

令和5年度第1回
シティ・プロモーション委員会
議事録

令和5年8月22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・プロモーション委員会	
開 催 日 時	令和5年8月22日（火） 午後2時00分から 午後4時00分まで	
開 催 場 所	朝霞市役所 5階502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5年度第1回

シティ・プロモーション委員会

令和5年8月22日(火)
午後2時00分から
午後4時00分まで
朝霞市役所 5階502会議室

- 1 開 会
- 2 挨拶
- 3 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
- 4 閉 会

出席委員(6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	株式会社ヒットマンコーポレーション	
			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	榎 本 純 一
委 員	公募市民		松 山 夏 代
委 員	公募市民		高 橋 邦 彦

欠席委員(1名)

委 員	公募市民		辻 井 寛
-----	------	--	-------

事務局(4人)

事 務 局	シティ・プロモーション課長		久保田 哲 人
事 務 局	同課課長補佐兼シティ・プロモーション係長		西 田 恵
事 務 局	同課同係主任		鈴 木 佐 和
事 務 局	同課同係主事		筈 篠 将 志

資料一覧

資料1 令和5年度 シティ・プロモーション委員会委員 一覧

資料2 活動報告

資料3 シティ・セールス朝霞ブランド事務局案

資料4 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

審議内容（発言者、発言内容、審議経過、結論等）

◎1 開会

○事務局・西田課長補佐兼係長

それでは定刻となりましたので、シティ・プロモーション委員会の令和5年度第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、また天候が不安定な中、お集まりいただきましてありがとうございます。進行をいたします、シティ・プロモーション課の西田でございます。どうぞよろしく願いいたします。本日は、辻井委員よりご欠席の連絡をいただいておりますことをご報告いたします。では、委員会に先立ちまして傍聴についてお諮りします。亀岡会長よろしく願いいたします。

○亀岡会長

委員会に入ります前に本会議は原則公開と決定しており、傍聴および傍聴者の録音等を許可したと考えるのがいかがでしょうか。なお、非公開となる事項を検討することがありましたときに、その都度公開非公開を話し合うこととしております。本日の会議内容も非公開となる事項はないと思われまので公開としてよろしいでしょうか。

はい。それではご異議がございませんので、本日の会議は公開と決定いたしました。事務局にお尋ねします。本日の傍聴希望者は何名でしょうか。

○事務局・笹篠主事

はい。本日の傍聴希望者はただ今のところいらっしゃいません。

○亀岡会長

はい。本日の傍聴希望者は現在いないということですが、会議の途中で傍聴希望者があった場合は傍聴席の範囲内で入場していただきますのでご了承ください。それでは事務局に一度戻します。

◎2 挨拶

○事務局・西田課長補佐兼係長

続きまして、シティ・プロモーション課長の久保田よりご挨拶を申し上げます。

○事務局・久保田課長

改めまして、皆様こんにちは。本日は、お盆休み明けのお忙しい中お集まりいただきまして、心より感謝申し上げます。さて日本は、人口減少という極めて重大な課題に直面しています。さらに、追い討ちをかけるように、物価高ですとか、働き手不足などが、連日報道されていることもあ

って、なかなか家庭を築くという将来展望が描きにくいような時代ではないかと感じているところでございます。各自治体、人口減少のカーブをできるだけ緩やかにしたいとの思いから様々な施策を発表してシティ・プロモーションを仕掛けているところです。そうした中ですね、本市におきましては、住宅開発の勢力が未だ衰えることがなく、大型マンションの開発も含めて、住宅供給のポテンシャルが高い、人口も微増が続いているという状況にあります。本市は令和4年3月にシティ・プロモーション方針を策定し、本格的にですね、動き始めたところでございます。本日の議事にもありますシティ・セールス朝霞ブランドの更新は、地域資源として本市の魅力を伝える大変大きな意味をなす議事となります。委員の皆様におかれましては、重責のかかる議事を御議論いただき、今後の朝霞市のさらなる発展に向けたブランドとなる地域資源を選定していただきたいとお願いする次第でございます。結びに皆様の益々のご健勝とご発展を祈念申し上げまして、簡単ではありますが私の挨拶と代えさせていただきます。本日はよろしくお願いいたします。

◎3 議事

○事務局・西田課長補佐兼係長

それでは議事に入らせていただきます。議事に入る前に1点、連絡事項がございます。本会議の農業協同組合からの推薦枠についてですが、あさか野農業協同組合の人事異動によりまして、今年度より榎本純一委員が新しく就任されました。榎本委員、自己紹介をお願いいたします。

○榎本委員

はい。ただいまご紹介に預かりましたあさか野農業協同組合の榎本と申します。どうぞよろしくお願いいたします。先ほどご説明あったようにですね、人事異動の関係で前任者よりこの委員を引き継ぎしまして、なにぶんわからない点が多くですね、ご迷惑をおかけすることもあると思っておりますけれども、我々農業協同組合、本店も朝霞支店もこの地元朝霞にございますので、地元としてですね、この活動を盛り上げていければと思っておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

○事務局・西田課長補佐兼係長

ありがとうございました。では、本日の資料の確認をお願いいたします。まず、次第です。それから資料1令和5年度シティ・プロモーション委員会委員一覧、資料2活動報告、資料3シティ・セールス朝霞ブランド更新について(案)、資料4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、資料は以上でございます。不足がございましたら挙手でお知らせください。

議事の進行につきましては、シティ・プロモーション委員会条例第7条第1項により委員会の会議は会長が招集し、その議長になることとなっておりますので、亀岡会長よろしくお願いいたします。

○亀岡会長

はい。それでは早速ですが、議事に入りたいと存じます。議事1活動報告と講評について事務局より説明をお願いいたします。

○事務局・鈴木主任

はい。シティ・プロモーション課の鈴木です。議事1活動報告と講評についてご説明させていただきます。スライドに資料を映しております、お手元にも同じ資料をご用意しております。全体を12、3分でご説明できればと考えております。

まず、資料2をご覧ください。活動報告の1つ目として、昨年度行ったシティ・プロモーションアンケートの結果と今後の活用についてご説明いたします。アンケートについては、令和5年3月に行ったシティ・プロモーション委員会でも、分析の途中ではございましたが、単純集計の結果を用いてご説明しました。その後、クロス分析を行いながら、最終的な実施報告書を作成、ホームページに公開し、皆様にお知らせをしました。このアンケートは、シティ・プロモーションを推進していくにあたり、その参考資料とすること、シティ・プロモーションの効果を見える化するための現在地を測ったものです。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に参加し、コミュニティが形成され、愛着醸成による定住促進に繋がるという仮説のもと、市の情報・魅力発信力、市民の情報収集意欲および地域への参加意欲の3点を数値化する設問設計を行いました。Web上のアンケートフォームに回答する形で、30代から50代の方を中心として1,184件の回答をいただきました。回答者の9割は朝霞市在住となっています。分析結果は次の通りです。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誌である。魅力的なポスターの掲示やチラシの配布は、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。この分析結果により、情報発信と情報収集の現状を知ることができ、また、仮説の通り、今後効果的な情報発信をすることにより、地域参加や地域とのつながりを活性化できるのではないかとという一定の手応えを感じることができました。この結果をもとに、活用の方向性を次のページにまとめました。まず初めに、左上の「3つの関心層のニーズに基づいた効果的な情報発信」ですが、今回の結果では、1段階評価で回答する設問については、スライドの右上の3色の図のように、0から3を意欲が低い層、4から6を中間層、7から10を意欲が高い層と定義づけました。3つの関心層をさらに地域とのつながりの有無別にクロス分析し、

その傾向から、それぞれのニーズに基づいた効果的な情報発信を行っていきたいと考えております。例えば、情報が届いていないと回答した人のうち、地域とのつながりがある人は、ポスターやチラシの強化を望んでいるのに対し、地域とのつながりがないと回答した人は、プッシュ型SNSであるLINEによる発信の強化を望む傾向にあります。ボランティアなど地域に積極的に参加するような活動の募集は、ポスターやチラシなどでお知らせし、気軽に参加できるようなイベントについては、LINE等を用いることが効果的ではないかと思われます。また、地域とのつながりの有無に関わらず、情報収集への意欲が低い層へのアプローチが今後の課題であると考えています。

2つ目に、左下の飲食店を切り口にした発信やコラボですが、アンケートの結果として積極的に情報収集をするものの上位として飲食店が挙げられていたため、飲食店を切り口にしたり、効果的に取り入れた情報発信を行っていきたいと考えています。次に右の2つ、魅力的なポスターやチラシの作成の推進と、タッチポイントの強化ですが、今回のアンケートの少し意外な結果として、目を惹く掲示物やチラシなど、アナログな手法での情報発信が効果的であることがわかりました。そこで、シティ・プロモーション課として、市内の不動産業者2社にアプローチし、引越しや住宅購入を検討する方が来店する店舗にプロモーション冊子やマップの配架依頼を行いました。また、他課の事業で特に良い情報発信に力を入れたいものについて、ポスターやリーフレット表紙などの作成協力を実施しました。スライドに映している2つがその実例です。アンケートの今後につきましては、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年おきを目安に実施していきたいと考えております。今回の結果で得られた意欲別の3つの層について、無関心層の割合を減らし、関心層の割合を増やしていくことで、地域コミュニティの活性化、定住促進を目指していきます。

次に、3ページをご覧ください。ここからはシティ・プロモーションを推進する各チームの活動についてご報告いたします。1つ目は、市民の有志12名で構成される朝霞市民プロモーションミーティングです。今年度はメンバーが朝霞の日常をどのように満喫しているかを紹介し、朝霞での生活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ことを目標に活動しています。今年度は5月と6月にそれぞれ少人数ではありますが、ミーティングを2回開催、個別にもやりとりをしながら進め、メンバーの行きつけのお店や散策ルート、遊び場などをマップ化し、「わたしの“あさか時間”」というシリーズで一人一人のマップを順次作成していくことになりました。メンバーそれぞれが、ペンネームや自分を表すアイコン、趣味などライフスタイルのわかるプロフィールを作って発信することで、より人の顔の見える、超個人的な、市民ならではの目線でのプロモーションを目指しています。「わたしの“あさか時間”」については、当初Googleマップの機能を活用したWeb上のマップのみを作成していましたが、メンバーの1人でも

ある高橋委員から、このようなPDF版マップがあった方が良いのではないかと提案をいただきました。案も作っていただきました。先ほどアンケートの結果でもお伝えした通り、チラシのようなもので何気なく手に取っていただく機会を増やすことが効果的であると考え、Web版と合わせてPDF版を作成・印刷し、4駅のラックに配架を行いました。PDF版の特徴は、メンバーのプロフィールやアイコン、コメントから、作成者の人となり分かるほか、コースの全体像が見られるものになっています。Web版の特徴は、Googleマップ上で各スポットの詳細な住所や情報、写真を見ることができ、ルートを確認することもできます。2次元コードやリンクの掲載により、Web版とPDF版が連動する仕組みになっています。シティ・プロモーション課としては、こちらの2つのマップをホームページ上に掲載するほか、マップの中で特に目を惹きそうな写真やスポットを選び、市の公式インスタグラムに投稿し発信しています。「わたしの“あさか時間” Vol. 1 シン・あさか発見！」のWeb版については、6月30日に公開し、2ヶ月弱で表示回数が1,400回、公開までの表示回数を除いても1,100回以上が閲覧されており、一定の方に閲覧していただけているものと思われま。また、こちらのスライドを見ていただければと思いますが、8月18日の埼玉新聞にもこちらのマップについて記事を掲載していただきました。現状、メンバーが作成したコースを高橋委員がマップ化し、シティ・プロモーション課の職員と作成者で調整をしながら進めています。現在は高橋委員が作成した「シン・あさか発見！」を公開中ですが、第2弾、第3弾も公開に向けて最終調整をしているところです。

次に、4ページをご覧ください。若手の市職員10名で構成されるシティ・プロモーション庁内推進委員会は、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、各課の事業をよりも良いものにできるようなアイデアを提案することを今年度の目標とし、6月に会議を開催しました。初回は、まずシティ・プロモーション課を事業課として、朝霞の外交官であるぼぼたんの市外への発信力を高める斬新なアイデアをテーマとしました。庁内推進委員会では、ぼぼたんイラスト入りワイシャツ等を着用し職員自身が広告塔となることや、ショート動画の発信など様々な意見が上がり、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きます。また、今後の活動については、推進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進めていく予定です。

次に、5ページをご覧ください。最後に、シティ・プロモーション課の4月から現在までの活動についてのご報告をさせていただきます。スライド左上の1つ目は、4月29日の「VIVA LA GARDEN」へのぼぼたんの出演です。「VIVA LA GARDEN」は、さいたまスーパーアリーナで毎年行われている「VIVA LA ROCK」というロックフェスの隣で同時開催される屋外のイベントです。コロナ禍により中止となっていたイベントが復活しつつある中で、ぼ

ぼたんとしても、久しぶりに市外のイベントに出演する機会となりました。当日はゆるキャラたちのショーに参加、PR用の名刺を配布しながら練り歩き、写真のように子供たちから大人気でした。2つ目は、朝霞をテーマとした番組への取材協力です。7月から8月にかけて、こちらの3つの番組の中で朝霞を取り上げていただき、シティ・プロモーション課職員やぼぼたんが出演して市のPRや人參についての情報提供などの協力をいたしました。また、朝霞市内をロケ地として撮影するロケーションサービスの協力については、市役所前で撮影された「仮面ライダーギーツ」が7月に放送されたほか、ドラマやミュージックビデオの撮影も1件ずつ行われ、順次公開予定です。市内で撮影された番組については、放送前に必ずSNSやメール配信等でお知らせし、市民が朝霞の魅力を改めて感じられる機会になるよう発信を行っています。最後に右下ですが、今月初めに行われた彩夏祭では、昨年に引き続き株式会社カインズとの協働ブース、「オリジナルぼぼ鳴子を作ろう！」の出店を行いました。彩夏祭2日目の8月5日に実施し、昨年度より個数を100個増やして350個を準備しましたが、午前11時から受付を開始、午後2時30分時点で完売する大盛況ぶりでした。鳴子を買っていただいた方には、シティ・プロモーション課で作成したプロモーション用の新作ぼぼたんのシールもお渡しいたしました。活動報告は以上です。

○亀岡会長

はい。ただいまご説明いただきましたが、それぞれの活動について皆様にご意見を伺っていきたいと思います。最初に、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ですが、前回の会議でも途中報告がありましたが、朝霞市のシティ・プロモーションに関する情報発信はどのような状況なのか、現在地を知ることが重要であり、まずはアンケートを取ってから議論を始めようという方向性について皆さん共感いただいていたと思います。さらにクロス分析が進み、最終結果が出てきていまして、3つに分類できる関心層が存在し、それぞれの考え方や受け止め方、情報の活用方法が違ってくるようになってきました。委員の皆様には、アンケート結果に対する講評やアンケートデータの活用方法、朝霞のシティ・プロモーションにとって効果的なアイデアなど、ご意見を出していただきたいと思います。前回の会議でも転入先を検討する人はどこで情報を受け取っているのかという議論を行いました。例えば、不動産会社に行く場合は住宅の間取りや家賃などの基本的な情報は入手できますが、そのまちや住民の暮らしについて魅力的な情報があれば、移住定住に繋がるのではないかと議論を行いました。そのようなアプローチもアンケートから導くことができますし、ポスターやリーフレットなどを展開することができれば、コンタクトポイントの強化になるわけです。今回、シティ・プロモーション課の方から市内の不動産業者さんへプロモーション冊子やマップの展開を依頼してもらっていますが、そのような活動に繋がっているのもアンケートの良いところだと思います。はい。副会長お願いします。

○吉田副会長

まずは地元の不動産業者さんってほしい名前が思い浮かぶのですが、その後大手デベロッパーとかっていう例えば朝霞に最近出来上がってくるマンションは、ほしい10大デベロッパーぐらいに絞れるのかなと思ってるんですね。三井系とか野村系とかいろいろあると思う。東京建物系とか。そこら辺のアプローチって、今後考えていらっしゃるでしょうか。多分、本体へのアプローチになるのかなと思うんですがいかがでしょう。

○亀岡会長

はい。課長お願いします。

○事務局・久保田課長

今吉田副会長の方からですね、ご意見をいただきまして、市の方ではですね、比較的接点を持つ方っていうのが開発関係の申請に来られる会社さん、主にですね、販売本体というかそこからではなくてですね、施工的なところに入ってくる、まあ、それでも有名なタラララッタラという音楽でCMをしているマンションなんちゃらっていうところですね。そういったところと私達の方もコンタクトは取れないわけではございませんので、今のご意見を参考にさせていただいて、お話をちょっと試してみてもいいかなというふうに思っています。

○亀岡会長

副会長お願いします。

○吉田副会長

そのデベロッパーだけでなく、そのタラララッタラっていうのも含めてあの仲介の大手さんってあるじゃないですか。そういうところへもアプローチしていただくと広がりやすいかな。まちづくりに対して割と積極的に取り組んでるっていうことと、その業者さん達でWin-winの関係ですよ。自分たちが例えば朝霞を売りたい、朝霞のコミュニティ活動にこれだけ力を入れてるっていうものを示したい。示した方がより売れる。という関係なので相互利用というか、乗っかるというか、タダ乗りするとか、やってみたらいかがかなと思いました。はい。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。その他ご意見どうでしょうか。ちなみに前回の会議で動画を紹介いただいた不動産会社さんでは、チラシや冊子を展開いただけそうでしょうか。はい、事務局お願いします。

○事務局・鈴木主任

前回の委員会のときに、プロモーション動画の周知の協力をしていただきたいという依頼があった株式会社マイタウンさんのことでよろしいでしょうか。

○亀岡会長

はい、マイタウンさんですね。

○事務局・鈴木主任

マイタウンさんについては、プロモーション冊子と、先ほどの「わたしの“あさか時間”」というマップの方を置いていただけるよう依頼をしました。

○亀岡会長

はい、ありがとうございます。シティ・プロモーション課から協力依頼があれば、情報発信をお手伝いしてくれる不動産会社は多いと思いますが、もっと相乗効果のある方法や定住を希望される人が必要とする情報など、発信する情報の中身についても議論する必要があると思います。一方で、地域とつながりが無いと回答した層に関しては、どのようにアプローチしていくのが課題となります。また、情報の入手方法では、現時点では自治体が発行する広報誌から入手する人が多いですが、今後はLINEやSNSでの情報発信を求める傾向があるなど、情報の受け取り方の特性がつかめているので、今後もまちと関わってもらうためには発信方法の検討や情報の質を高める必要があると思います。はい、高橋委員お願いします。

○高橋委員

高橋です、こんにちは。今回あの委員やっててですね、市民プロモーションミーティングのメンバーでもあって公園マップを作って情報発信したり、また自分たちの日ごろの活動、そういうものを一つのマップとして今回「わたしの“あさか時間”」という形で市民の方にですね、発信しています。これ順番にやっていくんですが、私としては、今あるものを情報発信してるだけであって、市民の方がどれだけそれに参加してくれてるかっていうのがGoogleマップのあの閲覧する時ぐらいしかなくて、どの程度の参加数、興味を持ったり実際に行ってるかっていうところが把握できていないんですね。これ私だけじゃなくて他のミーティングのメンバーもですね、やっぱり自分たちで何か新しいものを作ってそれを市民の人に提供してそこに参加してもらってコミュニティを横に広げていきたいっていう方が何人かいらっやいます。

実は私もそのところをちょっと気にしてですね、あとまだ半年ぐらい活動期間があるので、実はこれ私のライフワークでもある、パラリンピックでボッチャというものがあってですね、私5年ぐらい前からボッチャにちょっと関わってて川越でちょっと活動してたんですけど、朝霞市の中でもこれを広げていきたいな。あれは何も障害者の方だけじゃなくて健常者も含めて、年配の方も子どもみんなが経験なくても楽しめるスポーツなんです。今朝霞のホームページ見ると、オリンピックのあのコーナーはあるんですが、年に1、2回どっかでボッチャの体験会をやりました。単発的にポンポンとやっただけなので、これをぜひ私はですね、市内の中で定期的にやっ

て、朝霞の中でのですね、ボッチャ大会を実現していきたいんで、そうすることによって、いろいろな方が参加して、コミュニティも広がっていくし、それでこれは1年間じゃなくて、これから何年も続けていけるかな。実はあの埼玉県の大野知事が3年ぐらい前から、さいたま市に在住の方のボッチャ大会をやってるんですよね。そういうところにもこういうふうに参加していくってのが最近他の市でもこういうふうに出てきてるんで朝霞の中でもぜひ進めていきたいな。実はこれは東京オリンピック前から児童館のところで、体験会だとかミニ大会をここにやってきたんですけど、ちょっとコロナがあったために3年間やってこれなかった。実は来週の水曜日ですかね。この近くにひざおり児童館ってのがあって、そこでボッチャ大会をですね、やるように今企画してます。どんなことかっていうと、もう本当に私が全部一応準備とかしてですね、こんなパンフレットを作って、夏のボッチャ大会 in ひざおりということで、いつどこでやりますよと。優勝したらですね、優勝者には、やっぱりこういう賞状をちゃんと作ってですね、ひざおり児童館とこれは私1人なんですけどボッチャを楽しむ会というですね一応会を作って、こういう賞状をあげたり、あと、この右のですね、ボッチャのボードですね、優勝者にはこういうふうに渡すということで広げてきました。で、これをこの夏以降ですね他の児童館だとか、あと高齢者にいるようなところでも広げていきたいと個人的には思ってる。これはもし可能であれば、市民プロモーションのですね、メンバーとか、あと朝霞市のですね、オリンピックの何かというところと一緒にやっていくと少しは新しいシティ・プロモーションの活動の方向に行けないかなというふうに。もうライフワークなんで、他の方の協力がなくても個人で今活動しているというところですよ。以上です。

○亀岡会長

ありがとうございます。とても素晴らしい活動だと思います。課題としては、情報発信はしたものの、市民がどれだけ共感しているのか、また、実際に行動に移しているのか等、具体的な状況が把握できていないとのことでした。確かに1,400件の閲覧数はありますが、どれほど効果があったのかを把握する必要がありそうですね。一方で、市民プロモーションミーティングのメンバーが主体的にコミュニティを広げる活動をしていくことで、朝霞のまちの魅力がしっかり伝わっていくと思います。高橋委員の具体的な取組みとして、パラリンピック競技であるボッチャの活動を通じて、大会運営や委員会を作られるなど、シティ・プロモーションを推進していく上で重要な市民の主体的な活動を実践されているわけで、高橋さんのような方が増えていくことが朝霞の最高の日常を表現していくのだと改めて思いました。また、朝霞市民プロモーションミーティングで取組んでいるまちの魅力情報をマップ化した「わたしの“あさか時間”」に関する2年間の集大成として、冊子の制作を目指されているとのことですが、このまま仲間を増やしながら継続していければ、将来的には市民が主体的に情報発信するメディア作りが実現できると思います。このように主体的に活動される市民をシテ

ィ・プロモーション課がバックアップしていただくと、僕もできるんだ、私もやってみようなど、潜在的な参画意識を持った方が増えてくると思います。一番大事なことは高橋委員の様に積極的に活動される方の承認欲求を満たすことができる支援が次の活動の原動力になると思います。アンケート自体も大事ですが、アンケートデータをもとに行動に移していく中で素晴らしい活動があれば取り上げることや課題を支援することが重要になります。その他、ご意見をいかがでしょうか。高橋委員の活動に対するコメントでも構いません。はい、木本委員お願いします。

○木本委員

お久しぶりです、木本です。よろしく申し上げます。昨年の委員会のシティ・プロモーション方針が決まった後の1年目、まずはやることに意義があるという年だったと思うんですけども、1年経って実際にやったという結果がかなり出てきたのではないかなあというところ、本日は資料拝見して思いました。具体的な案も高橋さんはじめ、続々動いているようですので、ぜひこれはまた効果測定に繋がられるように、やったことの数字を併記していただくとよろしいのではないかと思います。例えばチラシで、何部撒いたであるとか、不動産業者に渡した冊子の数であるとか、そういった細かいものが何をやるかという選択の軸になってくるかと思しますので、そのあたり是非必ず追っていただければなというふうに思いました。以上です。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。確かに数値をしっかりと記録しておくことは大事ですね。数年後に取得するアンケートデータの分析では、シティ・プロモーションの積み重ねが成果に表れたというような仮説も検証できると思いますので、できるものはしっかりと記録していただきたいと思えます。その他プロモーションミーティングについてはいかがでしょうか。ちなみに投影されているチラシ「シン・あさか発見！」は高橋委員が主体的に制作されていると思いますが、朝霞市内の飲食店さんとコラボするなど、一緒に盛り上げていくのもありだと思います。朝霞飲食店戦争みたいな感じでメディアに取り上げられ面白おかしく表現される場合もありますが、前向きな飲食店とのコラボは効果的だと思いますが、どうでしょうか。

○高橋委員

あの、朝霞は結構有名な飲食店もあります。町中華みたいな形でいつも並んでる、そういうのは何もしなくても、市民の方とか市外の方にも伝わるんですけど、地元根付いてるお店っていうのがあるんですよね。それとか、2、3年前にUターンしてきて始めました。そういうお店を私は応援したいという中で、今回私が通っているこの城山公園とか史跡の下をこういうふう歩いたら、たまたまご両親がやってた町工場ですか、それを閉鎖するので、そこに娘さんとそのご主人が戻ってきて小さなレストランをやっていると。何かその話を聞いてジーンとして、ぜひ私の作るコ

ースに入りたいなということで取り込んだと、そんな感じですね。

○亀岡会長

記事を編集される方の考えや思いがしっかり表現されてる方がチラシを手にとった側も感じるものがあると思います。高橋さんはこれ、〇〇さんはこういう切り口というような表現が増えてくると、いろいろなまちの歩き方や楽しみ方も増えるので、ぜひこのような活動は継続していただければと思います。はい。市民プロモーションミーティングの活動、チラシ以外でも何かトピックスあればと思いますが、いかがでしょうか。はい。副会長お願いします。

○吉田副会長

質問なのですが、これいくつぐらい「わたしの“あさか時間”」ってコレクションするか何かイメージあるんでしょうか。

○亀岡会長

はい、事務局お願いします。

○事務局・鈴木主任

事務局より回答いたします。「わたしの“あさか時間”」に関しては、まず、メンバーが1人1コースは発信をしていただきたいということで、年度内に12コース作成することを目標としております。

○亀岡会長

はい、副会長お願いします。

○吉田副会長

それをどっかのタイミングで、小冊子とかっていう方向性を考えてらっしゃるってことでいいですよ。それと思ったのは、ターゲットがまず在住者とかあるいは近隣4市とかの人であるとしたら、彩夏祭に足を運んでもいいみたいな人であるとしたら、どうなのかな。こういう散策って、例えば半日ぐらいのレベルかなと思うんですね。だから、編集の段階でそこら辺が全体の案内に入ってるのかということがあるといい。もともと探してる人はいないことはないと思うんですよ。なんか外人とかがもう意外に日本の有名観光地は飽きて、変なところに入り込んでいってるじゃないですか。今インバウンドとかで。いわゆるロコ目線のところに入り込んでいるので、そこら辺は編集の段階で、そのアレンジの仕方はいかようにもっていう感じがして面白いなと思いました。

半日ぐらいで回れるコース、あとはあれですよ、私達というか行政がやった場合にその飲食店の固有名詞ってやっぱり出し難いところがあるので、バンバンこう推しのお店とかってそれぞれが載っけてもらって、ていうものがないかなと。僕がやるとしたら全部最後はあづま湯行ってから一杯とかっていうふうに全部なっちゃうと思うんですが、何か半日ぐらいでうまくってあたりが

多分ちょうど良くて、非常に魅力的なコンテンツになるんじゃないのかなって期待してます。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。完成イメージは「いつものあさかで」の冊子のような感じでしょうか。はい、事務局お願いします。

○事務局・西田課長補佐

はい。まだちょっと具体的なイメージがぼぼぼない状態ではあるんですが、ミーティングメンバーの皆さんと話をしながら、どういったことがいいのかとか、「ちょこたび埼玉」という、県のほうから年に2回発行されている冊子などもあるので、そういったものを参考にしながら考えていきたいなと思っています。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。コンテンツの内容が素晴らしいので、できれば編集する際には、事前に展開したい場所やツールの形状も想定した上で編集されると、活用方法も広がると思います。市民プロモーションミーティングの活動についてはこんなところでしょうか。続いて3番目、シティ・プロモーション庁内委員会の活動報告がございましたが、こちらの議題としては、ぼぼたん活用の再認識や再構築が中心だったと思いますが、庁内推進委員会の活動についてのコメントや要望があればよろしくお願いします。はい、高橋委員お願いします。

○高橋委員

スライドの右下にですね、ぼぼたんイラスト入りワイシャツの着用というふうな、何か具体的にもう着用してるとかないですか。テレビを見てると、ある市なり市町村の市役所はこういう風にあれすると、そういうシャツ着てたりするんで、ぜひ何かこういうアイディアがあるんだったら、全員がするのは無理でしょうけど、案内のカウンターありますよね、とかそういうところの方だけでも、バッジとかシャツとかつけると、どうかなというふうに感じました。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。まずはシティ・プロモーション課がやるべきだと思いますがいかがでしょうか。はい。副会長お願いします。

○吉田副会長

この辺は彩夏祭のときに最低限シティ・プロモーション課がそういうTシャツぐらいは着て、広告塔というか、そういう役割を果たすべきだなって。例えばLINEとかの関係でグラフィック的なパターンっていうのは、すごく開発が進んでるんですね。その宣伝広報も兼ねて、まず職員が前に出て広告塔に。実際、この世界には、そんなことばかりやってる、嫌な感じのシティ・プロモーション職員とかっていうのもいて、僕あんまり好きじゃないんですけど、朝霞の職員の方々って

とても引っ込み思案だったりするところがあるので、この辺でバーンと行きたいなというふうにもみえています。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。朝霞の外交官として、ぼぼたんに全てを託すわけではなく、まずはきっかけづくりが大事ですよ。かわいいキャラクターが会話のきっかけとなり、朝霞のシティ・プロモーションが目指していることをセットにすることで、魅力をしっかり伝えていくという意味では、職員の方が着用することや愛着を持って手元に置いてもらうことが理想です。庁内でそのような活動ができないと、キャラクターグッズを作って皆さん活用してくださいと言ってもなかなか伝わらないので、ぜひ実行に移していただければと思います。はい。木本委員お願いします。

○木本委員

木本です。シティ・プロモーション庁内推進委員会についても昨年の方針を受けて、まずはやってみようというプロダクトアウト的な発想から始まった活動だったかと思うんですけど、今年度については第2回目以降についての項目のところに記載の、自発的に庁内の課題解決について相談があったというところが非常に気になりまして、向こうからの相談がこの会を通じて生まれたというところが非常に気になったので、具体的にどんな課題があったかですとか、差し支えなければ教えていただくことは可能ですか。

○亀岡会長

事務局お願いいたします。

○事務局・西田課長補佐

はい。まだ具体的なことは申し上げられない状態ではあるのですが、シティ・プロモーション課としての意見とかアイデアとかそういったところをぜひお借りしたいということでご相談をいただいているというところでございます。すみません。

○亀岡会長

ありがとうございます。今回の庁内推進委員会の開催によって、部門を超えた相談があったのはとても良いことだと思います。アイデアの提供に関しては、今までの延長線上にない斬新なものが求められるのではないのでしょうか。例えば、朝霞の理想の未来から考えるような未来志向の議論が必要だと思いますので、いろいろな部門間で協力し合えば、大きな課題解決や新しい取り組みができるという視点を持っていただきたいと思います。その他、庁内に関しては大丈夫ですかね。

最後になりますが、シティ・プロモーション課の活動もいろいろと報告をいただきました。ぼぼたんのメディア取材協力やテレビ関連バラエティの展開も含めですね、いろいろな情報発信を行っています。例えば、テレビ番組を通じて朝霞の情報に触れた市民はまちに対する愛着や魅力を再認

識したのではないのでしょうか。また、彩夏祭に関しては、ぼぼ鳴子づくりのワークショップが昨年に続いて完売するなど、大盛況とのことでした。こちらも鳴子づくりを通じて、何を伝えるかというところも重要になってくると思います。彩夏祭のタッチポイントを有効に使うという視点では、ぼぼたんシールも配布されたということですが、これらを受けて委員会の皆さんからのコメントや新たなアイデアがあればいただきたいと思います。はい、木本委員お願いします。

○木本委員

木本です。今年の春にシティ・プロモーション課の担当の方の異動があったという話を伺っていて、そうすると昨年度との情報発信量の比較ですとか、どうなるのかなと心配に思っていたのですが、私もFacebookやインスタグラムを拝見していますが、昨年と遜色なく情報発信をいただいている、事前に情報をお伝えするという方向性で動いてらっしゃるというのがよく伝わってくる内容をいただいていると思います。ありがとうございます。

○亀岡会長

お褒めのコメントをいただきました。一方で、質と量についてはどうですか。個人的には、昨年よりも発信する量は増やしてほしいと思いますが、そのあたりの要望あれば、よろしく願います。はい。副会長お願いします。

○吉田副会長

タッチポイントって言葉が出てくるようになって、そのメディアに対する理解が深まっているというのと、僕の方から褒められるなど思うのは、本当に少ない、限られた予算の中で、タダ乗りというか、パブリシティというかメディアの利用の仕方とか、先ほど不動産関係の仲介業者とか、デベロッパーってところを狙って、なるべく少ない予算で最大の効果を出すと。何がどういうふうに弾けるかってわからなくて、ここでいうロケーションサービスって朝霞のこういうところをロケできませってという動画を、何とプロに頼まずに、編集機材を先に買って、3年くらい前ですかね、編集機材を買って、自撮りしたものを職員が編集して作ってあげたら、予想通りメディアが食いついたと。本当にミニマムな予算で、マキシマムな効果を上げるっていう点に関してはかなりプロフェッショナルリズムが身についたんじゃないのかなって僕は思ってます。なので、よくアンプッシュとか待ち伏せ作戦とか、地雷を仕掛けておくんだ作戦みたいなことを言ってるんですが、どんなに予算がついても、その精神は課の歴史としてね、残して行って欲しいなと思ってます。ただし、たまにはご褒美で予算の方も少し何とかしてもらえないだろうかというのは、要望としては挙げておきたいなと思っております。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。確かに予算が限定的だとしても以前と比べて具体的な活動ができ

ていると思います。例えば、企業とのコラボもカインズさんだけではなく、もっと増やしてほしいと思います。最近では公益資本主義といわれるSDGsやESG経営を大事にしてる企業が増えてきており、本業を通じて社会に貢献したいと考える企業との接点をつくることもシティ・プロモーション課のあるべき姿ではないかと思います。一方で、企業と連携し、共創しながらシティ・プロモーションを推進していくことは相当な労力が増えることでもあるので、どこまで求めていいのかわかっていますが、カインズさんが最大の成功事例であれば、朝霞市内にもたくさんの企業がありますので、ESG経営を推進されている企業とのコラボレーションをシティ・プロモーション課が求めていくのも一つの手段だと思います。シティ・プロモーション課の活動についてご意見あればよろしくをお願いします。はい松山委員をお願いします。

○松山委員

こんにちは。松山です。先ほどお話にありました「オリジナルぼぼ鳴子を作ろう！」っていうのに当日参加というか、買い物に行きまして、11時ぐらいに着いたらかなりの長蛇の列で、もう何十分も並んで購入するっていう形だったんですが、そのときにぼぼたんシールを配布ってふうにあったと思うんですけども、先ほどご予算の関係でっていうのはあるかと思うんですが、普通のシールじゃなくてTシャツとかに貼れるような、アイロンプリントができるようなシールとかだと、先ほどのTシャツを着て職員が広告塔になるというのにも繋がるのかなと思って、予算とかの兼ね合いもあって無料配布は厳しいとは思いますが、そういうのを併用して販売するとか、それを付けたTシャツを着て対応にあたるとかだと一石二鳥なのかなあというふうにちょっと聞いておりました。以上です。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。シール配布するのなら、もっと有効活用ができるように想像力を持って準備すると良かったかもしれません。確かに洋服に付けるなど、自分が広報的に動きたい人もいます。例えば、洋服やシューズなど、ファッションアイテムだとプロダクトプレイスメントと言ってメーカーが番組や有名人に対して商品を提供することで、広告塔にする手法がありますが、ぼぼたんも知名度のあるキャラクターなので、同じ手法が使えると思います。シールも重要なアイテムだと思いますが、ツールを活用することで広告塔のように使ってもらえるアイデアも必要だと思います。はい。その他のご意見いかがでしょうか。そろそろ意見も出尽くしたようなので次の議題に進めますが、よろしいでしょうか。

続いて議事2シティ・セールス朝霞ブランドの更新について事務局より説明をお願いいたします。

○事務局・西田課長補佐

シティ・プロモーション課の西田です。

現在認定されている朝霞ブランド7点については、認定期限が今年度末までとなっております。

朝霞市シティ・セールス朝霞ブランド認定要綱第4条で、市長は、シティ・プロモーション委員会から朝霞ブランドについての検討結果である選定理由書の提出を受けたときは、認定基準に基づき、朝霞ブランドを認定するものとする。となっており、選定理由書には地域資源の名称、認定の対象及び選定するに至った理由を明記するものとする、と規定していますので、委員の皆様には次期ブランド認定に向けた候補の選定について、ご審議いただきたいと思っております。

スクリーンをご覧ください。認定に向けての検討は、このような流れで考えています。まず、本市のシティ・プロモーションに携わっているチームにアンケート調査を実施しています。集計結果はのちほどご説明いたしますので、今は流れだけ見てください。今日は、ここです。事務局案をお示しし、みなさんにご審議いただきます。次の委員会開催を来年2月に予定しているのですが、本日の審議内容に加え、さらなる検討が必要となった場合には、リモート等で情報共有しながら進めていき、次回の委員会で選定していただく目途でございます。

資料3をご覧ください。シティ・セールス朝霞ブランドの認定の対象となる地域資源について、事務局案をお示ししています。まず、現在の朝霞ブランド7点ですが、「旧高橋家住宅」が歴史、「本田美奈子.モニュメント」が文化、「黒目川」が景観、「彩夏祭」と「アートマルシェ」が行事、「ニンジン」が産品、「公園通り」が生活という位置づけでございます。事務局としては、「旧高橋家住宅」、「本田美奈子.モニュメント」、「黒目川」、「彩夏祭」、「ニンジン」については、地域資源として、本市のイメージ向上及び郷土意識の醸成を図る目的に合致していると考えられることから、再認定してはかがかと考えています。

次に「公園通り」ですが、けやき並木が緑のトンネルを作るように道路上に差し交わしており、歩道も広く取られていることから、散歩やジョギングなどで親しまれている、市のメインストリーツ的なところなんです。不動産業者が、新築マンションの紹介をする際などに、必ず使われるビューポイントでもあります。令和2年2月にシンボルロードが整備され、ここ数年は、大小さまざまなイベントがたびたび開催されたりするなどしています。通りの名称自体は公園通りなのですが、そういったイベント関連ではシンボルロードで実施されることが増えており、市民の方の認知度も高いことから名称を「公園通りとシンボルロード」としてはかがかと考えています。

次に「アートマルシェ」ですが、記載していますとおり、以前は朝霞駅の南口と東口とを会場として賑わいを見せていたものですが、令和4年度には規模を縮小して南口のみで、実証実験中の「アサカストリートテラス」というイベント内でのコーナーのひとつ、のような形の開催になっており、単独で開催する行事ではなくなっているため、認定終了が望ましいのではないかと考えてお

ります。シティ・セールス朝霞ブランドは認定個数が決まっているものではないので、平成29年度までは5点だったものを、平成30年度からは7点認定しています。事務局でお示した案では、「アートマルシェ」を認定終了とすることで6点となるのですが、この5、6年の間に動きのあった地域資源について、新規認定候補として考えたものが2点ありますので、ご説明します。

まず、「まちなかベンチ」です。ウォークブル推進都市に認定されたことから、市の都市建設部門で「歩きたくなるまちなかづくり」について、事業を進めているところです。市主体、民間主体、官民協働とさまざまな形で、市内のいたる所にいろいろなベンチを作ったり寄贈いただいたりしているのですが、あちこちに休憩施設があることで居心地がよく、歩きたくなるまちなかを目指した取り組みということでございます。既存のベンチに加え、ちょっとお洒落なベンチが増えているのが特徴で、なんとかテラスとか、雅涼庵とか、オーニングベンチとか、そんな名前がついています。今後も増え続けていくことが想定されており、市内外に広く周知したい誇れる地域資源だと考えますので、新しく認定候補として挙げております。

次に、「オリンピック・パラリンピックレガシー」です。2020東京オリンピック・パラリンピックは、コロナの影響で開催が2021年になりました。埼玉県内で、オリンピック会場となったのはバスケットボールとサッカーがさいたま市、ゴルフが川越市、射撃が朝霞市で、パラリンピック会場は射撃競技の朝霞市だけでした。オリンピック・パラリンピック両方の競技会場となったのも、両方の聖火リレーが通過したのも、実は県内では朝霞市だけだったなど、後世に語り継ぐことのできる世界的イベントに関わったまちであります。コロナ禍だったので無観客となり、まちの賑わいという点では残念な形に終わってしまいましたが、この大会を機に市独自のボランティア制度が生まれ、今もイベントボランティアという名称で活動しており、また、記念碑を朝霞駅南口広場に設置したほか、総合体育館には大会マスコットのミライトワ・ソメイティのオブジェと聖火リレートーチの展示がされていることから、新しく認定候補としております。次に、事前に実施した意見聴取の内容についてご説明します。

○事務局・笹篠主事

はい。シティ・プロモーション課の笹篠です。先ほどご説明しました事務局案について、賛同・反対・その他の意見を伺うため、朝霞市民プロモーションミーティングメンバー及びシティ・プロモーション庁内推進委員会委員に対し、アンケート調査を行いました。それでは、資料4を元にご説明します。なお、アンケート内容は次資料「シティ・セールス朝霞ブランドに関するアンケート設問一覧」となります。全体的な結果として、再認定候補については賛同が大多数となっています。認定終了候補及び新規認定候補について反対は少数ですが、その他として、様々なコメントをいただいております。

それでは順番に、各案におけるコメント詳細についてお伝えします。「アンケート結果コメントまとめ」をご覧ください。1つ目は、「旧高橋家住宅」です。回答内訳として、賛同15、反対0、その他2となっています。賛同としては、「国指定重要文化財であること」や「地元の子どもたち郷土文化学習の材料となりうること」、「地域の文化を学べる場である」といったコメントをいただいております。2つ目は、「本田美奈子.モニュメント」です。回答内訳として、賛同15、反対2、その他0となっています。賛同としては、「朝霞市のシンボリックな存在であること」や「朝霞を愛した本田さんの地元であることの認知の浸透に役立つ」といったコメントをいただいております。反対としては、「世代間での認知ギャップがあること」や「朝霞市との関係性が希薄のように感じる」といったコメントをいただいております。3つ目は、「黒目川」です。回答内訳として、賛同16、反対0、その他1となっています。賛同としては、「市のシンボリックな自然資源」、「老若男女問わず場所を通じて時間を共有できる」、「市民の憩いの場である」や「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」といったコメントをいただいております。その他としては、「黒目川は朝霞市だけのものではないため、どちらともいえない」といったコメントをいただいております。4つ目は、「彩夏祭」です。回答内訳として、すべての方に賛同いただいております。「朝霞を代表する歴史あるお祭り」、「朝霞市の誇れる行事である」や「昔の町内会的役割を担い、まわりの人とのつながり・助け合いの希望が持てる場である」といったコメントをいただいております。5つ目は、「ニンジン」です。回答内訳として、賛同14、反対0、その他3となっています。賛同としては、「朝霞市=ニンジンのイメージが強く、北朝霞駅にはニンジンモニュメントもあり、市のブランドイメージとして当てはまる」や「主要生産物として他に代替品がない」、「最近メディアでも朝霞がニンジンの街と言われるようになり少しずつ認知されてきていると思う」といったコメントをいただいております。その他としては、「何かしらのブランド名を押し出すなど、テコ入れが必要」や「ニンジンという素材上、主役となることは少なく、グルメとして取り上げられることが少ない」といったコメントをいただいております。6つ目は、「公園通り」からの名称変更となる「公園通りとシンボルロード」です。回答内訳として、賛同14、反対0、その他3となっています。賛同としては、「いろんな世代が朝霞の居心地の良さを感じられるエリア」、「季節を問わず市民の憩いの場である」や「キッチンカーやビアテラスなど多くのイベントが開催され、対外アピールが十分に可能である」といったコメントをいただいております。7つ目は、「朝霞アートマルシェ」です。こちらは認定終了候補となります。回答内訳として、賛同9、反対2、その他6となっています。賛同としては、「規模を縮小している」、「単独のイベントとして行えない」、反対としては、「芸術文化に明るいまちであるため、継続が望ましい」といったコメントをいただいております。その他としては、「アサカストリートテラスと統合しても良いのでは」といったコメントをいた

だいております。8つ目は、「まちなかベンチ」です。こちらは新規認定候補となります。回答内訳として、賛同9、反対1、その他7となっています。賛同としては、「休める場所があること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」、「官民協働の取り組みによる心地よい地域づくりの一環となっている」、「市民の要望も多く、ますます増えていくことが期待されること」、「場所によりデザインを変えたりするなど、デザインの公募を行ってもよいのでは」といったコメントをいただいております。その他としては、「他の認定候補と比べ、コンテンツとして十分ではない印象である」や「ブランド認定を機に認知度を高めていく目的であればよい」といったコメントをいただいております。9つ目は、「東京2020オリンピック・パラリンピックレガシー」です。回答内訳として、賛同7、反対2、その他8となっています。賛同として、「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」や「継続できるイベントを検討してほしい」といったコメントをいただいております。その他として、「具体的な事業のビジョンが必要である」や、「後世に語り継ぐ要素として、オブジェや記念碑だけでは弱い気がする」といったコメントをいただいております。

最後に、候補としてふさわしい地域資源に、朝霞の森や、アサカストリートテラス、あさか冬のあかりテラス、北朝霞どんぶり王選手権などが挙げられています。事務局からは以上です。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。それではシティ・セールス朝霞ブランドの更新について議論に入りたいと思います。ただいま事務局からご説明いただきましたが、委員の皆様からご意見いただきたいと存じます。まずはブランドの再認定と認定終了、そして新規の選定について議論していきたいと思います。先ほど、事務局より示していただいた案に対する賛成や反対、また、独自の提案など、ご意見いただけますでしょうか。よろしくお願いいたします。

○榎本委員

はい。榎本です。よろしくお願いいたします。再認定候補についてはですね、今アンケートの内容を確認させていただいたところ、非常に賛成も多いですし、意見の内容もまとまっていたと思いますので、こちらでよろしいと思いますし、特に我々農業協同組合としては、このニンジン朝霞市では有名ですし、我々JAにもテレビ局からの問い合わせが非常に多く、このあたりで農産物を作っているところ、ニンジンですとか、やはりロケ地としても都内に近いので、結構ロケで使われています。そういった問い合わせも非常に多いので、ニンジンや、農産物はシティ・プロモーションに繋がられるところではないかなと思いますので、協同組合として「ニンジン」というのは大賛成ということで、よろしくお願いいたします。以上です。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。確かに事前にアンケートを取っていただいているので分かりやすいですね。全ての市民の意見ではないですが、シティ・プロモーションに関わる2つの組織からしっかり意見が出ていることが重要だと思います。また、反対意見やブランドを良くしていくための課題としてコメントをいただいている部分は、改善を検討する必要があると思います。はい。高橋委員をお願いします。

○高橋委員

今、ブランドの話で「ニンジン」の話があったので、ちょっとそれで私なりに感じるのは、私は朝霞に住んで45年経ちます。その当時は本当にニンジン畑が多かったです。家の周りはいまほとんどニンジン畑というぐらいでした。だけど最近は逆に、ニンジン畑ってあまりに広大なニンジン畑ってあんまり見ないですね。逆にそういう時代になってるから、いかにニンジンをそれ市民なり、市外の人にPRしていくかっていうことが大切かなと思ってます。で、ここに私も書かせていただいたんですけど、小学校の給食で、もうニンジンだけでもメニューを1年間に1回作るとかね。いや、ニンジン嫌いになる、もしくは思い出になる、つまり朝霞から出てった場合でもニンジン見ると、俺は朝霞にいてこういうの食べたとか、俺も朝霞なんだってそんな話題にもね、なるかもしれないんで、何か人参をイメージするその小学生の給食みたいなものを作ってもらったらどうかなというのを感じます。あともう1点、朝霞の駅の周りはないのかもしれませんが、朝霞台の駅の周りは、ビルの建物の上はニンジンの屋根の上の方に、人参の色と緑の、あれをなんとかこういうふうに立ってるんですよ。そういう話題ってのがほとんど知らないと思うので、そんなのも少しあの広報なり何かでこういうふうなPRしてもらおうと、朝霞台の辺りは本当何もなかったのに、ニンジン畑の面影が残ってるのはあのビルで、今新しいビル建てても上にニンジンのあのイメージのカラーを使ってるところもありますね。そんなのを参考にいただければいいかなと。はい。以上です。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。給食とのコラボも良いですが朝霞市内の飲食店さんとのコラボはどうでしょうか。例えば、地域の大学生と一緒に新しいメニューを考えることや郷土料理を改めて作ってみるのも良いかもしれません。また、昔のようにニンジン畑が広がる風景が見れなくなってきた中でも、農協に対するメディアからの問い合わせはニンジンに関するものが多いことを考えるとブランド価値は十分にあると再認識できたのではないのでしょうか。課題としては、ニンジンを朝霞市民の自慢の品として伝えられるような情報に編集することだと思います。ブランドを認定して終わりではなく、そのブランドを推進するための情報発信のアイデアもシティ・プロモーション

委員会の重要なテーマだと思いますので、そのような議論も継続していきたいと思います。その他、「ニンジン」以外の認定候補もございますが、ご意見いかがでしょうか。ちなみに認定終了予定の「朝霞アートマルシェ」に関しては事務局からのお話ですと1つのイベント内の一行事になっていることもあり、認定終了予定となっています。新規選定に関してのコメントでも構いません。ご意見いかがでしょうか。はい、高橋委員お願いします。

○高橋委員

度々すいません。先ほどちょっとお話したボッチャにまた絡むんですけど、今回新規選定ということで東京2020オリンピック・パラリンピックで朝霞は射撃の競技場になったということなんですけど、他の市、和光市、新座市、練馬区。そういうところでも同じことを言ってるんですよ。何かというと、朝霞駐屯地朝霞自衛隊というふうに名前はなってますが、地番を見ると和光市が入ってます。練馬もあります。新座もあります。ということで、他のところでも同じように東京オリンピック2020は、新座市でありました、オリンピック競技場に一番近い小学校は新座ですとね、そういうふうにPRしてるんです。だいたい同じようなこと言ってるんで、もし朝霞市で東京2020オリンピック認定するのであれば、新しく認定され、少し差別化する、他の市よりこういうふうに何か抜け出すようなものっていうのを考えると、さっきから言っております何か継続してできるオリンピックに関係したスポーツを市民の中で広げていくとか、そういうことがあってもいいのかなということで、ちょっとコメント書かせていただきましたけども。先日、朝霞市のホームページでオリンピックのコーナーありますよね、あそこ管理しているところに問い合わせしたんですけど、やっぱり継続するようなものがないとやっぱりこのページがあってもあまり意味ないんじゃないんですか。継続でできるんだったらボッチャとかそういうものもありますよ。何かご協力できるものがあったら相談しましょうということをメールしたんですけど、返事も何も返ってきてないんで。1ヶ月ぐらい前ですから、きっと彩夏祭の準備で忙しくてこれから検討されるんだと思うんですけど、何かそんな他の市と差別化できる何かそういうものを1つアイデアとして付け加える必要が、何もボッチャだけじゃなくていいんですけど、何か1つ付け加えるようなものがあったらいいかなと。ただあのモニュメントなり何か記念碑を建てましたっていうだけではちょっと弱いなって感じがしました。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。アンケートを見る限りでは、オリンピックレガシーとして記念碑だけでは語り継ぐ要素が少ないなど、ポテンシャル不足に対するコメントが多くみられます。確かに記念碑だけではブランドとして弱いと思いますが、先ほど事務局より説明がありましたボランティア活動に繋がっていることや高橋委員が推進するオリンピックレガシーから発生したボッチャな

ど新しいスポーツの取組みが生まれていることがブランドの構成要素として必要なのかもしれません。また、近隣都市との表現の差別化は重要になってくると思います。はい、松山委員お願いします。

○松山委員

松山です。質問なんですけれども、朝霞アートマルシェは、アートマルシェ自体が他のものと統合するのではなくて、もう丸々ブランドとしてはなくなってしまうということでしょうか。

○亀岡会長

はい、事務局お願いします。

○事務局・西田補佐

アートマルシェというイベントとして続いていくのかどうかというところは、担当の方に確認しないとはっきり申し上げられないのですが、現状、単独のイベントとしての開催というのは難しいということは聞いています。アサカストリートテラスは、今実証実験中なんですけれども、テラスとの同日開催みたいな位置づけで、令和4年度のアートマルシェは実施されました。今年度どうなるのかというところは、まだ確認が取れていないので、現時点でははっきりとはわかりません。

○松山委員

ありがとうございます。

○亀岡会長

ちなみに今後ストリートテラスのブランド価値が高まることで、新たな候補になるかもしれないという含みを持たせてもいいということでしょうか。はい。副会長お願いします。

○吉田副会長

ちょっと全体の位置づけについてそのストリートテラスと「まちなかベンチ」とアートマルシェの何か動きとしてテラスっていうのがいわゆるウォークブルシティとか、そういう啓蒙活動と色々な意味でつながりがあったりしてるんですよね。なんかそれストリートテラスってのは都市計画上、セクションとのなんかテラスって言葉が何かあるんですか。すみませんちょっと僕自身がそこら辺理解してなくて。はい。

○亀岡会長

はい、事務局お願いします。

○事務局・久保田課長

はい。ちょっと詳しくはですね、理解はできてないところもあるんですけども、まず、先ほども

お話をいただきました、ウォークブルを推進していくという中で、歩いて暮らせる、それと、沿道をにぎわいの創出みたいなどの位置づけの中で、まずは「まちなかベンチ」を設置すること、それからにぎわいの創出というところで朝霞市においてはですね、朝霞エリアデザイン会議という一つの会議体とのセッションがうまく今噛み合っている。ストリートテラスにつきましても、今は実証実験なんですけど今年度におきましては2日間の開催になってですね、やはりどんどんどんどん規模は大きくなっている。また、出店される水準というんですかね、その辺もそのエリアデザイン会議さんの方でしっかりと選定されているということで、今後もおそらく大きくなっていくイベントではないかなというふうには、我々も外から見ていて感じているところではございます。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。木本委員お願いします。

○木本委員

木本です。私もアンケート結果拝見していて再認定候補の上5件までは異議なしで再認定いただければなと思いました。ご提案いただいていたように、6～9番までの再認定候補の名称変更、認定終了候補、新規認定候補2件についてはやはりあともう一個調整が必要ではないかというふうに思いました。というのもですね、まずは2020オリンピック・パラリンピックがあって、それに伴うシンボルロードの開発ですとか色々な公共事業があって、その中派生してきた官民協働の活動としてアサカストリートテラスですとか、ウォークブル推進都市のための「まちなかベンチ」の設置ですとか、全てはパラリンピックから始まっている活動が下4点かと思うんですけど、7番の朝霞アートマルシェを全く無くしてしまうと、オリンピック・パラリンピックから始まった官民協働の活動のアサカストリートテラスの話が全く無くなってしまうと、そこは残念な点ですね。実はアサカストリートテラスが始まったのも、令和3年度の国土交通省の、居心地よく歩きたくなるまちなかの形成をはじめとする、多様な人材の集積や様々な民間同士を引き付け、都市の魅力、国際競争力の向上を目的とした取り組みを支援する、官民連携まちなか再生推進事業の実施事業者へ朝霞市と民間企業が応募して、採択されたから行われてきた、もう3年目、4年目になる活動ですので実はすごく大事なブランドなので、今テキスト記載項目としては「朝霞アートマルシェ」の中に実証実験中のアサカストリートテラスが行われているというふうに書かれているんですけど、もしこの項目が無くなるのであればそこを上に出して、活動の部分とあとは実際の「まちなかベンチ」の実施ですとかシンボルロードの開発ですとかをまとめて、その辺り事業活動と実際のブランディングを何にするかをあと一步整理頂けないでしょうか。以上です。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。木本委員のおっしゃる通りそれぞれの事業が関連していることや

これまで官民協働の取り組みとして参加された人の思いも大事にする必要があると思います。その上でこれまでのプロセスの整理や改めてオリンピックレガシーは一体誰のためにあるのかという本質部分の議論が必要ではないかということだと思いますが、事務局からは何かコメントございますか。

○事務局・西田課長補佐

はい。今いただいたご意見を聞きまして確かに整理が必要であるというのは、痛感いたしましたので、もう少し話をしながら整理をさせていただければなというふうに思います。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。はい、高橋委員お願いします。

○高橋委員

はい。一市民の目から見て、あの「まちなかベンチ」って今回新規認定候補に挙がってますけど、あえて「まちなかベンチ」を取り上げる理由、必要性があるかなと感じます。一市民として。ここ写真にあるですね、一つここでシンボルロードのところの左下のは、シンボルロードここに数年の間にできたんです。この右のやつはこれ黒目川のこのほとりで、あんまり誰も行かないようなところ。何かというと、黒目側の延長線にあるベンチこっちはシンボルロードの一部のベンチ、それ以外は今まであった公園のテラスとか市役所のそのテラス、あえてここまであのブランドとして取り上げる必要性があるかっていうと、あまり一市民として見ると新鮮な感じはしないと思います。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。副会長お願いします。

○吉田副会長

現状だと今の高橋さんのご意見ってそんなに大してないと。ブランド認定するにあたって増やしていきたいもの、例えばまちなかで人が座って憩える場所っていうのも認定することで、行政が動かざるを得ない形を作るという機能もあるので、僕はそのストリートテラスの最前線っていう市内最前線的な位置づけとしては、あった方がいいし、高橋さんにやっていたら「わたしの“あさか時間”」のところへ関連付けてもいいのかなと思っていて、そういう意味で、もう一つ見たんですけど、今シンボルロードってあるじゃないですか公園通り。これも増やしていきたいですね朝霞台方面とか、例えば浜崎、溝沼のあたりとか、一番向こうはカインズがある根岸台のあたりとかにも増やしていきたいので、作戦として僕はあってもいいのかな。認定すれば、ほったらかしにはできない、というあたりを僕はなんか見てて、あってもいいのかなと思いました。さっき事務局にテラスとアートマルシェとかの関係をお伺いしたのは、本来はまちなかテラスにしたいんです

よねこれ。本当はまちなかテラスにしたいんだけど、必ずしもどこにでもテラスを作れないからとりあえずベンチからいこうみたいなことで、そういう理解でいいですか。そうすると本当はまちなかテラスとかやるとつながりが全部はっきりするじゃないですか。必ずしもテラス作れないし、ベンチだったら動きが良くて、拠点のベースになるのかなっていうことで理解したんですけど、何かそこら辺どうでしょうか。

○亀岡会長

はい。事務局お願いします。

○事務局・久保田課長

テラス事業につきましては、「アサカストリートテラス」は一つの象徴と言いますか、大きくやって、でもやられている皆さんのお話を伺うと、朝霞の場合はその今ストリートテラスというのが市外の人ですとか、多くの人がこう認識している名称なんですけども実は平時といいますか小さなテラスというのもやっていて、本当はそちらの方に目を向かせるというか、意識を行かせて日頃からこういったテラスっていうものが開かれてるんだよって日常の中に落とし込みたいっていうお話を聞いたことはございます。「まちなかベンチ」を私達の方で事務局案とさせていただいたのは、やはりその新鮮味とかっていう目線ではちょっと違ってですね、朝霞独自のといいますか先ほどちょっと高橋委員の方からもオリンピックは新座も和光も練馬も言ってるよっていうところで「まちなかベンチ」っていうのは今朝霞が少しといいますか、私の感覚で見ますと、突出して異彩を放つと言いますから、他ではなかなかやっていないのかなあと。特に駅前ですとか、公園とかシンボルロードにベンチを置くっていうのは比較的よくある光景かもしれませんが、こういった黒目川のですね、川沿いにちょっと変わったベンチを置く。そこで、そこを通りかかる人が「これ何？」って言ってもらおうとかですね、一応その座って川を見れるような景観的なものもですね、景観団体として朝霞市もなっていますのでその辺も含めて都市建設部門の方では河川のこういったところにベンチの設置も少しずつ増やしていきたいという。これはその今まだ大きくは広がってないんですけども、このベンチを設置した朝霞の事業者さんの方で、だったら今私もこの黒目川をよく散歩してるんだと、そこに古いベンチが今、いつも目につくと、これ自分たちの方で新しくさせてもらえないかというような提案をいただいて、実際そのベンチが新しく変わったりとかっていう、本当にゆっくりゆっくりと浸透してきているのかなというふうにも思ったところで今回ですね、事務局案として挙げさせていただいたというところでございます。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。ベンチを単なる物として捉えるのか、自然豊かな街並みを歩くことでまちの魅力を感じてもらえる環境として捉えるのか。環境をブランドとして捉えると価値が抽

象的になるので最終的には物に注目することが多くなるわけですが、議論が進んでいるオリンピックレガシーのポテンシャル不足の問題や「まちなかベンチ」がウォーカブル事業の中で朝霞の魅力を感じ取ってもらう重要なツールであることなど、ブランドの中にそれぞれの要素を包含できるのではないかという考え方もありました。一方で、無理やりグルーピングすると価値が伝わらなくなる場合もあると思います。重要なのは朝霞市民が、ブランドの価値を伝えやすい表現が必要だと思います。はい。副会長お願いします。

○吉田副会長

今、課長のお話を伺って、テラスって言うと大事じゃないですか。ベンチだったら寄贈しやすいとかっていうのもありますが、いかがでしょう。僕の方とすると、滞留時間を延ばす、例えば朝霞に訪れてくれた方が、例えば半日ぐらいどっかを周遊していただいて、座って休憩していただく時間。コミュニティがイベントに依存しないでも、なんでもない普通の1日の中で滞留場所ができるってことが本義かなと思ってますんで、僕は多分ベンチの方が手軽に動きやすいってことで、ベンチはベンチでテラスまで言わなくてもいいと。ただ、ストリートテラスの位置づけがちょっとよくわからなくて、すごくいい動きだと思うので、ストリートテラスっていうのが国交省とかとの関係でオリジナリティーが何でネーミング的にね、出しづらいのかな、そういうことなのかなんか認定候補に別に上がってても不自然ではないんじゃないのかなあというふうに今聞いて思いました。はい。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。確かに「まちなかベンチ」という物で捉えるか、ウォーカブル事業とし全体で捉えるのか、このテーマはもう少し議論を深める必要がありますね。はい、高橋委員お願いします。

○高橋委員

「まちなかベンチ」でもう一つちょっと考え方を教えていただきたいんですけど、例えばまちなかベンチがブランドとして認定された場合に、例えば黒目川だったら黒目川は1つしかないじゃないですか。朝霞市にベンチってのはもう何百ってあるわけですよ。ちょっと「まちなかベンチ」として認定を個々にしていくのか、その辺って何か具体的にありますか。それとも、誰かがここに申請者がいて、これを認定してくださいって挙げたのをシティ・プロモーションの方がどなたかが認定するのか。何かその辺の何かやり方なり何か検討されてることあったら教えてください。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。事務局お願いします。

○事務局・久保田課長

現状といたしましては「まちなかベンチ」、どれが「まちなかベンチ」だっという確かにお話あると思うんですけども、現状といたしましては、今都市建設部の部門の方でいろいろな最初申し上げましたように、市でやったり、企業等連携してやったりまたは企業の方からの寄贈であったりとそういうところで、「まちなかベンチ」という紹介をしているものが、ここに当てはまってくるという形で捉えているというところでございます。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。確かにベンチは無数にあるので、「まちなかベンチ」である理由について、定義が必要ですね。例えば、ウォークブル推進都市のあるべき姿を実現するための人の時間の過ごし方というような価値を説明する必要があると思います。仮にまちなかベンチで認定されたとしても同じ疑問が市民からも出てくると思いますので、分かりやすい定義がある上で、まちなかベンチが認定されていれば、シティ・プロモーションとしても理解がされやすいと思います。その他いかがでしょうか。はい、松山委員お願いします。

○松山委員

松山です。質問なんですけど、この認定ブランドのものは以前の小冊子みたいなのに掲載するという形で決めてそれに載るってということですか。市外の人に向けてとか、転入者の人とかに配布するようなものに対して載せてこういうのがあるんだよってのを周知していただくためのものを決めてるってことで、認識として合ってますか。

○亀岡会長

はい。事務局より回答お願いします。

○事務局・西田課長補佐

ブランドは、市内外の方に対して誇れる朝霞の地域資源だよ、とご紹介する位置づけのものであると考えているのですが、今「いつものあさかで」に載っているような形で、皆さんにご紹介できるようなツールを作成するという事は考えております。

○亀岡会長

はい。副会長お願いします。

○吉田副会長

小冊子に出たり広報に出たりとかあと、朝霞市のホームページで出たりって展開になっていくと思うんですけど、「まちなかベンチ」も含めて、要するに朝霞市の価値観がもっと深く出てる強く出るってような説明文の書き方とかがちょっと必要かなと思いました。おそらく独自の視線みたいなところに届けば、認定した意味ってはっきり出てくる。例えば、なるべくこうゆったりとは朝霞の風景を眺めてもらいたいからとか、地元の人にも気軽に座れる場所を増やしたいからとか

ていうところが、さすがにネーミングにはそんな細かいこと出せないんですが、その哲学というか思想みたいなまち作りの思想みたいなことが解説文の中に深々と出てくると、いいんじゃないかなと。当初、さっき全体を伺ってて上に形容詞1個ずつつけようかなと思ったけど、よくよく考えたら高橋家とかエンジンとかいういろんな範囲に広がってるんで、統一してつけるのは多分難しいかなと思直したんですね。そう考えるとその解説文の中に、なんでっていうのが深々と出てれば、いいのかなというふうに感じました。それで言うとレガシーってのはちょっとわからないっていうのがあって、多分そこで出来上がった人々のコミュニティっていうところに焦点を当てると、その必要性とか哲学性ってのが出てくるのかなというふうに感じました。

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。その他、いかがでしょうか。残り時間もわずかとなりますが、ご意見の方は大丈夫でしょうか。はい。ここで議事2番シティ・セールス朝霞ブランドの更新についてまとめていきたいと思いますが、まず事務局案の1から6の再認定に関しては、特に反対意見も無かったので、再認定で合意形成できたと思います。また、アートマルシェの認定終了に関しても単独開催が難しいとのことなので、了承いただけたいと思います。一方で、新規選定に関しては、幅広い議論がなされ、さまざまな意見がありました。ブランド定義の必要性や表現方法として他の要素との組み合わせもありえるのではないかという意見が出ていますので、こちらに関しては事務局と副会長と議論を重ねまして、9月中には委員の皆さんに考え方を示したいと思いますのでご理解いただければと思います。はい。それでは続きまして議事3その他事務局よりお願いいたします。

○事務局・西田課長補佐

会議の冒頭でお知らせをしなくて申し訳ございませんでした。4月の人事異動で、山口が下水道施設課の方に異動をいたしまして、保育課から笹篠が異動して配属されております。令和5年度この体制で1年間頑張りますのでどうぞよろしくお願いいたします。

では次回の第2回シティ・プロモーション委員会は令和6年2月の開催を予定しております。第2回ではシティ・セールス朝霞ブランドの更新について、本日の検討結果をもとに事務局でまとめた選定理由書案を提示させていただきますので、皆様に審議いただければと思います。その間に、先ほど会長がおっしゃっていた通り、整理をしたもので、9月中ぐらいに皆さんにお示しできればと思っておりますので、よろしくお願いいたします。またですね、次回の会議では、今年度2つのチーム、ミーティングの方と庁内の方と行ったことの活動報告とそれに対する講評、さらに令和6年度に向けての活動に向けての方向性について審議することを予定しております。またですね、次回の会議前に、朝霞ブランドについてお気づきの点等ございましたら、電話やメールで構いません

ので事務局までご連絡ください。いただいたご意見等につきましてはオンライン形式またはメール等で皆さんと共有させていただきたいと思います。事務局からは以上です。

◎4 閉会

○亀岡会長

はい。ありがとうございます。他になければ、以上をもちまして本日の会議は終了いたします。皆さんご協力ありがとうございました。