

様式第3号（第13条関係）

会議録

会議の名称	令和8年度第1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7月9日（木） 午前10時から正午まで	
開催場所	朝霞市役所別館5階大会議室（手前）	
出席者の職・氏名	【出席者】委員6人（亀岡会長、吉田副会長、永瀬委員、並木委員、抜井委員、深堀委員 ※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、吉田同課課長補佐、佐藤同課シティ・プロモーション係長、笠篠同課同係主事）	
欠席者の職・氏名	委員1名（木本委員）	
議題	（1）会長、副会長の選出 （2）シティ・プロモーション推進体制 （3）令和7年度シティ・プロモーションに関する主な取組実績 （4）令和8年度シティ・プロモーションに関する主な取組予定 （5）市制施行60周年記念ロゴマークデザイン最終選考	
会議資料	①次第 ②名簿 ③資料1 令和8年度第1回シティ・プロモーション委員会資料 ④資料2 60周年ロゴデザイン最終選考（11作品） ⑤朝霞市シティ・プロモーション委員会条例	
会議録の作成方針	☐ 電磁的記録から文書に書き起こした全文記録	
	☒ 電磁的記録から文書に書き起こした要点記録	
	☐ 要点記録	
	☐ 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	☒ 会議録の確認後消去 ☐ 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

- ・ 会議公開及び傍聴希望者の確認
- ・ 委嘱書交付
- ・ あいさつ（多度津シティ・プロモーション課長）
- ・ 出席委員の自己紹介及び事務局の自己紹介
- ・ 出席委員数報告
- ・ 配付資料の確認

◎議事（１）会長、副会長の選出

並木委員より、亀岡委員を会長に推薦。異議なし

亀岡委員を会長に選出。（以下亀岡会長とする）

亀岡会長より、吉田委員を副会長に推薦。異議なし

吉田委員を副会長に選出。（以下吉田副会長とする）

◎議事（２）シティ・プロモーション推進体制

○事務局

まず、朝霞市のシティ・プロモーションの歩みについて簡単にご説明いたします。

朝霞市は、自然環境と交通利便性のちょうど良いバランスから、緩やかではありますが人口増加を続けている自治体です。しかしながら日本全体の人口減少の中で、長期的にはいずれ減少に転じ、少子高齢化が進むと予想されています。

そのような中でも、選ばれるまちになるため、地域独自の魅力や価値を追及した「朝霞らしさ」を発揮するものとして、平成２６年から朝霞ならではの魅力ある地域資源を「シティ・セールス朝霞ブランド」として認定し、市内外へ発信してきました。

また、平成２９年３月には市制施行５０周年を迎え、市の魅力をより広く市内外へ伝えていくため、ブランドタグライン「むさしのフロントあさか」や市キャラクター「ぽぽたん」を生み出し、PR動画「OKAERI」等を活用しながらシティ・プロモーションを展開してまいりました。

令和３年には、東京２０２０オリンピック・パラリンピック競技大会の射撃競技の会場市ともなり、市の魅力の発見・発掘、市の認知度の向上につながるよう取組を進めてきました。その後、これまでの取組を踏まえながらも、今後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、創造し広く市内外へ発信していくため、令和４年３月に「シティ・プロモーション方針」を策定しました。この方針の中では、朝霞市のシティ・プロモーションの位置付けを「朝霞の日常のクオリティを高め、市内外に発信していく活動」としています。また、そうしたシティ・プロモーションを通じて達成したい政策目標を「暮らしつづけたいまちの実現：選ばれるまちづくりと愛着醸成による定住促進」としました。

この理想の未来にたどり着くための戦略として、「最高の日常を目指して」をテーマに、「朝霞ならではの価値ある日常を発見、創造、共有できる仕組みをつくり、まだ朝霞の魅力に気づいていない人に効果的に発信していく」ため、各種取組を推進しているところでございます。

２ページの図をご覧ください。先に述べた戦略を実現していくためのシティ・プロモーション推進体制は３つの会議体で構成されています。

まずは左上の黄色部分から、専門的な知見を持つ方で構成され、助言等を行う「シティ・プロモーション委員会」。右上の青い部分は、市民の有志によるメンバーで構成し、市民目線で魅力の発信を行う朝霞市民プロモーションミーティング。最後に下の緑色部分、市職員で構成され、市が行う様々な取組について共有しながら市のプロモーションを推進していくシティ・プロモーション庁内推進委員会がごぞいます。

この3者が連携・情報共有しながら朝霞市のプロモーションを展開し、私たちシティ・プロモーション課は、効果的に市内外やメディアへ発信していく役割を担っています。

次に、3ページをご覧ください。本委員会は、「選ばれるまちづくりと愛着醸成による定住促進」という朝霞の理想の未来の実現に向け、市のシティ・プロモーション全体を見渡し、実効的な助言を行っていただく、頭脳的な役割という位置付けでごぞいます。具体的な内容としては、まず、1の朝霞市民プロモーションミーティング及びシティ・プロモーション庁内推進委員会の取組、シティ・プロモーション課の事業について、専門的な知見や朝霞で過ごす日常から感じていることなどから助言や提言等を行っていただきます。

2つめとしては、シティ・セールス朝霞ブランドの選定に関するごぞです。こちらについては、現在7つの地域資源が認定されており、その認定期間は令和6年度から令和11年度までの6年間となっています。選定については、認定期限を迎えるタイミングの委員の皆様で議論していただいておりますので、今期（令和8～9年度）の任期の皆様におかれましては、現時点では特に諮るべき議題とはなっておりません。ついては、1にごぞいます2つの会議体及び当課の事業や取組に対し、ご助言やご提言等をいただくというのが皆様にお願ひ申し上げたい事項でごぞいます。

議事（2）シティ・プロモーション推進体制の説明については以上でごぞいます。

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等

◎亀岡会長

朝霞市の人口推移について現在は増加傾向にありますが、2040年頃には減少する可能性があり、それに伴う税収の減少が課題の一つとなると考えます。こうした課題に対して、生産年齢人口を増加させることは重要な方向性ですが、現状では、まだその実現には至っていません。また、シティ・プロモーションは、人口減少や税収減少といった課題を直接的に解決するものではないかもしれません。だからこそ、将来こうありたいと考えるあるべき姿と現在の状況との間にあるギャップを課題と捉え、そこから具体的なアイデアを生み出し、実際の行動につなげていくことが重要だと思います。

その成果を考える際には、人口や税収といったマクロ指標だけではなく、市民が地域に愛着を持つきっかけが生まれるなどミクロな視点が重要ではないかと考えます。また、シティ・プロモーション事業の効果は、定期的に実施しているシティ・プロモーションアンケートを有効に活用していただきたいと思います。

「最高の日常を目指して」をテーマに掲げた背景には、朝霞市は彩夏祭をはじめとする「ハレの日」の魅力が数多くある一方で、それだけではなく、普段の何気ない暮らしや日常、いわゆる「ケの日」の中にこそ、朝霞らしい魅力があると考えています。しかしながら、こうした魅力は、まだ十分に知られていないことが課題の一つでもあり、シティ・プロモーション委員会の活動を通じて、市外に向けて情報発信できるようなコンテンツに変えていくことが重要だと思います。

◎抜井委員

シティ・プロモーション事業を進めていくにあたり、若者向けなのかお年寄り向けなのか、市外向けなのか市内向けなのか等、ターゲットによって発信方法や発信する時間

帯などが変わってくると思われるので、そういった整理をしていくことも、この委員会の面白さだと感じたところでございます。

◎永瀬委員

「朝霞の推しビト」を紹介する企画があったと思いますが、私自身、市内の様々なイベント等に参加しており、市内で活躍される作家さんや個人事業主の方などつながりがございます。このような方々にもスポットを当てて、広く発信していく機会を提供できるのではないかと感じているところでございます。

◎亀岡会長

朝霞で活躍している人を具体的に取り上げ、その活動や思いを発信していくことができれば、シティ・プロモーションにおいて非常に意義のある取組だと思います。地域で活躍する人の存在や取組を知ってもらうことは、本人の励みとなり、活動が続ける原動力になると思います。このように、活躍する人に焦点を当てた発信を続けていくことで、最初は一人、二人であった活動が、自分も取り上げてほしいと手を挙げてくれるようになることも期待できます。

また、これからの朝霞の担い手である子どもたちの地域に対する愛着が高まっていけば、将来の進学や就職などをきっかけに一度朝霞を離れることがあったとしても、いつか朝霞に戻りたいという思いにつながることで期待できるのではないのでしょうか。その意味で、シティ・プロモーションは、魅力を発信するだけでなく、地域への愛着を醸成するという、長期的な視点を持つことも重要だと思います。

◎議事（３）令和７年度シティ・プロモーションに関する主な取組実績

○事務局

令和７年度シティ・プロモーションに関する主な取組実績について、全体としましてはスライドのとおりでございますが、その中でも主なものとして、「朝霞市民プロモーションミーティング」「シティ・プロモーション庁内推進委員会」「各種メディアの活用」について詳細をご報告いたします。

令和７年度の朝霞市民プロモーションミーティング活動では、「朝霞の日常の魅力」をテーマとした冊子「わたしのあさか時間vol. 2」を発行しました。本冊子は、メンバーの皆様が１年を通してInstagramに投稿いただいた「＃わたしのあさか時間」の内容をまとめたもので、市民ならではの目線の写真やコメントを掲載しています。手に取った方がもっと朝霞を楽しめる・好きになるようなヒントとして活用いただきたいと考えています。発行部数は１万部です。公共施設や不動産関連企業への配架、駅ラック（朝霞駅、朝霞台駅、北朝霞駅）やイベント時等、幅広く配布を行っております。

令和７年度のシティ・プロモーション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、「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。「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。各動画については、現在、市役所１階ロビーでの放映を行っております。

令和７年度のシティ・プロモーション課の取組について報告します。

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。Instagramの投稿数について、令和６年度と令和７年度を比較すると、約５倍の投稿数となっています。

I n s t a g r a mでは、市民が市民を“推している人”として紹介する、“推しピット”企画を行いました。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けることとなるなど、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ったものと思います。

このほか、映画「平場の月」について、朝霞市初の共同プロモーション映画として、市民の皆様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」では中央公民館に市の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、I n s t a g r a m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ました。

以上でございます。

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等

○抜井委員

シティ・プロモーション事業を通じて、反響や効果など何か実感したことはありますか。

○事務局

反響としましてI n s t a g r a mに関して言えば、投稿数が増加したことにより、閲覧する方のリアクションがよく分かるようになってきました。また、映画「平場の月」のような全国展開されるメディアを活用できたことで、朝霞に訪れる方が非常に多くなり、それに関連したお問合せも多く寄せられ、関係人口が増加したと感じているところでございます。

○吉田副会長

ロケーションサービスの活用について、パブリシティをどのように利用していくかが重要であり、取材などが増えてくるようになれば良いと思います。過去の例で、シティ・プロモーション課が数万円程度の予算で編集ソフトを購入し、ロケ地紹介の動画を作成、公開していますが、最終的なプロモーション効果はとても大きなものになっていると思います。今後も知恵を絞り、様々なノウハウを取得していきながら少ない予算の中で、自分たちでも推進できる体制を整えていってほしいです。

○亀岡会長

シティ・プロモーション事業にかけられる予算には限りがあります。その中で重要なのは、限られた予算で何ができるのか、どのような手立てが考えられるのかを委員会で議論し、まずは実践してみることが必要です。その結果を検証し、次の取組に生かしていくことが重要だと思います。

例えば、冊子「わたしのあさか時間」の配布先として不動産企業が挙げられていましたが、シティ・プロモーションの視点から見ても効果的な取組だと思います。不動産企業へは、朝霞市への居住を検討している人たちが訪れるため、冊子を通じて、朝霞で暮らす人たちが普段どのように日常を楽しんでいるのかを知ってもらうことができます。それが朝霞に暮らしてみたいという気持ちにつながり、居住地として朝霞を選択する可能性を高めることも期待できます。

予算に限りがあるからこそ、地域の資源や人、場所など、様々な情報を組合せることで、新しい価値を生み出すアイデアを蓄積していくことが大切だと思います。

また、他自治体の取組を参考にすることも必要です。例えば、千葉県流山市では、まちで活躍している人を応援し、行政がその活躍の場づくりを支援する取組が行われています。こうした他自治体の事例も参考にし、地域性に合わせて取り入れていくことも有

効だと思えます。

○深堀委員

企業との連携について、朝霞市ではどのような取組をされていますか。

○事務局

令和7年度の企業との連携に関して、775ライブリーFMという地域コミュニティラジオでの発信や、カインズとの連携を行いました。その他、JR東日本と「駅からハイキング」を開催し、こちらは北朝霞駅を出発地点とし、市内の様々なポイントを巡って北朝霞駅をゴールにするという企画でございます。このように、様々な企業様のお力をお借りしてシティ・プロモーション事業を推進していきました。

また、映画「平場の月」のプロモーション効果に乗じてなのか、各情報誌への掲載に関するお問合せがとても増えていた印象です。不動産関連の情報誌への掲載もあり、多く方に朝霞市を知っていただけた機会を提供できたと思えます。

Instagramでの「押しピト企画」を行ったことにより、様々な事業所等ともつながることもできました。そこからふるさと納税返礼品の出品へと広げることができたりと、少しずつ前に進めていると感じております。

地元の企業様がイベントを実施される際に展示の共同実施を行うなど、ありとあらゆる機会を捉え、多くの方の目に留まるよう努めています。このように、発信の数と場所をこれからも広げていきたいと考えています。

○亀岡会長

企業連携はとても重要な視点であり、行政が現在抱えている様々な課題を解決するためには、企業が培ってきた専門的な知識やノウハウを活用していくことも必要だと思います。また、企業側も従来の事業だけでは持続的な成長が容易ではない中、社会課題の解決を新たな事業や価値の創出につなげていく視点が重要となっています。だからこそ、行政と企業が強みを持ち寄り、双方にメリットのある連携を構築することが重要になると思えます。

こうした連携を推進していけば、結果として企業版ふるさと納税など、企業からの継続的な支援につながるなど、財政面において新たな可能性が生まれるかもしれません。ただし、企業からの支援を短期的に期待するのではなく、まずは行政と企業が共に取り組むことができるテーマを見つけ、継続的な公民連携を推進いただきたいと思います。

○並木委員

Instagramのフォロワー数が増加していますが、この要因は映画「平場の月」の効果なのでしょうか。

○事務局

映画の効果ももちろんありますが、昨年度は投稿数を増やし、目に留まる機会の提供を意識して取り組んでいきました。投稿数に関しては前年度の1.5倍となり、ありとあらゆる分野を取り上げ、「常にここに情報がある」という認識を持っていただけるよう、努めていきました。

SNSのメリットは私たちが投稿した内容に、共感していただけた方や関わった方が拡散し、より多くの方に知っていただけることだと考えております。

○亀岡会長

SNSでの発信については、今後も積極的に取り組んでいくことが重要だと思います。これまで様々な情報発信を行ってきたことで、投稿に対する反応や傾向を掴めていると思えます。それらを分析し、全体的なバランスも整えることで、更に共感を得られる投稿につなげていくことを期待します。SNSでの継続的な発信はマンパワーを要する大変な取組だと思いますが、着実に良い効果が得られていると感じます。

○事務局

I n s t a g r a mでの発信に関しまして、昨年度1年間、労力を費やして様々な魅力を発信していき、ある程度定型化することができました。しかしながら、限られた職員体制の中で全ての情報を発信することは難しいため、令和8年度庁内推進委員会の人数を大幅に増員し、庁内推進委員がプロモーションの視点を持って、各課の取組を発信していくという仕組みを構築したところです。

○吉田副会長

「朝霞が好き」を「朝霞って良いらしいね」に変えていくことが大事。

庁内推進委員会のように、ある程度庁内体制は整ってきており、今一度「最高の日常を目指して」という言葉をどのように表現していくかを考えていただきたいと思います。「わたしのあさか時間」はまさにその表現の一つだと感じております。

表現を考える際、ターゲットをしっかりと絞った方が良いと思います。ターゲットを絞り、その人たちに届く表現に変えてメディアに発信していき、「最高の日常」とはどういうことなのか伝えていければ良いと思います。

○永瀬委員

ターゲットの設定は、事業を進めていくうえで大変重要であると認識しています。

例えば、紙媒体を例にすると、それが実際に全ての市民に届いているかという疑問があり、正直、若い世代には刺さらないかなという認識です。若い世代をターゲットにするならばSNSに注力し、例えば印刷部数を削減し、その分の予算で動画を制作したり、地域のインフルエンサーに依頼をしてみるなど、様々な方法を用いて発信していく動きもあって良いのではと思います。

また、I n s t a g r a mでは写真のみの投稿が多いように感じているところでございます。写真だけでなく動画も織り交ぜることで、視覚だけでなく聴覚にも響かせることができ、より効果的なプロモーションにつながる可能性もあると思いますので、様々な方法を試していただければと思います。

○抜井委員

対個人に対するプロモーションを前提として進んでいることと思いますが、対法人へのプロモーションについてはどのようにお考えでしょうか。行政の課題の一つとして、税収が挙げられているならば、法人に目を向けたプロモーションを行っても良いのではと感じたところでございます。

○亀岡会長

企業誘致や企業連携を推進していくことは、将来的な税収の確保につながる重要な取組だと考えます。企業連携について、シティ・プロモーション課としての方針をお聞かせいただきたいと思います。

○事務局

現状、シティ・プロモーション課としては定住促進や愛着醸成を目指しているところであり、対個人に向けたプロモーションがメインとなっているところでございます。企業に対する取組としては、市全体として様々な部署がありますので、各庁内連携を図りながら検討してまいりたいと思います。

○吉田副会長

行政のプロモーションの難しいところは、市外への届け方であり、定住を促進する場合もメインとなるターゲットはその市外に住む人たちであり、だからこそ、パブリシティ等を活用して域外に出られるよう、取り組んでいくべきだと思います。

また、動画を作成するのであれば、必ず「むさしのフロントあさか」のロゴを入れるなどといったレギュレーションを定めることで、市外への発信力を高めることができるのではないのでしょうか。

○亀岡会長

これまで朝霞市は、市民に向けた内向きのプロモーションを推進してきたことで、一定の成果が出てきたと感じています。今後は市外に向けた外向きのプロモーションもより一層力を入れていくために様々な知恵を絞っていただきたいと思います。

○永瀬委員

例えば、北朝霞駅には様々な人が降り立ちますが、その場所から何ができるか、どこに行けるか分からず、結局市外に行ってしまうケースがあると思います。アウトタープロモーションとして、そのような人たちに向けて発信し、「北朝霞駅ではこんなことができる」等といったことを示すことができれば、より効果的なプロモーションにつながるのではと思います。

◎議事（４）令和８年度シティ・プロモーションに関する主な取組予定

○事務局

令和８年度シティ・プロモーションに関する主な取組予定としましては、スライドのとおりでございますが、その中でも「朝霞市民プロモーションミーティング」「シティ・プロモーション庁内推進委員会」「市キャラクター「ぽぼたん」によるプロモーション」「市制施行６０周年記念事業」について詳細をご報告いたします。

まず、朝霞市民プロモーションミーティングについてです。令和８年度から令和９年度の２年任期で、新たに１３人の有志の方々が、朝霞市民プロモーションミーティングメンバーとして活動をスタートさせたところでございます。具体的な活動は、前期の方々と同様に、朝霞で過ごすそれぞれの日常を「＃わたしのあさか時間」とつけて、メンバー個々人のInstagramやXなどのSNSで発信していただき、シティ・プロモーション課にてシェアするほか、メンバーの投稿写真を使ってまとめ投稿を行うなどを予定しています。そのほか、朝霞市の魅力をもっと広げ、市内外に伝えていくために、メンバーたちでやってみたいことについて今後、意見交換しながら議論を深めていただく予定です。

次に、シティ・プロモーション庁内推進委員会についてです。こちらから今年度から新たに任命した職員たちと活動をスタートさせたところでございます。活動のテーマとしては、各課の実施事業や取組等の魅力が伝わるSNS発信としまして、事務的な発信・周知になりがちな市の事業や取組等について、その魅力が伝わるよう写真や動画をもってSNS投稿を行います。また、各事業は、周知と報告の投稿をセットにし、市民にイベント等の情報が事前に伝わる機会を増やすとともに、実施後であってもイベント等の魅力や参加者の様子が分かり、今後の期待値を高めていただくような効果も期待しています。昨年度、シティ・プロモーション課がSNS発信を強化した理由の一つに、投稿の定型化、仕組みづくりのためというものがありましたが、試行錯誤しながら投稿を重ねて得た仕組みやテンプレートを各課職員にも広げ、市職員全員がプロモーションの視点を持って情報発信ができることを目指しています。つきましては、この庁内推進委員会の設置要綱には委員数１０人以内という定数規定がございましたが、こちらの規定を廃止し、今期は主に事業担当課から選出した２３人で情報共有しながら発信の充実を図っているところでございます。

続きまして、市キャラクター「ぽぼたん」によるプロモーションについてです。こちらは、キャラクター着ぐるみの制作費やプロモーションに係る費用について、ふるさと納税制度を活用したクラウドファンディングを実施するというものです。現在、市キャラクターぽぼたんはイベントや事業等で登場し、市の認知度向上と愛着醸成のためのキャラクターとして活躍していますが、現在稼働する２台の着ぐるみはどちらも耐用年数を超えての活動となっている状況でして、キャラクターのイメージを守るためにも３代目ぽぼたんを制作します。プロジェクト名は、キャラクターイメージを守るため仮称で

すが「ふわふわりフレッシュプロジェクト」と称し、目標金額は122万7千円、プロジェクト期間は10月3日から12月31日までの90日間で予定しています。ふるさと納税制度を活用したクラウドファンディングですので、寄付者は返礼品が選びいただけますが、こちらは朝霞市民ではない市外の方のみが対象となっています。既存の全ての返礼品からお選びいただけるほか、今回のプロジェクト限定の返礼品として「ぽぼたん撮影会へのご招待」を新たに追加予定です。市民からも寄附は受けられますが、残念ながら制度上は返礼品をお選びいただけません。なお、その他として今回のプロジェクトの寄付金で完成した3代目ぽぼたんは、どなたでも参加できる「お披露目会」を別途実施予定でございます。

続きまして、朝霞市にゆかりある著名人からのメッセージについてです。市制施行60周年の節目をお祝いするため、朝霞市にゆかりある著名人からメッセージ等をいただき、市HPやSNS等で発信するものでございます。こちらは、過去、市制施行50周年や55周年の際にも同様の取組を行っていますが、朝霞市在住や過去在住、在学していたなどのゆかりある方々にアプローチし、可能な限りお祝いコメントをいただくよう準備しているところでございます。なお、現時点ですでにメッセージをいただいている方をご紹介しますと、「平場の月」原作者の朝倉かすみ先生や昨年開催されました東京2025デフリンピック日本代表4選手、朝霞市在住プロボクサーの金城隼平選手です。このほかの方々にはこれから打診してまいります。

続きまして、カウントダウンフォートの公募についてです。こちらは、朝霞市民や市にゆかりある方々からの、お祝いカウントダウン写真を募集するものです。市制施行日である3月15日の60日前（1月14日）から毎日1写真をInstagramで投稿するとともに市HPにも掲載します。投稿イメージとしては画像のとおりですが、個人、家族、グループ、事業所など様々な方からの応募を見込み、○日前にちなんだ写真や家族や企業の記念写真など、60周年の節目を多くの方からお祝いが寄せられている、一緒にお祝いしているような企画となればと思っています。

最後に、記念ロゴマークデザインの公募についてです。こちらは、市制施行60周年を記念しお祝いするロゴマークを作製するにあたり、そのデザインを広く募集したものでございます。4月から募集を開始し、市内外から158作品の応募がありました。ここから、まず事前選考といたしまして、シティ・プロモーション課で、作品基準にそぐわない9作品を除外いたしました。次に、1次選考として、シティ・プロモーション庁内推進委員会で、市職員らがロゴマークとして広く活用できそうなものとして51作品を選出、更に、2次選考として、朝霞市民プロモーションミーティングのメンバーたちで、朝霞らしさやおめでとうが伝わるようなものとして11作品を選出いただきました。そして、この後の議事にて委員の皆様には最終選考として最優秀作品1作品を選出いただき、その作品のデザインをもってデータ化、9月頃に発表予定となっています。作製した記念ロゴマークは、令和9年度末までの限定となりますが、市だけでなく、市民や関係団体、事業者等にも広く活用していただき、市全体で60周年をお祝いするよう展開していく予定です。

令和8年度シティ・プロモーションに関する主な取組予定の説明は以上でございます。

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等

○吉田副会長

カウントダウンフォートのテーマの中に、「最高の日常」を念頭に「パーソナルなくつろぎ」などの要素を絡めることができれば良いのではと思います。例えば、募集要項のテー

マの中に「日常のリラックスした時間を表現する写真」などを入れ込むことで仕上がりが全然違ってくと思います。併せて、朝霞にゆかりのある著名人へのインタビューについても同様に、「朝霞で一番くつろげる時間」をコメントしてもらえれば良いのではと思います。

○事務局

朝霞にゆかりのある著名人へのインタビューに関しまして、本人からのお祝いメッセージの中に「朝霞の好きなところ」などをコメントいただくことで、その著名人の方を通じて朝霞の魅力を同時に発信してもらえるような仕組みを考えているところです。

◎議事（５）市制施行６０周年記念ロゴマークデザイン最終選考

市制施行６０周年記念ロゴマークのデザインとして応募があった作品の中から、１次選考、２次選考を経た１１作品を最終選考作品とし、各委員が６０周年記念ロゴマークとして最も相応しいと思う１作品の番号と選出理由を発表。４票以上集まった作品を最優秀作品とする。該当の応募作品は「【資料２】６０周年ロゴデザイン最終選考（１１作品）」内「受付Ｎｏ．」にて表記します。

各委員の選出作品及び選出理由

○深堀委員

選出作品 Ｎｏ．３２

選出理由 市を表現する要素として、朝霞市のキャラクターや「むさしのフロントあさか」ロゴがあり、「６０」の文字の視認性が高く、「朝霞らしさ」と「６０周年」がシンプルに伝わり易いロゴだと感じました。どの媒体に掲載しても違和感なく使えるロゴになると思います。

○抜井委員

選出作品 Ｎｏ．１９

選出理由 視認性が高く、少し遠ざけて見たときに、「６０」の文字が一番強く目に留まった印象でした。「６０周年」と「朝霞」が全面的に表現されているロゴだと感じました。

○永瀬委員

選出作品 Ｎｏ．３２

選出理由 ぽぼたんもおり視認性が高く、オフィシャルのロゴとして相応しいと感じました。また、シンプルなデザインでグラデーションを使っていないことから、白黒での使用も問題なく、汎用性が高いロゴだと感じます。

○並木委員

選出作品 Ｎｏ．２０

選出理由 朝霞と言えば「にんじん」のイメージが浸透しており、「６０歳」を表現した赤いちゃんちゃんこのデザインも良く、一番目を引いたロゴでした。

○吉田副会長

選出作品 Ｎｏ．３２

選出理由 ぽぼたんのイラストを手がけるデザイナーさんが作りそうなロゴであり、非常に安定的で使い勝手の良い仕上がりになっているように感じました。

○亀岡会長

選出作品 No. 42

選出理由 「現在」だけでなく「未来」の視点から見ても良い要素が入っており、とても素敵なロゴだと思いました。

○木本委員（事務局代読）

選出作品 No. 32

選出理由 色彩テーマと既存ロゴとの親和性が高くデザインに統一性があり、背景が白地のため、ぼぼたんの縦組み横組みがし易いと感じました。

集計の結果「No. 32」が4票以上集まった。結果に対する主なコメントは以下のとおり

・どの作品も大変素晴らしく、No. 32をベースに、それぞれの作品の良いところを組合せて再デザインしても良いのではないかと。

○深堀委員

様々な要素を取り入れるとデザインバランスが崩れてしまい、応募してくださったデザイナーさんへの配慮が欠けてしまうと思うため、デザインの変更は控えた方が良いでしょう。

「No. 32」に決定。（各委員異議なし）

○事務局

以上をもちまして令和8年度第1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。