

令和元年度第1回
シティ・セールス朝霞ブランド検討委員会
議事録

令和元年10月29日

シティ・プロモーション課

別記様式（第4条関係）

会 議 録

会 議 の 名 称	第1回 シティ・セールス朝霞ブランド検討委員会	
開 催 日 時	令和元年10月29日（火） 午後3時00分から 午後5時05分まで	
開 催 場 所	市役所別館5階 501会議室	
出 席 者	別紙のとおり	
会 議 内 容	別紙のとおり	
会 議 資 料	別紙のとおり	
会 議 録 の 作 成 方 針	<input checked="" type="checkbox"/> 電磁的記録から文書に書き起こした全文記録	
	<input 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	
そ の 他 の 必 要 事 項	傍聴者 0人	

令和元年度第1回

シティ・セールス朝霞ブランド検討委員会

令和元年10月29日(火)

午後3時00分から

午後5時05分まで

市役所別館5階 501会議室

- 1 開 会
- 2 委 嘱 式
- 3 市長あいさつ
- 4 議 事
 - (1) 各委員の自己紹介
 - (2) 会長、副会長の選出
 - (3) シティ・プロモーションについて
 - (4) スケジュール、進め方について
 - (5) シティ・プロモーションの方針について
- 5 そ の 他
- 6 閉 会

出席委員(5人)

会 長	知識経験者	株式会社マッシュアップ	亀岡 勇人
副 会 長	知識経験者	ヒットマンコーポレーション株式会社	吉田 益美
委 員	商工会	ダマヤカンパニー株式会社	木本 志帆
委 員	農業協同組合	あさか野農業協同組合	内田 明
委 員	公募市民	株式会社コフレ	門野 美恵子

事務局(6人)

事 務 局	市長公室長	神田 直人
事 務 局	シティ・プロモーション課長	大高 みゆき
事 務 局	同課主幹兼課長補佐	奥田 将隆
事 務 局	同課シティ・プロモーション係長	高市 なつみ

事 務 局 同課同係主任
事 務 局 同課広報係長

齊 藤 純
比留間 和 慎

事務局補助（1人）

事 務 局 補 助 株式会社フラクタル

菅 野 秀 和

資料一覧

- 【資料1】 シティ・セールス朝霞ブランド検討委員会委員名簿
- 【資料2】 シティ・セールス朝霞ブランド検討委員会条例
- 【資料3】 傍聴要領（案）
- 【資料4】 朝霞市シティ・プロモーション推進スキーム
- 【資料5】 シティ・セールス朝霞ブランド検討委員会スケジュール
- 【資料6】 シティ・プロモーションの方針の骨子案
- 【資料7】 市の現状のまとめ
- 【資料8】 シティ・プロモーションに関する課題

審議内容（発言者、発言内容、審議経過、結論等）

◎1 開会

◎2 委嘱式

○事務局・大高課長

お待たせいたしました。

それでは、定刻となりましたので、シティ・セールス朝霞ブランド検討委員会の委嘱式及び第1回の会議を始めさせていただきます。

本日は、お忙しい中、そして、お足元の悪い中お集まりいただきましてありがとうございます。進行を務めさせていただきます、シティ・プロモーション課長の大高と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

初めに、委嘱書の交付を行わせていただきます。大変恐縮ですが、委嘱書の交付は、皆様を代表して一人の方に行わせていただきます。

これから、皆様全員のお名前をお呼びいたしますので、呼ばれましたら御起立いただきまして、その場でお待ちくださるようお願いいたします。

では、お呼びいたします。

亀岡勇人様、吉田益美様、木本志帆様、内田明様。

本日まで御出席いただいておりませんが、もう一人、門野美恵子様がいらっしゃいます。

以上、委員5人を代表いたしまして、木本志帆様に委嘱書を富岡市長から交付いたします。木本様、市長の前へお進みください。

○富岡市長

委嘱書、木本志帆様。シティ・セールス朝霞ブランド検討委員会委員に委嘱します。任期は、令和3年3月31日までとします。令和元年10月29日、朝霞市長、富岡勝則。

○事務局・大高課長

ありがとうございました。皆様、御着席ください。

◎3 市長あいさつ

○事務局・大高課長

続きまして、富岡市長からごあいさつを申し上げます。

○富岡市長

皆さん、こんにちは。

委員の皆様におかれましては、日頃から市政運営に多大な御理解、御協力を賜っておりますことに心から厚く御礼申し上げたいと思います。また、本日この委員会の委員をお願いいたしましたところ、快くお引き受けいただいたこと、併せてお礼を申し上げたいと思います。ありがとうございます。

さて、本市では、市制施行50周年を平成29年3月に迎えました。また、来年行われます東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の射撃会場が本市になったということを契機として捉えまして、本格的に、このシティ・プロモーション施策を開始させていただきました。これによりまして、ブランドタグラインでございます「むさしのフロントあさか」、そして、市のキャラクター「ぼぼたん」が誕生したわけでございます。今現在、多くの方々に親しんでいただいているところでございます。

また、講演会、あるいは職員向けの研修会等を実施をいたしまして、ブランドタグライン、あるいはキャラクターで表現をしております、「自然と利便性のバランス」、そして、「どこにもないまち」といった視点を基にした事業展開を図っているところでございます。

我が国における現在の人口減少、あるいは少子高齢化の急速な進展等の社会環境の変化は、本市にとっても無縁ではございません。持続的な地域の発展という点から、今後ともシティ・セールス朝霞ブランドを含めたシティ・プロモーション施策を更に推進していくことが必要であると感じております。こうしたことから、本委員会を開催したということでございます。市の現状は、現在までの本施策を勘案しつつ、皆様方の専門性、あるいは豊かな知見を生かしていただいて議論をしていただき、実りある提言を頂ければというふうに期待をしているところでございます。是非、よろしくお願ひしたいと思います。

結びに、皆様方の御健勝、そして、御活躍を心から祈念させていただきます、簡単ではございますがあいさつとさせていただきます。どうぞ、よろしくお願ひいたします。

○事務局・大高課長

市長は別の公務がございますので、ここで退席させていただきますので御了承ください。

○富岡市長

どうぞよろしくお願ひいたします。

○事務局・大高課長

これにて委嘱式を終了いたします。

続きまして、第1回の会議に入りたいと存じますが、議事に入る前に、お手元の資料の確認をお願いいたします。

資料1、シティ・セールス朝霞ブランド検討委員会委員名簿。資料2、シティ・セールス朝霞ブ

ランド検討委員会条例。資料3、傍聴要領（案）。資料4、朝霞市シティ・プロモーション推進スキーム。資料5、シティ・セールス朝霞ブランド検討委員会スケジュール。資料6、シティ・プロモーションの方針の骨子案。資料7、市の現状のまとめ。資料8、シティ・プロモーションに関する課題。

以上、資料8までですが、おそろいでしょうか。

ありがとうございます。

◎4 議事（1）各委員の自己紹介

○事務局・大高課長

それでは、議事に入りたいと思いますが、本委員会は、本日が第1回目でございますので、会長が選出されるまでの間、市長公室長の神田が議事の進行を行わせていただきたいと思います、いかがでしょうか。

（異議なし、の声）

ありがとうございます。

それでは、御承認いただきましたので、神田公室長、お願いいたします。

○事務局・神田市長公室長

市長公室長の神田でございます。

しばらくの間、進行役を務めてまいりますので、よろしくをお願いいたします。

それでは、議事の前段になりますけれども、皆さんに3点ほど、お願いとお諮りしたいことがありますので、事務局から3点説明いたします。

どうぞ、お願いします。

○事務局・高市係長

それでは、御説明申し上げます。

1点目の発言の際のお願いでございますが、本会議の会議録を作成するに当たりまして録音をさせていただきます。つきましては、発言をする際は挙手をしていただきまして、議長が委員のお名前を呼んでから発言をさせていただきますようお願いいたします。

2点目の写真の撮影につきまして、本委員会の様子を市のホームページ等に掲載してまいりますことに御賛同いただけない方がいらっしゃいましたら、会議終了後、事務局にお知らせいただきますようお願いいたします。

3点目の本委員会の公開につきましてですが、本市では、「市政の情報提供及び審議会等の公開に関する指針」に基づきまして、原則として、審議会等の会議を公開することとしております。そこ

で、事務局におきまして、お手元の資料3でございますが、「傍聴要領（案）」を事前に用意させていただきましたので、本委員会において要領を決定していただきたいと思っております。

説明は、以上でございます。

○事務局・神田市長公室長

1点目、2点目、進行に当たっての御配慮いただきたいというお願いでございます。3点目につきましては、傍聴に当たって決め事を押さえていただきたいということ、それから、基本的には会議は原則公開ということで進めてまいりたいと思っております。まず、前提となる傍聴要領についてお諮りしますので、何か過不足あるようございましたらいただきたいと思っております。

よろしいでしょうか。

それでは、この傍聴要領のとおり進めさせていただきたいと思っております。また、基本的に非公開としない限り、原則公開ということで、その都度、この進行役の確認を取りつつ進めることとなりますので、本日は原則公開ということで進めてまいりたいと思っております。

全体的な御異議ないということをお確認の上、本日の傍聴について確認したいと思っておりますが、いかがですか。

○事務局・斉藤主任

本日、傍聴人はおりません。

○事務局・神田市長公室長

それでは、本日、傍聴者はいらっしゃいませんけれども、傍聴の関係は、会議の途中でありまして傍聴者が見えたら、傍聴席の範囲内で、また可能な限り入室していただきたいと、こういったような進め方で今後の進行に当たりたいということをお願いしたいと思っております。

それではですね、議事に入るわけですが、本日1回目でございますので自己紹介を賜った上でですね、それから会長の選出ということに進めてまいりたいと思っておりますが、いきなり自己紹介と言ってもなんでございますので、私の方から改めてごあいさつさせていただきたいと思っております。

改めまして、市長公室長を務めております、神田でございます。なかなか市の進め方でございまして、このような皆さんの前で硬い進行になっていることをお詫び申し上げます。

まず、大事なことはですね、皆さんと十分な意見交換ができるように十分な配慮してまいりたいと考えております。何より、私もこの市役所に入りまして数十年おりますけれども、朝霞市を説明するに当たって、いつも最後は何もない朝霞市でございますがと云ってですね、会議の席上小さくなっていたつもりでございましたが、ここ数年来私どもも胸を張って、朝霞市は外に向けて負けないまちですと言えるようなシティ・プロモーションになればと願いながら、この事務を担当しているところでございます。

どうか皆さんの力を頂きたいと思っておりますので、よろしくお願い申し上げます。

では、続いて、順番にお願いします。

○亀岡委員

今回ですね、学識経験者という立場で参加させていただきました、亀岡勇人でございます。

所属が株式会社フラクタルという、組織が変わりまして株式会社マッシュアップという会社の代表を務めております。私は、25年ですね、プロモーション企業を運営してきまして、企業のプロモーション、あと自治体のシティ・プロモーション。そういった実績、経験があります。

一方で、事業構想大学院大学というビジネススクールで公民連携のシティ・プロモーション、いわゆる企業と自治体が新しいプロモーション、シティ・プロモーションを作り上げていくというところで実務家の教員として研究テーマにしてきましたので、そういった、事業家、実務家教員という二つの視点ですね、この朝霞市のシティ・プロモーションに貢献できるよう、いい影響を与えられるように頑張っていきますので、皆様よろしくお願いいたします。

○木本委員

商工会推薦ということで御指名いただきました、木本志帆と申します。

私は、朝霞市本町で、ダマヤカンパニー株式会社という、直径100メートルのまちづくりという企業をやっております。朝霞市では、昔ながらのおんぶひもの製造、販売と、リノベーション業、空き家再生事業をやらせていただいております。

1年間になりますが、どうぞよろしくお願いいたします。

○内田委員

あさか野農業協同組合で企画課から来ております、内田明と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

あさか野という農協の名前ですが、元々は朝霞市農協という、市役所のそこで自分も入職しまして、朝霞市、自分は生まれも育ちもずっと朝霞なので、何か朝霞市に貢献できるようなことがあればですね、協力して、自分の地元という立場から話せることもございますので、どうぞよろしくお願いいたします。

○吉田委員

吉田益美です。

2015年ぐらいから公室長も参加していただいて、ブランドの「むさしのフロントあさか」と、キャラクターの「ぼぼたん」、それから「OKAERI」というプロモーションビデオ。ブランドのツールは作ってきたつもりです。

これからのフェーズとしては、それを拡散してプロモーションにつなげていく。そのためには、

いろんな力が、人的な力もいるし、市民の皆さんの力もいるし、予算的な力もいるかもしれませんが、そこら辺につながるような会議をしていきたいと思います。

僕の中では、ブランドを作って、ブランドブックに反映されているんですが、「懐」という概念です。懐に関して実体のあるものにしていきたいなど。あとは、会議をできるだけ活発にするような、ひっかき回すのは得意なので、チューター的な役割をできればいいかなと思っています。よろしくをお願いします。

○事務局・神田市長公室長

ありがとうございます。では、門野委員はお見えになったらご挨拶いただくことにいたしましょう。

それでは、続いて事務局の方の職員ですね、それぞれ紹介いたします。

○事務局・大高課長

改めまして、こんにちは。シティ・プロモーション課長の大高と申します。

皆さんと、まず一番に楽しくやって、シティ・プロモーション、朝霞市の良さというのを市民の皆さんに伝えられるような会議にしたいと思いますので、どうぞよろしく願いいたします。

○事務局・奥田主幹

シティ・プロモーション課の主幹兼課長補佐をしております、奥田と申します。よろしく願いいたします。

皆さんの知見を十分、私たちも勉強しながらですね、良いものを一緒に作り上げていけたらいいなというふうに思っています。よろしくをお願いします。

○事務局・高市係長

シティ・プロモーション課シティ・プロモーション係の高市と申します。

皆さんと一緒にシティ・プロモーションを一緒に推進していけることを大変うれしく思います。どうぞよろしく願いいたします。

○事務局・斉藤主任

シティ・プロモーション課シティ・プロモーション係の斉藤と申します。よろしく願いいたします。

皆さんで朝霞市が有名になるように、よろしくをお願いします。

○事務局・比留間係長

シティ・プロモーション課広報係の比留間と申します。よろしく願いいたします。

私はまだ、異動してきて1年目なんですが、シティ・プロモーションというのが、まだ全て理解できてないということを、この場で言って申し訳ないんですけども、理解できてない部分がある

かもしれないんですが、皆様と一緒に良いものが作れば良いなと思っております。どうぞよろしく願いいたします。

○事務局補助・菅野

亀岡と同じ事務所で事務とシティ・プロモーション等担当しております、フラクタルの菅野と申します。

これまで培ってきた経験や知識等をこのシティ・セールス朝霞ブランド検討委員会及び事務局の方ですが、お役に立てるように努めていきたい思いますので、どうぞよろしく願いいたします。

◎4 議事（2）会長、副会長の選出

○事務局・神田市長公室長

では、議題を進めてですね、会長、副会長ということで、進めたいんですけれども、資料にもありますように、これは条例設置の審議会になります。したがって、その規定によりまして、「会長は、委員の互選」ということの規定になっておりますので、まずは皆さんの方から立候補がありましたら承ります。

立候補に限らず推薦ということでも頂戴したいのですが、いかがでしょうか。

○吉田委員

亀岡委員が、プロモーションのプロなので、お願いできるとうまくいくかなと感じます。

○事務局・神田市長公室長

ただいま、亀岡委員というお話がありますけれども、ほかになければよろしいでしょうか。

○亀岡委員

御推薦ありがとうございます。謹んでお受けいたします。

○事務局・神田市長公室長

よろしいですか。

それでは、御異議ないようですので、本委員会の会長というお立場をですね、亀岡委員にお願いしたと思います。どうぞよろしく願いいたします。

これからの進行をですね、会長にお願いしたいと思います。

○亀岡会長

では、改めまして、会長の方に御推薦いただきました亀岡でございます。改めて、皆様、この委員会の進行をうまく進めていきたいと思っておりますので、皆さんの御協力、引き続きよろしく願いいたします。

早速議題の方を進めたいと思っておりますが、続いて副会長の選出ですが、「シティ・セールス朝霞ブラ

ンド検討委員会条例」の規定により「副会長は、委員の互選によって定める。」となっておりますが、まずは、立候補される方は、いらっしゃいますでしょうか。

それでは、推薦の方はいかがでしょうか。

木本委員、お願いします。

○木本委員

朝霞市のシティ・プロモーションにたくさん関わった吉田委員を推薦したいと思います。

○亀岡会長

推薦がありましたが、いかがでしょうか。

○吉田委員

お引き受けいたします。

○亀岡会長

では、副会長の方を吉田委員にお願いしたいと思います。よろしくお願いします。

では、副会長の方からごあいさつ。

○吉田副会長

朝霞市の基本的ブランド・コンテンツはできた。これからプロモーションで広げていって、さっき齊藤主任がおっしゃっていたように、結局、朝霞を有名にするということに向かって人とお金とコミュニケーションと、知識を集約していくと。亀岡会長を支えて、なるべく立体的な議論を進めさせていただきたいと思います。よろしくお願ひいたします。

◎4 議事（3）シティ・プロモーションについて

○亀岡会長

それでは、早速ですが議事に入りたいと思います。

議事（3）「シティ・プロモーションについて」、事務局より説明をお願いいたします。

齊藤主任、お願いします。

○事務局・齊藤主任

それでは、議事（3）シティ・プロモーションについて説明させていただきます。

本市のシティ・プロモーションは、市制施行50周年、また2020年のオリンピック・パラリンピックを契機とし、本格的に開始し平成27年、2015年の2年後に迫る市制施行50周年を一つのステップアップといたしまして、将来にわたって朝霞市の魅力を持続的にアピールしていくための基礎的な戦略が必要と考えまして、広報戦略会議というものを立ち上げました。

その中で今まで朝霞市に足りなかったPR方法を模索いたしまして、その過程において、マーケ

ディングの手法であるブランディングを取り入れ、ブランド戦略に実績をお持ちの方、本日、委員である吉田副会長にアドバイスをいただきながら、若手職員を中心とした議論や市の関係団体との意見交換を踏まえながらブランドタグラインやプロモーション動画を作成してまいりました。

これが、当市における本格的なシティ・プロモーションの発端となります。

ブランドタグライン、御存知かと思えますけれども「むさしのフロントあさか」となっております。プロモーションビデオが「OKAERI」というものになっております。こちらYouTubeの方で見ることができますので、まだ御視聴になっておられない方は、お時間あるときに御覧いただければと思います。

また、同時にですね、市制施行50周年の節目を迎えることを市内外へ広くアピールするメッセンジャーとしての役割を持ち、また行政の持つ堅い印象を打ち破る手段となることを期待してゆるキャラを誕生させました。朝霞ブランドでもある朝霞市を流れる自然豊かな黒目川に咲くたんぽぽから生まれ、公募により「ぼぼたん」と名付けられました。ぼぼたんは誕生してから市内外のイベントへお出掛けしてありまして、ブランドタグライン「むさしのフロントあさか」とともに市の魅力をPRすることで、市の認知度の向上することに、大変貢献していただいています。

また、市民の皆様にはいろいろ御利用いただけるよう、むさしのフロントあさかのロゴマークやぼぼたんのイラストは、いずれも使用に関するガイドラインを制定したり、また、ぼぼたんの着ぐるみの貸出しも行い、認知度アップに努めてまいりました。

平成30年度になりまして、シティ・プロモーション課が創設され、この1年間、4つの事業を軸に展開してまいりました。

まず一点目が、「シティ・プロモーションの理解促進」ということで、昨年、市制施行50周年を振り返って、これからの朝霞を考える公開トークセッション、シンポジウムということで、「CREATIVE Cafe in ASAKA」、こちらのポスター、チラシですが、こういったものを作成し、シンポジウムを開催いたしました。

また、同日、ぼぼたんをモチーフとした創作品を募集して展示を行った「ART&CRAFT展」を開催したり、また、市や団体職員のシティ・プロモーションへの理解の促進としてクリエイティブ・ワークショップというものも3テーマに分けて6回ほど行いました。

2点目として、「SNS等を活用したプロモーション」ということで、ネット社会の動きもありますので、どんどん発信していった方がいいということで考えまして、朝霞市は、ぼぼたんがメインとなっているんですけれども、LINEによる情報発信を昨年から行ってあります。今現在のところ、お友だちが1,400人程度おり、日々増えていってる様相が見受けられます。

地方のチャンネル、J:COMの「長々と散歩」という番組では、市長自ら出演し、朝霞のPR

を行っています。また、朝霞市の魅力を紹介する冊子といたしまして、今日お配りしております、「ぷらりあさかささんぽ」、黄色い小冊子ですね、こちらを発行して数々のイベントで配布しPRを行っております。

また、「ウォークロゲイニング in むさしのフロントあさか」という参加者に、市内を巡りながら写真を撮ってもらい、それをSNSに上げて朝霞市を発信していただくというようなイベントを企画し、プロモーションを行っております。

3点目です。「市民がプロモーションを行うきっかけづくりの醸成」といたしまして、彩夏祭において「なりきりぼぼたん」と題し、それぞれがぼぼたんにみんなでなりきり、祭りなどで練り歩き、その様子を写真を撮って発信していただくイベントの他、ぼぼたんに愛着を持っていただくため「ART&CRAFT展」の開催、また、市内の事業者にキャラクターの関連グッズとして、メモ帳を作ってくださいなどグッズ作製の支援等にも力を入れております。

4点目として、「ぼぼたんの周知」、ぼぼたん自身の認知度を上げることによって、市の名前を知っていただく取り組みとして、ゆるキャラグランプリへの参加や、世界キャラクターさみっと、現在行われている、ラグビーワールドカップ関連として「ゆる玉フィフティ〜ン」というメンバーに加入し、熊谷大会会場等において朝霞市のPRなどをしております。

朝霞市のシティ・プロモーションについては、以上です。

○亀岡会長

ただ今説明のあった内容について、質問があれば皆さんにお伺いしたいのですけれども、その前に、これまでの取組について、吉田副会長が市の広報アドバイザーとしていろいろバックアップされてこられたと伺っておりますので、ただ今の事務局の説明に対して、補足等あればよろしいでしょうか。

○吉田副会長

ブランドを作っていくフェーズから考えると、内実としての、実際の空間としての懐があったり、コミュニティ空間としての懐があったりとか、あるいはどこか学ぶ空間としての懐があったり、自然の中に懐があったりという、フェーズに近付いているのかなというのが、市の内部的にはそういう課題があるのかなという感じがしています。

外部的には、「知られる朝霞」から「語られる朝霞」へ移っていかないと予算や人材や知識を投入したとしても、限りがあるリソースなので、とにかくみんなで「語られる朝霞」へ向かって知識を集約していくことが今は大切かなと思っています。

基本的ブランドツールに当たるもの、例えば「むさしのフロントあさか」も「ぼぼたん」も「OKAERI」も力があるものだと思います。自分が関与して作ったからということではないん

ですが、それにしても、まだ知られてなさすぎるかなという印象を持っていますので、これからどれだけ拡散していけるか。時間はありそうで僅か2年なので、拡散の入口まで、亀岡会長や委員の皆さんとともに仕掛けを作っていけたらなと思っています。

○亀岡会長

ありがとうございます。

それでは、改めまして、事務局の説明及び吉田副会長の説明内容について、何か質問はございますでしょうか。

では、ちょっと私の方から事務局の方に確認をしたいと思います。

シティ・プロモーションというのは、まちの営業活動の総称かなと思っていて、先ほどからいろいろプロモーションの仕掛けをやられていて、キャラクターも作って。それぞれ、営業となれば数値で定量化すべきかなと思うんですね。その数値管理と言いますか、ファンの増え方、グッズの売れ方、人の集まり方、そういったものは市として何か数値で捉えていることはございますか。

お願いします、高市係長。

○事務局・高市係長

高市です。

指標として、毎年イラストとしてのキャラクターやブランドタグラインのロゴマークが制作物などに使われた件数を捉えております。また、ぽぼたんの着ぐるみも貸し出しという形で数値を捉えております。

○亀岡会長

例えば数値的には、毎年伸びてきている傾向にあるということですかね。

○事務局・高市係長

件数としては、毎年、順調に右肩上がりとなっています。

○亀岡会長

なるほど。活動と成果が出ているというところで、それをより具体的に今後ね、広げていくことが大事になってくるのかなというところが、吉田副会長の意見と一致するところだと思います。

ほか、御質問。

木本委員、お願いします。

○木本委員

今、副会長のお話の中で、内部課題と外部課題があるのではないかと認識しましたが、まずは、私も今回初めての委員会に来ていまして、他にも初めての方もいらっしゃいますので、今まで朝霞市の方が抱えていた課題、内部課題について、いろいろ情報提供いただけ

ればと思うのですが。

例えばですね、先ほど幾つかいろんなイベントがあるというお話もいただきましたけれども、こういったイベントについて、年間でどのようなプロセスを踏んで企画が立案されていたのかであるとか、予算の組み方であるとか、今までの市の流れについて一度情報をいただきたいと思ったんですが、いかがでしょうか。

○亀岡会長

事務局、お願いできますか。

○事務局・高市係長

内部の課題としましては、内部というのは市庁舎内のことで、内部の職員に対してのシティ・プロモーション意識の向上が課題となります。外部課題は、庁舎外、市民であったり市外であったり、より多くの方に朝霞を知っていただくプロモーションが課題となります。

○木本委員

そうですね、いろいろやられていることは分かったんですけども。

○亀岡会長

市内と市外の方がいいかもしれませんね。

○事務局・高市係長

プロモーションに対する理解を促進することが課題になっていまして、庁舎内になってしまうんですけども、まず職員が理解をして、先に立ってプロモーションをしていくということが必要であるかと思うんですけども、なかなかその理解がうまく進まないという部分もありましたので、庁内の研修ですとか、一緒に連携をして事業を進めていくというようなことで現在まで進めてまいりました。広報アドバイザーでいらっしゃいます、吉田副会長にも研修の講師をお願いし、庁内に限らず外部の関連団体の職員も一緒に研修を参加していただきました。また、先ほどの説明にありましたけれども、市民の方を対象としたイベントや、これからの朝霞市のまちづくりをどのように進めていくかということも大事だと考えております。

朝霞市がプロモーションというものに力を入れているんだというのを分かっていたか一つの戦略が重要になってくるのかなと思います。というのは、市民の方というのは、なかなか朝霞って特色がないよねってやっぱり言われてしまう部分がありますので、そうではなくて、自分たちで、朝霞は良いまちなんだというところを改めて理解していただきたいという思いがあるんですけども、そこが問題意識として根深く根付いているわけですけども、キャラクターが出ていくだけではなくて、市民の方とどのように一緒になって盛り上げていくかということを考えながら展開していくことも重要と捉えております。

○亀岡会長

ありがとうございます。

補足。

○事務局・奥田主幹

ちょっと補足します。課題ということなんですけれども、内部に対する課題は、そもそもプロモーションという施策が、余り庁内に浸透してないというのが一つの原因ということの説明させていただきました。

市内に対してはですね、やはり端的なんですけれども、うちの市って個性ないよねって、恐らく市民の方の多くが思ってるんです。それが、課題。つまり、無個性じゃないけども、そうじゃないんだよというプロモーションがうちができていないというのがもしかしたら問題になっているのかな、というふうに今捉えているところです。

○亀岡会長

副会長、お願いします。

○吉田副会長

内部と外部と申し上げたのは、行政内のこと、自治体内のこと、シティ・プロモーションがメインなターゲットであるかもしれない外部という、よそのお住まいの方というのが、先ほど高市係長の方からトークセッション、セミナーとかっていうのが出たのは、職員の方の施策立案能力というのは、実は大事なんです。それを何とか触発するような、インナーブランディングというんですが、ブランドに関する理解。例えば非常にバランスの良いまちを作るというのは、具体的にはどういうことなのか。具体的にはどういう施策とつながってくるのか。緑を保全しながら利便性を維持していくというのは、具体的な施策というのは、やっぱり職員の力が大きいんですね。一つは、それをやっていくと。

ただし、そこはまだ端緒が付いたばかりというところです。2年目ぐらいですね、インナーブランディングを始めたのは。そこには、正直申し上げて、僕も職員の方と触れ合って、セクションが違えば非常に温度差はあります。ただし、800人近くいらっしゃるんで、彼らがシティブランディングに、あるいはシティ・プロモーションに対する理解を広げることというのは、将来的には大きな力になるかとは思っています。ただし、もう一つ、どっちかに力を入れて外部への発信力というのが、まだまだ弱いぜというような意識があって、外部というのが、この委員会の大きい課題になっているのではないのかなという理解です。

何を申し上げているかと言うと、掛け声だけじゃ駄目じゃないですか。「むさしのフロント」って言ったぜっていう。そうすると、どこかで一挙にとは言わないんですが、施策が付いていって、ま

ちの実態が空間も、そこへ行かないといけない。それを作るために、発信力と施策立案力というのが両輪で動いていくような形を僕はイメージしています。それは本当は、議会も含めて理解を高めていかないと、結局、実態的な予算の問題とか、現実そういう問題があるので、そこに向かってみんな筋力を付けていくというイメージを持っています。

○亀岡会長

ありがとうございます。

おっしゃるとおりで、まちの魅力をですね、どのように伝えることで好きになってもらって、共感してもらってファンになってもらうというところが、もう簡単に言うとシティ・プロモーションのベースかなとは思いますが。

どうしても、その担い手づくりとかファンづくり、一方でシビックプライドとかパブリックマインドという、まちづくりの参画意欲ですね、そういったものを高めていかなきゃいけないということをよく言うんですけども、実は、市の職員、議会もそうですけども、そういう人たちが同じ気持ちで作業に当たらないといけない。それ、スタッフプライドというんですけども、シビックプライドとスタッフプライドって同じように動いていかないと達成できないというふうに言われているんですね。

その部分で、まずは庁舎内に対してシティ・プロモーション課が投げ掛けをしてやる気になってもらっているというところの端緒をやっとつかんだという今、時期に来て、このシティ・プロモーション委員会が、更にそこに引力発信していける。つまり、まちの中から魅力があふれ出すような状況を作ることが仮にできたならば、市外の人たちに朝霞の魅力というのは届くんじゃないなかということだと思うんですね。そういった今、準備段階に来ていると。皆さんの今後の参画意欲、参画の成果によってですね、それが現実になっていくということなんだろうなというふうに、今、お話を聴いていて思いました。

ほか、御質問、御意見、大丈夫でしょうか。

では、続いて、こちらはもう異議なしということでよろしいですかね。説明をいただいてよろしいですかね。

◎4 議事(4) スケジュール、進め方について

○亀岡会長

では、次の議題に進めてまいりたいと思います。続いて、議事(4)「スケジュール、進め方について」、事務局から説明をお願いしたいと思います。お願いします。

○事務局・奥田主幹

シティ・プロモーション課の奥田です。ちょっと元気よくやってみようかなと思います。よろしくをお願いします。

私の方からは、2点ほど説明させていただきます。まず一つは、この委員会が、そもそも何なのかという、その概要の説明について。それから、2点目については、スケジュールについて。それから、この委員会は最終的には提言書という文書の形でまとめるんですけども、議論の結果を。そこに行くまでの体制について御説明させていただきます。

お配りしました資料2を御覧ください。

「シティ・セールス朝霞ブランド検討委員会条例」というのがあります。先ほど、公室長の神田からも説明ありましたが、この委員会は条例で設置されているものです。2条を御覧ください。ちょっと略して読みますけれども、「朝霞ブランドの選定及び事業展開の検討を行い、市長に提言する。」、これがここの委員会のミッションになっています。そのための所掌事務として、次の第3条です。「ブランドの選定に関すること。」「事業展開に関すること。」「その他」という三つになっていますね。つまり、この委員会自体は、シティ・セールス朝霞ブランドの事業になる。シティ・セールス朝霞ブランド、この間お配りした七つのこれです。これに新たに加えたり更新したり、それから、事業展開について考える委員会なんですけど、今回、立ち上げさせていただいたときに、吉田副会長の方からそういうことも含めた中でシティ・プロモーション施策を、全体的の方針や在り方といったものをもう一度検討した方がいいんじゃないかという御提案を頂いたこと。それから、また、我々としてもオリンピック・パラリンピック以降、今後も、シティ・プロモーション施策をどういう方向性に持っていくかというのを、課題として認識しておりましたので、今回は、朝霞ブランドの事業展開を含めてプロモーション施策の方針や在り方を検討するというのを、この委員会の主な趣旨にさせていただけたらなと思っています。そして、その議論を提言書という形でまとめていただきたいと思っています。

次にスケジュールです。資料4を御覧ください。横長になっています。一番上がシティ・セールス朝霞ブランド検討委員会です。この委員会は、令和2年10月まで全5回を予定しております。5回と決めているのではなくて、減ることはないかなと思うんですけども、議論が少し足りない場合は、増やすことも考えながらやっていきたいと思っています。

次の資料5を御覧ください。5回の全体の会議のデザインについてです。まずは、第1回が本日は。シティ・プロモーションの提示ということになっています。全体としては、シティ・プロモーションという手段を使って、このまちをどういうふうなまちにしていきたいか。どういうふうなまちにすべきなのかといったようなことを、まずは、仮説について御議論していただくような形になります。そして、その議論した結果を基に我々は庁内と、それから市民の方の集まり、現場に行

って、議論していただいたことにどういう修正が必要か。又は修正が必要ではないのか。といったようなことを検証させていただきます。その検証結果で、私たちが考えたことを次の2回目に提示していき、骨子を作り素案を作り、提言をまとめていきたいというような全体のデザインの流れを考えています。目標が方針を引き出していくような、そのような委員会の展開を考えています。

資料の4に戻っていただきます。先ほど、庁内と市民の方に私たち出て行くと言ったんですけど、そのことが、この資料4の下から2行目です。「新規設置」と書いてありますけども、「シティ・プロモーション庁内担当者連絡会」というものを設置します。この中で、必要な情報共有や又は市の別の施策から、別の観点からシティ・プロモーションということを検討していただいて、意見を頂けたらというふうに考えております。

そして次です。その下です。「市民プロモーションミーティング」というのがありますけども、ここが一番肝になってくるかなと私たちは思っています。ここで議論していただいたことを市民の方に持っていくと言いましたけども、これのことです。

今年度については、一番下の「市民プロモws①」、「市民プロモws②」と書いてありますけども、この「ws」はワークショップになります。ワークショップを2回開きます。11月と12月になります。ここで、市民の方の視点や御意見、まちに関することなどを、意見を拾いながら御議論していただいたことを検証していくという作業の場に使いたいというふうに考えております。

市民プロモーションミーティングは、来年の4月以降のところから「wsメンバー打合せ」、「c pミーティング」とかというふうに記載させていただいているんですけども、私たちとしては、このワークショップを通じて、この先にプロモーションを行う市民ミーティングみたいなものができたらいいなというふうに思ってここに書いています。

ただ、この委員会の議論の行方によっては、当然また別の形が必要なのかもしれませんし、ここはあくまでも案として令和2年度以降は書かせていただいているというようなことでございます。

私からの説明は、以上です。よろしくお願ひいたします。

○亀岡会長

はい、ありがとうございます。

今、説明いただいた内容に、ちょっとビジュアル化と言いますか、私の方が研究定義に合わせて図解を用意しておりますので、そちらを皆さんにお配りして、ちょっと補足をしていきたいと思いますが、資料大丈夫でしょうか。

ちょっと消します。手元の資料、大丈夫ですか、見えますか。

よろしいですか、皆さん資料の方はお手元に届きましたでしょうか。

今、事務局の奥田主幹の方から説明がありましたが、まずシティ・プロモーション、ブランドの日程もそうなんですけども、シティ・プロモーション全体を考えた場合に、ちょっと大きく捉えるべきかなというところで、朝霞の未来、10年先の未来、5年先の戦略的な朝霞市、どうなっているか。今、何をすべきかと。そういったところを、ちょっと長期のスパンで考えていく必要があるというふうに思っています。

この考え方というのは、私もいろいろな自治体とシティ・プロモーションに取り組んで来た中で、やっているメソッドの一つではあるんですけども、なかなかシティ・プロモーションが、うまくいかない理由というのが一つはっきりしてしまっていて。地域の理想の未来というのは、住民の話を傾聴してですね、総合計画をしっかりと理解して、政策も理解して。方向性は分かるんですけども、この真ん中の、プロモーション戦略というコミュニケーション戦略と言いますか、朝霞市がこういうふうになったらいいなという未来づくりのストーリーがないために、理想からいきなりメディアを選んでしまうんですね。

例えば、楽しいことをやったらSNSで発信すればいい。「いいね」も増えた。だけど、誰に何をどういうふうに伝わったかというのが全く分からない中で、点で終わってしまうということ。予算を掛けたイベントが点で終わってしまうというのは、非常にもったいないわけですよ。それを線でつなげていく必要がある。それは、すなわち真ん中のしっかりした戦略をこの委員会で作っていくことが、しっかりとした戦術につながって、しっかりとした、内外に朝霞のシティ・プロモーションというのが届くのではないかと。そういうふうに考えております。なので、非常に何らかの戦略というのが重要になってくるのかなというふうに考えます。

本日はですね、第1回目の会議でございますので、このピラミッド型の1番上、理想の未来ですね。朝霞の理想の未来をこの委員会の方で仮説の定義をしていきます。あくまで仮説なので、奥田主幹がおっしゃったように、今度市民の方とか、朝霞市の幅広いステークホルダーの方々からリアルな意見を頂いて、我々の仮説が正しいのか、若しくは間違っているのか、再構築しなきゃいけないポイントがあるのかとか、そういうリアルな会話をしていくことによって今回の理想の未来というのを描いていけないかなというふうに考えております。

まず、施策の目標の部分でございますが、まずは、やっぱり今、市の総合計画のポイントとして、「暮らしつづけたいまち」というテーマがございますよね。そのテーマというのが、言語できているかどうかですね。それが誰に届いているのか。どう市民に理解をしていただいているかというところをしっかりと考えなきゃいけないというところですね。

そのためには、地域社会の洞察ということで、朝霞市民が感じている、市民の皆さんが感じている可能性、若しくはニーズ、もっともっと潜在的なニーズみたいなものを、しっかり我々が洞察を

していかなきゃいけないというふうに感じています。

あと、暗黙知の共有、データもそうですけど、我々がいろんな立場で指揮をとって行く。そういったものを今後委員会の中で、強みも弱みも含めて、共有して、朝霞市の未来の共通善、社会の共通善みたいなものを作り上げて、理念を確立するということが非常に大事なことというところですね。

あと、確実に起こる未来というのをしっかり捉えておかなきゃいけないですね。理想的な事ばかり言っても、現実起こってしまうネガティブなこともあるかもしれませんし、非常にポジティブな可能性、光の部分もあるでしょう。そういったものをしっかり捉えていくことが大事なところですね。

最終的に、デザイン思考という言葉、ちょっと難しい言葉を使いますが、デザイン思考とは何かというと、デザイナーの思考ではなくて、問題解決のプロセスをデザインすること。皆さんで想像することです。その考え方でどのようなまちにしたいのかということ、言語化していく。それが理想の未来の仮説になるのかなというふうに思っています。

こんなスケジュールになっているんですけども、まず1番目、今日は地域の理想の未来を描いていきます。第2回目以降は、戦略を作って行きながら、最終的に戦術を。それがシティ・プロモーションの提言につながっていくと。そういったことで進めていきたいなと思っています。

この考え方なんですけども、まず理想の未来を描いて、ちょっと図が難しいかもしれませんが、バックキャストという考え方を取り入れていきたいなというふうに思っています。

地方創生って、地方創生を目的としたシティ・プロモーションだというふうに私は大きく理解をしていたんですけども、地方創生というのは、やっぱり地方というのは自治体だと思うんですね。創生というのは、辞書で調べると「新しく作り上げる」とかですね、「新機軸」とかですね、そういった言葉が出てくるんですけど、新しく作り上げるというのは、やっぱり自治体の中でですね、能動的にエモーションを生み出すような活動なんじゃないかなと僕は理解していて、その考え方でいうと、図の1番下、フォーキャスト。これは一般的な日本の企業、自治体全てがフォーキャストです。課題を解決しながら1個1個積み上げていく。それは、別に悪いわけじゃないですね。ものすごく素晴らしいビジネスモデルだったり、特許技術を持った企業というのは、イノベーションを生む必要ないんですよ。課題解決していけばビジネスモデルはどんどん膨らむと。利益を追求していける仕組みになっているので、フォーキャストは、MBAの考え方としては正しい考え方ではありますが、ただ、地方創生は、待ったなし。喫緊の課題を解決していかなきゃいけないと考えるのならば、やはりイノベーションを自治体の中で生み出していかなきゃいけない。その場合は、理想の未来を描いて、戦略を作って戦術をする。10年後の未来、5年後のこの市場。

それを作り上げるためには、今私たちは何をすべきかということを経営レベルで考えていかなきゃいけない。それが、シティ・プロモーションの基本的な考え方ではないかというふうに思います。

それで、まず理想を描いた後、今度バックキャストの考え方で、ステップを進めていくことによって市民の皆さんやいろいろなステークホルダーの方々と朝霞のシティ・プロモーションを語っていければいいかなというふうに思っています。

簡単に考えるとこういう感じですね。10年後の朝霞市は、未来というわけですね。5年後の朝霞市は、社会を見るわけですね。最後、私たちは今、何をするかということをはっきりと考えていくということが非常に重要になってくるわけです。

簡単ではありますが、解説補足とさせていただきます。事務局の皆さん及び私の今の御説明に対してですね、何か質問、御意見あればお伺いしますが、いかがでしょうか。

○事務局・奥田主幹

一つ、補足説明させていただいていいですか。すみません。

今日の会議なんですけども、今日の会議のそもそもの趣旨ですね。この後、次の資料6にある、4の1、2、3、4とあって、4の目標というところがある。ここについての御議論をしていただくことがメインテーマです。

以上です。

○亀岡会長

ありがとうございます。

4の目標が、理想の未来というか、どのような朝霞にしたい、そういう仮説になってきます。

門野委員が到着されました。お疲れ様です。

ちょっと唐突というか突然ですが、自己紹介の方をお願いしてよろしいでしょうか。

○門野委員

門野です。すみません、今日は遅刻しまして失礼いたしました。

私は、本業では広告、マーケティングをやっております。近くなんですけど、近くの会社で地元の会社でやっております。私自身も朝霞に住んでいまして、今4歳の子供がおりまして、どちらかというと今、今後朝霞の未来を考えていくときに、一番ボリュームゾーンになってくる子育て世代ではないかというふうに思っておりますので、そういった意味で朝霞に住むママとして意見が言えることがあればと思って参加させていただいております。よろしく申し上げます。

○亀岡会長

よろしく申し上げます。

市民としてと、あと広告、マーケティング。そちらのプロフェッショナルとしてと両面から、是

非この委員会に利益を与えていただければと思います。よろしくお願ひいたします。

改めまして、ただいまの説明に対して何か質問、御意見ありましたらお伺ひしたいと思いますが、いかがでしょうか。

吉田副会長、お願いします。

○吉田副会長

事務局側への質問ですけれども、ちょっと遡って、さっき四つの委員会というか会議体が。資料4のシティ・プロモーション推進スキーム（予定）で、上から今のこの会議も含めて四つの会議体があると思います。ここは、通しでシティ・プロモーション課が事務局を担当して情報をつないで行っていただくという理解でいいですか。

それは、とても大切な事かなと思ったんですけど。結構バラバラになって、最後つながらないということがないようにシティ・プロモーション課が体を張ってちゃんとつなぐという理解でいいですか。

○事務局・奥田主幹

はい。

○吉田副会長

よろしくお願ひします。

○亀岡会長

できれば、次の委員会前にそれぞれの会がどのような進捗を行っているかというのを報告して、いただいた上で進めた方がいいかと。

○事務局・奥田主幹

そうですね。

○吉田副会長

総合力が一つにならないと、というのがありますので。

○亀岡会長

そのほか、いかがでしょうか。

木本委員、お願いします。

○木本委員

すみません、私も朝霞市に住んでいながら、余り市の組織について理解が乏しいんですけども、具体的に庁内の推進会議の参加課ですか。名称を教えてくださいと有り難いんですが、お願ひできますでしょうか。

○亀岡会長

では、事務局の方から御説明をお願いします。

○事務局・高市係長

事務局の高市です。

資料4の、シティ・プロモーション庁内推進会議、上から2番目の推進会議ですけれども、そこからは、朝霞市シティ・プロモーション庁内推進会議というのが平成28年5月から立ち上がっておりまして、そちらの方がこの委員会から受けた提言等について検討する会議となっております。それが、委員長を市長といたしまして、副委員長を市長公室長、各委員については部長級の職員です。資料4のシティ・プロモーション庁内担当者連絡会につきましては、審議会の下部組織としまして、新しく関連部署の方と庁内推進会議から下りてきた事案の検討や情報交換する予定があるんですけれども、その庁内推進会議に幹事会というものがございまして、課長級が委員になっております。例えばですね、幹事会の方では、市長公室長、政策企画課長、シティ・プロモーション課長というような庁内の各部署の連携で会議体を形成しています。

○亀岡会長

ちなみに、この市民プロモーションミーティングのワークショップなどは、この委員会委員でも参加、傍聴という形になるかもしれませんが、参加可能なんでしょうか。

○事務局・高市係長

参加者として、通常の参加者ということで一緒に御参加いただくことももちろん可能です。

○亀岡会長

ありがとうございます。

○木本委員

それは、傍聴した方が、この委員会に対してフィードバックできることとかあったりするんですか。

○事務局・高市係長

もちろん、事務局の方でそういった実施の経過については、会議の中でも御報告を差し上げるんですけれども、委員の皆様が御参加いただくことで、直に市民の思いなどを肌で感じていただけるかと思しますので、是非、事務局としては御参加いただけたらうれしく思います。

○亀岡会長

木本委員、今ので全体像というか、全てが理解できるかどうかはあれですけれども。組織の在り方というのは理解できましたか、大丈夫ですか。

○木本委員

はい。難しいところもありますが。

○吉田副会長

5階建てではありますので。つながりがとっても大切ですよ。恐らくこの中の座組は、上から下まで全員でやろう、チームに参加してもらってやろうという座組でしょ。そういうことじゃないんですか。

○亀岡会長

先ほどのスタッフプライドとシビックプライドというのを同期的にというのが、この縦の流れだと思えるんですけども、市民の方々も当然含まれているし、庁内の方々にもシティ・プロモーションをしっかりと推進していくという形が、今後の流れになるんですけども。そういうふうに捉えていただくと、先ほどからの事務局の説明がこのスケジュールにうまく組み立てられているというふうに見えていただけるかと。

○吉田副会長

期待しましょう。上から下ですね。

○亀岡会長

ただ、ここの連携というかね、進捗確認というのは、非常に重要なポイントになっていくと思いますので、そこはしっかり委員会の方でチェックといいますかね、ちゃんと把握をしていくことが重要かなと思います。

○事務局・神田市長公室長

会長、いいですか。

今、全体の検討スキームの中での御質疑をいただいている中で、この4段の段を詰めていくという、こちらの説明が十分じゃないというか、誤解があるかもしれません。

この垂直方向のですね、全て階層がつながっているという、絵的には上から下のキャッチボールを矢印にしていますので、上から下へというもしくはその逆の関係なっていますけれども、体系図をもう一度平面に置き直すんですね、決して、上から下、下から上の関係ではないので、ある意味シティ・プロモーション庁内推進会議と担当者会議というのは、行政側もここに入りますので、それと、市民と皆さんの検討会、対立までいきませんが、それぞれ置かれている場所も違いますので、この辺の関係性はですね、ちょっと今、主幹が補足しますけれども、こちらちょっと理解しないと、対立じゃないんですよ、関係性としては、行政とこの市長から諮問を受けた皆さんの立場と、あと市民の関係ということになります。

○事務局・奥田主幹

検討委員会を中心にして、ここから出た議論、又は結論をきちんと庁内でも議論を行い、検討委員会に持ってきますよと。同じことを市民の方にもやりますということなんです。

ただ、この表だと、時間軸を分かっていたきたいためにこういう書き方にしちゃったんです。
なんですけど、我々の持っているイメージということです。

○亀岡会長

どちらかという、上から下という何か指示を出しているようなイメージを受け止めてしまう
かもしれませんけれども、というよりも、市民と行政、シティ・プロモーションという文脈で回し
ていくエンジンというか、そういう役割がこの委員会の役割かなというふうには思いますので、そ
の辺の理解をいただくといいかなと思います。

ほか、何か御意見、御質問いかがでしょうか。

大丈夫でしょうか。

◎4 議事（5）シティ・プロモーションの方針について

○亀岡会長

それでは、続いてですね、議事（5）「シティ・プロモーションの方針について」、事務局から説
明の方をお願いいたします。

○事務局・高市係長

事務局の高市です。

議事（5）「シティ・プロモーションの方針について」ということで、方針が本日の議論の中心に
なるのかなというように考えております。

資料6を御用意ください。こちらが、「シティ・プロモーションの方針の骨子案」ということでお
渡しをしていますけれども、事務局として方針の骨子について、このような組立てをしてはいかが
でしょうかということ策定した案でございます。

1に方針を策定する趣旨を書きまして、2に既存のデータをまとめた現状を、3に抽出しました
課題を、4にこの方針の目標を、5にプロモーションのターゲットとなる対象を、そして、その下
6に目標を実現するための戦略と、7に更に具体化した戦術とその成果を測るような指標を書きま
して、最後に推進体制を示すというような構成を示しております。

続いて、資料7なんですけども、こちらは資料6も一緒に御覧いただきたいんですけども、
資料6の1と2をまとめた資料が7になっています。

資料7の趣旨、現状ですけども、2の現状については、1ページから4ページまでは、「朝霞市
の人口動態」として、自然増、社会増を維持して人口は増加しているけれども、その増加幅が年々
減少していること、なおかつ少子高齢化が進んでいることを記しております。

続いて、5ページから10ページまでですけども、こちらは、「転入・転出に関する意識」とし

まして、転入については、単身世帯、夫婦2人世帯が就職や転勤を機に、居住先として朝霞市や和光市など近隣の候補地から、朝霞市の交通利便性、住宅価格や住環境の点を決め手になって朝霞市を選択していることが伺えるものとなっています。

転出については、同じく単身世帯や夫婦2人世帯、それに加えて子供を含めた三世帯についても就職、転勤を機に通勤、通学時間の短縮のために転出してしまっていることが伺えるような資料となっています。ですが、将来機会があれば朝霞に戻りたいと考える世帯が7割に上っていることが一つの特徴として伺えるものとなっています。

続いて11ページから14ページまでですけれども、「定住に関する意識」として、転入・転出時の調査と同様にですね、就職や結婚を機に交通利便性や住環境を理由として本市に居住していることが伺えるのですが、将来の住み替えについて聴いておきまして、住み替えの希望はない、市内で住み替えたい、そういう方が併せて7割を超えていて、住み替えを希望していたとしても、愛着との関係で見ますと、愛着があるほど市外ではなく市内での住み替えを希望していることが伺えるものとなっています。

また、地域とのつながりについての、皆さん、何かしらのつながりを持っているんですけども、8割以上の方がまちづくりに取り組みたいと考えていることが伺える内容となっています。

続いて15ページからは、「愛着、誇りに関する意識」としまして、愛着を感じている割合は8割を超えていますが、誇りを感じている割合は約5割程度になっておりまして、その理由としては、住環境や交通利便性、自然環境に次いで彩夏祭の鳴子や花火が誇りを感じられるということで挙げられています。

以上が、既存のアンケート等のまとめですが、この現状を踏まえて抽出した課題を3の課題として記載しております。それを具体的に記したものが資料8。

資料8の内容としましては、人口の構成比をバランスよく保ち続けることが課題である、また愛着を醸成することで市内に定住していただける可能性が高いということ、愛着の醸成には地域とのつながりですとか、市民まつりの彩夏祭などを通じた地域の一体感が必要不可欠であることなどを挙げております。

本日、本委員会で検討いただきたいこととしましては、資料6に戻りますと、「2 現状」、「3 課題」を踏まえた「4 目標」と「5 対象」について、皆さんにお伺いしたいと考えております。

「4 目標」については、今空欄となっていますが、例えば市民の皆さんへのアンケートですとか、職員が対話をしてきた中で感じた経験などで、例としてお示しするとするならば、例えば市外からの転入者を増やして、既に朝霞に暮らす人の定住を促すというようなための「暮らしが快適で

あると同時に、愛着を育み、誇りが持てるようなまち」ですとか、あとは、都心部への交通利便性の良さを生かしながら、武蔵野の自然環境の保全に努めるような「心地よく暮らせるまち」と、また、日々の暮らしの中での楽しみやつながりを大切にする「雰囲気の良いまち」というようなものが、一例として挙げられるのかなと思います。

「5 対象」については、例えば「子育てしている女性」というのがターゲットになるのか、それとも対象としてピンポイントで設定するのではなく、それぞれが対象となることで設定するのか、そういったことももちろん考えております。また、課題についても、資料でお示しておりますけれども、委員の皆様が捉えた課題というものがございましたら、その点を追加していただければと思います。

本日、御検討いただく目標等については、あくまで仮ということで設定をさせていただいて、先ほど奥田の方からもありましたが、今後市民のワークショップ等において御意見を頂きながら、仮で立てた仮説を検証していきたいと考えております。

事務局からは、以上です。

○亀岡会長

ありがとうございます。

事前にお配りいただいていたデータ、そこに今御説明のあったお話も含めてですね、課題もありながらも機会もあるんですね。プロモーションって課題を解決しながらもですね、その朝霞の機会をちゃんと見付けて、それを磨いて育てていって、「機会慎重論」というのがプロモーションとしての成果の上がりやすい方向性ではありますので、そういったところを見付けていく、この先は議論になって、それが目標。

対象は、ペルソナを決めた方がプロモーションは分かりやすいので、絶対に決めないといけないというわけじゃないですけども、何でしょうね、人口のバランスというのを考えた場合は、少子高齢化が進んでいるんだと分かる新しいファンを取り込まないといけないので、やっぱり対象別になってくるのかなということも感じますので、そういったところの狙いを踏まえてですね、議論を進めていければいいかなと思いますが。

まず、私の方でちょっと気になったところで、人口減少に関しては、今、朝霞は緩やかに伸びている段階ですね。私、秋田県の方のシティ・プロモーションの支援もしているんですけども、羨ましい限りという意見が聴こえてきそうですけれども。彼らは、出生率があと数十年でゼロになって消滅の危機にあるので非常に羨ましいと。ただし、中長期的に見れば少子高齢化は進んでいるし、やはりバランス良く新しい世代、ジェネレーションを迎え入れないといけないという、朝霞の課題なのかなというところですけども。

新しいファンを、市民を得てバランスを保つということであると、やはりマーケティング的というと「セグメント」、いわゆる市内なのか市外なのか先ほど議論がありましたけれども、自然増なのか社会増なのか。どちらを狙っていくのかというところ。大きなセグメントですね。あと、ターゲットは、やはり誰なのか。若年層なのか、どの辺の人、子育て世代なのかと。そういったターゲットは示した方が分かりやすいということですね。

あとポジションに関しては、交通の利便性出ましたよね。あと、自然環境、暮らしやすさとか、そういったイメージっぽいのが出ていますけれども。そういった付加価値というものが…に取れるかですね。いわゆる、利便性、自然環境、よく考えたら周辺の市も同じような環境かもしれません。朝霞らしさというポジショニングが取れないと、マーケティング的には成立はしないと。いわゆるプロモーション移行できないんです。マーケティングがあって、プロモーションミックスという流れなので、もうそこの話、ちょっと難しい話に今なっているかもしれませんが、結構重要な部分の話でありますので、そういったところが理解されていくと、理想の未来というのは描きやすいんじゃないかなというふうに思います。

そこで、転入、転出に関してデータを見る限り、総合計では余り変わってないんですね。ただ、分析していくと、転出の中で、子供が就学する前の人たちが転出傾向にあるというところがデータとして捉えられていますけど、逆に僕が事務局の方に聴きたいんですけども、このインサイトというのは、定数データで何かアンケートを取ったとか、細かく分析されていますか。なければいいと思うんですけども。

○事務局・高市係長

ありません。

○亀岡会長

ないですか。

この部分というのは、少数かもしれないんですけども、インサイトがあった方が解決策に対して直接的な議論が多分できると思うんですね。そこが、利便性が良くて転入してきているのに、利便性が悪くて転出するという、一見データで見ると矛盾しているようなこのデータがあるじゃないですか。で、転出先が仮に東京都内だったら意味は分かるんですけども、例えば周辺の市に引っ越し代を出してまで移転しているというのは、どこにポイントがあるのかなと、その辺がやはり分析されていないと、ちょっとこの議論が進みにくいかなというふうには、頂いたデータを分析してみて思いました。その辺りを。

○事務局・神田市長公室長

今、会長がおっしゃっていただいたところでは、まち・ひと・しごと創生戦略を作る段階で、幾

つかそうなんですけれども、転出入の基礎的なデータというのが解析されたものがなかったんですね、当時。それで、ここにあるような、サンプル数が少なかったんですけれども、窓口で聴き取りアンケートをした形で分析をかけました。そこで、転出先がどこなのかというのが分かったり、そういったものがまち・ひと・しごと創生戦略資料に幾つか含まれておりますので、それは、別途提供したいと思ったのですが、今、最後おっしゃっていただいた転出先はどこなのか、都内なのか、近所なのか、さらにその先なのかということは、ときに朝霞市の転出するのは、都内から所帯を持って引っ越してきて、さらに川越の以北に行くんだなというのを、私たち読み取ったところなんです。そういったことも含めて、今後データを拾っていく課題がございます。その後、それを分析するよう資料をですね、取る機会がないのですが、そういったことが課題でございます。

○亀岡会長

そうすると、市民ミーティングなどで、そういったデータを拾っていけるかもしれませんので、そこはちょっとポイントなのかなと思ったんですね。先ほど高市係長がおっしゃった、愛着があっていつか戻って来る可能性、そういう生産的な可能性があるということをおっしゃいましたけれども、じゃあ、戻るための課題解決は何なのかと。それが、交通の利便性であるならばもう戻らないですよ。そこが、これから我々シティ・プロモーションの、磨きながらですね、目的と手段、明確にしていく中で非常にポイントになってくるというところで質問をさせていただいたということでございます。

副会長、お願いします。

○吉田副会長

今のデータのところで、データ読み全体に関してなんですが、例えば仮説としてある程度の年齢になったらより広い所を求めてあっちへ行くと。子供が就学年齢になったら、より利便性と高学歴と、子供に高い学歴を与えたいので向こうへ行くと。みたいな仮説を立てておいて、それを市民参加のワークショップ等で定性的に質問項目とかに下ろしていただいて検証していくというのが、多分流れだと思うんです。

だから、データ読みの仕方がすごく大事で、ここにあるデータって、いわゆるデータを取りましたという段階です。そこから何を導き出して先々いろんな会議体につけていくかというのが大事かなとは思っています。その一個一個、小さいところだといろいろあるんです。シビックプライドも全然足りてないんじゃないのみたいなのか、誇りと愛着はどういう関係にあるのみたいなことって、本当に彩夏祭を誇りに思っているという状態で、その状態で本当にいいのか。まちを誇るっていうのは、その三日間でいいのか。まあ、準備期間とかもあるんですけれども、それが、本当にコミュニティを代表しているのかっていうことを多分検討していかなくちゃならなくて。さっき

亀岡会長がおっしゃったのは、変わらないことであるじゃないですか、利便性についても、もう一本電車が来る可能性はほとんどなかったりするんで、利便性で入って来た人が利便性で出て行くとしたら、利便性と自然のバランス以上のものを、今後、施策とかコミュニティとかで作っていかないと戻っては来ないよという意味かなと思います。

○事務局・神田市長公室長

要は、取ったデータの方を掘り下げるたびに反応を得ることが、今言った仮説に対する意見の結果が、それを継承され補われるということで、本来やるべき作業と認識しております。我々行政は、情報や数値的な傾向を取るだけが非常に作業として多くて、そこまで止まっているところが現状です。

もう一つは、今回、まち・ひと・しごとのところでもやりましたけれども、直接ヒアリングするというようなことがなかなかできていない。そういった意味で、今回の作業の中では、仮説に対する反応を、反響を得る。それによって、判断が合っているかどうか考察するという作業は、是非ともやってみたいので、会長がおっしゃったようなやるべき方向性というのは、御意見として非常に頂きたいと思います。

○亀岡会長

そうですね、あくまでも定量と定性を丁寧に分析しながら、本当のその住民の人、若しくは住民になる未来の人たちの心がどう動くかというところを狙っていきたいなというところがあるかと思っています。

木本委員、お願いします。

○木本委員

そうですね、定量と定性の話をして、次回ワークショップの仮説を立てて、それを検証する場がワークショップであるという理解をしたんですけども。そのために、まず今、私も初めてこのデータを見させていただいて、いろんなデータ分析をする際に、まずは大多数がどこなのか。大勢がどこなのかをわーっと拾って見てみるんですけども、朝霞市のグラフって、何しろ均等ではないことがすごく特徴で、非常にこれはメリットではないかというふうに感じました。大多数がいるということは、それぞれの場面、場面に対して、大多数の方の、ますますターゲットが見えやすい状態には今あると思うので、例えば見方として一つ転入の大多数はどうなのか。転出の大多数はどうなのか。更に一番すごいなと思ったのが、住み替えの意識に対しての大多数、ほぼ7割の方が住み替えたくない、そもそもいたいとおっしゃっていただいているんだというふうに、読めましたけれども、その辺り、このデータをどういう風に、今後一つ一つについて意見を拾っていくかが重要かなど。

○亀岡会長

今、愛着のところだと思うんですけども、愛着度というのは、非常にまちづくりにとって重要なことなんですけれども、一方で愛着が高まれば高まるほどずっといますから、高齢化が進んでいくんですね。というポイントも考えながらやらないと、というところがあります。そこも大事にしながら、新しい未来のターゲットというところで、特に今、木本委員がおっしゃったように、愛着って言葉で何となくイメージしますけれども、愛着を感じている物や事、その暮らし方って一体何だろうというのが言語化できていないんですよ。そこをしっかりと朝霞での暮らしやすさ、暮らしの心地よさってというのが言語化されてくると、利便性だったりとか自然、若しくは自分たちで創造する、作り上げていくような独自の彩夏祭のようなイベント。そういったものをもっと超えた暮らしっていうものがビジュアル化してくるので、そこが見えてきたときに他の地域と比べて、朝霞の独自性というのが出てきて、それが愛着、誇り、若しくは外部から見たときに、あそこに住んでみたいなって思えるような状況になってくるのかなというところだと思いますので、その今、見えていない、本当に言語化されていないものというのを追い掛けていくことが重要なんだなというふうに思います。

そのために、まず今ここでは分からないので、仮説を立てていって、ステークホルダーにぶつけていって、違うよ、こういうことを感じているよというのを全部吸い上げて、どんどんその形を明確にしていくというプロセスになるかと思います。今、ここで完璧なものを作ろうとしてしまうと言葉だけが先走ってしまうので、あくまでイメージでいいかもしれません。

○吉田副会長

どうでしょうか。データ読みからやると、バックキャストिंगとは違う方向、演繹的な方向になるんですよ。ただし、データ読みは大事じゃないですか。データの深読みというのは大事で、バックキャストिंगってむしろビックピクチャーを立ち上げて、朝霞の未来、こんなのいいんじゃないねという、乱暴に言う。そこに向かうためにはというのと、データから積み上げていくというのは、実はちょっと関連するベクトルを持っているんです。どっちも大事だと思うんですが、どういう方法で。

○亀岡会長

バックキャストिंगには変わりはないんですけども、いったん理解を進めた上で理想を掲げるというところできたいなと思っておりますので、データ読みを深めれば深めるほど、頭がこんがらがってくるというか、数字ばかりの世界になってしまうので、ポイントとしてチェックしないといけないところ、理解を深めないといけないところだけは話しながら、理想につなげていきたいなというふうに思っております。

あと、愛着の話が出ましたので、ちょっと愛着の話を見てみたいんですけども、やっぱり利便性とか自然というのはありますけれども、その誇り、愛着と誇りってまたちょっと違うと思うんですね。誇りを感じている部分というのは、やっぱり市民祭りである彩夏祭。これは、自分たちが作り上げた独自のものというふうに捉えていることで誇りを感じているのかというところは、どうですかね、実際にお住まいになっていらっしゃる市民の目線で、そこはどう感じていらっしゃいますか。

○内田委員

自分が感じている部分があるんですけども、愛着はあるんですけども、誇りを強く感じたことは余りないので、その部分、誇りを感じているという人が、どのようなことで回答したのかというのがもし分かれば。

○亀岡会長

そうですね。それが、独自性であれば彩夏祭のような独自性のあるイベントだったりとか、自分たちで主体的になって作り上げるのが増えてくると盛り上がってくるという文脈も読み取れるんですけども、実際にその誇りを感じている方、本当の心の中っていうのは一体どうなのかというのが分かれば、ちょっと進めやすいと思うんです。

○木本委員

今のお話でいくと、私もどちらかというと愛着は深く感じているんですけども、あまり誇りって言われたことを、問われたこともなければ余り感じたこともないという、ちょっと実感としてはあるんですけども、もう一つは、じゃあ、実際に住むまちに誇りを感じるからいるのかどうかというところも結構大事だなと思っていて、誇りを感じていなくても愛着が深ければずっと続ける気がしていて、果たして誇りというものを、例えば違うまちの人が、どれだけ誇りをまちに持っているかというところも、ちょっと大切なポイントなのかなっていうふうに。

○吉田副会長

僕も、そこは同意見です。近代的な都市住民は、例えば武蔵小杉に住みたいと思っていて、でも、みんなで景観優先して堤防づくりに反対した結果、水が浸水してきちゃう。シビックプライドというのは、やっぱりヨーロッパ的な概念なので、そこから入ってきたもので、もっと日常の人に伝えられない、本質的には良いことだと思っています。ただし、愛着っていうのは、毎日通った道だとか風景だとか町並みとかで、自然に体に入ってくるものだと思うので、それが積み重なってその充実度とかっていうものが最終的には深いところで誇りになればいいんじゃないかという、すごく控えめな感触を持っています。

マーケティング用語でシビックプライドって多用されているので、プライドというのが出てくる

のですが、それには相当時間がかかるし、本当にシビックプライドというものを求めているんだっ
たらもっと歴史を深堀りするとか。そういう作業が必要なのかなと。原動力にはなるんですけど
も。

今、誇りに関していうと、データで言うと33パーセント超が感じてないんです。それは、割と
内田委員もおっしゃったように、自然なことなんじゃないのかなと。まちで暮らしているのにブイ
ブイ言って、人と違うのよ私はっていうよりも、具体的には実を取っていくところを狙っ
て、僕は愛着度を増やすという仮説を立てたいなとは思っています。

○亀岡会長

ありがとうございます。

○吉田副会長

マーケティング的には駄目なんですけどね、シビックプライドと言わないと駄目なんですけれ
ど。まあ。

○亀岡会長

確かにシビックプライドという言葉を言っておけばいい感は、ややこの業界、実際、プロモーシ
ョンでは多用されがちなんですけれども、じゃあ、言葉を変えてみると、これもちょっと横文字で
恐縮なんですけれども、ライフタイムバリューってあるじゃないですか。顧客生涯価値という言い
方なんですけれども、例えば僕は一番搾りしか飲まないみたいなおじさんがいたりとかですね。ど
ここのブランドが大好きとかですね。それは、本当にビジュアル的にセンスで選んでいる場合も
あれば、企業価値にほれ込んでその商品を選んでいる場合もあるし、そういった人って浮気をしな
いんですよね。ずっとそのビールを飲み続けるし、そのブランドの洋服を買ったりとか、友達にプ
レゼントするのもそのブランドのものをあげたいというふうに。それは、吉田副会長のブランドの
話に近いかもしれませんが、そういったファンを作っていく。いわゆる居酒屋でいうと常連
さんみたいな人ですね。常連って何も言わないでも毎日、毎日じゃないな、よく来てくれるし、友
達にあの店いいよとか、あの商品いいよって紹介してくれる。どんどん推奨が広がって行ってファ
ンが広がっていくというような状態というのが、このまちづくり、シティ・プロモーションにも実
は大事で、シビックプライドとかスタッフプライドという言葉を使うよりも愛着ということを朝霞
は狙っていくのであれば、その生涯価値。どこで朝霞を好きになったかって人それぞれですよ
ね。キャラクターがかわいって、ぽぽたんかわいって行って好きになるお子さんもいるかもしれ
ませんし、ずっとこのまちで育ってきた、それはひよっとしたら誇りみたいなものかもしれません。
けれど、それが自分の生き方というところで、自分の生き方そのものを好きかもしれないし、人
それぞれ、お菓子やそういったものを好きになるとひよっとしたらプロセスに近いのかもしれませ

んけれども、そういった生涯価値を、生涯に対して価値を与えるような何かというものをひよっとしたら作ることができればですね、シティ・プロモーション、うまく推進していくかもしれないというような、ちょっと今話を聴いていて思いましたね。

○事務局・奥田主幹

市政モニターのアンケート、こんなこと言っている女性の方がいます。40代女性です。

「誇りという用語弊があるかもしれませんが、どこら辺にお住まいですかと聴かれたときに、ひねた気持ちを感じず『朝霞です。』と答えますので、誇りにつながっているのではないかという。利便性も良いし、住んでいる人たちの感じも良い。」という。以上です。

○吉田副会長

例えばプライドとしてね、歴史的に鎌倉なのかとか、深い江戸との関係がある歴史のあるまちは、それはプライドにはなるでしょう。だけど、それは普通のまち、大都市に近接した普通のまちというのは、大都市を支えるためのものを運んだり、食料を運んだりとか、そういう役割を果たしてきたわけです。あるいは、宿場町みたいな役割を果たしてきたので、そういう歴史的な流れの中から考えても、もっと日常的な、さっき亀岡会長が言った生涯価値という記憶価値みたいなこともちゃんと作っていくのが、大人の仕事なんじゃないかなとか、みたいなふうに思っています。

○亀岡会長

木本委員、お願いします。

○木本委員

亀岡会長の話を伺っていて、副会長のお話も伺って思ったんですけども、やはり、ステークホルダーはたくさんいるなど。誰を対象に何を考えればいいのかは今ちょっと分からなくなっています。そこを設定するのは、どういうプロセスがありますか。

○吉田副会長

難しいですね。

○亀岡会長

今、総論、各論で言うと総論になってしまっているんで、ステークホルダーも多数なんですよね。本来なら政策、朝霞市の政策があって、目標を絞り込んで、その目標をあくまでシティ・プロモーションの手段ですから、その手段を使ってどう告知、広げていくかということになってくるので、理想の未来という部分が、目標を絞り込む作業になりますね。その目標を絞り込んだとするならば、ステークホルダーはある程度、限定はされませんが、ある程度見えてくるというふうには思いますので、その何を、愛着なのか、人口を増やしたい、移住、定住を増やしたいなのか、そういった目標を一方で掲げながら理想を描いていくということでステークホルダーがもう少

し見えてくるといいのかなと思いますけれど。

例えば人口のバランスを考えたときに、例えば就学前、子育て世代を今後朝霞市に入ってきてもらいたい。じゃあ、子育てのコミュニティ、そういった人たちが暮らしに何を求めているかということが、それが目標であるならばステークホルダーはやっぱり子育て世代の人たちになりますよね。一方で、その迎え入れる現状の市民の人たちもステークホルダーですよね。それぞれの主体で、そこはその政策、シティ・プロモーションの理想の未来に対してどうかというのを聴いてみないといけないということになるのかなと思います。

○吉田副会長

何を目標にするかについては、極論をすれば、長寿のまちを目指すというのも、目標としては設定し得るわけですよ。だけど、健全な人口ピラミッドってあるじゃないですか。ある程度、将来を担っていく世代がいて、高齢者がいてという。日本全体は少子高齢化でかなり人口ピラミッド上問題があると言われていて、クールに言っちゃうと、その中でなるべく健全な人口ピラミッドを保って人数が減らない。あるいはまだゆとりがあるんだったら増えていく。それは、産業のためにも必要かもしれないし、僕が思うのは、飲食店とかその他の施設を支えるには、一定の人口が必要なのかなと。そうすると、対外的、市の外との関係で見ると、そこは残念ながら奪い合いになってしまって、そこを飲んで進んでいくのかどうかっていうことを、やっぱり考えていった方がいいのかなと。数字だけでいうと、マーケティング的に言うとアンバランスな日本の人口構成の中でここだけ、市内は一生懸命バランスを保って、しかも増やしていきましょって結構贅沢なんです。結構贅沢なんだけど、その目標を掲げていく。

ただし注意しないといけないのは、急激な人口増ってまちの未来を壊す。あるいは、例えばターゲットを絞って30歳の夫婦の方でお子さんのいる方だけ来てくださってやると、何年かたつと昔のニュータウンみたいになっていく可能性がある。そうすると、健全な自然増と社会増みたいなことで、社会増をどういうふうにコントロールするのか。社会増というのは入って来ていただくということですよ。それをコントロールするのかっていう辺りが、すごく大事な目標になるのか中間点になるのか分からないですけども、すごく大事なポイントになるのかなという…思っています。

日本って、みんな同じだったら同じピラミッドですよ。だから、それは、話せばそんなふうになるんだけど、今アドバンテージはあるわけじゃないですか、利便性とかに。そこら辺をどういうふうに考えるか。

○亀岡会長

はい。

○門野委員

今のお話を聴いていて思ったんですけど、いわゆる会長とかもよく御存じだと思っんですけども、多分数字があって、数字を求めていくことがゴールだとして、例えばそれが課題でそれを目標に掲げようとしても、実は、その数字をゴールとして掲げるよりも、いやそうじゃなくてそれを使っている人の幸福感を増やそうとか、そのブランドに対する愛着を増やそうとかしていく方が、最終的にゴールに近いということが結構あるんじゃないかなと思うんですね。ということ考えたときに、果たして人口だったりとか、健全なバランスを取っていこうということよりも、もしかしたらそうではない部分、実際に住んでいる方たちの生活の幸福感だったりとか、そこが今、言語化する必要はもっと、落とし込んでいく必要はあると思うんですけども、それを形にすることの方が、どちらかというと最終的には求めていた姿に近付きやすいんじゃないのかなという印象はあったんですけど。

○亀岡会長

その論点でいくと、例えばターゲットを事前に決めてしまう場合ですかね。例えば子育て世代をターゲットに朝霞はいくぞとなつた場合、例えば千葉県の流山市がそうですよね。正に流山ですから、やっぱりそこに政策も全部集中してやっていきますよという総合計画がなされないとそういう形にならないということでもありますけれども。

どちらかというと朝霞は、僕が、シティ・プロモーションと関わった自治体の事例で恐縮なんですけれども、関西の方に生駒という、奈良県に生駒市というのがあるんですね。そこは、大阪から快速で20分なんですね。非常に利便性がいい。都市部の周辺地域。そこは、やっぱり人気もあって、人気のある理由は、生駒の場合は女性の活躍というのが非常に表に出てきていて、そこで、「いこまの魅力創造課」の人たちに聴いたら、先ほど、奥田主幹がおっしゃってましたよね。何でしたっけ。朝霞の人はこうだから誇りがある。何かありませんでした。

○事務局・奥田主幹

無個性というか、何も無いよねというような、朝霞の人も朝霞のことを何も無いというふうに語る場合が多いというようなことを言ったかなと思うんですけど。

○亀岡会長

なるほど。朝霞の人は、市外の人とか朝霞の人たち同士で、そういう何か人間的な受け入れやすいとか優しいとか、何かそういったような文脈ってありましたっけ。データの中で。

○事務局・高市係長

先ほど、市政モニターアンケート、言葉はあれですけど、よそ者は入ってくるなみたいな、ほかの自治体でそういうふうになった方が、朝霞ではそういうことがなくすぐに受け入れてもらえた

と感じている回答がありました。

○亀岡会長

そこも生駒が一緒なんですよね。生駒も、それは女性の意見でしたけれども、市外から転入されてきて、こういうふうにやりたい、こういう活躍をしたいということを言っても、関西弁ですからあれですけども、ちゃかさないという。新しいことも言ってもちゃかさないで受け入れてくれると。で、応援してくれると。最初は下手かもしれないけれども、少しずつ活躍していくことで自分がそのまちをどんどん好きになっていくというようなことを皆さん、全員じゃないですけどもおっしゃっていて、それが、このサイクルがぐるぐる回り始めて、女性の活躍する場所。女性が活躍すれば家庭も明るくなりますから、家庭も円満になっていくと。で、旦那さんは仕事に行ってしまうようなことをグッドサイクルという言い方をされてましたけれども、そういったものを回してっていくんだというところで。

彼らも少子高齢化で、一部、鹿ノ台というものすごい高齢化エリアがあつてですね、そこは、先ほど僕が言った愛着度がめちゃめちゃありすぎて高齢化しちゃっているんですよ。絶対、その場から出て行かないですよ。自治体がものすごいビジネスを勝手に回しているぐらいの地域。これは、参考になると思いますので、また時間のあるときに見ていただければ、奈良県生駒市鹿ノ台です。そういった市とちょっと近いようなまち、近いかなと思いました。

なので、その愛着というものを延ばしていくのであるならば、主体的に参画をしていただいて、自分たちが活躍しているというものが実感できたとするならば、それが愛着や、誇りまでいけばいいんですけども、誇りっていうのは、そもそもどうやったら感じるのかって議論が必要なのかもしませんが、何かそういった感じがしましたね。それはもう、当然どのジェネレーションにいるかにもよりますけれど、当然他の地域との差別化が必要なので、歴史的な観点だったりとか、地形的、地域的な観点で当然ないと、そこは差別化につながりませんので、そういったものを全部整理していかないといけない話ではあります。

○吉田副会長

門野委員の御意見と内田委員がさっきおっしゃってくれた愛着と誇り、僕が思うのは、ちょっと事務局とも事前に昔、話したことがあるので。朝霞市に來訪している方とか訪問者が、朝霞市民が楽しんでいるのを見て羨ましいと思うまちが、多分一番いいんじゃないかと思うんです。だから、胸を張って、シティ・プロモーションだから外に向かって出て行かないとならないんだけど、市民が本当に、さっき会長の言葉だと生涯価値を高めて楽しんでいる。一生のうちのある時間帯を楽しんでいることを、よそが羨ましがる。だけど、それを出張って行って言う必要性もあるんですよ、プロモーションですから。言う必要もあるんだけど、基本はそっちが大事で、その結果とし

て人口が増えてくるというのが自然といえば自然なんですよ。だけど、それをやっていくということ、シティ・プロモーションがやっていくということは、まちの魅力を高めることになる。僕は、やっぱりそこが肝かなと思っています。

○亀岡会長

門野委員。

○門野委員

今のお話でいくと、正にそういうことだと思うんですけども、私自身は、自分の本業というか化粧品とか広告の方の関係の中でいろんな人と、朝霞に住んでらっしゃる女性の方と会う機会が結構あったんですね、最近。いろんな方とお話をする中で、それはもう単純に一例なので仮説でしかないんですけど、実際に今のお話でいくと、私はそれまで知らなかったんですけども、朝霞に住んでらっしゃって、御自身でいろいろなコミュニティを持っていらっしゃったりとか活動しているんだと。自分で女性たちの中でネットワークがつながっていて、お店を開いたりとかカフェをやってらっしゃったりとか、エステサロンをやってらっしゃったりする方たちとよく集まって、朝霞の中でこういう奇麗になるイベントをやらうとかっていうことを盛り上げているというふうにおっしゃっていて、私は、そういう人たちって結構朝霞に住んでらっしゃるんだというのをすごくびっくりしたのが、つい最近のイメージとしてあったんですね。

実は、そういう人たちって、その方たちにお話をするとかたくさんいるんですよ。ただ、その人たちが、なかなか声を上げて朝霞全体で、前面に出てやるかというところではないんだけど、実はそういうところのコミュニティがぼこぼこあって、というお話があったので、もしかしたら、そういうところをすくい上げていくというの、先ほどもお話があったような、それぞれが個々の女性なのか、もちろん男性も含めてなんですけれども、活躍されてる、生き生きと活動されている部分というのが、もうちょっとスポットライトが当たっていくと、朝霞としての全体の盛り上がりだったりとか、誇りにつながってくるということもあるかもしれないというのが、印象として思いました。

○亀岡会長

そういった活躍をされている方々がいらっしゃって、それらをシティ・プロモーションでバックアップして支えることで、その人たちが活躍している姿が、どんどん魅力としてまちの中にあふれ出して行って、それが、まちでは抱えきれなくなって市外に出て行くというのが、すごく自然な流れとしていいのかなという気はしますし、じゃあ、それを具体的にどのようにすればあふれ出して行くような仕掛けになるのか、それが、まずは目標として吉田副会長がおっしゃった、市民が楽しんでいる状況、また、それは、楽しんでいる姿が魅力としてあふれ出して行くような状況。そうい

ったものが今、朝霞に必要で、それがエンジンとなって本当に活躍している人たちのまちに対する思いや価値みたいなものが言語化されていって、それを潜在的に活躍したいと思っている人たちが見て、私たちもできるんだ。背中を押してくれて、自分でまた参加していくと。それで、どんどんそのサイクルが広がっていけば、非常にシティ・プロモーションとして理想的な形になるのかなというような気はしますよね。

その人たちも、多分自分たちが活躍しているものを見てもらうことによって、また、そのまちが好きになったりとか、もっと活躍したり、広がっていくんじゃないかなと思いますけれども。

○吉田副会長

かつて、僕の経験なんですけど、クールジャパンの始まりのときに、2008年からの経産省系の賞を頂いたコンテンツの何かで、盛り上がりを見せたかのようにクールジャパンというのが広がっていったと。ただ、そのときに最終的に僕たちが一番ほしかったのは、賞を取った作品、映像関係なんですけれど、それを、デジタルアーカイブみたいなものを作って、デジタルライブラリーを作ってもらって、翻訳だけ行政が補助金を出してもらって、それを世界から自由にアクセスできるようにしてほしいというもの。つまり行政に期待しているというのは、サポート、ウィズアウト、コントロールなんです。だから、指示をして何かを決めるんじゃなくて、サポートをしっかりしてほしい。みんながそこから羽化できるというか外に広がるというか、コミュニケーションできるというか。基礎インフラのようなものをできるだけ予算を掛けずに作ってもらいたい。先ほどのお話で言うと、デジタルライブラリーみたいなもので朝霞の人が街での暮らしを楽しんでいる姿や、活き活きしている姿なんかは、検索でアクセスできるような場所があれば、それはそれですごい力ですよね。基本姿勢というのはそういうことで、そこを作るのが、行政であったり、本当はシティ・プロモーションの深い目的かもしれない。あとは、時勢に任せる。時勢を全く手放しでやったら意味がない。行政の意味もないし、行政には多分主体性も必要。だけど、幅広くみんながアクセスできてすごく利用しやすいものっていうのを何か作っていくというのも、すごく一つの手なのかなという気はします。

○亀岡会長

ありがとうございます。

その辺もね、本来ならセットで解決していかないといけない、課題がそれである場合、そのような話だと思うんですね。

奥田主幹。

○事務局・奥田主幹

今、会長からそろそろ時間の方ということなんですけれども、まとめ方についてなんですけれど

も。

○亀岡会長

まとめ方に関しては、今、対象を決めるか決めないかというところであれば、今の議論の中では、まずペルソナはまだ設定しない方がいいかなと思います。で、目標の方は、ある程度もやもやした形ですが、市民が楽しんでいるとか、あと、魅力があふれ出すような地域とかという、その機会の部分が見えてきましたので、ここでちょっとまとまらなければ、おゆるし頂ければ私の方が一文化して後で共有させていただくという形でも構いませんし。

○事務局・奥田主幹

分かりました。そうしたら、今、会長からそういう御提案をいただいたので、今後、会長と私たちとで、やり取りしながら案を作って、委員の皆さんにできたもの送付させていただきます。また、御意見頂くようにして、案を固めて御提示していきたいというふうに思うんですけども、その手法を取ってよろしいでしょうか。

(はい、の声)

大丈夫ですか。

○亀岡会長

ありがとうございます。

それでは、今の議論と仮説の設定をまずさせていただいて、皆さんに共有した後にですね、次の審議会の方に進めていきたいというふうに思いますので、よろしくお願ひします。

◎5 その他

○亀岡会長

以上で、本日の議事に関しては終了なんですけれども、その他、事務局の方から次回以降に対しての何か報告等ございますでしょうか。

○事務局・高市係長

事務局の高市です。

2点ほど、今後の予定についてお知らせさせていただきます。

1点目、スケジュールでお示ししましたとおり、プロモーションワークショップを開催いたします。1回目が11月10日、2回目が12月8日、2回連続となっています。

こちらが、朝霞で暮らすことの魅力が再認識されることを狙いとして実施するワークショップでございます。

2点目なんですけれども、次回、第2回検討委員会は2月中旬で予定をしております。第2回で

は、シティ・プロモーションの方針について、更に議論をするためにワークショップの結果等も併せてお示しさせていただきたいと思います。

以上です。

○事務局・奥田主幹

お配りした資料の一番最後に「ご意見カード」というものを付けております。あえて今日付けたんですけども、今日、しゃべり足らなかったとか、こんなことを感じたとか、一週間以内ぐらいを目途に送っていただければと思います。そのカードを使わなくてもメールのフォームを使って御意見頂いて全然構いませんので、よろしく願いいたします。

以上です。

今、お配りしているのが、まち・ひと・しごとの総合戦略です。朝霞を出て行った人がどの辺りに行っているかとかは12ページ辺りに書いています。

以上です。

○亀岡会長

ありがとうございます。

○木本委員

すみません、一つよろしいでしょうか。

ワークショップについてなんですけれど、実際に先ほどの仮説を検証する場にもなればという話もあったと思うんですけど、このワークショップ、私もワークショップがあるというのはもちろんこの委員会で聴いたことはありますし、その朝霞市のSNS等を拝見したんですけども、実際に御覧になっていらっしゃる方たちは、どういう方たちで何をもってこれを御覧になって来た方が多いのかによって、その仮説を検証する場というのが、割ともう朝霞に愛着を持っていて、かなりコミュニティ、コミュニケーションを取っていらっしゃる方なのか、いやいやそうではなく、普通の朝霞に住んでいらっしゃる方もいらっしゃる。それに、取れる仮説の内容というのは変わってくると思うんですけども、その辺りは実際どうなんでしょうか。

○事務局・高市係長

事務局の高市です。

今、おっしゃっていただいた、市民の方が御参加というのは、朝霞で活躍をされている方にもご参加いただいていますし、あとは、広く広報しておりますので、普通に応募されてこられた方もいらっしゃるかと思います。今、募集中の期間ですので、様々な方に御参加いただけるような形で周知していきたいと思っておりますので、よろしく願いします。

○亀岡会長

更に補足ですけれども、そういうと、まだ仮説が決まっていますけれども、そういった魅力あふれるとか楽しんでいる人ということであれば、やっぱり活躍していることだったりとか、そういう人たちの活躍している原動力みたいなものを見せて、私もそれだったらって思う。潜在的に、参加はしないんだけど、参加したいなと思っている層をどれだけ取り込めるかというのがポイントだよねという話だと思うんですよ。

○木本委員

そういうことですよ。

○亀岡会長

だから、そのワークショップの募集の仕方というのを、今一度工夫できるのであれば、潜在層をある程度多めに取っていただくと多分検証というか意義のあることになるのかなという御意見だと思いますので、よろしく願いいたします。

◎6 閉 会

○亀岡会長

他になれば、以上をもちまして、本日の会議を終了したいと思いますよろしいですかね。
では、皆さん御協力ありがとうございました。