

第1回シティ・プロモーション委員会  
次 第

日時 令和5年8月22日（火）  
午後2時から

場所 朝霞市役所別館5階 502会議室

1 開 会

2 議 事

(1) 活動報告と講評について

(2) シティ・セールス朝霞ブランドの更新について

(3) その他

3 閉 会

## 令和5年度 シティ・プロモーション委員会委員 一覧

令和5年8月22日現在  
(敬称略・委員区分順)

	選出枠	氏名	所属・役職
1	知識経験	かめおか はやと 亀岡 勇人	株式会社マッシュアップ代表取締役
2		よしだ ますみ 吉田 益美	株式会社ヒットマンコーポレーション代表取締役及び市広報アドバイザー
3	商工会	きもと しほ 木本 志帆	ダマヤカンパニー株式会社取締役
4	農業協同組合	えのもと じゅんいち 榎本 純一	あさか野農業協同組合企画管理部企画課課長代理
5	公募市民	まつやま なつよ 松山 夏代	
6		つじい かん 辻井 寛	
7		たかはし くにひこ 高橋 邦彦	

## I 令和4年度朝霞市シティ・プロモーションアンケート結果

### ◆目的

朝霞市のシティ・プロモーションの現在地を把握する

### ◆仮説

市民に対し、わかりやすくタイムリーに編集された、魅力的な情報が届く環境を整備することで、「一步踏み出したい層」が地域へ参加し、コミュニティが形成され、愛着醸成による定住へとつながっていく

⇒市の「**情報・魅力発信力**」、市民の「**情報収集意欲**」及び「**地域への参加意欲**」の3点を数値化

### ◆調査方法

調査地域:朝霞市内全域

調査対象:市内在住及び近隣市の住民

回答数:1,184件（主な回答者:30～50代）

回答方法:WEB回答、紙媒体(希望者のみ)

### ◆分析結果

・自治体からの情報は届いていると感じている人が多いが、今後はLINE等SNSによる発信の強化を求めている。

・地域情報を得るツールとして最も活用されているのは広報紙である。

・「魅力的なポスターの掲示やちらしの配布」は、地域活動に参加するきっかけの上位であり、また情報入手ツールとして、その強化を望む声も多い。

・事前に適切な情報を提供できた場合、地域活動への参加機会は増えることが想定される。

・地域とのつながりを感じている人は、つながりを感じていない人と比較して、積極的に地域情報を入手し、地域活動やイベントにも参加している。

## ◆結果の活用について

【11段階評価の数値の定義】

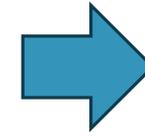
0～3 意欲が低い層

4～6 中間層

7～10 意欲が高い層

3つの関心層のニーズに基づいた効果的な情報発信

魅力的なポスターやちらしの作成の推進



具体例① 不動産業者へのプロモーション冊子等配架依頼

情報として収集されやすい飲食店を切り口にした発信やコラボ

タッチポイントの強化

具体例② 他課事業のポスターやちらし、リーフレットの作成協力

## ◆アンケートの今後について

シティ・プロモーション方針に基づいて進める事業の効果を測るため、3年おきにアンケートを実施する。

**無関心層**の割合を減らし、**関心層**の割合を増やすことで、地域とのつながり・地域コミュニティの活性化をはかり、定住促進へとつなげる。



## Ⅱ シティ・プロモーション方針推進体制 各チームの活動報告 4月～現在

### 【1】朝霞市民プロモーションミーティング

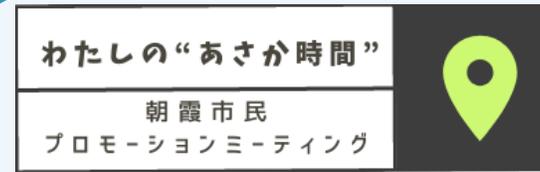
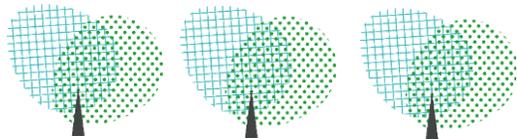
#### ■令和5年度目標

メンバーが、朝霞での日常をどのように満喫しているかを紹介し、朝霞ぐらしの提案となるようなマップを作成。2年間の活動の集大成として冊子を作成する。

#### ■MTG開催

令和5年5月24日、6月21日

※その他、個人単位での打ち合わせや電話・メールでのやりとりを実施

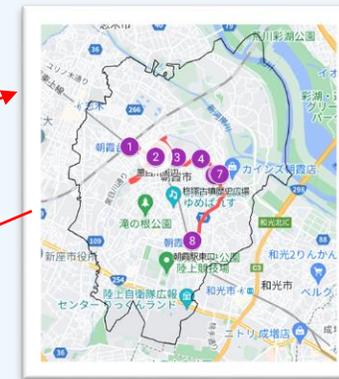


の作成・発信  
(令和5年6月～)

メンバーが市内で実際に過ごしている日常をマップ化したもの。行きつけの飲食店や散策ルート、遊び場など、市民ならではの情報と体験を言語化。



《PDF版》



《WEB版》  
※Googleマイマップ

連動

- ・市HPに掲載
- ・Instagramで発信
- ・PDF版マップを印刷し、駅のラックに配架



シティ・プロモーション課Instagram  
※内容を抜粋し発信

## 【2】シティ・プロモーション庁内推進委員会

### ■令和5年度目標

令和4年度の活動を通じて培った柔軟な発想力を庁内に還元すべく、各課の事業をよりよいものにできるようなアイデアを提案する。

### ■会議開催

令和5年6月12日(月)10時～正午

### ■第2回目以降について

庁内推進委員会委員より、自発的に庁内の課題解決について相談があったため、他の委員にも意見を聞いた上で連携し、進めていく予定。



「ちょっといいことプロジェクト～課題解決のお手伝い～」  
第一弾！！

担当課:シティ・プロモーション課

お悩み:朝霞の外交官「ぽぽたん」の、市外への発信力を高める斬新なアイデアが欲しい！



©むさしのフロントあさか

#### ①現状

- ・市内での認知度◎
- ・庁内や学校以外でのイラスト使用△
- ・LINEスタンプ売り上げ△



#### ②課題の共有

- ・「ぽぽたん＝朝霞」のイメージの更なる定着
- ・市外向けコンテンツ作成・発信

ぽぽたんイラスト入りワイシャツ等の着用(職員が広告塔となる)やショート動画発信などさまざまな意見が上がった。実現可能なものについて、シティ・プロモーション課として取り組んでいく。

## 【3】シティ・プロモーション課の活動について

### ■VIVA LA GARDEN へのぽぽたん出演

4月29日(土・祝)

さいたまスーパーアリーナ横の  
けやき広場にてゆるキャラショー  
(新作ぽぽたん名刺配布)



### ■「朝霞」をテーマとした番組への取材協力

- ・7月14日(金)テレビ朝日「マツコ&有吉 かりそめ天国」  
※「朝霞食いち」について情報提供を実施
- ・7月25日(火)放送 NHK「首都圏ネットワーク」  
※シティ・プロモーション課職員・ぽぽたん出演
- ・8月1日(火)放送 テレビ東京「モヤモヤさまぁ〜ず2」

### ■ロケーションサービス(市内撮影協力)

7月23日(日)放送 テレビ朝日「仮面ライダーギーツ」  
他にドラマ1件、MV1件を  
撮影済・今後公開予定



### ■「彩夏祭」株式会社カインズとの協働ブース 「オリジナルぽぽ鳴子をつくろう」企画・運営

8月5日(土)11時~16時

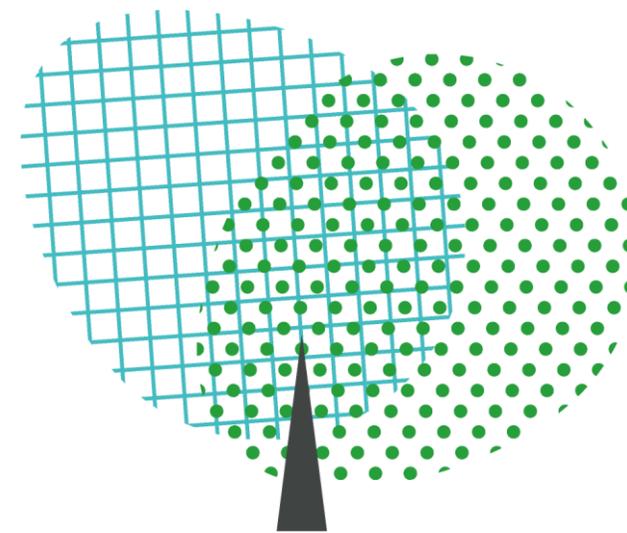
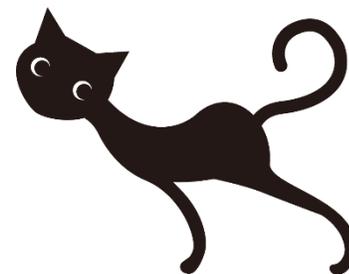
14時30分時点で350個完売!

(新作ぽぽたんシール配布)



# シティ・セールス朝霞ブランド 更新について（案）

朝霞市シティ・プロモーション課



# シティ・セールス朝霞ブランド 認定の対象となる地域資源

朝霞市シティ・セールス朝霞ブランド認定要綱

## 第3条

朝霞ブランドの認定の対象となる地域資源は、原則として、本市の区域内で生産されたもの及び本市の区域内に存する又は区域内で伝承されているもので、次に掲げるものとする。

- (1) 歴史（国、県又は市が指定する文化財等）
- (2) 文化（美術工芸又は音楽及びそれに付随する有形物又は市民の活動等）
- (3) 景観（自然景観、文化的景観及び歴史的景観等）
- (4) 行事（市内外からの集客を見込むことができる行事等）
- (5) 産品（市内で生産される一次産品及びそれを加工した飲食物等）
- (6) 生活（市内外に誇ることのできる市民の生活を支える施設や活動等）
- (7) その他、市長が認めるもの

# 現在のシティ・セールス朝霞ブランド (平成30年4月1日～令和6年3月31日)



1. 旧高橋家住宅



3. 黒目川



5. 朝霞アートマルシェ



6. ニンジン



2. 本田美奈子.モニュメント



4. 彩夏祭



7. 公園通り

# 《事務局案》

## ○再認定 6件

現在のシティ・セールス朝霞ブランドのうち、次の6つについては継続とする。

1. 【旧高橋家住宅】（歴史）
2. 【本田美奈子・モニュメント】（文化）
3. 【黒目川】（景観）
4. 【彩夏祭】（行事）
5. 【ニンジン】（産品）
6. 【公園通りとシンボルロード】（生活） ※【公園通り】から名称変更

## ○認定終了1件

【朝霞アートマルシェ】（行事） ※単独のイベントとして実施していないため。

## ○新規選定候補2件

1. 【まちなかベンチ】（生活）
2. 【東京2020オリンピック・パラリンピックレガシー】（その他）

# 【再認定候補】

## 1. 旧高橋家住宅（歴史）



旧高橋家住宅は、江戸中期、18世紀前半の建築と推定される木造平屋建て・茅葺の農家建築であり、当時のこの地域の一般的な農家のたたずまいを見ることができる。

また、周囲には、納屋や倉などの附属屋のほか、畑や雑木林が広がり、武蔵野の農家の景観を今に伝えるものとして、敷地も併せて重要文化財に指定されており、平成30年4月にシティ・セールス朝霞ブランドに認定された。

朝霞に古くから伝わる伝統行事や、いも掘り体験などの催し物の実施、園内に咲く季節の花々など、今後においても市内外からの誘客を図ることが期待される。

# 【再認定候補】

## 2. 本田美奈子. モニュメント（文化）



本田美奈子. さんが、幼いころから亡くなるまで住んでいた朝霞のまちをこよなく愛していたことはよく知られており、本モニュメントは、アイドルからミュージカルまで幅広いジャンルの音楽活動を通して、多くのファンや芸能関係者に愛された本田さんの功績をたたえて建てられ、平成30年4月にシティ・セールス朝霞ブランドに再認定された。

ブランドに認定された後も、「音楽のまち」の象徴として、本モニュメント前の広場において行われている「ストリートライブ事業」や中心市街地活性化事業の一環として開催されている、地元の高中生やプロのミュージシャンなどが出演する音楽イベント「ジャズの夕べ」などの事業が実施されるなど、市内外の人が集う場所となっており、駅前の賑わいの創出に寄与している。

# 【再認定候補】

## 3. 黒目川（景観）



市内をほぼ東西に流れ、川沿いには遊歩道が整備され、散策やウォーキング、ジョギングなどを楽しむ多くの人が集まり、周辺の田園風景や新河岸川との合流地点のわくわく田島緑地などとともに、春の桜並木を始め、四季折々の景観が訪れる人たちを楽しませるスポットとして、平成30年4月にシティ・セールス朝霞ブランドに再認定されている。

ブランドに認定される以前から開催されている「黒目川花まつり」は、令和5年で17回目を迎え、毎年約4万人を集めるイベントになっている。

このほかにも、夏季には浅瀬で子どもたちが水遊びを楽しみ、冬季には川沿いがライトアップされるなど、一年を通して市内外から多くの人が集まるスポットとなっている。

# 【再認定候補】

## 4. 彩夏祭（行事）



「朝霞市民まつり」として、市民自らが育んできた40年あまりの歴史があり、本市の誇れるイベントとして、平成30年4月にシティ・セールス朝霞ブランドに再認定された。市を代表するイベントとして成長を続けており、常には市内外から約70万人もの来場者を集めている。

特に、本州で初めて開催された鳴子踊りの祭典である「関八州よさこいフェスタ」及び市街地で打ち上げられる花火大会は、朝霞市へ多くの誘客を図ることができる地域資源である。

（参考）主催 あさか市民まつり実行委員会

# 【再認定候補】

## 5. ニンジン（産品）



本市におけるニンジンの栽培は大正時代から始まり、現在では農林水産大臣から指定産地に指定されており、県内でも有数の出荷量を誇る産品として、平成30年4月にシティ・セールス朝霞ブランドに再認定された。

本市におけるニンジンのイメージは、市内では既に定着しており、地元で栽培されたニンジン素材とした菓子や食品、料理は様々な展開を見せている。

# 【再認定候補】

## 6. 公園通りとシンボルロード（生活）

※【公園通り】から名称変更



ケヤキ並木のある閑静な通りであり、周辺には公園や学校、図書館、中央公民館、総合体育館、陸上競技場などの公共施設が集約していることから、普段から多くの児童・生徒や子どもを連れた家族の姿などを見ることができる市民の憩いの場となっている。

木陰の中を児童・生徒が通学する姿は、市の文教イメージの向上に、また、歩道やサイクリングロードが広く整備されていることから、ベビーカーや車いすによる移動もしやすく、「子育てがしやすいまち」や「いつまでも元気に暮らせるまち」のイメージ向上にも資するものとして、平成30年4月にシティ・セールス朝霞ブランドに認定された。

令和2年2月に、延長約680mにわたり幅を30m拡幅した緑の道「シンボルロード」を整備し、よりゆったりした歩行空間や自転車道のほか、広場なども整備されたことで、多くの市民の憩いの場として、またイベント開催の場として活用されている。

# 【認定終了候補】

## 朝霞アートマルシェ（行事）



中心市街地活性化推進事業の一つとして、平成21年度から東武東上線朝霞駅南口及び東口駅前広場において毎年10月上旬に行われており、街なかで身近に音楽や芸術に触れられる、本市の秋を代表するイベントとして、平成30年4月にシティ・セールス朝霞ブランドに再認定された。

令和4年度からは、実証実験中のイベント「アサカストリートテラス」と開催日を合わせ、規模を縮小して実施するなど、単独のイベントとしての体裁が保てなくなっているため、認定終了が望ましい。

# 【新規認定候補】

## 1. まちなかベンチ



本市は、令和元年8月から「ウォーカブル推進都市」に認定されており、居心地がよく歩きたくなるまちなかを目指し、人中心のまちづくりにむけた取組を実施している。

ウォーカブルな取組のひとつとして、シンボルロード（公園通り）及びみどりのテラス、展望テラス（島の上公園）、花の池テラス（市役所庁舎前）、黒目川沿いや北朝霞駅周辺などに、緑と親しみながら休憩したり、駅周辺施設を利用する人々の憩いの場として、ベンチなどの休憩施設を市主体だけでなく、民間主体や官民協働により次々と設置されている。

各所の景観を活かした水と緑のうるおいを感じられる心地よい空間に人が憩い・集うことは、まちに活力と賑わいをもたらし、ロケーションサービスを利用した撮影場所の候補となることが多い。

# 【新規認定候補】

## 2. 東京2020オリンピック・パラリンピックレガシー



2021年に開催された東京2020オリンピック・パラリンピックの射撃競技の会場市となり、これを機にビームライフルの全国大会の開催地となっているほか、公園通りの一部がシンボルロードとして整備され、会場へのアクセスルートのひとつとなり、また、市独自のボランティア制度が誕生した。

朝霞駅南口駅前広場に設置した開催記念碑や総合体育館に移設した大会マスコットのオブジェを含め、後世に語り継ぐことのできるレガシーとなった。

# シティ・セールス朝霞ブランド 更新についてのアンケート結果

資料4

回答期間：令和5年8月7日（月）～13日（日）

回答者：朝霞市民プロモーションミーティングメンバー 8人（在籍12人）

シティ・プロモーション庁内推進委員会 9人（在籍10人）

No.	案	ブランド名	回答者	賛同	反対	その他
1	再認定候補	旧高橋家住宅	市民MTG	7	0	1
			庁内推進委員	8	0	1
			<b>合計</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
2	再認定候補	本田美奈子・ モニュメント	市民MTG	7	1	0
			庁内推進委員	8	1	0
			<b>合計</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
3	再認定候補	黒目川	市民MTG	8	0	0
			庁内推進委員	8	0	1
			<b>合計</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
4	再認定候補	彩夏祭	市民MTG	8	0	0
			庁内推進委員	9	0	0
			<b>合計</b>	<b>17</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
5	再認定候補	ニンジン	市民MTG	7	0	1
			庁内推進委員	7	0	2
			<b>合計</b>	<b>14</b>	<b>0</b>	<b>3</b>
6	再認定候補 (名称変更)	公園通りとシンボルロード	市民MTG	7	0	1
			庁内推進委員	7	0	2
			<b>合計</b>	<b>14</b>	<b>0</b>	<b>3</b>
7	認定終了候補	朝霞アートマルシェ	市民MTG	1	2	5
			庁内推進委員	8	0	1
			<b>合計</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>6</b>
8	新規認定候補	まちなかベンチ	市民MTG	4	0	4
			庁内推進委員	5	1	3
			<b>合計</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>7</b>
9	新規認定候補	東京2020オリンピック・ パラリンピックレガシー	市民MTG	3	1	4
			庁内推進委員	4	1	4
			<b>合計</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>8</b>

## シティ・セールス朝霞ブランド 更新についてのアンケート結果(コメントまとめ)

ブランド名	回答	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
旧高橋家住宅	賛同	<ul style="list-style-type: none"> <li>・重要文化財であり、朝霞で歴史を感じられる場所であるため。</li> <li>・朝霞市の古き歴史を感じられるので、朝霞ブランドとし相応しい。</li> <li>・歴史あるもので住宅地にもあり親しみやすい物だから。</li> <li>・朝霞市の歴史的遺産の保存。</li> <li>・重要文化財であり、地域の文化を学べる場でもある。</li> <li>・朝霞では、ある程度、名前が知られているため。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・朝霞に古くから残る建物であり、地元の子供たちの郷土文化学習の材料になると感じるから。</li> <li>・市に残る貴重な歴史的資源だとは思ふ。一方で、その歴史的資源たる理由は十分に認知されていないのが実情だと思ふし、市外から誘客できるだけの実力があるかは疑問。市内からも「何かしらのイベントをやっているから」参加しているにすぎず、本候補そのものにより郷土意識の醸成が行われている印象はない。プロモートの余地が多く残されているように感じる。</li> <li>・歴史的な建築物であるため、再認定すべきだと思います。</li> <li>・重要文化財に指定されており、朝霞の暮らしの歴史を見ることが出来る建造物だから。</li> <li>・国指定重要文化財としての価値はもちろん、催しなどにより知名度の向上にも努めていることから、本市の文化財を代表するに相応しいものだと思います。</li> <li>・朝霞市の区域にある重要文化財であるため。</li> <li>・伝統的な造りを継承していく必要があるため。</li> <li>・歴史的建築であり、郷土意識の向上につながるため。</li> </ul>
	反対	—	—
	その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・行ったことがないので決められません。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・正直、こたえられるような情報を持ち合わせていません。</li> </ul>
本田美奈子. モニュメント	賛同	<ul style="list-style-type: none"> <li>・朝霞を代表する著名人のかたの記念碑であり、近くでストリートライブがおこなわれたり、朝霞の文化的要素のひとつだともうため。</li> <li>・朝霞駅にモニュメントがあるので、朝霞に来た人には目をひくかな？と思うので。</li> <li>・夢に向かい努力をおしまず、懸命に生きてきた人生は、同じ朝霞市民として誇りに思う。その生き様を若者に伝えていかなければならない。</li> <li>・大切なシンボルであると考えます。</li> <li>・在命であれば55・56歳 ？まだまだ中心世代であと10年くらいは続けた方が良い。この世代の認知度は重要かも。</li> <li>・市への貢献、彼女の業績、功績をたたえられる。</li> <li>・朝霞市のシンボリックな存在で、皆さんにも認知もされている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・著名人の地元が朝霞市であることの認知の浸透に役立つと思うから。</li> <li>・知名度が十分であるだけでなく、本モニュメントを起点に様々なイベントが開催されており、市のブランディングの一助となっていることは、疑いようはないと思う。直接本候補とは関係ないが、単純な疑問として、尾崎豊は対象とはならないのだろうか。</li> <li>・朝霞市といえば「この人」というイメージがあるため。</li> <li>・朝霞市を代表するアーティストのため。</li> <li>・モニュメント単独ではブランド力に不足を感じてしまいますが、広場は住宅からも距離があり、駅までの動線の阻害にもなりづらい立地になっていきますので、ストリートライブ以外にも、音楽イベントなどを開催することで、モニュメントの周知や、音楽のまちとしてのPRをすることで、ランドマーク的な知名度も上がっていくものと思います。</li> <li>・朝霞駅前の象徴として市に根付いていると考えるため。</li> <li>・朝霞が生んだスターなので、広く広めて欲しいと考えるため</li> <li>・人が集まる場所であるため。</li> </ul>
	反対	<ul style="list-style-type: none"> <li>・朝霞市との関係が、今一つ希薄なように感じる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・世代間でも認知ギャップが存在すると考えます。あるヒトモノに特定するのではなくてセールスパーソン的な感じにして本田美奈子や大栄翔など幅広くセールスできたほうが柔軟にうごけるのではと個人的には思います。</li> </ul>
	その他	—	—

## シティ・セールス朝霞ブランド 更新についてのアンケート結果(コメントまとめ)

ブランド名	回答	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
黒目川	賛同	<ul style="list-style-type: none"> <li>・黒目川花まつりでは多くの人で賑わい、朝霞市外から訪れる方もたくさんいるかとおもいます。朝霞のセールスポイントのひとつであると考えている市民も多いのではないのでしょうか。</li> <li>・現在の黒目川の景観の成り立ちや、市民の憩いの場所として相応しく感じる</li> <li>・都心から15分圏内で春夏秋冬を感じられる自然環境だから。</li> <li>・都会にあって清流が流れているという、都市の在り方の象徴。</li> <li>・大切にしたい自然環境です。</li> <li>・朝霞市内の土手を全てアスファルトにしてくれたら尚良いです。</li> <li>・清掃や川辺の整理をしてほしい。都心から近い貴重な親水川。</li> <li>・市のシンボリック自然資源 市民憩いの場。</li> <li>・朝霞の有名な川で、老若男女が、活用している。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・黒目川の桜並木は電車の窓からも目立ち通勤途中の市外民の目にも留まると思うから。</li> <li>・近年では遊歩道の整備も行われ、改善が進むスポットになっている。また、市の中心部に位置し、自然の景観の根幹となる場所。まだまだポテンシャルのあるエリアだと思うので、ぜひともプロモートしていただきたい。</li> <li>・黒目川沿いで四季折々を感じることができる。歩いている人もいればランニングする人もいる。写真を撮る人もいれば魚を釣っている人水遊びをしている人、バーベキューしている人川沿いには老若男女問わず不特定多数の方が場所を通して時間を共有している。そのような場所は市の財産であるし、市民の幸福度を向上させる素材の一つだと考えます。</li> <li>・黒目川を清掃するためのボランティア団体が活動している点や散歩コースとしても地域住民に触れる機会が多いため。</li> <li>・黒目川の桜並木は朝霞市を代表するスポットであり、黒目川花まつりは市内外から多くの方が来るため。</li> <li>・市民の皆さんの声を聴く機会に、「朝霞市で好きな場所は」と聞くと、多くの方が黒目川と回答してくれますので、ブランド再認定に賛同します。</li> <li>・四季を感じられ、地域の人が集まっている場所であると考えため。</li> <li>・花まつりはもちろん、普段の生活から市民が利用する憩いの場となっているため。</li> </ul>
	反対	—	—
	その他	—	・黒目川は朝霞市だけのものではないためどちらとも言えません。
彩夏祭	賛同	<ul style="list-style-type: none"> <li>・朝霞と思ったら彩夏祭!!!</li> <li>・市内外とも認めるイベントであり、朝霞ブランドとして相応しい。</li> <li>・近隣4市からの集客率は高く、朝霞市民には誇れるイベントの1つだから。</li> <li>・とにかく素晴らしい、都市の魅力の筆頭と言える。</li> <li>・朝霞市最大の目玉であると考えます。</li> <li>・すでに知名度も高く、規模も毎年拡大している。</li> <li>・昔の町内会的役割も担っている 核家族化する中でまわりの人とのつながり、助け合いの希望がもてる場。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・朝霞市を代表する歴史のある祭りだと思うから。市街地での打ち上げ花火は全国的にみても珍しいと思うから。</li> <li>・朝霞市において最も集客力のあるイベント。反対する理由なし。</li> <li>・朝霞市に根付いている文化の一つだと思う。</li> <li>・ほとんどの人が彩夏祭というワードだけで「朝霞市」が思い浮かぶため非常に強いセールスポイントだと思います。</li> <li>・朝霞の夏の目玉になっており、市内外から多くの方が来るから。</li> <li>・規模の大きな市民まつりとして、市内外にある程度認知されており、花火やよさこいを目当てに多くの方が訪れるイベントですので、再認定に賛同します。</li> <li>・朝霞市の誇る行事であると考えため。</li> <li>・鳴子や花火など、県を代表とする祭りの一つになっているため。</li> <li>・朝霞市を代表する一大イベントであり、市内外からたくさんの方が集まるため。</li> </ul>
	反対	—	—
	その他	—	—

## シティ・セールス朝霞ブランド 更新についてのアンケート結果(コメントまとめ)

ブランド名	回答	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
ニンジン	賛同	<ul style="list-style-type: none"> <li>・最近メディアでも朝霞がニンジンの街といわれるようになり少しずつ認知されてきていますとおもうので、継続して発信したらよいとおもいます。ニンジンカレーや焼酎などもっと朝霞の色んなところで手にすることが出来るようになると嬉しいです。</li> <li>・朝霞市内の小学校で、ニンジンがメインの楽しい給食を検討してほしい。</li> <li>・もう少し“名物”化しても良いかな？とは思っています。他に名産がないので。</li> <li>・今後も、付加価値の高い産物の魅力度向上を図っていく必要がある。</li> <li>・もっとアピールして展開してほしいくらいです。</li> <li>・すでに地域特産品、シンボルとして根付いている。</li> <li>・朝霞を説明する時に、よく話題になります。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・北朝霞駅にオブジェがあることと、朝霞の名産がニンジンのほかに思いつかないから。</li> <li>・人参に関する菓子や料理の種類も増加しており、朝霞市=人参のイメージが定着しつつあるため。</li> <li>・「朝霞市=にんじん」のイメージが強く、北朝霞駅にはにんじんモニュメントもあり、朝霞市のブランドイメージとしてにんじんが当てはまるため。</li> <li>・作付面積は微減しているようですが、本市の主要生産物としては他に代替品のないため、再認定でよろしいかと思えます。</li> <li>・定着したニンジンのイメージは、地域資源として活用が見込まれると考えるため。</li> <li>・ニンジンは生産量が多いことを全国に認知してほしいため。</li> <li>・朝霞市で多く栽培されているのは、ニンジンであるため。</li> </ul>
	反対	—	—
	その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・どちらでもよい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新座市と比較しても生産量は下回っているようであり、市内の農業の中では最も中心的なものだとは思いますが、正直コンテンツ？としては弱い。引き続きブランド認定するなら、膝折4寸などのブランド名をもう少し押し出すなど、何かしらのテコ入れが必要と考える。</li> <li>・私も朝霞市民の一人だが、特産がニンジンであることを承知はしているが実際に朝霞のニンジンを食べているのか疑問符が出てしまいます。また、ニンジンという素材上、主役となることは少ない。よって、グルメとして取り上げられることも少ない。あえてニンジンに縛りをつけてしまうことがシティプロモーションの行動に制限をかけるようにならないか懸念してしまいます。</li> </ul>
公園通りとシンボルロード	賛同	<ul style="list-style-type: none"> <li>・むさしのフロントあさかを感じられる場所のひとつだとおもいます。いろんな世代が朝霞のいごごちのよさを感じられるエリアだとおもいます。</li> <li>・季節を問わず、市民の憩いの場所であることは間違いない。しかし、当該場所へ行きたくても、移動手段が無い高齢者もいるので、何かシャトルバスでもあると良いと思います。</li> <li>・彩夏祭等でも使用するメインストリートだと感じますが、朝霞台付近在住の方にはどう写るのだろうか……と思います。</li> <li>・市の中心部に森がある。そんな都市は他にない。</li> <li>・健康志向もあり、ウォーキングや散歩のシンボル。もう少し工夫できると思う。</li> <li>・名称変更後の方が場所がわかりやすく、価値が名前に示されるのでよい。</li> <li>・認識されつつある。今後、もっと、市民が活用しやすくなり、もっと楽しめる場になればいいと思います。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ジョギングや散歩にぴったりであり、最近だとキッチンカーやビアテラスなど人が集まりやすい場所だから。</li> <li>・多くの新イベントが開催され、朝霞ブランドとしてはいま彩夏祭に次ぐといっても過言ではないだろう。「インスタ映え」というと少し古い表現になるが、ナチュラル感・おしゃれ・落ち着きといった近年流行りの雰囲気づくりのポイントをしっかりと抑えたものになっていると思う。対外アピールが十分に可能なコンテンツ。</li> <li>・拡幅工事が完了したことで、通行人が増加したと思います。散歩コースやサイクリングに適している道なので朝霞市の強みの一つだと感じました。</li> <li>・ケヤキ並木は朝霞市景観づくり重点地区であり、市内外から多くの人々が来るため。また、シンボルロードの名称は覚えやすく、浸透しやすいため。</li> <li>・「シンボルロード」に名称を短縮したほうが良いように感じますが、シンボルロードは市民からの評判も良いため、再認定に賛同します。</li> <li>・市民の憩いの場であり、今後も行事での活用が期待されるため。</li> <li>・イベントもできるように広々としていて、整備されている様子であり、市民の集う場所として利用されているため。</li> </ul>
	反対	—	—
	その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・あんまり意識して通ったことがないので決められません。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・緑ある地域資源は公園や川沿い含め豊富にあるので、あえて一つに絞らなくてもいいのではないのでしょうか。</li> <li>・シンボルロードの由来があまり知られていないため、どちらとも言えません。</li> </ul>

## シティ・セールス朝霞ブランド 更新についてのアンケート結果(コメントまとめ)

ブランド名	回答	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
朝霞アートマルシェ	賛同	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ある程度の役割は果たされたかと思えます。一部の団体での営利的な感じが強くなっている感じがします。みんな市民が公平に関わっていけるようなしくみが、再構築できればと思います。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事務局の案に同意するため。</li> <li>・単独のイベントではないため。</li> <li>・規模縮小しているため、認定終了でも良いと思う。</li> <li>・認定終了理由にあるとおり、単独開催ではなくなったこともありますので、認定終了に賛成です。</li> <li>・単独イベントとして行えないため。</li> </ul>
	反対	<ul style="list-style-type: none"> <li>・私自身、余り知らない。</li> <li>・芸術文化に明るい街であるため継続が望ましいと考える。</li> </ul>	—
	その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アートマルシェはあまり印象がなく判断がむずかしいのですが、ストリートテラスはとてもよいイベントだと思っています。</li> <li>・朝霞ストリートテラスと統合してもよいと思います。</li> <li>・理解不足。</li> <li>・名前しか知らないで賛同も反対もないです。</li> <li>・わかりません。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業自体がなくなるのであれば認定終了してもいいと思います。</li> </ul>
まちなかベンチ	賛同	<ul style="list-style-type: none"> <li>・賛同します。素敵な取り組みなのに、取り組みを知らない人が多いと思うのもっとPRしたほうがよいとおもいます。</li> <li>・もっと増やしてほしいです。デザイン公募してもよいと思います。また、ぼぼたんのデザインのベンチ（ひとり掛けならばぼぼたんの膝に座るイメージ、二人掛けベンチなら片方にぼぼたんが座っているようなペイント）にして、ぼぼたんと一緒に座っているようなベンチあれば、ちょっとSNSにあげたいようなポイントになると思います。</li> <li>・市民の要望も多いことから「まちなかベンチ」はますます増えることを期待ただし、場所によってベンチのかたちは検討したほうがよいのではないかと考える。</li> <li>・休める場所がある事で、街を散歩する機会が、増えたり、人と気軽に関わられる場所になってほしいと思います。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・撮影場所としてメディアに露出することにより認知度が増していけばいいと思う。</li> <li>・特色のあるベンチは話題性があると思います。ベンチに恐竜がいる市町村があったと思いますが、朝霞市の特徴を活かしたベンチがあると見ている人も楽しめるかもしれません。</li> <li>・ウォーカブルな施策は朝霞市が力を入れている政策の一つであり、あるきたくなるまちなかイコール朝霞市のイメージとして必要なため。</li> <li>・官民協働の取組による心地よい地域づくりの一環となっていると考えるため。</li> <li>・街中に多くのベンチが設置されて、市民が利用している様子が多くあるため。</li> </ul>
	反対	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>・あえて取り上げるべきなのかという点かなと思ってしまいます。</li> </ul>
	その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・私自身、余り知らない。</li> <li>・他に認定する候補からすると、弱いイメージです。</li> <li>・理解不足。</li> <li>・わかりません。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・おそらくシンボルロードに設置されているものが最も目を引くものの一つである関係上、シンボルロードと別枠でブランディングしていくには、ベンチのみだと少しコンテンツとして十分でない印象が個人的にはある。反対ではないが、もう少し大枠で語ることはできないだろうか……。</li> <li>・「まちなかベンチ」の認知度があまりないように思いますので、賛同とまでは言い難いですが、ブランド認定を機に認知度を高めていくという目的であれば賛同します。</li> <li>・コンセプトがイマイチよく分からないので、どちらとも言えません。</li> </ul>
東京2020オリンピック・パラリンピックレガシー	賛同	<ul style="list-style-type: none"> <li>・継続できる、イベントを検討してほしい。例えば、市内ポッチャ大会など。</li> <li>・国際的なプロモーション。</li> <li>・それにより認知度があがり盛り上げれば良いと思います。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・世界規模のイベントが朝霞で行われたことを後世に残すべきだと思うから。</li> <li>・オリンピックを経験している市町村は全国的にみても稀であるため。</li> <li>・会場市であることに起因して、その後の発展を作ったと考えるため。</li> <li>・オリンピックが開催された場所として、今後も語り継ぐことができるため。</li> </ul>
	反対	<ul style="list-style-type: none"> <li>・わかりません。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・あえて取り上げるべきなのかという点かなと思ってしまいます。</li> </ul>
	その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・射撃の会場になったことはしていたのですが、記念碑についてはしりませんでした。</li> <li>・朝霞住民には分かりますが、知らない人には具体的に追って説明が必要かな？と思います。</li> <li>・理解不足。</li> <li>・五輪やったの？と言うくらいまるで気づいてなかったです。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・チームライフの全国大会の開催地となっている点は注目したい。現状ではこれだけで集客・イメージ向上が見込めるものではない気がするが、何かの発端となるポテンシャルは感じる。</li> <li>・「シティ・セールス朝霞ブランド」に東京2020オリンピック・パラリンピックレガシーを認定することは賛同するが、後世に語り継ぐ要素（オブジェ等）だけだと弱い気がする。</li> <li>・明確に反対はしませんが、性質が無形であり、大会自体がコロナ禍の中での実施となったことで時期の延期や無観客になったなど、後世に残すレガシーとしてブランド認定すべきものなのか、少し疑問が残ります。</li> <li>・具体的な事業のビジョンがあるなら新規認定してもいいと思います。</li> </ul>
その他認定候補について	駅前ライブ・朝霞の森・青葉台公園・城山公園・ASAKA STREET TERRACE・あさか冬のあかりテラス・どんぶり王・農業祭・あさぐる「朝霞グルメ」・あさロケ「朝霞でロケされたところ」		