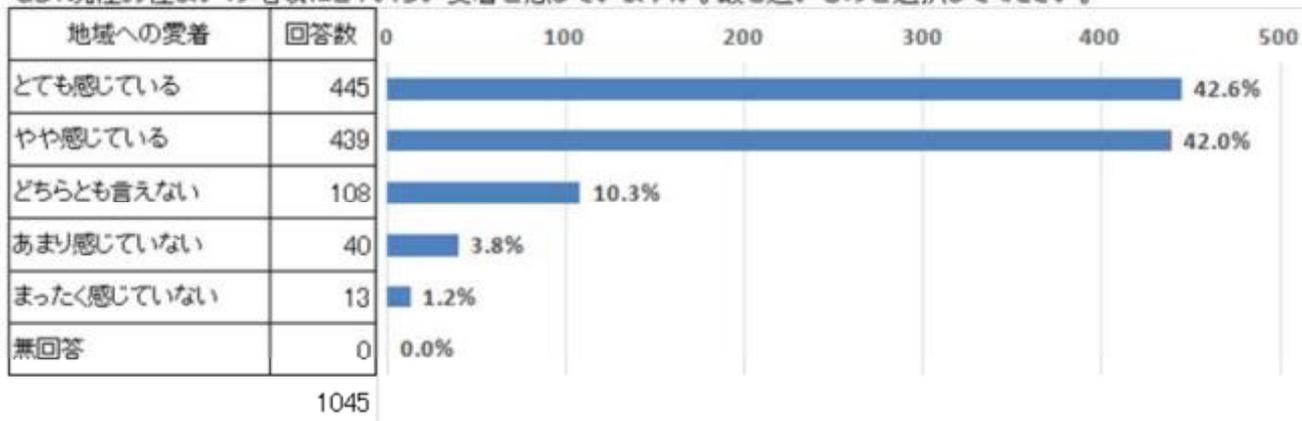
	令和4年度実施	令和7年度実施
ずっと住み続けたい	36.8%	38.3%
どちらかというに住み続けたい	49.0%	49.3%
どちらかというと転出したい	8.7%	6.6%
すぐにでも転出したい	1.1%	0.6%
わからない	4.4%	4.2%

2-2-2 地域への愛着度

(新設) 設問9 「愛着を感じているか」の回答では、「とても感じている」「やや感じている」を合わせると84.6%となり、日々の生活の中で愛着の醸成が図られ、定住の意向がうかがえる。

シティ・プロモーション方針にある定住の促進のために進めていく軸は、引き続き継続し、朝霞の日常にある魅力を発掘、深掘りしていく必要がある。

Q9:現在お住まいの地域にどれくらい愛着を感じていますか。最も近いものを選択してください。

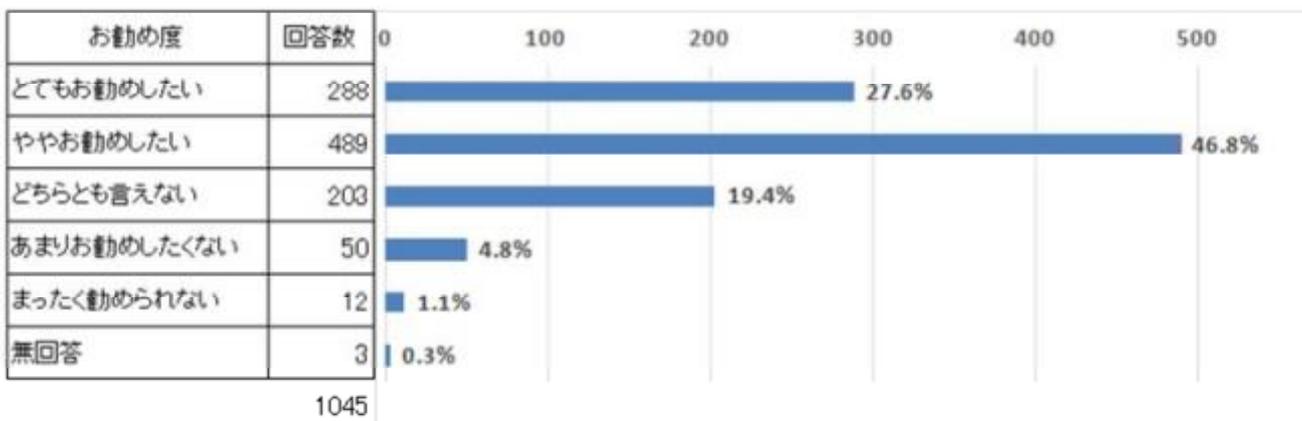


2-2-3 他者へのお勧め度

(新設) 設問10 「地域での暮らしを勧めたいか」の回答では、「とてもお勧めしたい」「ややお勧めしたい」を合わせると74.3%となり、自身の定住のみならず、他の方にもお勧めできる朝霞の魅力が市民の生活の中に備わってきていることがわかった。

シティ・プロモーションの方針として、主に市民に対して市の魅力を伝え、それが、市外の方へも繋がっていく取り組みを進めており、市民の目線での朝霞の魅力を市民の言葉で情報発信する大切なことを再認識し、市民のコミュニティをさらに構築していくことが必要である。

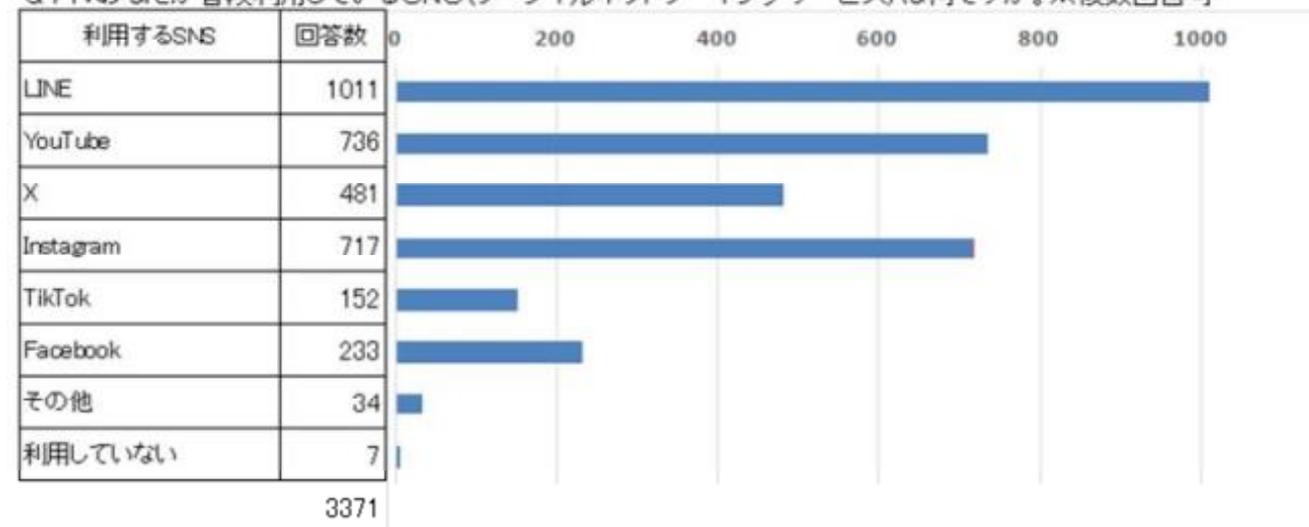
Q10:現在お住まいの地域での暮らしを、他の方にとどれくらいお勧めできますか



2-2-4 普段利用しているSNSツール

(新設) 設問11 「普段利用しているSNSは何ですか」の回答では、LINE、YouTube、インスタグラムなどといった主要なSNSを利用している割合が非常に高いことから、引き続きこういった媒体の活用及びメディア等への活用を創意工夫しながら情報発信していくことが求められている。

Q11:あなたが普段利用しているSNS(ソーシャルネットワーキングサービス)は何ですか。※複数回答可

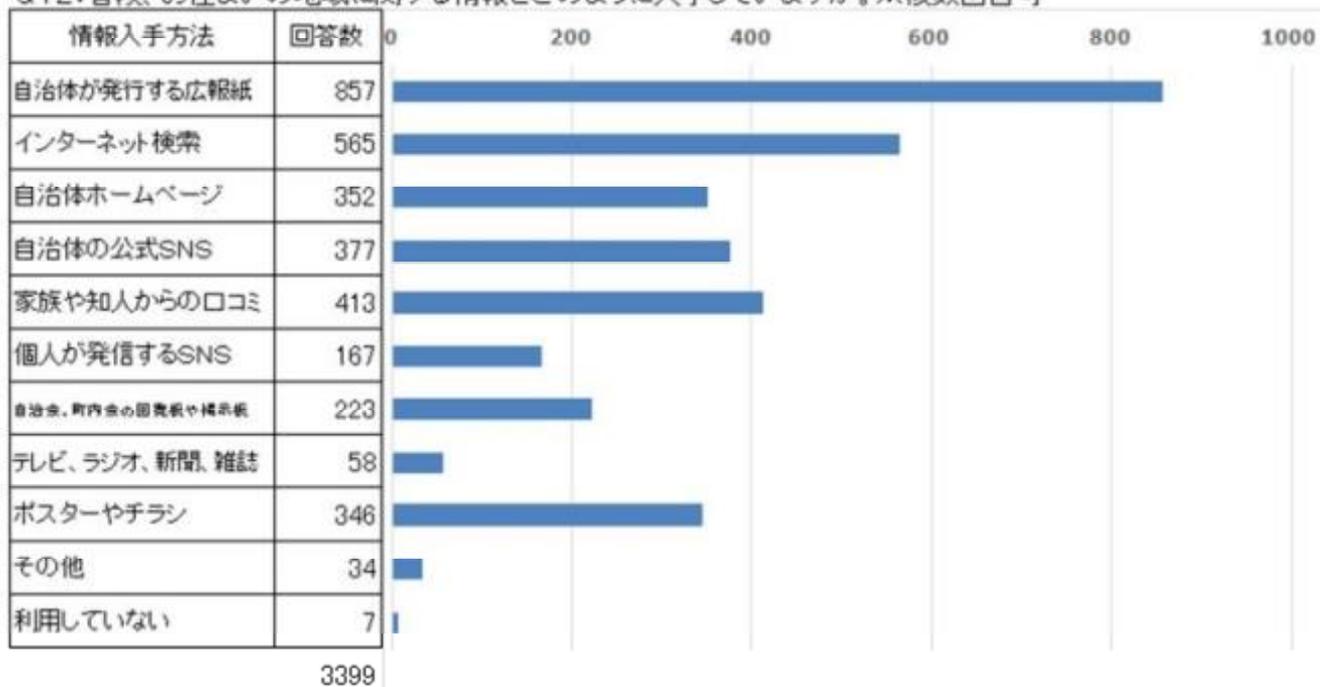


2-2-5 地域情報の入手方法

設問12 「情報をどのように入手しているか」の回答では、自治体が発行する広報紙が群を抜いて多く、次いでインターネット検索、口コミ、施設や掲示板に掲示されるポスターやチラシとなっている。

この結果から、今後も広報紙はもちろんのこと、複数の方法により、誰も取り残されないように情報が届くよう効果的かつ工夫した情報の発信が求められている。

Q12:普段、お住まいの地域に関する情報をどのように入手していますか。※複数回答可

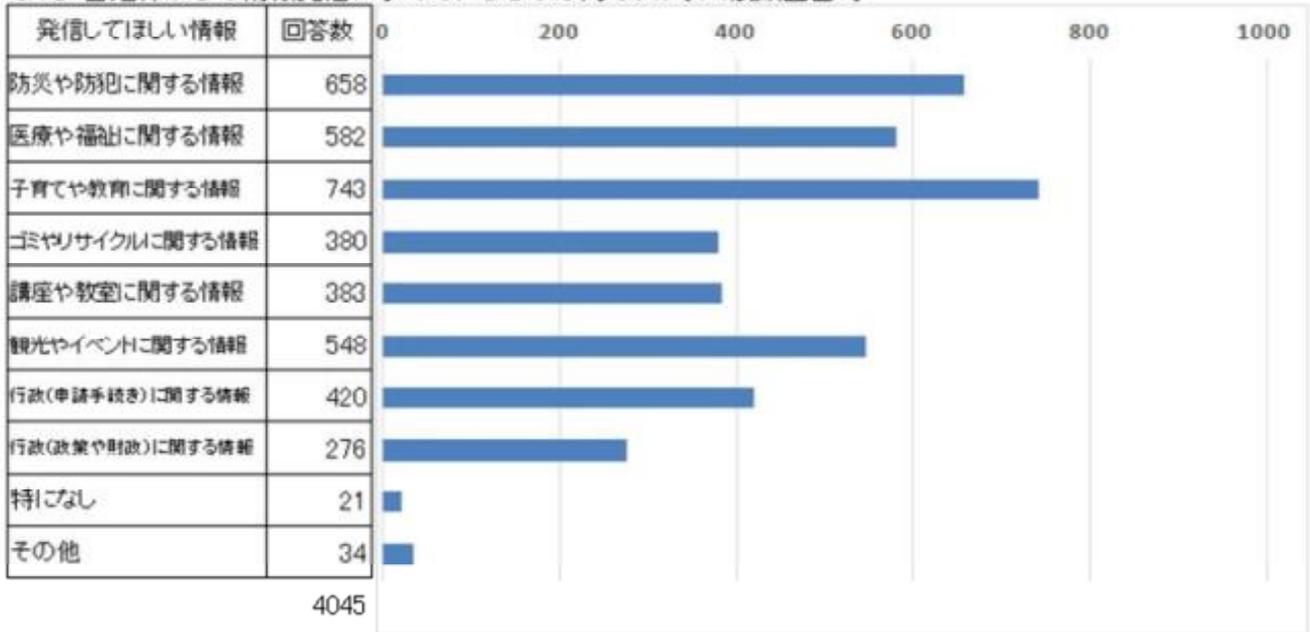


2-2-6 自治体からの情報発信に求めているもの

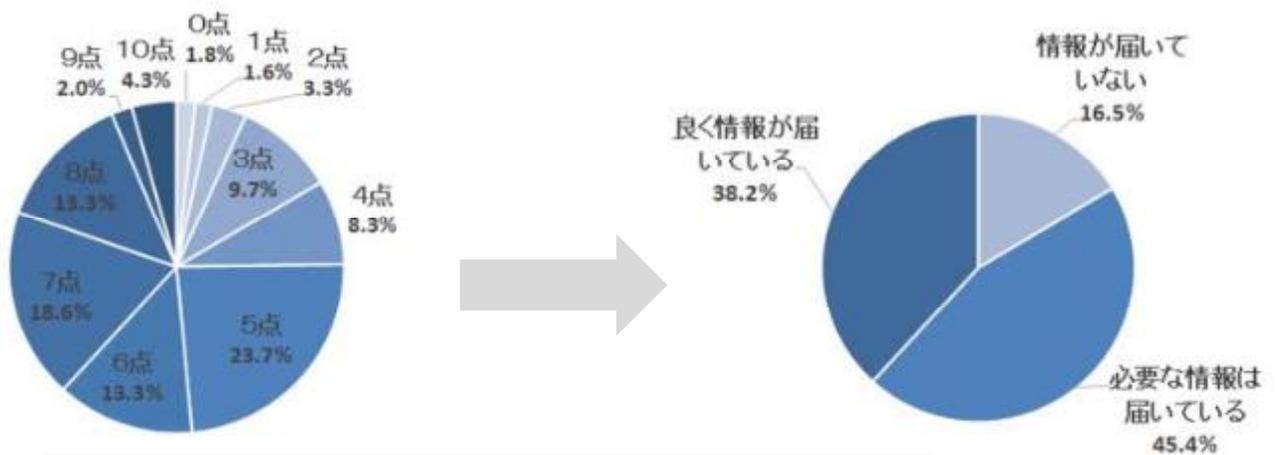
設問13 「自治体からの情報発信に求めているものは」の回答では、子育てや教育に関する情報、防災や防犯に関する情報、医療や福祉に関する情報を市民が求めていることがわかる。本市は、比較的若い市であることからこのような結果が出ているものと考えられる。

令和4年に実施したアンケートでは、防災や防犯に関する情報が一番多くあった。

Q13:自治体からの情報発信に求めているものは何ですか。※複数回答可



設問14 「自治体からの情報がどの程度届いているか」の回答では、令和4年に実施したアンケートと比較すると「良く情報が届いている層（7～10）、必要な情報は届いている（4～6）、全く届いていない（0～3）の割合は、ほぼ同程度であった。



	令和4年度実施	令和7年度実施
良く情報が届いている	38.0%	38.2%
必要な情報は届いている	47.1%	45.4%
全く届いていない	14.9%	16.5%

2-2-8 自治体からの情報をより入手しやすくなる方法

設問15 「情報をより入手しやすくなる方法」の回答では、令和4年に実施したアンケートと同様に、SNSでの情報発信強化を求める回答が多く、その中でも、利用者の多いLINEでの情報発信の強化が一番望まれている。次いで、X・Facebook等SNSであった。また、各施設や掲示板でのポスター・チラシによる情報の入手先として、望まれている。

引き続き、情報が届く手段を創意工夫しプロモーションを実施していく。

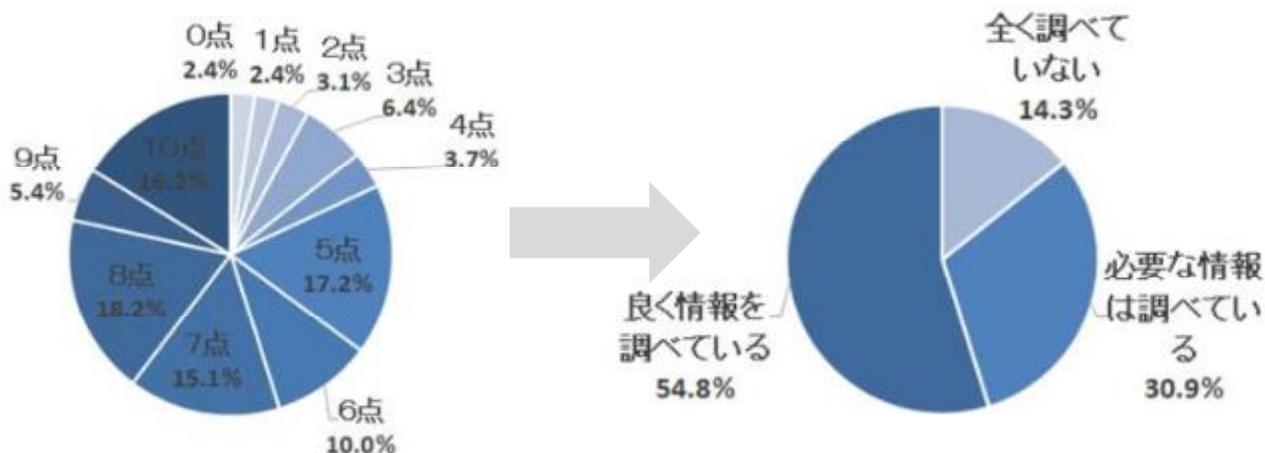
Q15:Q13で選択した内容を、あなたがより入手しやすくなるものは何ですか。※複数回答可



2-2-9 地域情報の収集意欲

設問16 「普段の生活の中で地域情報を自ら調べたことはあるか」の回答では、令和4年に実施したアンケートと比較すると、「良く情報を調べている(7~10)、必要な情報は調べている(4~6)、全く調べていない(0~3)の割合は、ほぼ同程度であった。

市民それぞれの置かれている生活環境によって、必要な情報を自ら調べることができる環境下にある方が多いと考える。そのため、情報発信者は、求められている情報が見やすく、端的で、分かりやすい情報発信に留意する必要がある。

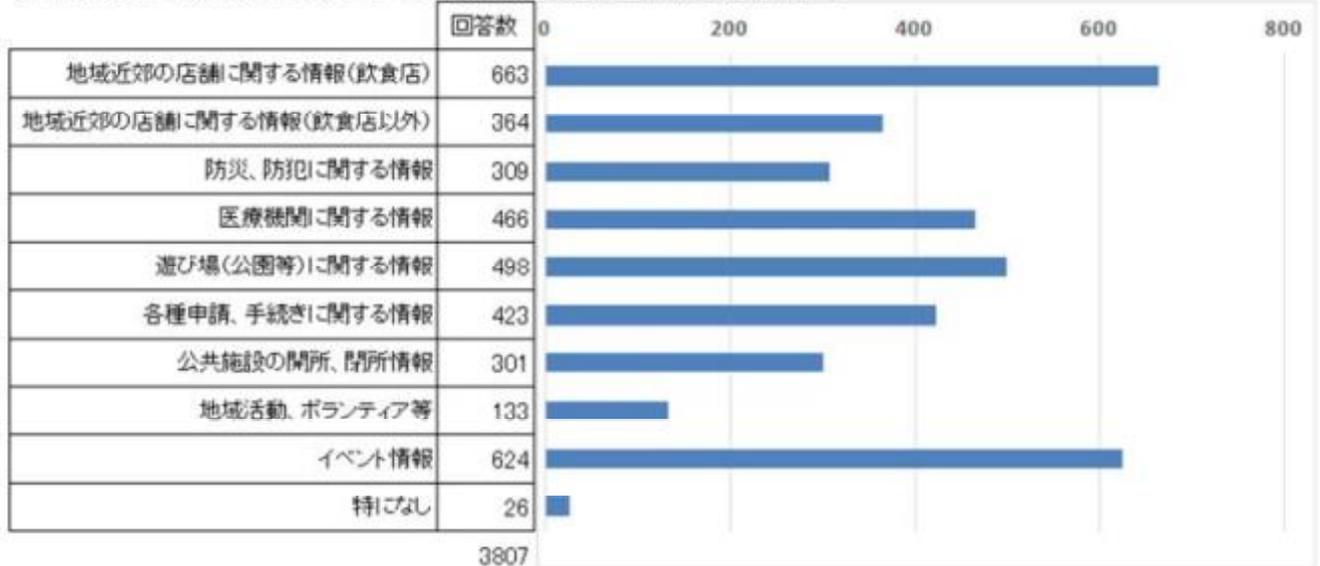


	令和4年度実施	令和7年度実施
良く調べている	56.7%	54.8%
必要な情報は調べている	30.6%	30.9%
全く調べていない	12.8%	14.3%

2-2-10 積極的に入手している地域の情報

設問17 「積極的に入手している情報は何か」の回答では、令和4年に実施したアンケートと比較すると、地域近郊の店舗に関する情報（飲食店）に次いで、イベント情報となっており、上位はほぼ同じ結果となっている。

Q17:あなたが、積極的に入手している地域の情報は何か。※複数回答可



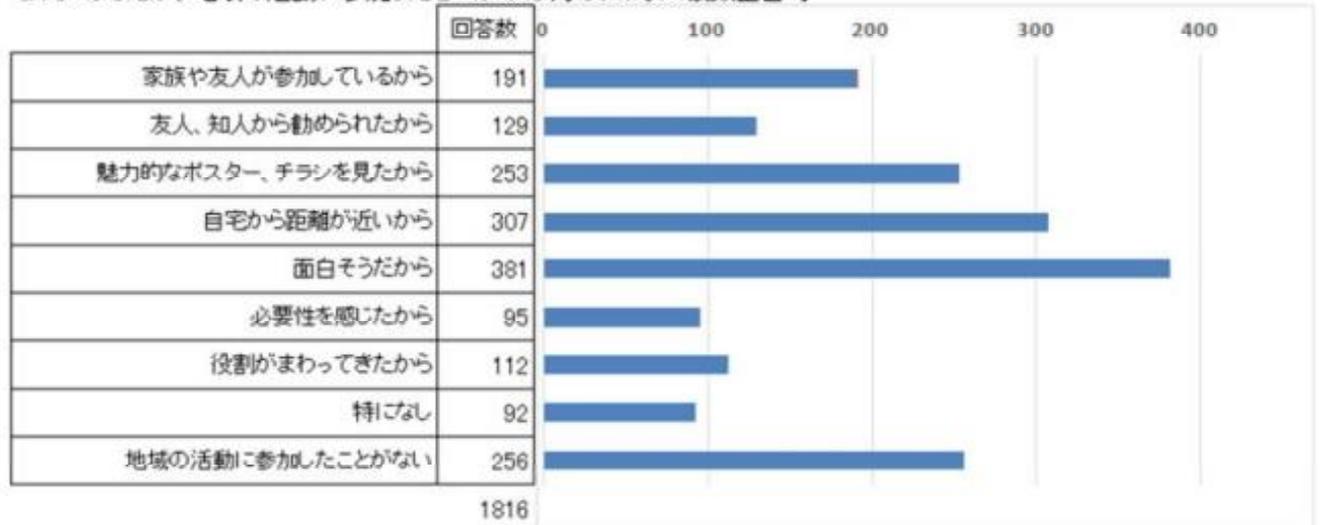
2-2-11 地域活動に参加したきっかけ

設問18 「地域の活動に参加した結果」の回答では、令和4年に実施したアンケート調査と比較すると、「面白そうだから」に次いで「自宅から距離が近いから」「魅力的なポスター・チラシを見たから」が上位で同じ結果であった。

変化した点では「地域の活動に参加したことがない」の割合が、令和4年の21.7%から14.1%になり約7ポイント下がり、何かしら地域の活動に参加した方が増えていることがわかった。

結果から見えるものは、近隣で面白そうな活動は、適切なタイミングで情報発信することで、参加する人が増えていくことが想定される。

Q18:あなたが、地域の活動に参加したきっかけは何ですか。※複数回答可

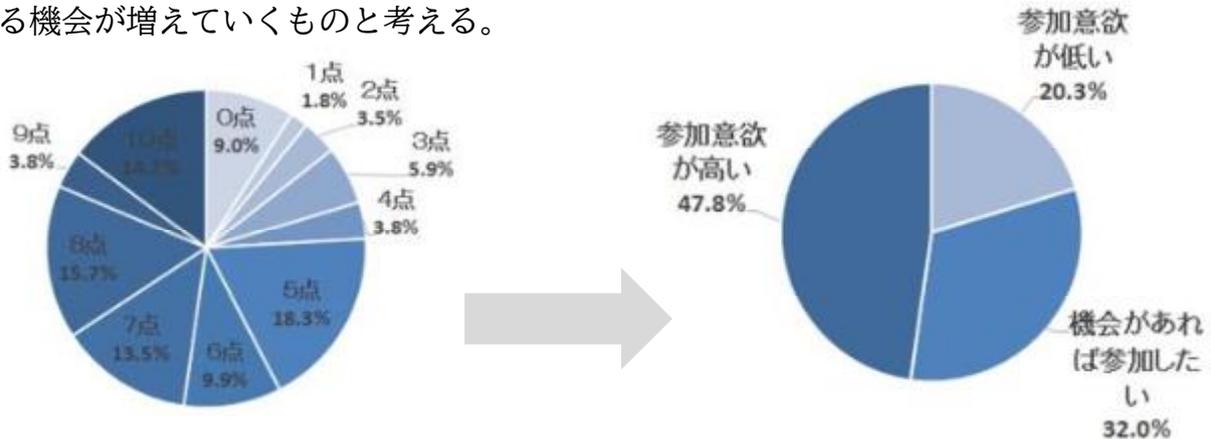


2-2-12 事前に適切な情報を入手した場合の地域活動への参加意欲

設問19 「地域の活動や催しを事前に知ることができたら、参加する機会が増えるか」の回答では、令和4年に実施したアンケート調査と比較すると、

「参加意欲が高い層（7～10）、機会があれば参加したい層（4～6）、参加意欲が低い層（0～3）の割合は、ほぼ同程度であった。

参加意欲が高い層と機会があれば参加したい層を合わせると80%（令和7年調査）いることから、事前に情報を適切なタイミングで情報発信することで、市民が地域の活動への参加する機会が増えていくものとする。



	令和4年度実施	令和7年度実施
参加意欲が高い層	43.5%	47.8%
機会があれば参加したい層	31.3%	32.0%
参加意欲が低い層	25.3%	20.3%

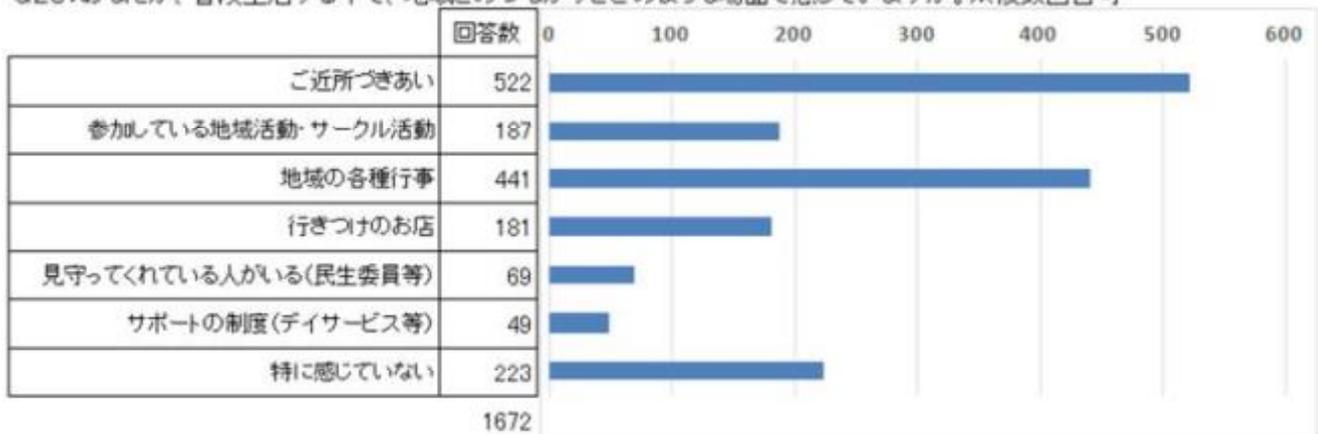
2-2-13 日常生活における地域とのつながり

設問20 「普段の生活の中で、地域とのつながりをどのような場面で感じますか」の回答では、令和4年に実施したアンケート調査と比較すると、ご近所づきあい、地域の各種行事、行きつけのお店、参加している地域活動・サークル活動が上位を占めており、同じような結果であった。

地域の各種活動は、令和4年に実施した21%から5ポイント伸び26%となった。

また、特に感じていないを回答された方は、3ポイント減り地域とのつながりを意識するような方が増えている傾向であった。

Q20:あなたが、普段生活する中で、地域とのつながりをどのような場面で感じていますか。※複数回答可

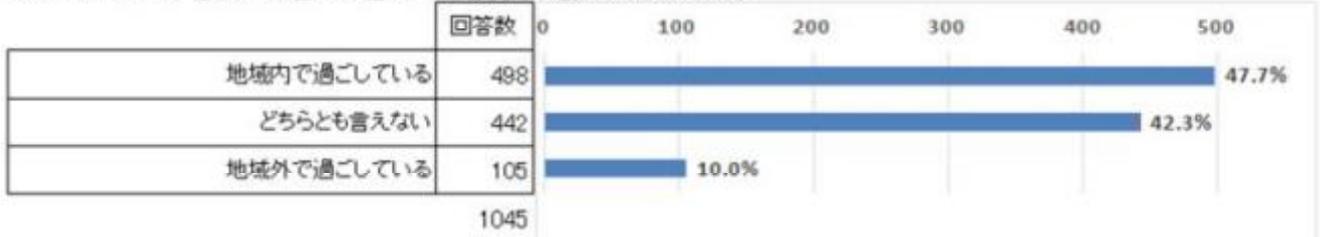


2-2-14 休日の地域内での過ごし方

設問21 「休日をお住まいの地域内で過ごしているか」の回答では、令和4年に実施したアンケート調査と同様に、約半数の方が休日を地域内で過ごしている状況であった。また、どちらとも言えないと回答した方も42.3%おり、居住地域内外をバランス良く過ごしている状況であった。

休日の過ごし方も人それぞれですが、市民で作る各種イベントが成長している事実もあるため、引き続き朝霞の魅力や朝霞での過ごし方を情報発信していくことが必要と考える。

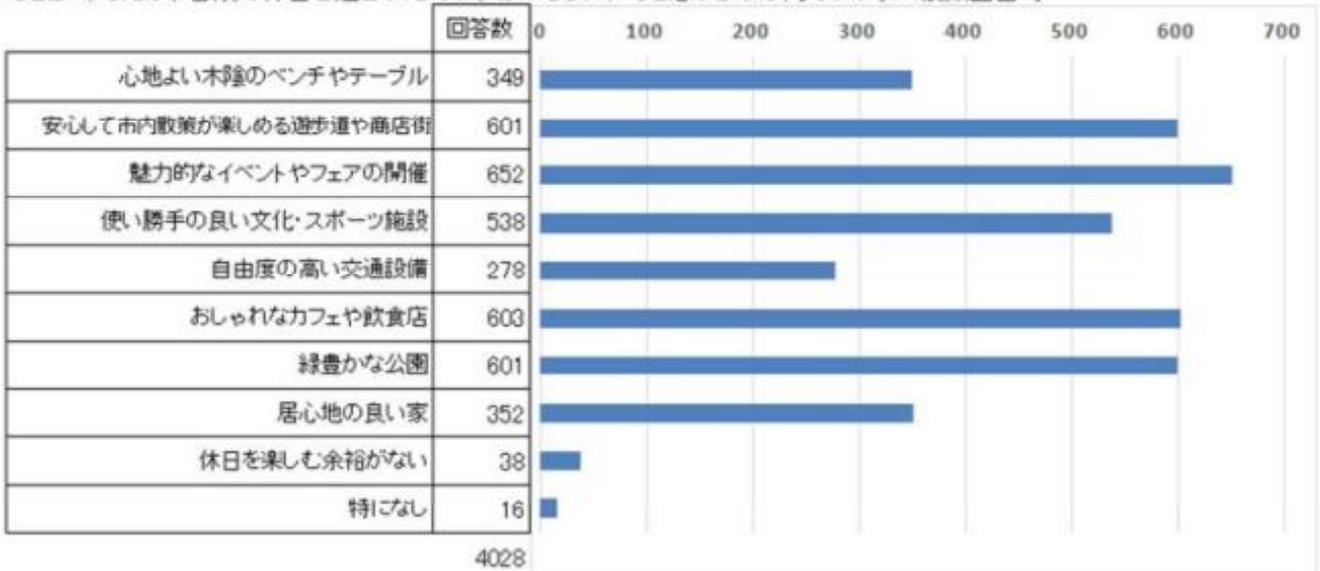
Q21:あなたは、普段の休日をお住まいの地域内で過ごしていますか。



2-2-15 休日の理想の過ごし方

設問22 「休日を過ごすために、あったらいいなと思うものは」の回答では、令和4年に実施したアンケート調査と同様に、安心して市内散策が楽しめる遊歩道や商店街、魅力的なイベントやフェアの開催、使い勝手の良い文化・スポーツ施設、おしゃれなカフェや飲食店、緑豊かな公園を選択しており、今回の調査も同じ傾向であった。

Q22:あなたが、普段の休日を過ごすために、あったらいいなと思うものは何ですか。※複数回答可

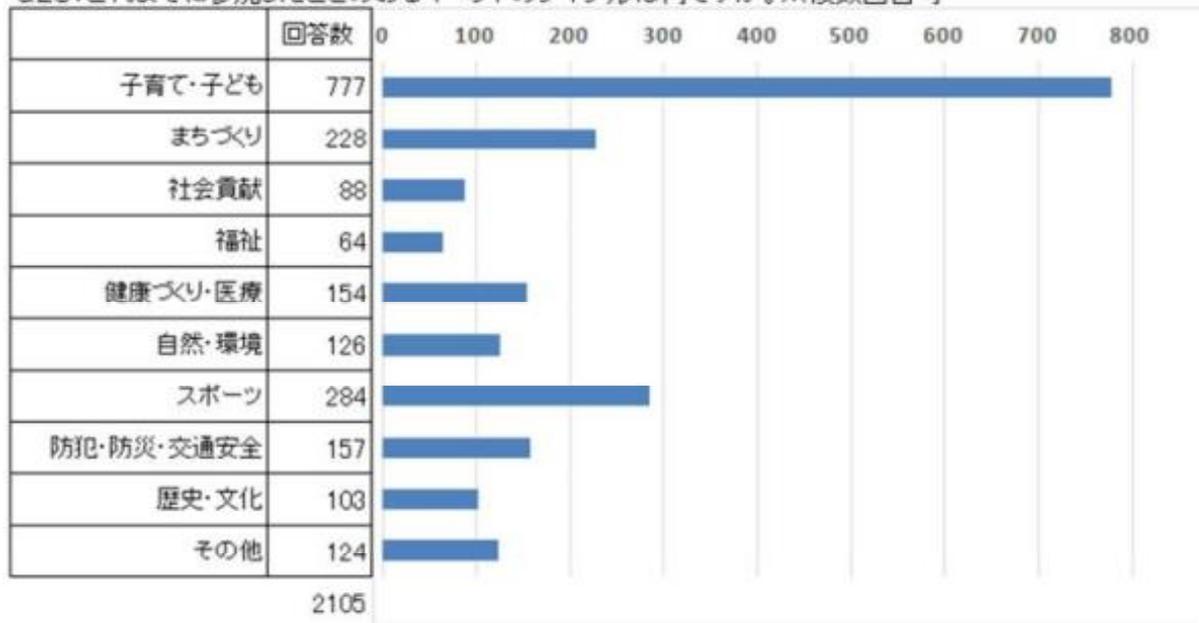


2-2-16 参加したことのあるイベントのジャンル

(新設) 設問23 「参加したことのあるイベントのジャンルは」の回答では、子育て・子どもに関するイベントへの参加が非常に高い傾向である。次いで、スポーツ、まちづくりに関心を持たれている様子がうかがえる。

人口減少の中、若い朝霞市においても、子育て・子どもに関するイベントを充実していくことが、選ばれていくまちとして大切な視点である。

Q23:これまでに参加したことのあるイベントのジャンルは何ですか。※複数回答可

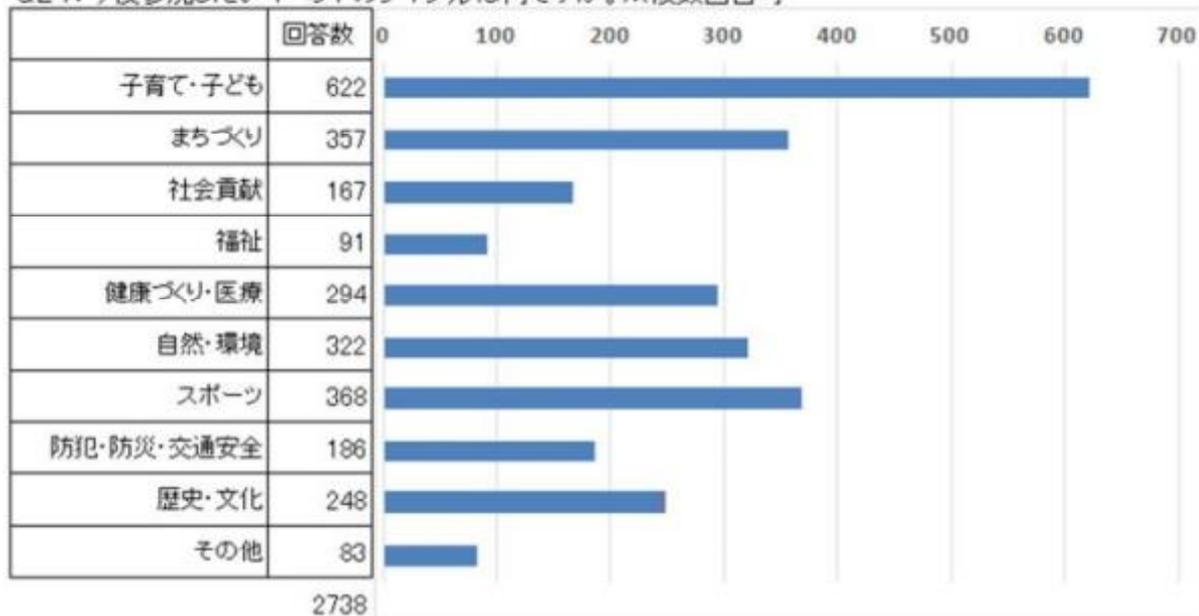


2-2-17 今後参加したいイベントのジャンル

(新設) 設問24 「今後参加したいイベントのジャンルは」の回答では、子育て・子ども、スポーツ、まちづくりと前問23と同じで、健康づくり・医療、自然・環境、歴史・文化について関心を持たれている様子がうかがえる。

この結果から、今後、市の施策に反映するための目安として考えていくことが必要である。

Q24:今後参加したいイベントのジャンルは何ですか。※複数回答可



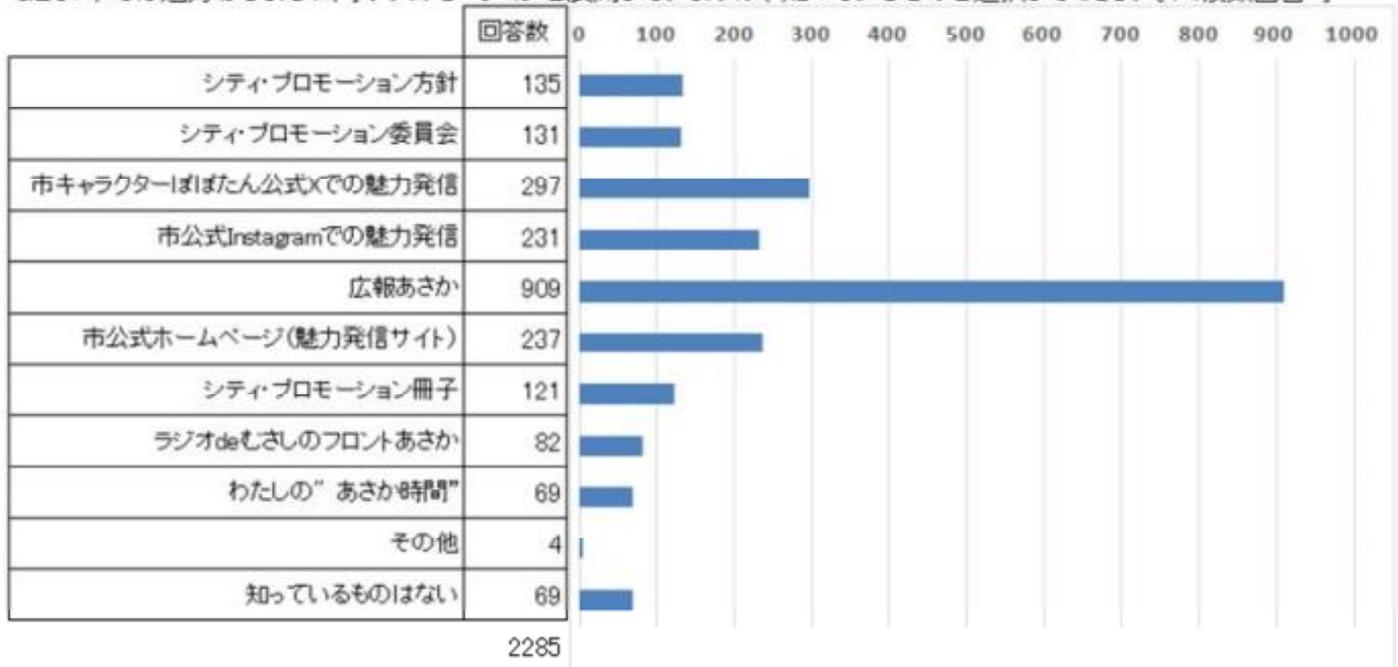
2-2-18 市のプロモーション展開として知っているもの

(新設) 設問25 「市では、魅力あるまちに向けプロモーションを展開していますが、知っているものは」の回答では、広報あさか、市キャラクターぼぼたん公式Xでの魅力発信、市公式ホームページ(魅力発信サイト)、市公式Instagramでの魅力発信が知られており、その中でも広報あさかは、全戸配布ということもあり群を抜いて知られている。

その他、朝霞市シティ・プロモーションに関する情報冊子の認知は低く、市民に行き届いていない状況である。

また、知っているものはないと回答した方が3%いること貴重な結果として認識し、誰もが何か1つでも知ってもらえるよう工夫しプロモーションを進めていく必要がある。

Q25:市では魅力あるまちに向けプロモーションを展開していますが、知っているものを選択してください。※複数回答可

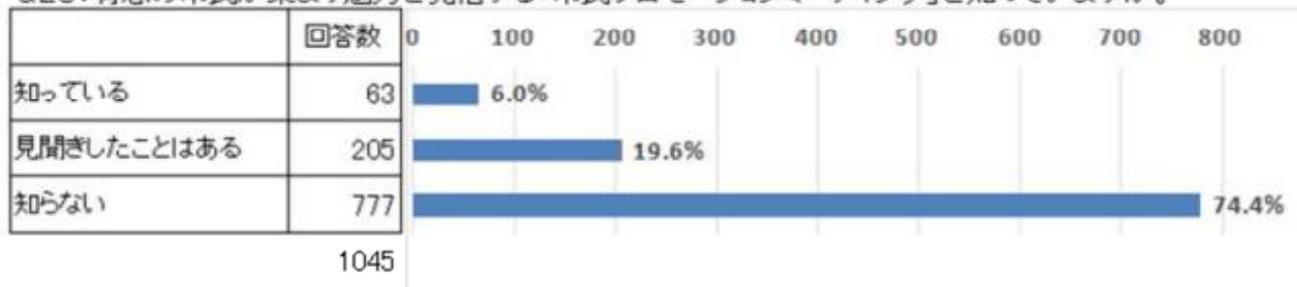


(新設) 設問26 「有志の市民が集まり魅力を発信する市民プロモーションミーティングを知っているか」の回答では、有効回答数1,045人中、63人(6%)の方が、知っている。見聞きしたことがあると回答された方は、205人(19.6%)である。この2つを合わせると268人(25.6%)の方が少しは知っているものと捉えられる。

その半面、777人(74.4%)の方が知らないと回答されています。

こういった状況から、ミーティングメンバーのさらなる横の繋がりや効果的な朝霞の魅力情報を工夫しながら発信していくことで、朝霞の魅力を多くの方が知り、見て、考え、行動してくれるような仕組みを考える必要がある。

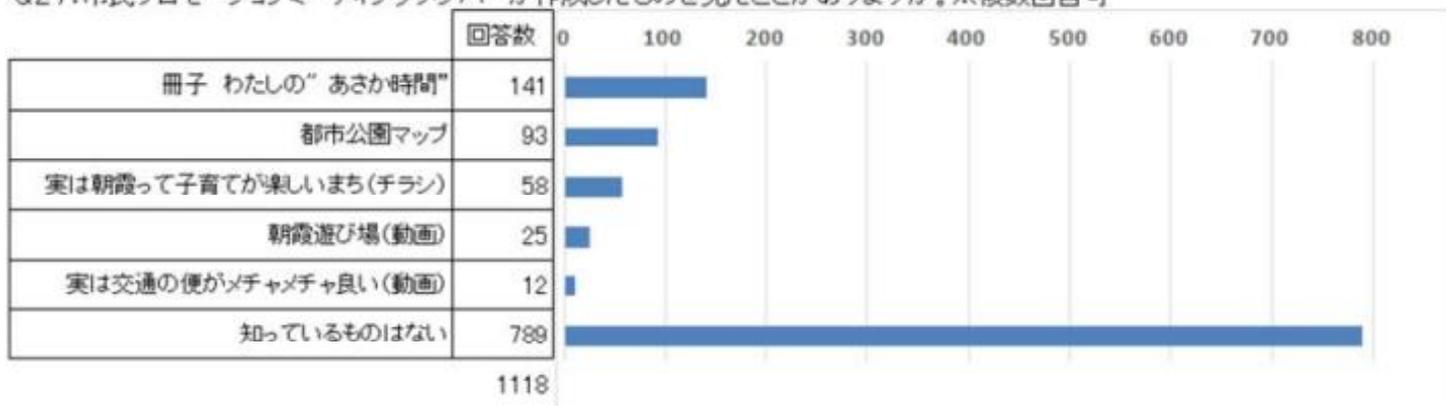
Q26:有志の市民が集まり魅力を発信する「市民プロモーションミーティング」を知っていますか。



設問27 「市民プロモーションミーティングメンバーが作成した成果物を見たことがあるか」の回答では、成果物として代表的な「冊子わたしの“あさか時間”」が、全体の12.6%と一番知られています。

知っているものはないと回答された方が、70.5%となっており、今後、シティ・プロモーションを進めていく方向性で、情報発信の工夫、周知する方法など丁寧に考えていく必要がある。

Q27:市民プロモーションミーティングメンバーが作成したのを見たことがありますか。※複数回答可



2-2-19 市制施行60周年記念事業の企画（自由記入）

（新設）設問28 「市制施行60周年に関するさまざまな企画を考えていますが、あなただったら、どのような企画をしますか」の回答は、自由記入のため、主なものを以下のとおり抜粋した。

- ・若い世代が朝霞に来たいと思えるようなイベント
- ・仮装イベント
- ・住民への還元や参加したらメリットがあるもの
- ・60年で変化したところ、変わらないところの比較展示
- ・市内事業所のものづくり風景（60社）
- ・子どもたちの未来宣言「60年後の朝霞など」
- ・60年前から現在までの子どもの写真の展示
- ・自衛隊の働く車の展
- ・みどりの植樹
- ・昔の朝霞を追体験できる企画
- ・わくわく号乗り放題企画
- ・黒目川活用したイベント
- ・今も残るお店や建物などのマップ作成
- ・タイムカプセル企画（10年後に開封）
- ・朝霞にゆかりのある著名人のトークセッション
- ・ギネスに挑戦
- ・プロジェクトマッピングの実施
- ・東洋大学とのコラボ
- ・航空写真
- ・60種のスタンプラリー

市民とともに朝霞市60周年を盛り上げる取り組みが多く寄せられた。

Ⅲ 重点分析 地域とのつながりに基づくクロス分析

3-1 重点分析の概要

■クロス分析（クロス集計）とは

アンケートで得られた複数の設問や属性を掛け合わせて分析することで、単純集計では見えない傾向や相関を明らかにできる手法であり、調査結果を多角的に把握しやすく、視覚的に理解しやすいという特長がある。

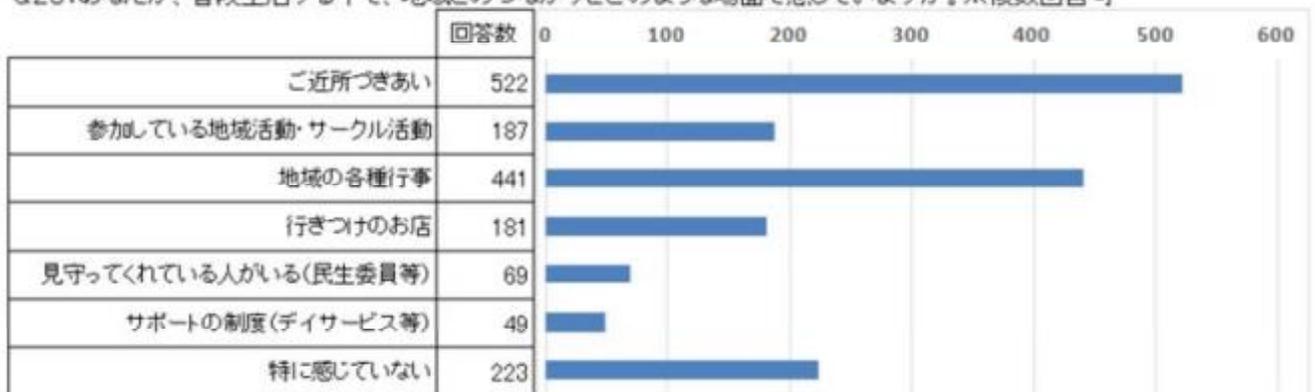
■重点分析の手法

設問20「地域とのつながりの有無」を軸として、情報・魅力発信力、情報収集意欲、参加意欲にどのような影響が生じているか分析する。

設問20 あなたが、普段生活する中で、地域とのつながりをどのような場面で感じていますか。（複数回答可）

	R 7年度	(参考) R 4年度
ご近所づきあい	50.0%	48.8%
地域の各種行事	42.2%	34.5%
特に感じていない	21.3%	26.5%
行きつけのお店	17.3%	20.5%
参加している地域活動・サークル活動	17.9%	17.2%
見守ってくれている人がいる	6.6%	6.5%
サポートの制度	4.7%	5.6%

Q20:あなたが、普段生活する中で、地域とのつながりをどのような場面で感じていますか。※複数回答可



回答者数 1,045 人



つながり有無	回答者数	%	(参考) R4年度
あり	833	79.7%	74.6%
なし	212	20.3%	25.4%

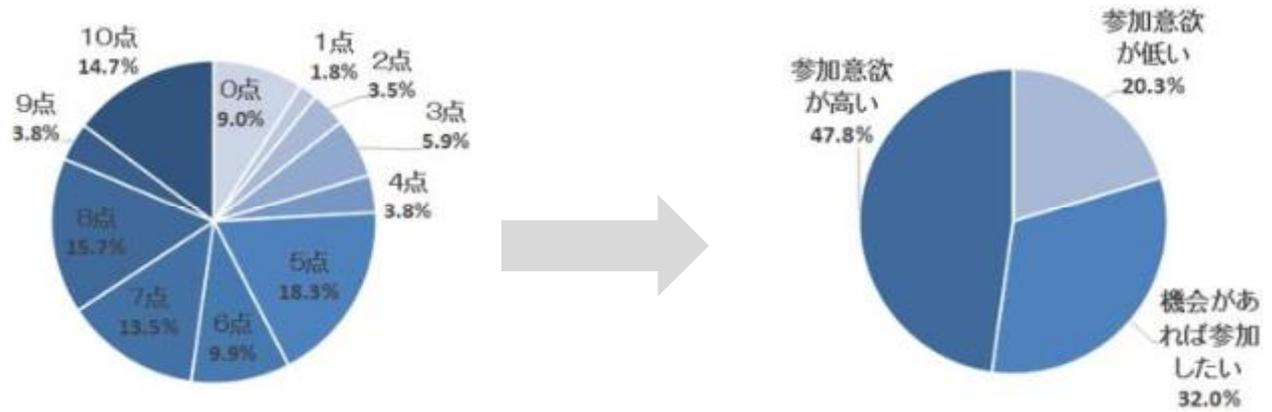
※「特に感じていない」と回答した人のうち、その他の項目にも回答している人は「あり」に換算

✓地域とのつながりを感じている人は全体の79%である。

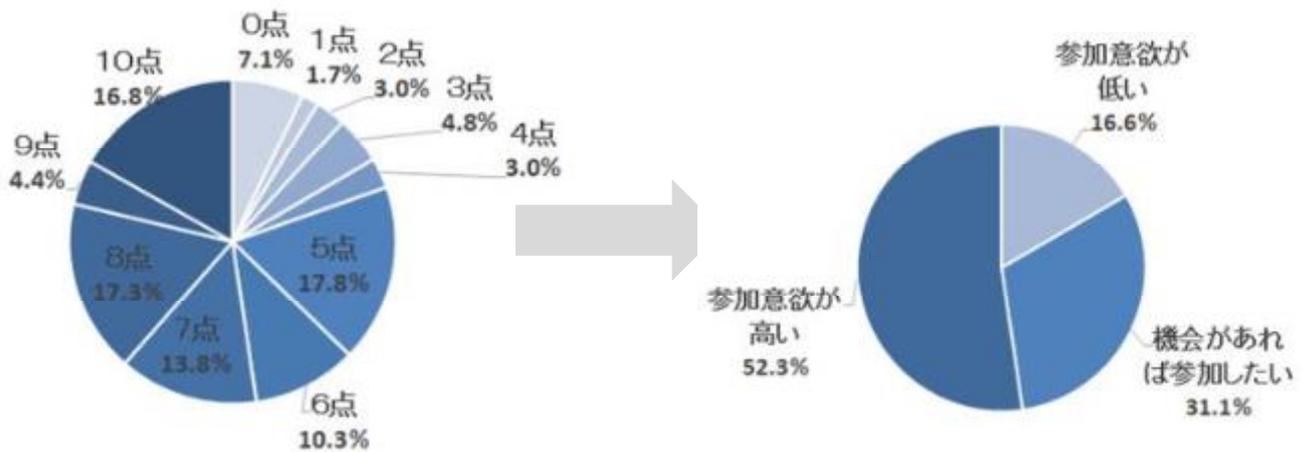
3-2 地域活動や催しへの参加意欲（11段階評価・傾向分析）

■ 「つながりの有無」と「参加意欲」に関する分析

設問19 事前情報があったときの地域行事への参加意欲 11段階評価 回答者数1,045人



地域とのつながり あり (833人)



地域とのつながり なし (212人)



✓地域とのつながりがあると回答した人は、地域活動や催しへの参加意欲が高く、つながりの有無で地域活動への参加意欲に大きな差が出る結果となった。これは令和4年度と同様の傾向である。

✓地域とのつながりがないと回答した人のうち、参加意欲の低い層は令和4年度と比較すると10ポイント近く減少、高い層が約3ポイント増、機会があれば参加したい層が7ポイント増となり、参加に前向きな傾向となった。今後その機会を生み出すべく、情報発信に注力

する必要がある。

3-3 地域活動への参加実績

■ 「つながりの有無」と「参加のきっかけ」に関する分析

設問18 地域活動への参加のきっかけ（複数回答可）回答者数 1,045 人



※参加のきっかけに関する設問のため、「参加したことがない」のみを選択した人以外は、全て「参加したことがある」と位置づけて分析した。

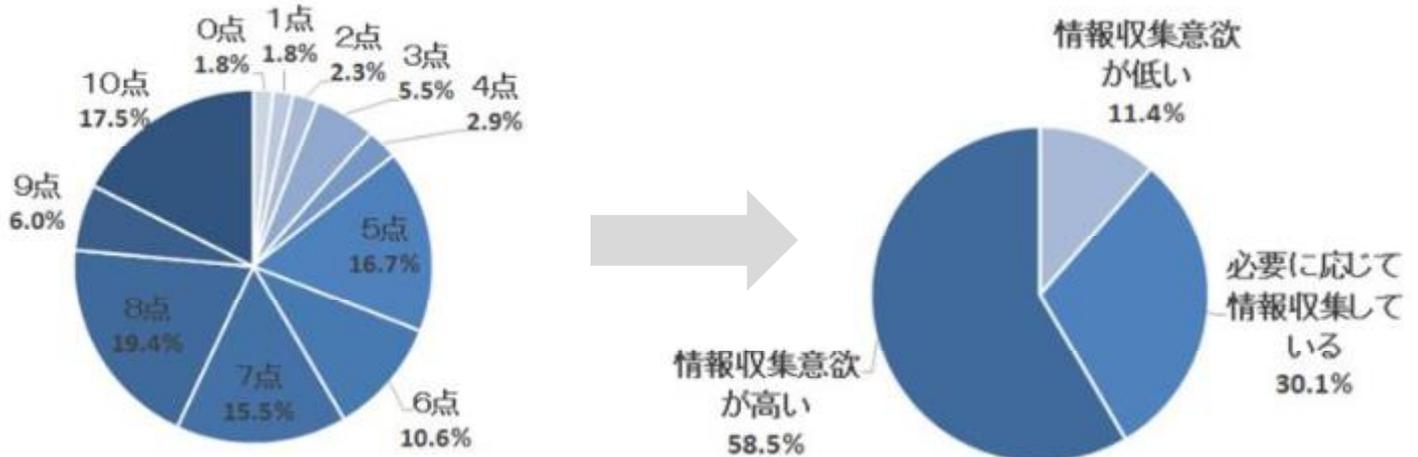
- ✓ 地域とのつながりがあると回答した人のうち81.6%が、地域の活動へ参加したことがある。また、地域とのつながりがないと回答した人のうち55.2%が地域活動へ参加したことがあるという結果になった。地域とのつながりの有無によって地域活動への参加に大きく影響を受けている。
- ✓ 地域とのつながりがないと回答した人で、参加したことがあると回答した人は、令和4年度の結果と比較すると、約12ポイント増となり、地域とのつながりを感じていない人でも参加する傾向となっている。

3-4 情報収集意欲（11段階評価・傾向分析）

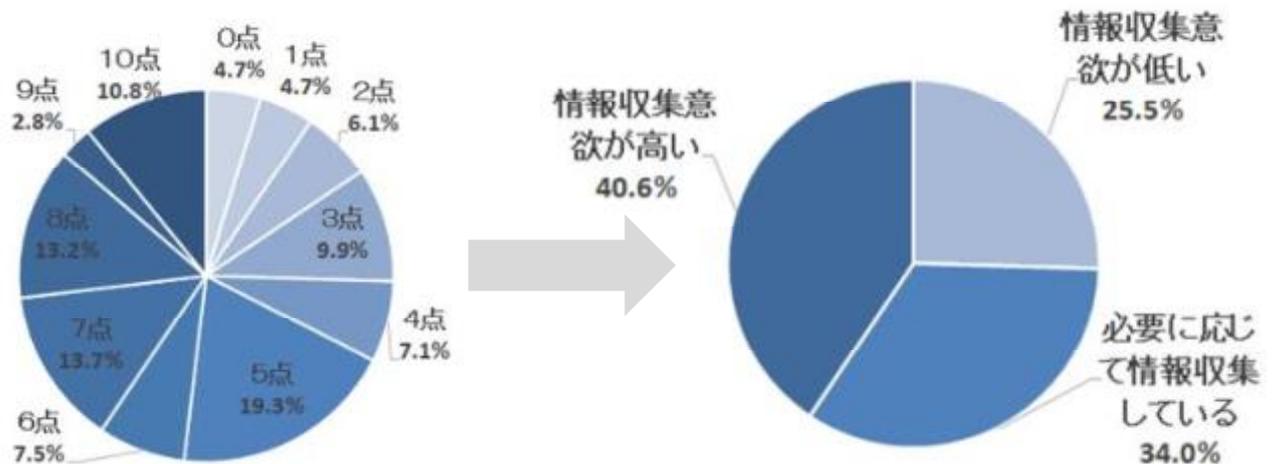
■「つながりの有無」と「情報収集意欲」に関する分析

設問16 地域情報の収集意欲 11段階評価 回答者数 1,045人

地域とのつながり あり（833人）



地域とのつながり なし（212人）



- ✓つながりの有無で、情報収集意欲に大きな差が出ている。
- ✓地域とのつながりがあると回答した人は、情報収集意欲が高く、その割合も令和4年度と同様の結果となった。
- ✓地域とのつながりがないと回答した人のうち、情報収集意欲の低い層は令和4年度の結果と比較すると、約6ポイント増となっており、情報意欲がやや低下している結果となった。

3-5 積極的に入手している地域の情報

■「つながりの有無」と「積極的に入手している地域の情報」に関する分析

設問17 積極的に入手している地域の情報（複数回答可） 回答者数 1,045 人

地域とのつながりがあり(上位5)

地域近郊の店舗に関する情報(飲食店)	16.8%
イベント情報	16.6%
遊び場(公園等)に関する情報	13.2%
医療機関に関する情報	11.5%
各種申請・手続きに関する情報	10.6%

地域とのつながりなし(上位5)

地域近郊の店舗に関する情報(飲食店)	18.3%
イベント情報	14.4%
医療機関に関する情報	13.4%
各種申請・手続きに関する情報	12.6%
遊び場(公園等)に関する情報	11.5%



- ✓ つながりの有無に関わらず、積極的に入手している地域情報の傾向は変わらない。
- ✓ つながりの有無に関わらず、地域活動・ボランティア等の情報を積極的に入手する人の割合は少なく、地域とのつながりがあると回答した人は、地域とのつながりがないと回答した人と比較して3ポイント多い。

3-6 地域情報の入手方法

■「つながりの有無」と「地域情報の入手方法」に関する分析

設問 1 2 地域情報の入手方法（複数回答可） 回答者数 1,045 人

地域とのつながりあり(上位5)

自治体が発行する広報紙	23.4%
インターネット検索	16.2%
家族や知人からの口コミ	12.8%
自治体の公式 SNS	11.2%
ポスター・チラシ	10.5%

地域とのつながりなし(上位5)

自治体が発行する広報紙	28.7%
インターネット検索	18.7%
家族や知人からの口コミ	11.4%
自治体ホームページ	10.9%
自治体の公式 SNS	10.5%



✓ 地域とのつながりの有無にかかわらず、自治体が発行した広報紙を地域情報の入手ツールとして活用している割合が高い。

✓ 地域とのつながりがあると回答した人は、つながりがないと回答した人よりも回覧板や掲示板、ポスターやチラシなどから情報を入手する割合が多い。

3-7 自治体からの情報発信に求めているもの

■「つながりの有無」と「自治体からの情報発信に求めているもの」に関する分析

設問13 自治体からの情報発信に求めているもの（複数回答可） 回答者数 1,045人

地域とのつながりあり(上位5)

子育てや教育に関する情報	17.9%
防災、防犯に関する情報	15.9%
医療や福祉に関する情報	14.6%
観光やイベントに関する情報	13.6%
講座や教室に関する情報	10.4%

地域とのつながりなし(上位5)

子育てや教育に関する情報	18.0%
防災、防犯に関する情報	16.4%
医療や福祉に関する情報	14.0%
行政(申請手続き)に関する情報	12.5%
観光やイベントに関する情報	12.0%



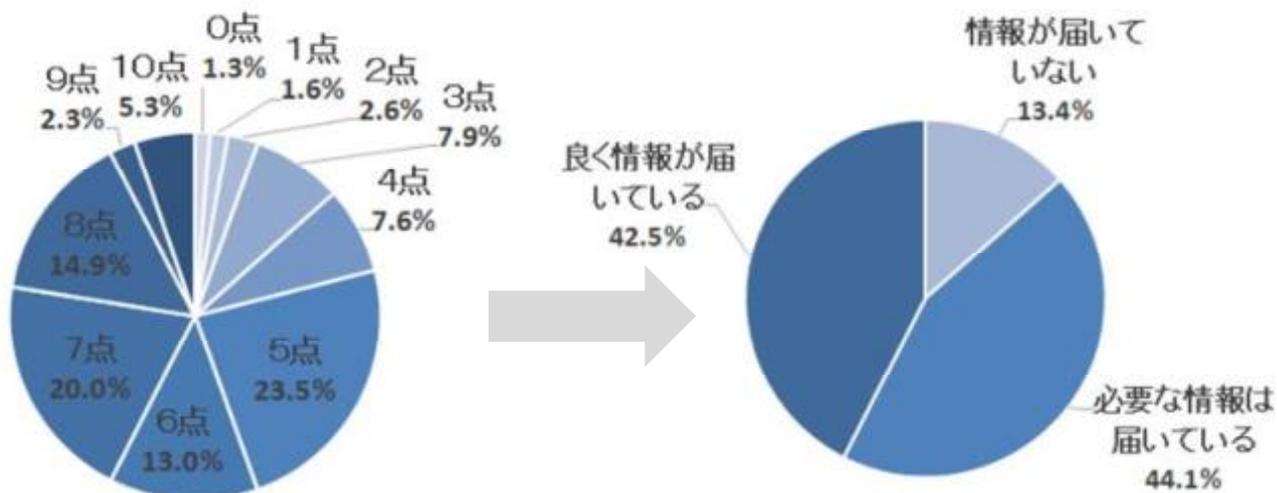
- ✓ 地域とのつながりの有無に関わらず、日常生活に関する内容を求める傾向にある。
- ✓ 地域とのつながりがないと回答した人は、講座や教室に関する情報を求める割合が少ない。

3-8 情報・魅力の発信力（11段階評価・傾向分析）

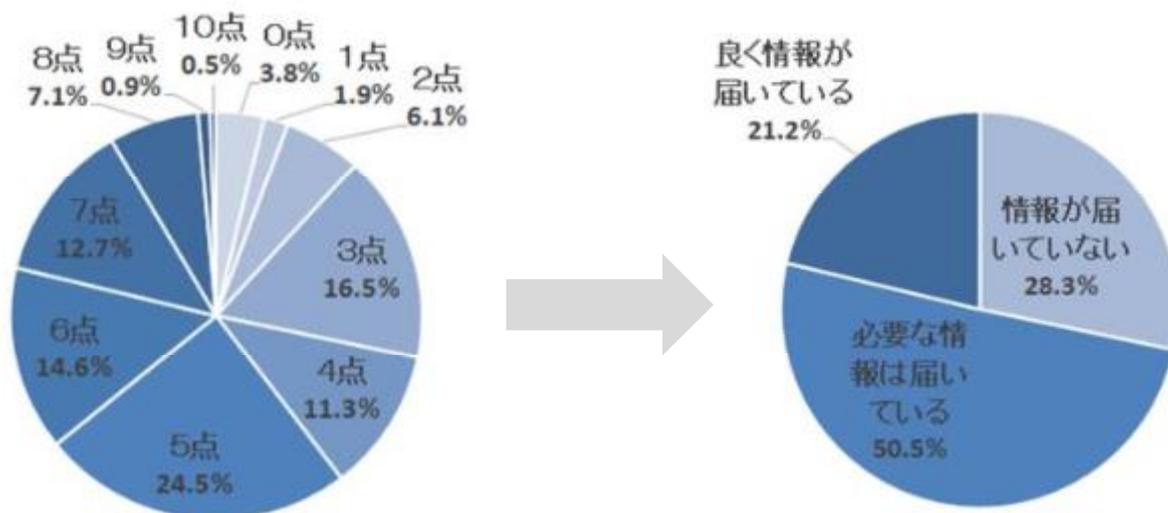
■「つながりの有無」と「情報・魅力の発信力」に関する分析

設問14 情報・魅力の発信力 11段階評価 回答者数 1,045人

地域とのつながり あり（833人）



地域とのつながり なし（212人）



- ✓ 地域とのつながりがあると回答した人は、情報や魅力が良く届いている。
- ✓ 地域とのつながりがないと回答した人のうち、情報が届いていない人の割合が、令和4年度と比較して4ポイント増となった。

3-9 情報発信の方向性（11段階評価・傾向分析）

■「つながりの有無」と「情報発信ツール」に関する分析

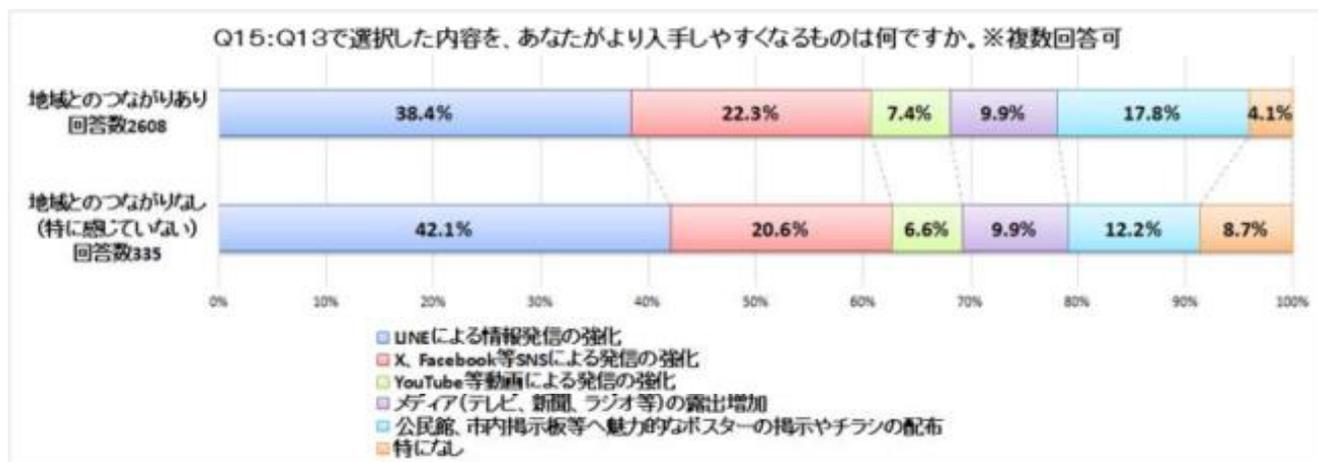
設問15 自治体からの情報をより入手しやすくなる方法（複数回答可） 回答者数 1,045人

地域とのつながりあり(上位5)

LINEによる情報発信の強化	38.4%
X、Facebook等SNSによる発信の強化	22.3%
公民館、市内掲示板等へ魅力的なポスターの掲示やチラシの配布	17.8%
メディア(テレビ、新聞、ラジオ等)の露出増加	9.9%
YouTube等動画による発信の強化	7.4%
特になし	4.1%

地域とのつながりなし(上位5)

LINEによる情報発信の強化	42.1%
X、Facebook等SNSによる発信の強化	19.4%
公民館、市内掲示板等へ魅力的なポスターの掲示やチラシの配布	11.5%
メディア(テレビ、新聞、ラジオ等)の露出増加	9.3%
YouTube等動画による発信の強化	6.2%
特になし	8.2%

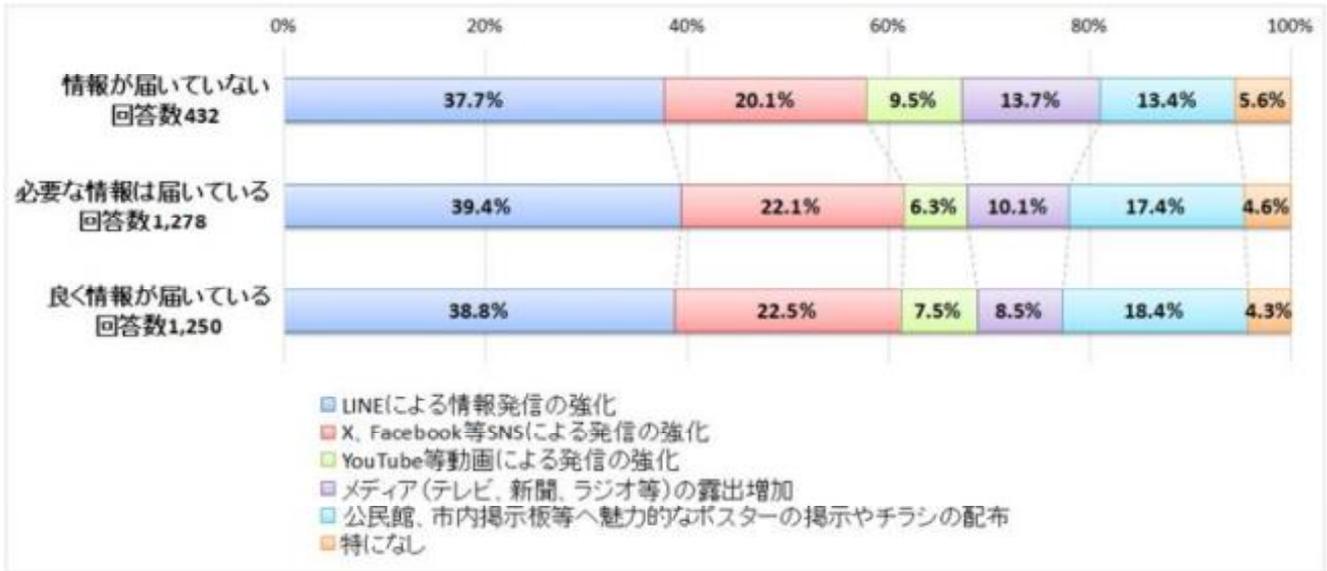


✓ 地域とのつながりの有無に関わらず、LINE 及び SNS による情報発信強化を求める声が多い
 ✓ 地域とのつながりがないと回答した人の8.7%が「特になし」を選択するなど、無関心層であることがわかる。しかしながら、良い傾向として令和4年度の結果と比較し、無関心が2ポイント下がっている。

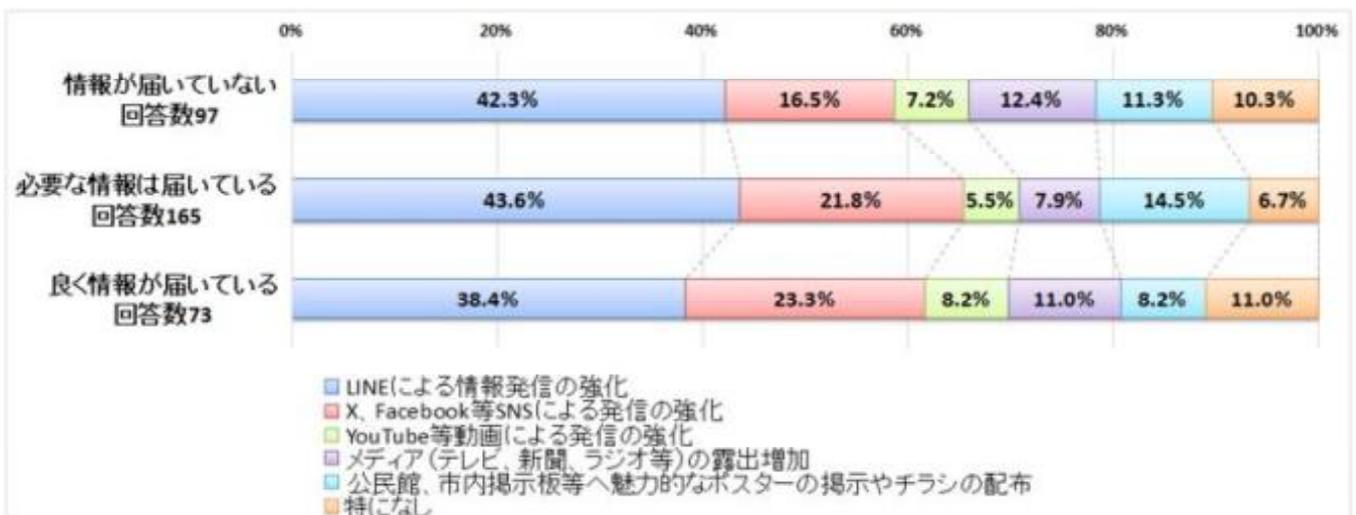
✓ YouTube等動画による発信やメディア(テレビ、新聞、ラジオ等)は、情報入手手段として高くないことがわかる。

※つながりの有無と情報発信ツールに関して、情報到達度別に細分化し、分析

地域とのつながりありと答えた人



地域とのつながりなしと答えた人



- ✓ 地域とのつながりの有無、情報到達度に関わらず、「LINEによる情報発信の強化」を求める声が多い
- ✓ 情報が届いていない層は、必要な情報は届いている層・良く情報が届いている層と比較すると、「SNSによる発信の強化」が少なく、「メディアの露出増加」を求める傾向にある。
- ✓ つながりを感じていない人は、「特になし」の割合が多く、自治体からの情報に関し関心は低いことがわかる。

まとめ

アンケートからの贈り物

朝霞市シティ・プロモーション方針では、朝霞に暮らす人や暮らしそのものに目を向け、新たな視点で魅力を発見、創造し、広く市内外の方に朝霞の魅力が伝わるよう情報発信し、市内の方には、シビックプライドの醸成による定住の促進、市外の方にも、各種 SNS やホームページはもちろんのこと、駅ラックへの配架、民間情報誌への掲載、不動産との協働、新聞やテレビ、ラジオなど積極的にメディアへの露出ができるよう創意工夫して朝霞の魅力情報を発信し、みなさまにその魅力が届くよう今後も推進していく必要があるとさらに認識しました。

アンケートから得たものとして、朝霞は非常に若い市であること、必要な情報は子育て・子ども情報であり、SNS の普及による情報収集力など社会情勢は早いペースで変化していることがわかった。一方では、広報紙や施設・掲示板でのポスター・チラシによる情報収集手段も多くの方が利用されている状況も分かったため、市としても誰もが取り残されないような多様な情報発信手段を通じ、正確かつ迅速に信用ある情報を届けていく事が望まれています。

令和7年度末においての朝霞の人口は微増ですが増え続けておりますが、近い将来必ず東京近郊のベッドタウンに住む方の人口も減少していくものと言われております。

現在朝霞市にお住まいの方へ、小さいながらも朝霞の魅力を伝えていくことで、誇りと愛着が醸成されることで定住される方を増え、市と市民、関係団体や事業所がともに朝霞の最高の日常の魅力を伝え続けていく、これが、朝霞というまちを選んでいただけるよう プロモーションを進めていく。

これまでと変わらずにシティ・プロモーション方針を軸に、前へ前へと進めていくことが求められており、これからもリニューアルした朝霞を創造していく必要があると今回のアンケート調査から分析できたものと考えます。

このアンケートにご協力いただいたすべての方に感謝いたします。
ありがとうございました。

令和7年度朝霞市シティ・プロモーションアンケート実施報告書

令和8年3月発行(予定)

発行 朝霞市市長公室シティ・プロモーション課

朝霞市市制施行60周年記念ロゴマーク選考基準（案）

趣旨

朝霞市は1967（昭和42年）3月15日に市制を施行し、2027（令和9年）に市制施行60周年を迎えます。市民、関係団体、事業所等とともに60周年をお祝いするため、様々な記念事業を展開し、本市の魅力を市内外に発信するなど機運を醸成し、事業の統一性を表す朝霞市市制施行60周年記念事業で使用する募集したロゴマークを選考決定します。

選考方法

朝霞市市制施行60周年記念ロゴマークの選考にあたっては、「朝霞市シティ・プロモーション委員会（以下「委員会」という。）、朝霞市民シティ・プロモーションミーティング（以下「ミーティング」という。）、朝霞市シティ・プロモーション庁内推進委員会（以下「庁内推進委員会」という。）による最優秀賞1点を決定する。

- (1) 委員会事務局（シティ・プロモーション課）事前選考を行う。
 - ・応募条件を満たさないものを除外
- (2) 庁内推進委員会委員による選考（1次選考）
 - ・選考項目を基準にし、(1)で選考を通過した作品の約半数を選考する。
- (3) ミーティングメンバーによる選考（2次選考）
 - ・1次選考を通過した作品から7作品まで絞り込み、PRポイントを考える。
- (4) 委員会委員による選考（最終選考）
 - ・1次、2次選考を通過した7作品及びPRポイントを確認し、委員1人1作品を投票し、最優秀賞1作品を選考する。

ロゴマーク選考会スケジュール

- | | |
|-------------------|----------------|
| ①委員会事務局事前選考 | 令和8年5月29日（金）まで |
| ②庁内推進委員会委員（1次選考） | 令和8年6月初旬日（ ） |
| ③ミーティングメンバー（2次選考） | 令和8年6月後半日（ ） |
| ④委員会委員（最終選考） | 令和8年7月中旬日（ ）決定 |

選考項目

60周年記念ロゴマークの選考にあたっては、以下の項目により選考する。

- ①朝霞市市制施行60周年記念ロゴマーク募集要項の基準を満たしているか。
 - ・60周年のPR及びまちづくりに使用するため、60周年などの標記が

入っているか。

・ 図と文字がセット若しくは、一体型であるか。

- ②市民に親しみやすく、朝霞らしさが感じられるデザインとなっているか。
- ③オリジナルティ・インパクトのあるデザインか。
- ④市キャラクター「ぽぼたん」がデザインされている場合、イメージが壊されていないか。
- ⑤デザインが朝霞の魅力を市内外へ効果的にPRできるかものとなっているか。
- ⑥デザインのコンセプトは妥当であるか。
- ⑦デザイン性に優れ、様々な条件で誰もが印刷・使用されることが考慮されたものであるか。

その他

- ①選考の過程で生じた疑義は、委員会事務局と協議する。
- ②委員会事務局は、最優秀賞候補については、知的財産関係の確認を行う。
- ③選考結果の公表は、委員会事務局が取りまとめる行う。

朝霞市市制施行60周年記念ロゴマーク募集要項（案）

朝霞市は、1967（昭和42）年3月15日に市制を施行し、2026（令和9）年に市制施行60周年を迎えます。

60周年の節目を市民の皆さんと一緒に祝い、盛り上げるための「市制施行60周年記念ロゴマーク」を募集します。

1 募集期間

令和8年4月1日（水）から5月18日（月）まで

- ・郵送の場合は、最終日の消印有効とします。
- ・電子メールの場合は、最終日の23時59分までに受信したものを受付します。
- ・窓口に出す場合は、平日午前8時30分から午後5時15分までの受付とします。

2 応募資格

原則：市内在住、在勤、在学者の個人募集とします。

※応募者が18歳未満の場合は、保護者の同意が必要です。

3 応募点数

応募は、一人につき1点までとします。

4 制作基準及び仕様

（1）本市の市制施行60周年記念であることをイメージできるデザインにしてください。

（参考）作品イメージ

朝霞市の将来像	だれもが 誇れる暮らしつづけたいまち 朝霞
むさしのフロントあさか	わずかな時間で都心部へアクセスできるのに、木々に、せせらぎに、坂なす小径に武蔵野のみずみずしい面影を残す 「自然利便性がバランス良く調和したまち」
市キャラクター「ぼぼたん」	愛着ある「ぼぼたん」を取り入れたデザイン

（2）「60」の文字を使用し、市制施行60周年であることをイメージできるデザインにしてください。

（3）色数は自由ですが、白黒・単色での使用も考慮した配色にしてください。

（4）拡大・縮小しても、イメージを損なわないようにしてください。

（5）応募用紙に記載されているサイズの範囲内（15cm×15cm）としてください。

(6) 画像データまたは手書きのどちらでも応募可能ですが、画像データの場合は、応募用紙とともに電子メールで提出してください。

5 応募用紙・募集要項の配布場所

- ・市公式ホームページからダウンロード
- ・朝霞市役所本庁舎3階 シティ・プロモーション課窓口

6 応募方法

応募用紙に必要な事項を記入の上、次のいずれかの方法で応募してください。

①郵送

送付先 〒351-8501 朝霞市本町1-1-1
朝霞市役所 シティ・プロモーション課

②電子メール

E-mail city_promotion@city.asaka.lg.jp

- ・メールの件名は、「60周年記念ロゴマーク応募」としてください。
- ・デザインは画像データ（添付）で提出してください。
なお、画像データの形式は、JPEG、GIF、PNGのいずれかで、サイズは5MB以下とってください。

③窓口持参

朝霞市役所本庁舎3階 シティ・プロモーション課

7 選考方法

- ①朝霞市シティ・プロモーション庁内推進委員会委員による選考
- ②朝霞市民プロモーションミーティングメンバーによる選考
- ③朝霞市シティ・プロモーション委員会委員による最終選考

8 選考結果発表等

令和8年9月頃（予定）

- ・選考結果は、市公式ホームページ等に掲載します。
- ・発表に当たり、採用デザインの応募者の氏名、デザインの説明、年齢を公表します。なお、個人情報（氏名等）の公表を望まない方は、公表前に確認しますので、その旨お伝えください。
- ・採用者に記念品をお渡しします。

9 市制施行60周年記念ロゴマークの活用

決定したロゴマークは、市制施行60周年記念事業を通じて、各種事業での活用を始め、市民、関係団体、事業所など幅広く活用していく予定です。

10 応募に当たっての留意事項

- (1) 採用された作品の著作権、使用权、商標権等その他一切の権利は、本市に帰属します。また、応募者は、当該作品に対し、著作権人格権を行使しないものとします。
- (2) 採用された作品は、修正、加工又はデジタル化など、本市がデザインを調整することがあります。また、デザインの調整に関連して、応募者を打合せをお願いすることがあります。
- (3) 応募に関する費用は、応募者の負担とします。
- (4) 応募を受付した通知及び不採用通知は行いません。
- (5) 応募受付後の作品の修正はできません。
- (6) 応募作品は返却しません。
- (7) 応募作品は、応募者が独自に作成デザインした、未発表のもので、第三者の著作権や商標、その他の権利を侵害しない作品に限ります。応募作品が、すでに発表されているデザインを同一又は酷似している場合、第三者の知的財産権の侵害となる場合（応募後も含む）、法令に反する場合又は本募集要項に反している場合は、選考結果の発表後であっても決定を取り消します。また、記念品をお渡し後にその事実が判明した場合は、それらを返還していただきます。
- (8) 応募者の個人情報、作品の選考等のために使用し、これ以外の目的に使用しません。
- (9) 選考経過についての問合せには対応できません。
- (10) 応募作品について、第三者から権利侵害などの損害賠償が提訴された場合は、応募者自らの責任と費用で解決してください。なお、本市では一切の責任は負いかねます。また、応募作品に関連し、本市が損害を被った場合は、損害を賠償していただく場合があります。
- (11) 本市が選考結果を発表するまで、提出したデザイン案を他者に公表しないでください。
- (12) 他のコンクールとの同一作品での重複応募は認められません。
- (13) 応募した時点で、応募者は、本募集要項の記載内容に同意したものとみなします。

1 1 問い合わせ

〒351-8501 朝霞市本町1-1-1

朝霞市役所 シティ・プロモーション課

電話 048-423-3241 (直)