

第2回シティ・プロモーション委員会
次 第

日時 令和6年2月19日（月）
午後2時から
場所 朝霞市役所
5階 501会議室

- 1 開 会
- 2 あいさつ
- 3 議 事
 - (1) 活動報告について
 - (2) シティ・セールス朝霞ブランド選定理由書（案）について
 - (3) その他
- 4 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6年2月現在
(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	

【1】朝霞市民プロモーションミーティング

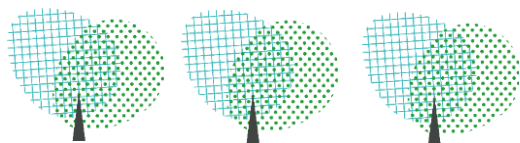
■令和5年度目標

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、ライフスタイル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。

■会議開催日

令和5年9月14日、11月17日・18日

*メンバーが作成したマップについて、シティ・プロモーション課で編集加工、店舗・施設への許可取りを行い発信

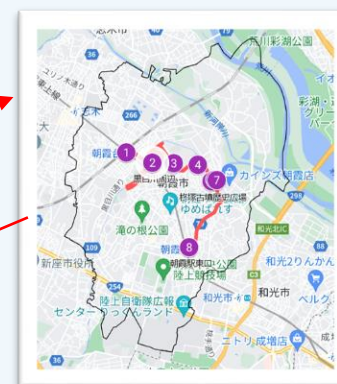


「わたしの“あさか時間”」の作成・発信 (令和5年6月～)

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。

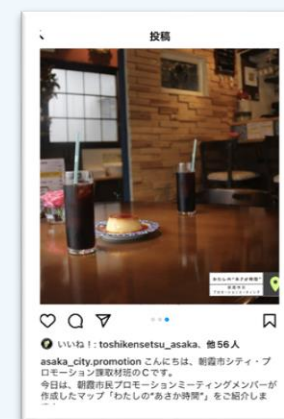


《PDF版》



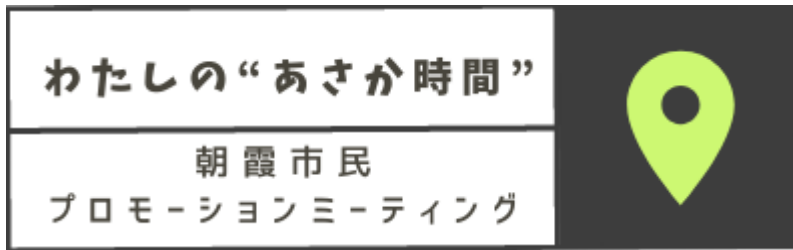
《WEB版》
※Googleマイマップ

- ・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

【1】朝霞市民プロモーションミーティング



■作成したマップ

Vol.1「シン・朝霞発見！」

Vol.2「子どもとGO！」

～わたしのお気に入りスポット(美味しいもの多め)～

Vol.3「わんことお散歩」

Vol.4「朝霞の秋・紅葉」

Vol.5「子どもと楽しむ(^.^)あさかの四季」(調整中)

*WEB版(Googleマイマップ)

閲覧回数 計6,600回以上(2月6日時点)

New

■発信方法

- ・ポスター展示(カインズ朝霞店)
- ・市ホームページに、マップの感想などを寄せていただくコメントフォームを新設

■今後について

- ・市民プロモーションミーティングメンバーの紹介、「わたしのあさか時間」、メンバーコラム等をまとめた冊子を作成中。年度末完成予定
- ・来年度以降、メンバー同士、さらに他の市民活動団体等との交流の機会を設け、ミーティングの輪を広げていく

【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。

「ちょっといいことプロジェクト～課題解決のお手伝い～」第2弾！！

担当課：シティ・プロモーション課

お悩み：課のInstagramのフォロー数が伸び悩んでいる！

10日連続投稿企画！「わたしの“むさしのフロントあさか”」

庁内推進委員が、職員ならではの視点、2年間で磨いた発想・表現力で市のブランドタグライン「むさしのフロントあさか」を表現する写真とコメントを投稿する。

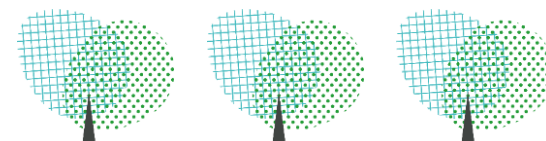
→各課の情報発信における編集・加工のスキルの向上 / スタッフプライド・朝霞愛の醸成

目標
50人増



令和6年2月21日(水)
会議にて発表・意見交換予定

*次年度については、シティ・セールス朝霞ブランドの展開についても取り組んでいく



【3】シティ・プロモーション課

■メディアへの露出

①情報提供協力

テレビ東京「昼めし旅」(12/19放送)

②ロケーションサービス【市内撮影協力】

BSTBS「花咲万太郎の事件カルテ2」(12/29放送)

フジテレビ「おっさんのパンツがなんだっていいじゃないか！」

③その他

映画「翔んで埼玉2～琵琶湖より愛をこめて」※ぽぽたん出演
はなわ「ニュー咲きほこれ埼玉」MV ※職員出演(Youtube配信中)

*今後、駅前空間を活用したシティ・プロモーションの強化により、より効果的な露出を狙う

■ぽぽたん着ぐるみの出動



「ASAKA STREET TERRACE」、「世界キャラクターさみっとin羽生」
「志木市民まつり」への出演
→フォロワー数**200人**以上増加（昨年度1年間の増加数を既に達成）

*「ぽぽたん」を介しての市民、市外とのコミュニケーションが活発化。ぽぽたん＝「朝霞らしさ」をより発信していく

【3】シティ・プロモーション課

■研修等

- ・朝霞高校1年生向け職業ガイダンス(1/30実施)

「CP課の仕事・朝霞市の魅力について」(計59名)



- ・職員向けシティ・プロモーション研修(1/25、1/31実施)

第1回「しなやかミーティングのすすめ。

～NINTENDOの企業風土と自主相互作用に見る解決力～」

第2回「今、なぜ地域コミュニティなのか。

～広告キーワードにみる、お一人様社会～」(計60名)

■他課へのプロモーション協力

イルミネーションイベント

あさか冬のあかりテラス「ぽぽたんとまほうの旅」

- ・ぽぽたんからのメッセージ

→デジタルサイネージで放映

(12/8～1/26)



*若年層とのタッチポイントを大切に、市の魅力を伝える機会につなげる。

*庁内推進委員会のメンバーだけでなく、全庁的にプロモーションを実施するための環境醸成を行う。

令和 6 年 〇 月 〇 日
朝霞市シティ・プロモーション委員会

シティ・セールス朝霞ブランド選定理由書（案）

○再認定候補

【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、畑や雑木林が広がっており、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、市のシティ・セールス、魅力及び知名度の向上に資する施設として、シティ・セールス朝霞ブランドとして再選定する。

【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26年度からにシティ・セールス朝霞ブランドに認定されている。

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、地元の高校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「ジャズのタベ」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ことから、シティ・セールス朝霞ブランドとして再選定する。

【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々を楽しませるスポットとして、平成26年度からにシティ・セールス朝霞ブランドに認定されている。

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年度で1

7回目を迎え、毎年4万人ほど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、冬季には川浴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。

また、令和5年4月には、朝霞の自然をより身近に感じ、楽しんでいただくため、黒目川沿いの緑のスポットをつなぐ全6コースの「くろめがわグリーントレイルマップ」が作成されるなど、本市のシティ・セールス、魅力及び知名度の向上に資すると認められるため、シティ・セールス朝霞ブランドとして再選定する。

【彩夏祭】(行事)

「朝霞市民まつり」として、市民自らが育てきた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26年度からシティ・セールス朝霞ブランドに認定されている。

彩夏祭は、市を代表するイベントとして成長を続けており、例年市内外から約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」及び市街地で開催される打ち上げ花火は、市外から多くの誘客を図ることができる地域資源であり、本市のシティ・セールス、魅力及び認知度の向上に資することができるものとして、シティ・セールス朝霞ブランドとして再選定する。

(参考) 主催 あさか市民まつり実行委員会

【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26年度からシティ・セールス朝霞ブランドに認定されている。

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ことから、市のシティ・セールス、魅力及び知名度の向上に資すると認められるため、シティ・セールス朝霞ブランドとして再選定する。

○認定変更1件(名称変更)

【公園通りとシンボルロード】(生活)

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施設、中央公民館や総合体育館、陸上競技場などの公共施設も多く設置されていることから、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も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なっている。東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会開催時には、射撃会場へと続く道となり、また彩夏祭をはじめ、実証実験中のアサカストリートテラスに代表されるさまざまなテラスイベント、あさか冬のあかりテラスなどの開催の場として活用されるなど、市のシティ・セールス、魅力及び知名度の向上に資すると認められるため、シティ・セールス朝霞ブランドとして再選定する。

○新規選定候補1件

【まちなかベンチ】(生活)

本市では、シンボルロードや黒目川沿い、北朝霞駅周辺などに、景観を活かしたベンチやテラス、ミニパークなどが次々と設置されている。

みどりのテラス(シンボルロード中央広場)や雅涼庵(シンボルロード北口広場)、オーニングベンチ(北朝霞駅東口広場)などの特色あるベンチは、市が主体となって設置するだけでなく、民間主体や官民協働により設置されており、朝霞のまちをより心地よい空間にしたいという思いや民間の活力を感じられるものである。

既存のベンチを含め、市内のいたるところに「座れる場所」があることは、人々が歩き、憩い、集い、自然に親しむ場となり、まちにゆとりを生み出しており、市のシティ・セールス、魅力及び知名度の向上に資すると認められるため、シティ・セールス朝霞ブランドとして選定する。