

様式第3号（第13条関係）

会議録

会議の名称	令和7年度第2回朝霞市シティ・プロモーション委員会	
開催日時	令和8年2月6日（金） 午後2時30分から午後4時40分まで	
開催場所	朝霞市役所本館3階 301会議室	
出席者の職・氏名	委員6人（亀岡会長、吉田副会長、大下委員、木本委員、田中委員、村中委員※会長、副会長、五十音順） 事務局4人（多度津シティ・プロモーション課長、竹本同課課長補佐兼シティ・プロモーション係長、佐藤同課同係主査、笹篠同課同係主事）	
欠席者の職・氏名	委員1名（齋藤委員）	
議題	（1）令和7年度シティ・プロモーション活動報告について （2）シティ・プロモーションアンケート実施報告について （3）令和8年度シティ・プロモーション活動予定について	
会議資料	①次第 ②資料1 令和7年度活動報告及び令和8年度活動予定について ③令和7年度 シティ・プロモーションアンケート 実施報告書（案） ④60周年記念ロゴ選考基準（案） ⑤60周年記念ロゴ募集要項（案）	
会議録の作成方針	<input type="checkbox"/> 電磁的記録から文書に書き起こした全文記録	
	<input checked="" type="checkbox"/> 電磁的記録から文書に書き起こした要点記録	
	<input type="checkbox"/> 要点記録	
	<input type="checkbox"/> 電磁的記録での保管（保存年限 年）	
	電磁的記録から文書に書き起こした場合の当該電磁的記録の保存期間	<input checked="" type="checkbox"/> 会議録の確認後消去 <input type="checkbox"/> 会議録の確認後 か月
会議録の確認方法 委員全員による確認		
傍聴者の数	0人	
その他の必要事項		

審議内容（発言者、発言内容、審議経過、結論等）

◎ 開会

- ・あいさつ（竹本課長補佐）
- ・会議公開及び傍聴希望者の確認
- ・配付資料の確認

◎議事（１）令和７年度シティ・プロモーション活動報告について

○事務局

【１】朝霞市民プロモーションミーティングに関する報告

ミーティングの活動では、「朝霞の日常の魅力」をテーマとした冊子を作成し、ミーティングメンバーが撮影した写真から読み取れるストーリーや、メンバーの視点などを、「#わたしのあさか時間」として、多くの方の共感を目指します。

冊子の構成案として、メインページは写真とメンバーから寄せられたコメントなどを掲載。また、ミーティングの中で話題となった、年間通じてどのようなイベントがあった、どのような場所に行くか、情報をキャッチするのが遅くなると機会を逃してしまうという声から、メンバーが参加したイベントと「#わたしのあさか年間」と称して見開き１ページにまとめ、冊子を見た方がそれを参考に情報収集の見通しが立てやすくなる構成にしていきます。

写真等の集まり具合によるが、シティ・セールス朝霞ブランドも照会し、朝霞市の魅力が詰まった一冊にしていきたいと考えています。

【２】庁内推進委員会に関する報告

庁内推進委員会の活動では、「動画チーム」と「写真チーム」に分かれて活動することとし、「動画チーム」においては、令和６年度に作成した「旧高橋家住宅」絵コンテの動画化に向けて、撮影・編集を行いました。（動画放映）

「写真チーム」では、ブランド全体の発信を行うため、各ブランドをパソコン壁紙及び、写真を活用したスライドショー動画を作成しました。（動画放映）

各動画については、市役所１階ロビーでの放映、Instagram等でのSNSによる発信、その他プロモーション事業にて活用していく予定です。

【３】シティ・プロモーション課の活動報告

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ため、「ぽぽたんX」や「シティ・プロモーション課公式Instagram」等の各種SNSを用いて情報発信の強化に努めました。

特にInstagramでは、市民が市民を“推している人”として紹介する、“推しピト”企画を実施し、これにより、朝霞で活躍される方とつながることができ、様々な地域資源を発掘することができました。その中からは、ふるさと納税返礼品としてご協力いただく等、シティ・プロモーション課がハブとなって各課の事業展開の一助となりました。

映画「平場の月」について、朝霞市初の東宝との共同プロモーション映画として、市民の皆さまの地域への愛着醸成につながるよう、様々なアプローチを図りました。

「彩夏祭」での中央公民館に市のPRブースを出展、「広報あさか11月号」の表紙への掲載、市HPのトップ画面への掲載、朝霞台駅北朝霞駅連絡通路での横断幕の掲示、

Instagram投稿企画「#あさかでひらばっぐ」等、様々なプロモーション事業を展開した。映画公開終了後については、引き続き、効果的なプロモーションにつなげていきたいと考えています。

「ねんりんピック彩の国さいたま2026」開催に伴う、長寿はつらつ課（ねんりんピック室）との連携事業を実施。今年度実施されたリハーサル大会では、ねんりんピックの周知と当日来場者の増加を図るため、開催企画として「ぽぼぬりえ」コンテストを行い、合計で346作品の応募がありました。応募作品は、空手道リハーサル大会会場に展示したほか、コンテスト受賞作品を市HP及びシティ・プロモーション課Instagramにて公開中です。また、コンテスト受賞者には、朝霞市キャラクターぽぼたんのオリジナルグッズをプレゼントしました。

以下、事務局からの説明に関する委員からのコメント及び質問・回答等

・市民プロモーションミーティング冊子について

○村中委員

今年度中での発行予定と伺っているが、ミーティングメンバーはこれからこういった形で冊子作成に関わっていくのかお伺いしたい。また、冊子の作成に当たり、皆が納得したものを作っていきたい。メンバーと事務局でしっかりコミュニケーションをとっていければ良いと考えています。

○事務局

メンバーの皆様より掲載写真をお寄せいただき、構成等について確認するためミーティングの開催を予定しています。皆さんの意見と、皆さんが感じている市の魅力を冊子にすることを前提としておりますので、コミュニケーションを図りながら魅力的な冊子を作成していきたいと思います。

○亀岡会長

冊子の作成自体を目的とするのではなく、メンバーの関わり方や参加意欲の向上につながる事が大切なので、本取組を通じて、メンバー間の関係性の質が深まり、有意義な時間となる事が望ましいと思います。

○田中委員

メンバーとのコミュニケーションの方法として、対面のみならずメール等を活用していき、どんどん意見を募りブラッシュアップしていくという作業が必要になると思います。今後において、様々なコミュニケーションの手段を検討していただきたいです。

○吉田副会長

作成した冊子の効果的な配布方法について、デベロッパーと連携し、市内のモデルルーム等に提供していければ良いと考えます。

前回作成した冊子と比べてクオリティが上がっている。特に写真が良く、手に取った人への刺さり具合は非常に良いと思います。また、「なぜ、わたしのあさか時間なのか」について表現することができれば、より伝わりやすくなるのではと思います。キャッチフレーズのようなものが作ればよいのではと考えます。

○木本委員

効果的なブランディングの手法として、タイトルをそのまま踏襲するなど、前回冊子とのトーンマナーを意識して作成いただくことが望ましいと考えます。

○村中委員

今回作成する冊子は写真がメインとなっており、とても分かりやすい内容であるが、前作のコンセプトと異なるテイストのため、伝わりにくくなってしまうのではないかと考えています。より魅力的な冊子を作るため、デザイン面に関して専門家の意見が必要になってくるのではと思います。

○亀岡会長

デザインを職員が担うことについては、制作物のクオリティの確保や効果的な手法の採用など、どのように対応していくかが課題になると考えられます。

また、市民が感じている朝霞の魅力を、これから市民となる方々へ伝えていくことがシティ・プロモーションの第一歩であり、そのためのコンタクトポイントをどのように設計していくかが大切になると思います。

今回の冊子については、広報紙のような仕様にまとまりつつある印象を受けるため、市民プロモーションミーティングの参加者の考えを反映することが望ましいと思います。なお、キャッチコピーを検討するのであれば、朝霞ならではのまちの魅力を表現することが望ましいと思います。

○木本委員

キャッチコピーについて、冊子「いつものあさかで」の中では「最高の日常」というワードで既に表現されている。ここからピックアップした表現方法で考えてもらえると良いと思います。また、リード文の中に前回冊子と同じような内容を盛り込んでいただくと良いのではと思います。

○吉田委員

配布方法について、どのような予定で考えているかお伺いしたい。

○事務局

基本的には各施設や駅ラック、不動産業者のモデルルーム等を考えています。駅ラックに関しては、朝霞市民以外の方が手に取ることが見込まれ、効果的なアプローチにつながると考えています。その他SNS等にて定期的な発信を予定しています。

・庁内推進委員会制作動画(15秒のブランド紹介)について

○田中委員

途中からの視聴だと何の動画か分からないので、動画内に「シティ・セールス朝霞ブランド」の表記を入れた方が分かりやすくなると思います。

○木本委員

各ブランドの場所が気になる方がいらっしゃると思いますので、動画内に場所の表示を入れても良いのではと思います。

・庁内推進委員会制作動画(旧高橋家住宅の紹介)について

○吉田副会長

15秒バージョンに関してはもう少し説明があっても良いのではと思います。

○田中委員

説明したいことは画で語らせることができれば良く、この動画については不要な文字は無くしても良いのではと思います。

○村中委員

火をくべる人の後ろ姿や、煙の感じなど匂いが伝わる内容となっていて、とても良い作りだと思います。動画の構成について、接写シーンや建物全体を映すなど、音声が無い分、画で訴えかける仕掛けがあってもよいのではと思います。

○木本委員

最後のシーンについて、黒目川と電車が映る感じが、都会の雰囲気が出ていてとても良いと思いました。「都心に近くてココロに近い」というキャッチコピーを活かすのであれば、旧高橋家住宅周辺の都会感も併せて伝えられるような内容になれば更に良いのではと思います。

○事務局

今回の動画の再編に関しては、庁内推進委員の中で再編することは少し難しいと感じ

ますが、頂いた様々なご意見については職員間で共有させていただき、今後の魅力発信におけるステップアップにつなげていきたいと思っております。

○亀岡会長

市民プロモーションミーティングにおける市民目線、庁内推進委員会における職員目線など、多様な視点から朝霞市の魅力を発信していくことが重要だと思っております。若手職員のスキル向上の観点からも、主体的な情報発信を促進する必要があると思っております。これらの取組が、今後の継続的なシティ・プロモーションにつながることを期待します。

・民間企業との連携について

○亀岡会長

民間企業と連携する目的として、行政においては、多様化・複雑化する地域課題の解決に向け、民間企業の知見やノウハウを活用していくことが挙げられる一方、企業においては、既存のビジネスモデルにとどまらず、地域と関わりを通じて社会価値を創出し、地域課題の解決の先に新たな事業機会の創出を図る視点があると思っております。こうした双方の目的や意義を明確に示すことで、新たな企業の参画促進が期待されることから、積極的なアプローチを行う必要があると思っております。

・SNS発信について

○村中委員

シティ・プロモーション課Instagramについて、様々なイベント・事業の投稿をしていることや投稿が定期的に行われていることがすごく良いと思っておりますし、こういったことは閲覧の頻度が高まる一助となっていると思っております。投稿の統一感について、多種多様な内容が対象となっておりますためまとめることが難しいと思っておりますが、今後の課題になるのではと感じております。

○事務局

可能な限りカテゴリごとにタイトルを加えているところですが、様々な分野の紹介を行っていることから、投稿のテイストが明確に定まっていなかったところではあります。今後に向けて少しずつ統一感を高めていければよいと思っております。

○吉田副会長

ブランディングにおいては様々な表現手法があることから、必ずしもトーン&マナーを守らなくてもよいと考えますが、見ている人にとって必ず驚きがある写真を載せていくなど、そういった積み重ねを継続していくことは大切なのではと思っております。

○亀岡会長

後の情報発信計画や役割分担について、何か工夫や見直しをする予定はあるでしょうか。

○事務局

今年度に入ってSNS発信の強化という目標を掲げ、この1年は発信の手法や内容について検討していきながら発信をして参りました。我々が発信したい情報だけでなく、市民の方が得たい情報をしっかり発信できるよう、来年度に向けて計画的な発信に努めていきたいと思っております。

◎議事（2）シティ・プロモーションアンケート実施報告について

○事務局

まず、調査概要についてご説明申し上げます。

目的、現状と課題ですが、こちらのシティ・プロモーションアンケートは、R4年度に策定したシティ・プロモーション方針に則り、各取組を実施してきた3年間の成果

を、定量的に把握し、課題を抽出した上で、次のプロモーションへとつなげるために実施いたしました。

朝霞市は人口も微増、市民が参画するイベントが継続的に実施され盛り上がりを見せる中、シティ・プロモーションの視点で行動にうつ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。また、前回アンケート調査を実施した令和4年度から、シティ・プロモーションの現在地がどのように変化したのかを確認するためにも、同様の設問や集計方法にて分析いたしました。

設問内容ですが、アンケート設問は全28問です。そのうち1～27は選択式、最後の28は自由記入の設問としました。令和4年度は全19問でしたので、新たな設問を9問設けました。各設問は大別して、魅力発信力、情報収集意欲、参加意欲、企画行動力を図るものとなっています。

調査結果ですが、アンケート実施方法としては、朝霞市の電子申請システムを活用し、集計を行っています。希望により紙媒体でも回答できる形にしましたが、回答数は1,045件で、全てWEB回答となりました。アンケート実施期間は、広報10月号の配付開始日9月26日から12月31日までの約3か月間で、アンケート配付先は、報告書案2ページのとおりです。

それでは、ここからはアンケートの集計報告をさせていただきます。まず、回答者の属性として、設問1～7の結果についてです。

結論から申し上げますと、回答者の属性は、おおよそ令和4年度に実施したアンケートと同様の結果となり、30代～40代の女性で、いずれかでお勤めされており、朝霞市には10年以上お住まいである方が半数を占めました。また、家族構成は、配偶者・パートナーと小学生以下の子どもと同居している方が多くいらっしゃいました。総じて、おおむね前回令和4年度と同様の結果となりました。

ここからは主な設問や前回と比較して変化のあったところを抜粋しつつ、新設項目の設問の集計報告をさせていただきます。

最初に、2-2-1設問8定住の意向についてですが、ずっと住み続けたい、どちらかというに住み続けたいと思う方が、合わせて88.6%でした。また、新設項目の2-2-2設問9地域への愛着度についても、「とても感じている」「やや感じている」を合わせると84.6%でした。さらには、2-2-3設問10も新設項目ですが他者へのお勧め度として「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、いずれの設問からも愛着の醸成と定住の促進が進んでいることが分かりました。2-2-4設問11普段利用しているSNSツールですが、回答者の95.7%がLINEと回答し、これに次いで、70%以上の方がYouTube、Instagramを利用している結果となりました。2-2-5設問12地域情報の入手方法は、上位5つは令和4年度と同様ですが、異なる部分として、自治体ホームページよりも自治体SNSから情報を入手している人の割合が多くなっています。2-2-6設問13自治体からの情報発信に求めているもの及び設問14自治体からの情報がどの程度届いているかについては、令和4年度と同様の結果となりました。2-2-8設問15の自治体からの情報をより入手しやすくなるものとしては、令和4年度と同様で、LINEによる情報発信の強化が最も多く、続いてSNSによる情報発信、ポスター掲示やチラシ配布が望まれている結果となった。なお、さきほど、設問11にありました普段利用するツールとして2番目に多かったYouTubeですが、情報を入手するツールとしてはあまり活用されていないことが分かりました。2-2-9設問16の地域の情報の収集意欲について、令和4年度と同様の結果となりました。2-2-10設問17の積極的に入手している地域の情報は、地域近郊の店舗に関する情報に次いで、イベント情報が多く、こちらは令和4年度と同様の結果です。2-2-11設問18の地域活動に参

加したきっかけとしては、「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」が上位にあり、これは前回調査と同様の結果となりました。一方で変化のあったこととしましては、地域活動に参加したことがないと回答する人の割合が、令和4年度の21.7%から、約7ポイント下がり、14.1%となりました。このことから何かしらの地域活動に参加した方は増えていることが分かりました。2-2-12設問19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については、前回調査と比較しますと参加意欲が高い層が約4ポイント増え、参加意欲の低い層が5ポイント減っており、参加意欲そのものが高まっていることが伺えます。また、意欲の高い層と機会があれば参加したいという中間層を合わせると約80%近くの方が参加する意識をもっていると推察されます。2-2-13設問20日常生活における地域とのつながりについては、上位を占める項目は前回調査と同様ですが、地域の各種行事で地域とのつながりを感じると答えた人の割合が、前回調査の21.6%から5ポイント増え、26.4%という結果となりました。これは、地域の各種行事・イベントが地域の力で大小様々開催され、それに参加する意欲も高まっていることからこうした結果になったのではないかと推察します。2-2-14設問21休日を地域内で過ごしているかの回答では、前回同様、約半数の方が休日を地域内で過ごしており、どちらともいえないと回答した方も42.3%と、居住地内外をバランスよく過ごしている状況となりました。2-2-15設問22休日の理想の過ごし方については、前回調査と同様、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、おしゃれなカフェや飲食店、緑豊かな公園が上位となりました。

続きまして、ここからは全て新設の設問となります。

2-2-16設問23参加したことがあるイベントのジャンルについては、子育て・子どもに関するものに次いで、スポーツ、まちづくりという結果になりました。

更には、2-2-17設問24で今後参加したいイベントのジャンルについては、前の設問と同じものが上位となっていますが、それ以上に、参加したことのないイベントジャンルについても幅広く関心が高い様子が伺えます。2-2-18設問25市のプロモーション展開として知っているものについてですが、第1に広報あさかが最も多く、次いで、朝霞市キャラクターぽぼたん公式X、市ホームページ、Instagramと続きます。情報冊子についての認知度は低く、また、知っているものはないと回答した人が一定数いることもあり、誰もが目の付くところ、手に届くところへの情報発信が必要です。また、設問26では、市民プロモーションミーティングについての認知度を問うものでしたが、多くの方は知らないと回答する中、「知っている」「見聞きしたことがある」と回答する人は合わせて25%となりました。さらに設問27市民プロモーションミーティングメンバーの作成した成果物を見たことがあるかを問うものでは、こちらも多くの方が知っているものはないと回答されました。メンバー皆さんの力で作り上げたものがなかなか認知されていない状況から、今後の情報発信のタイミングや方法について、再度検討しなおす必要があります。最後の設問28では、市制施行60周年記念事業の企画を自由記入で回答していただきました。多くの方が回答してくださった中から、主なものを抜粋して記載してあります。全ての実現はかないませんが、創意工夫により、取り入れられるものはないか、事業担当課や関係機関などと検討する材料とさせていただきます。

続きまして、重点分析つながりに基づくクロス分析です。

こちら、前回調査でありました内容で、それを踏襲しながら集計いたしました。前回調査の順番に合わせて記載しているため、一部設問の並びが前後しますことをご了承ください。

まず、このクロス集計は、単純集計では見えない傾向を「地域とのつながりの有無」

を軸としてどのような傾向があるかを視覚的に把握するものです。まず、地域とのつながりの有無は、設問20の回答を軸としています。単純集計はそのまま回答数として集計しましたが、ここでは、地域とのつながりを「特に感じていない」と回答する方を「地域とのつながりがない」とし、それ以外の回答をした方を「地域とのつながりがある」とします。それでは、まず、3-2「つながりの有無」と「参加意欲」についてです。令和4年度調査と同様、地域とのつながりがあると回答した人の方が参加意欲が高い傾向にありますが、前回調査と比較すると、地域のつながりの有無に関わらず、参加意欲の高い方に変化していることがわかります。この結果と同様に、3-3地域活動への参加実績も、地域とのつながりがあると回答した人の方が参加実績は多いですが、前回調査と比較すると、つながりの有無に関わらず、参加したことがある割合が大きく増加していることがわかりました。地域とのつながりを感じていない人でも、地域の活動等への参加自体には前向きに捉えている傾向がみられます。続いて、3-4「つながりの有無」と「情報収集意欲」についてです。地域とのつながりがあると回答した人の方が情報収集意欲が高い傾向にあり、前回調査と比較すると、地域とのつながりがないと回答した人の情報収集意欲が低下している結果となりました。3-5「つながりの有無」と「積極的に入手している情報」についてですが、前回調査と同様、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についての傾向は大きく変わりませんでした。3-6「つながりの有無」と「地域情報の入手方法」についてです。前回調査と同様に、地域のつながりの有無に関わらず、自治体発行の広報紙を地域情報の入手ツールとしている割合が多く、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と比べて、回覧板や掲示板、ポスターやチラシから情報入手している割合が多い。これは、こうしたツールを情報入手ツールと認識し、よく目にしている、見ている、ということと推察します。3-7「つながりの有無」と「自治体からの情報発信に求めていること」についてです。こちらも前回調査と同様に、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ります。3-8「つながりの有無」と「情報・魅力の発信力」についてです。こちらは情報が届いているかを11段階評価したもので、前回調査と同様、地域とのつながりがあると回答した人の方が良く届いている割合が多くなっています。一方で、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と回答した割合が前回調査と比較して4ポイント増え、つながりの有無で情報到達度に差が出る結果となりました。3-9「つながりの有無」と「情報発信ツール」についてですが、地域とのつながりの有無に関わらず、LINE及び各種SNSでの発信強化を求める声が多く、前回調査と比較してもその割合が大きくなっており、合わせて60%を超える結果となりました。一方で、「特になし」とする無関心層が前回調査から2ポイント減りましたが、一定数いることもわかりました。さらには、3-9の結果を、情報の到達度別に細分化すると、地域のつながりの有無、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最も大きく、次いで、SNSによる発信強化を求めています。「情報が届いていない」層は、「必要な情報は届いている」「良く情報が届いている」とする層と比較して、SNSによる発信の強化を求める声が多く、メディアの露出増加を求める傾向がみられます。

以上のことから、まとめといたしましては、地域とのつながりが増え、地域活動に参加意欲も高い方向に変化しており、結果、地域活動への参加実績も多くなっていることがわかりました。一方で、地域とのつながりがないと回答した人の情報収集意欲はやや下向きとなっており、その影響か、情報が届いていないと回答する人の割合が増加している結果となりました。

まだまだ情報発信の強化を求める声も多く、入手ツールとしてLINE、各SNSの活用は必須であること、地域とのつながりがある方にとっては、ポスターやチラシが

情報入手手段であることも分かりました。

市としては、誰もが取り残されないよう多様な手段を通じて、届く・伝わる情報発信を続けることが必要だと考えております。

今後も、朝霞の魅力に気づいていない人に効果的に発信し、朝霞市の魅力の認知度向上と愛着の醸成、ひいては定住の促進を目的に、引き続きシティ・プロモーション方針を軸とした取組を推進してまいります。

以下、事務局からの説明に関する委員からのコメント及び質問・回答等

○田中委員

アンケート調査から、LINE等のSNSやWEB上での情報発信が求められています。紙媒体のみでは発信力が弱いと感じるので、今年度の冊子もWEB化につなげたいです。

○村中委員

子どもや高齢者は紙媒体で読まれることが多いと思います。市外の方にはSNSでの発信が効果的だと思います。

○大下委員

「広報あさか」は全戸配布を行っていますが、それでも情報が届いていない方は多くいるのではと思います。SNSの発信回数を増やすなど、目に留まる仕掛けづくり等何か工夫していくことで、今まで情報が届いていなかった層にも知られていくのではと思います。

○事務局

紙媒体は見るだけで終わってしまうことが多いと思います。今回、LINE機能拡張が始まるので、効果的な活用を目指していきたいです。

○吉田副会長

広報紙や冊子などを電車の中で見ている人はほとんどおらず、紙媒体は拡散力に乏しいと考えます。そういった点では、デジタル化は大きなアドバンテージになると思いますし、今後、拡散したくなるようなものを作っていければ良いと思います。

○事務局

この度、LINEの機能拡張が始まりますので、活用により便利かつ手軽に情報を入力し易くなると考えています。また、紙媒体の活用に関しましては、SNSを普段使用しない方にとっては、紙での配布も需要があるものと認識しております。今後、皆様のご意見を頂戴していきながら、様々な人がお手軽に情報を入力できる方法を探っていければ良いと思います。

○木本委員

令和4年度のアンケートと比較すると、今回のアンケート結果からシティ・プロモーション事業の効果が実感できます。このアンケートは、職員や委員が変わっても継続的に実施していただきたいと思います。

○亀岡会長

アンケートの回答者数は前回よりやや減少していますが、人口規模に対する割合としてはおおむね適正な水準であり、結果の信頼性は確保されていると考えます。また、結果に見られる「無関心層」についても、そもそもアンケートに回答いただいている時点で市の取組に一定の接点を持っている層であり、潜在的な関心層としてポジティブに捉えることが重要です。

本アンケートは、「どのように参加を促すのか」という視点から、参加の深化がやがて「参画」へとつながるという考え方であり、市民の愛着醸成に向けた適切なアプローチであると評価できます。今後は今回の結果を踏まえ、情報発信する媒体や手法の見直し

を行うとともに、市民の関心段階に応じたコンテンツの工夫を図ることで、更なる関与の促進につなげていくことが重要です。

◎議事（３）令和８年度シティ・プロモーション活動予定

○事務局

先ほどのアンケートの実施結果も踏まえまして、Ｒ８年度シティ・プロモーションも同様に実施してまいりたいと思っています。

大きな事業として３つありまして、「ぼぼたん」着ぐるみ作成に当たりガバメント・クラウド・ファンディングの実施、ねんりんピック彩の国さいたま２０２６空手道大会のおもてなし事業、市制施行６０周年記念事業の実施です。まず、一つ目について、令和８年度予算は確定しておりませんが、当初予算の備品購入費として、着ぐるみ「ぼぼたん」の購入を予定しています。この「ぼぼたん」３代目の購入に当たりましては、ガバメント・クラウド・ファンディングを実施し、費用に充てることとしています。

現在、関連課と打合せを積み重ねながら、シティ・プロモーション課においても返礼品をどうするかなど検討するところがございます。次に、ねんりんピックおもてなし事業です。今年度はリハーサル大会を行い、８０人あまりの選手と１００人を超えるスタッフの皆様をお迎えいたしました。来年度の本大会では、全国各地からさらに多くの選手関係者が朝霞市に集まる予定ですので、朝霞市の魅力を伝え、さらに認知度を広めていく機会としたいと思っております。

次に市制施行６０周年記念事業についてですが、１９６７（昭和４２）年３月１５日に埼玉県内で２７番目の市として誕生した朝霞市は、令和９年３月１５日で６０周年を迎えます。これまでの歴史を振り返るとともに、これからの未来へのスタートを市民の皆さんとともに祝いし、市民の市への愛着の醸成、定住の促進を進め、更なる市の活性化や持続的成長につなげ、次世代への良質な資産創造と市の認知度が向上されるよう推進していく考えでございます。

令和８年度は、記念日前機運醸成期間という位置付けで、６０周年記念シティ・プロモーション事業を進め、令和９年度には、記念式典をはじめ、様々な各種事業に創意工夫を持った記念事業を実施していく予定でございます。

令和８年度当初には、６０周年記念事業の統一性を表すため、６０周年記念ロゴマークを募集したいと考えており、そのロゴマークの選定をシティ・プロモーション委員会の委員の皆さま方に最終選考していただく考えています。本日の資料、「朝霞市市制施行６０周年記念ロゴマーク募集要項（案）」「朝霞市市制施行６０周年記念ロゴマーク選考基準（案）」を示しました。

選考基準（案）を少し紹介しますと、応募のありましたデザインを、委員会事務局であるシティ・プロモーション課で、応募の制作基準、仕様を満たしているかを確認します。

次に、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１次選考２次選考では、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を行います。最終選考では、シティ・プロモーション委員会の委員で最優秀賞１作品を選考していただくことを考えています。

本日、委員の皆様には、ロゴマーク募集要項（案）及び選考基準（案）の内容について、特に、募集要項では、ロゴの制作基準を、選考基準では選考するための基準となる項目について、ご意見を頂きたいと思っております。

以下、事務局からの説明に関する委員からのコメント及び質問・回答等

・ ６０周年記念ロゴマーク募集について

○吉田副会長

ロゴ募集について、商標登録上の観点から、市内のデザインファームにも積極的に参加を促していく必要があるのではないかと思います。

○亀岡会長

商標上の問題や商業利用に当たるレギュレーションについては、事前に十分な整理を行い、最終的な方針を明確にしておく必要があります。また、ロゴの使用用途についても、どの範囲まで適用するのかをあらかじめ定めておくことが重要です。

○吉田副会長

選考する際の判断材料として、ロゴをどういった媒体に活用していくのか事務局で想定するなど、ある程度基準を設けた方が良いと思います。

○木本委員

ロゴを作成する際、イラストと文字の仕様を指定するといった、ビジュアルアイデンティティを設定する必要があると思います。

○村中委員

ロゴの募集期間について、周知期間、制作期間も考慮する必要があり、短い期間だと断念してしまうかもしれない。また、AIを活用したロゴはいいののかもはっきりさせないといけないと感じます。

・朝霞市キャラクター「ぼぼたん」のガバメント・クラウド・ファンディングについて

○木本委員

市民の方が協力いただいた際のお礼について、案として、物の贈呈ではなく寄付者の銘板の作成も良いのではないかと思います。

○吉田副会長

実施した際、ぼぼたんのイメージを守るような文言であったり、周知の仕方を考えていくべきだと思います。

◎閉会

○事務局

委員の任期満了（令和6年度～令和7年度）について、朝霞市のシティ・プロモーションの推進にご尽力いただきありがとうございました。それでは、以上をもちまして令和7年度第2回朝霞市シティ・プロモーション委員会を終了させていただきます。本日はありがとうございました。