

朝霞市シティ・プロモーション方針

令和6(2024)年5月
朝 霞 市

改訂序文

2024(令和6年)5月「朝霞市シティ・プロモーション庁内推進委員会設置要綱」の改正及び「朝霞市民プロモーションミーティング設置要綱」の追加記載等に伴い改訂する。

改訂履歴

版 数	発 行 日	改 訂 履 歴
第1版	令和4(2022)年3月	初版発行
第2版	令和6(2024)年5月	朝霞市シティ・プロモーション庁内推進委員会設置要綱」の改正及び「朝霞市民プロモーションミーティング設置要綱」の追加記載等に伴い改訂する。

目次

1 策定の背景と目的	1
2 シティ・プロモーション戦略	2
3 セグメントごとの戦術とターゲット	4
4 推進体制	6
5 推進のための検討事項	8
6 資料	
資料1 シティ・セールス朝霞ブランド検討委員会での検討過程	10
資料2 朝霞市シティ・プロモーション委員会条例	12
資料3 朝霞市シティ・プロモーション庁内推進委員会設置要綱	14
資料4 朝霞市民プロモーションミーティング設置要綱	16

1 策定の背景と目的

朝霞市は、東京都心から20km圏内に位置し、武蔵野の面影を残す自然環境や、交通利便性の良さから人口の増加が続いてきました。しかし今後、我が国の総人口は加速度的に減少すると想定され、朝霞市においても当分の間は人口増加傾向が続くと予測されている一方で、長期的には減少に転じ、少子高齢化が進むと想定されています。

そのような中で、市民の暮らしを守り、住みよいまちとするために、都市インフラの整備、住民サービスの向上、地域商工業の活性化に加え、地域独自の魅力的な価値を追求し「朝霞らしさ」を発揮するものとして、「シティ・セールス朝霞ブランド」を認定し、市内外へ向けて発信し事業展開してきました。

また、平成29(2017)年3月に市制施行50周年を迎え、市の魅力を広く市内外へ知っていただくためのブランドタグライン「むさしのフロントあさか」やキャラクター「ぼぼたん」を創出し、記念映像「OKAERI」等を活用しながらシティ・プロモーションを展開してきました。

令和3(2021)年には、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の射撃競技の会場市ともなり、これらを契機として、将来にわたって市の魅力を継続的にアピールしていくとともに、市の活性化や持続的成長につなげ、次世代への良質な地域資産創造と市の認知度の向上につながる取組を進めてきました。

引き続き、これまでの取組を踏まえながらも、今後は朝霞に暮らす人や暮らしそのものに目を向け、新たな視点で魅力を発見、創造し広く市内外へ発信していくため、「シティ・セールス朝霞ブランド検討委員会」において、本市のシティ・プロモーションの方向性についての検討を行い提言をいただきました。

これを踏まえ、「シティ・プロモーション方針」を策定し、今後は本方針を軸として、より朝霞市らしいシティ・プロモーションを推進していきます。

2 シティ・プロモーション戦略

朝霞市のシティ・プロモーションの位置づけ、シティ・プロモーションを通じて達成したい政策目標を、次のように定義します。

◆朝霞市のシティ・プロモーションの位置づけ

朝霞の日常のクオリティを高め市内外へ発信していく活動

◆シティ・プロモーションを通じて達成したい政策目標…地域の理想の未来の姿

暮らしつづけたいまちの実現：選ばれるまちづくりと愛着醸成による定住促進

さらに、目標達成のためのシティ・プロモーション戦略と、セグメント¹ごとに具体化した戦略について次のように定めます。

◆シティ・プロモーション戦略…理想の未来の姿へ近づくための手段

「最高の日常を目指して」

朝霞ならではの価値ある日常を発見、創造、共有できるしくみをつくり、まだ朝霞の魅力に気づいていない人に効果的に発信していく。

◆セグメントごとの戦略…理想の未来の姿へ近づくための各セグメントごとの状態

【市内】(つくる、つなぐ)＝共有する

暮らす人がそれぞれに、朝霞の日常を謳歌することで新たな価値をつくり、様々な形でまちとのつながりを持っている。

【市外】(伝える)＝発信

朝霞の日常の価値をまちの魅力として編集し市外に発信することで、選ばれるまちとしての知名度やイメージが向上している。

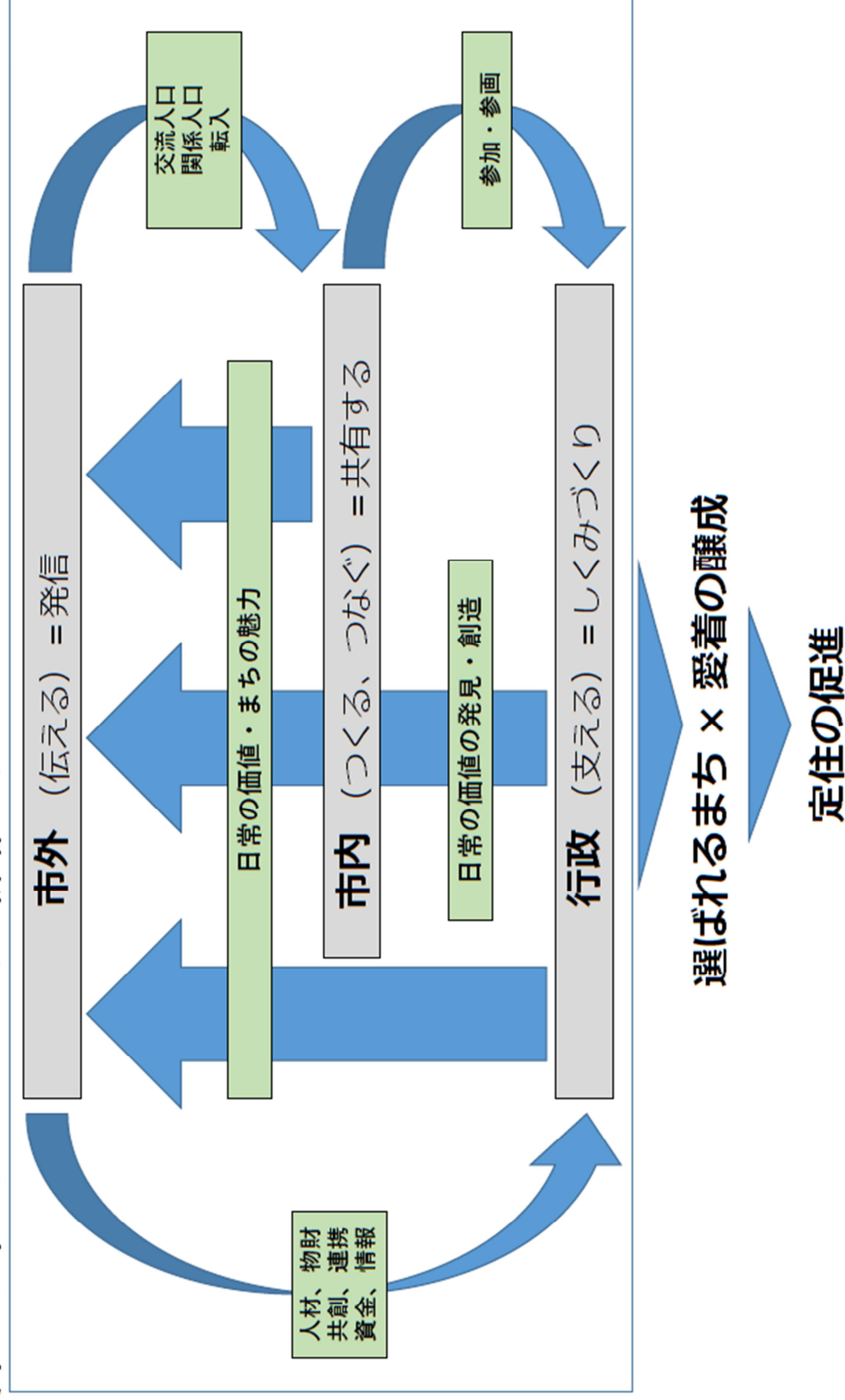
【行政】(支える)＝しくみづくり

シティ・プロモーションによって各施策を触発することで、朝霞で暮らす人の日常の価値を高めている。

この戦略は、次ページのようなイメージ図に表すことができます。

¹ 集団を区切った区分のことで、特にターゲットとするまとまりを指す。

朝霞市シティ・プロモーション戦略のイメージ



3 セグメントごとの戦術とターゲット

前述の戦略をさらに具体化した戦術とターゲットを、以下のように定めます。

◆セグメントごとの戦術とターゲット

【市内】

(戦術)朝霞での日常を改めて発見することができる機会をつくり、市民どうし、市民と行政とがつながる。

(ターゲット)一步踏み出したいがそのきっかけを探している人

【市外】

(戦術)朝霞ならではの日常の価値を高いスキルを持って効果的に発信し、また、市民が自らの言葉で発信できる環境を整える。

(ターゲット)今後の転居等において朝霞市を選択する可能性の高い人

【行政】

(戦術)シティ・プロモーション課が情報共有化の要となり、枠組みを超えて連携しながら推進する。

(ターゲット)庁内の各部署や関係機関、団体等の職員

戦略から戦術までをまとめると、次ページのようになります。

◇朝霞市 シティ・プロモーションを通じて達成したい政策目標
 暮らしたいまちの実現：選ばれるまちづくりと愛着醸成による定住促進

◇朝霞市 シティ・プロモーション戦略
 最高の日常を目指して

◇具体的な戦略

朝霞ならではの価値ある日常を発見、創造、共有できるしくみをつくり、まだ朝霞の魅力に気づいていない人に効果的に発信していく。

◇セグメントごとの戦略

【市内】（つくる、つなぐ）＝共有する
 暮らす人がそれぞれに、朝霞の日常を謳歌することで新たな価値をつくり、様々な形でまちとのつながりを持っている。

【市外】（伝える）＝発信

朝霞の日常の価値をまちの魅力として編集し市外に発信することで、選ばれるまちとしての知名度やイメージが向上している。

【行政】（支える）＝しくみづくり
 シティ・プロモーションによって各施策を触発することで、朝霞で暮らす人の日常の価値を高めている。

◇セグメントごとの戦術とターゲット

朝霞での日常を改めて発見することが
 できる機会をつくり、市民どうし、市民と行政とがつながる。

一歩踏み出したいがそのきっかけを探している人

朝霞ならではの日常の価値を高いスキルを持って効果的に発信し、また、市民が自らの言葉で発信できる環境を整える。

今後の転居等において朝霞市を選択する可能性の高い人

シティ・プロモーション課が情報共有の要となり、枠組みを超えて連携しながら推進する。

庁内の各部署や関係機関、団体等の職員

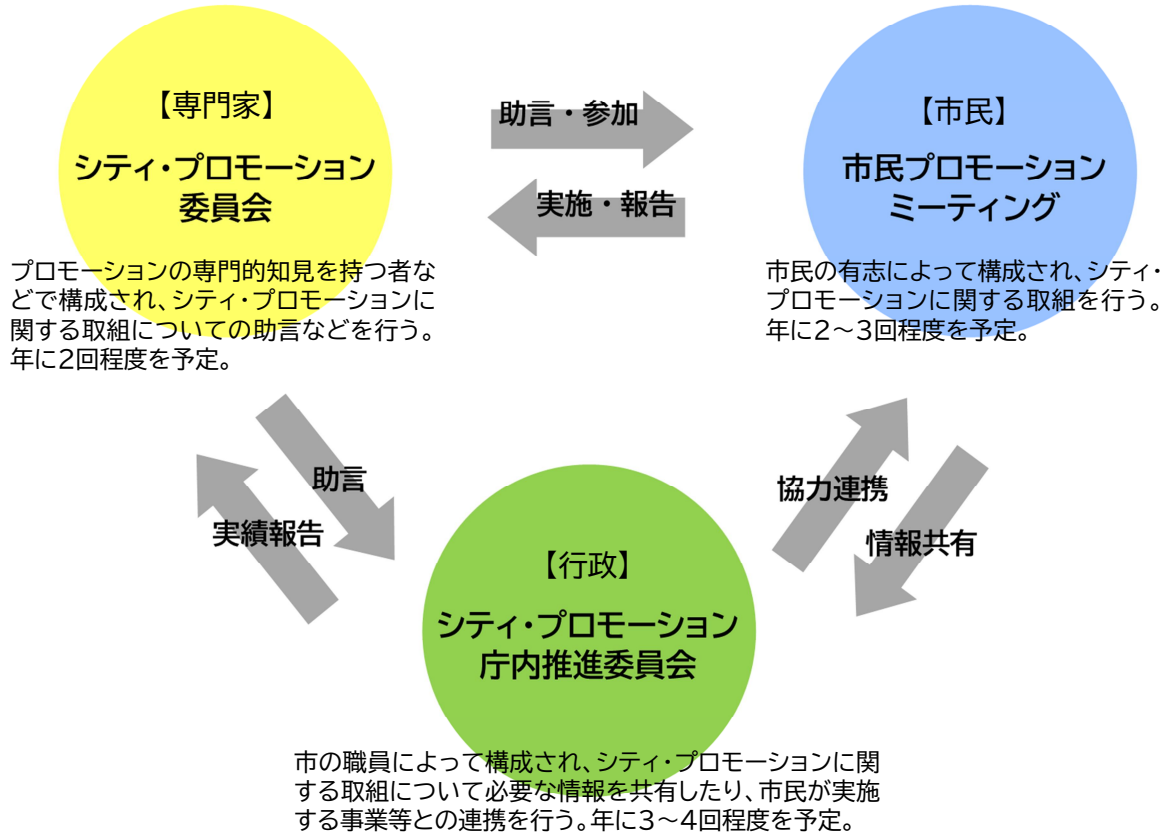
4 推進体制

今後、シティ・プロモーションを効率的、効果的に推進していくため、シティ・プロモーションに特化した推進体制を築きます。

具体的には、市の職員によって構成する「シティ・プロモーション庁内推進委員会」、市民の有志によって構成する「市民プロモーションミーティング」、専門的知見を持つ者などによって構成する「シティ・プロモーション委員会」により、互いに連携しながらシティ・プロモーションを推進していきます。

この体制をイメージ図に表すと、次ページのようになります。

シティ・プロモーション推進体制



5 推進のための検討事項

前述のシティ・プロモーション戦略を、効果的に推し進めていくために、次の項目について検討していきます。

(1) オンラインコミュニティ²をつなぐプラットフォーム³等の構築

朝霞での日常が、暮らしている本人の言葉で語られる場が必要です。リアルな対面の場だけではなく、現代では、オンライン上のコミュニティが重要な役割を担うこととなります。たくさんの人がこのようなコミュニティと繋がるための、コミュニティとコミュニティをつなぐプラットフォーム等の構築について検討を進めます。

(2) 市外へのタッチポイント⁴となるメディアの活用

朝霞での日常をコンテンツとして発信する際に、市内、市外に向けたそれぞれに対するアプローチ方法は異なります。特に、市外へ対しては具体的なコンタクトが図りづらいため、メディアを活用しターゲットへリーチできるよう図っていきます。

具体的には、市内への情報発信には広報紙やホームページ、SNS などのオウンド・メディア⁵を活用しながら、市外への発信には、より情報伝達範囲や拡散性に高い効果が見込まれるテレビ、新聞、雑誌などのアード・メディア⁶の積極的な活用を図ります。

(3) メディア活用のための編集力、表現力の強化

アード・メディアの代表格であるパブリシティ⁷記事につなげていくために、収集したコンテンツについては、今後策定する編集方針に基づき適切に編集した上で情報としてリリースするなど、一定のテクニックを身につけるよう努めます。また、情報伝達の効率や効果をさらに高めていくため、リリースするコンテンツがターゲットの視点に立った魅力的な表現となるよう努めます。

² 現実社会でのつながりを指すオフラインコミュニティではなく、インターネットを利用したコミュニティを言う。オンラインサロン、趣味や地域の SNS コミュニティなど多岐に渡る。

³ 物やサービスの提供者と利用する人、また利用する人同士をつなぐ場。

⁴ 一般的に、企業やブランドが顧客に何らかの影響を及ぼすあらゆる情報接点のこと。

⁵ 自社ウェブサイトに表示される、コンテンツのコントロールが可能なメディアを活用したメッセージ活動

⁶ パブリシティ記事に表示される、直接のコントロールが不能なメディアによるメッセージ活動

⁷ 新聞、テレビなどのマスコミ媒体に、記事やニュースとして報道、紹介されること。

(4) 絶え間ない職員のスキルアップ

行政職員が市のシティ・プロモーション戦略についてしっかりと理解し、前項のような編集力、表現力を身につけていくため、書籍等により多くの成功事例を学ぶことをはじめ、他自治体などを直接訪問し先進的な事例を実際に目にするなどの、絶え間ないスキルアップの機会を設けることを検討します。

(5) 専門的な知見によるアドバイスの機会

今後、シティ・プロモーション方針に基づき、シティ・プロモーションをしっかりと推進していくため、専門家を加えた委員会等において、行政の年間計画や実施結果について報告を行い、助言等を受けることができる体制整備を図ります。

6 資料

資料1 シティ・セールス朝霞ブランド検討委員会での検討過程

シティ・プロモーションの方向性の検討及び提言については、シティ・セールス朝霞ブランド検討委員会において以下のように実施しました。

(1)現状把握、課題抽出、仮説立案

「朝霞市の人口動態」、「転入・転出に関する意識」、「定住に関する意識」、「愛着、誇りに関する意識」について把握し、「シティ・プロモーションに関する課題」として、「人口に関する課題」、「転入・転出、居住に関する課題」、「愛着、誇りに関する課題」を抽出した。

これらをもとに、シティ・プロモーションを通じて描く地域の理想の姿について、「楽しい暮らしで人が輝くまち」と仮置きし、愛着の醸成と主体的な情報発信により、スタッフプライドやシビックプライドを醸成することを戦略とすることを仮説とした。

(2)仮説検証

令和元年11月と12月に、「朝霞での暮らしを楽しんでいる人」がどのような日常を送っているのかを探るワークショップを開催した。インスタントカメラで「平日」と「休日」それぞれに起床してから就寝までの30分毎の目の前の風景を撮影することで、朝霞の普段の暮らしの共通点を見つけた。

また、小学生の保護者を対象に「朝霞での暮らしの中の楽しみ」を聞くアンケート調査を行い、暮らしの中の楽しみや愛着のポイント、どのような点に朝霞で暮らす価値を感じるかなどを聞いた。

(3)戦略・戦術の検討

ワークショップ等を通じ、暮らしを楽しんでいる人は、当たり前のように過ごしている日常そのものを存分に謳歌していること、また、朝霞の日常には、当事者では気づきにくい、他の地域で享受し難い“ちょっといい日常”が溢れていることが浮き彫りとなった。このことから、これ

まで着目されてきた四季のまつりのような「非日常」だけではなく、「日常」の本質を深掘りし言語化することで発見、創造し得る「日常の価値」に目を向けることの重要性に気づくことができた。そこで、検討委員会では「日常の価値」をキーワードに、市のシティ・プロモーションの戦略を「最高の日常を目指して」とし、戦略・戦術の検討を重ねた。

(4) 推進体制の検討

さらに、上記のように導き出した戦略・戦術を効率的に推進していくための体制について、検討を行った。

(5) 提言

検討した内容を提言として取りまとめ、市へ提出した。

資料2 朝霞市シティ・プロモーション委員会条例

（目的）

第1条 この条例は、朝霞市シティ・プロモーション委員会の設置、組織及び運営に関する事項を定めることを目的とする。

（設置）

第2条 本市のシティ・プロモーションの推進に関する事業展開等の調査、提言等を行うため、朝霞市シティ・プロモーション委員会（以下「委員会」という。）を置く。

（所掌事務）

第3条 委員会は、次に掲げる事務を所掌する。

- （1）シティ・プロモーションの推進に関すること。
- （2）シティ・セールス朝霞ブランドの選定に関すること。
- （3）前2号に掲げるもののほか、シティ・プロモーションに関すること。

（組織）

第4条 委員会は、委員7人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- （1）知識経験を有する者
- （2）商工会から推薦された者
- （3）農業協同組合から推薦された者
- （4）公募による市民又は公募委員候補者名簿に登載された市民

（会長及び副会長）

第5条 委員会に、会長及び副会長1人を置き、委員の互選によってこれを定める。

2 会長は、会務を総理し、委員会を代表する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるときは、その職務を代理する。

(任期)

第6条 委員の任期は、2年以内とする。ただし、再任を妨げない。

2 委員が欠けた場合における補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(会議)

第7条 委員会の会議は、会長が招集し、その議長となる。

2 委員会は、委員の過半数が出席しなければ、会議を開くことができない。

3 委員会の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、会長の決するところによる。

4 会長は、必要があると認めるときは、委員以外の者の出席を求めて意見若しくは説明を聴き、又は必要な資料の提供を求めることができる。

(庶務)

第8条 委員会の庶務は、市長公室シティ・プロモーション課において処理する。

(雑則)

第9条 この条例に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、会長が委員会に諮って定める。

附 則

この条例は、平成 25 年4月1日から施行する。

附 則(平成 30 年3月 29 日条例第6号)

この条例は、平成 30 年4月1日から施行する。

附 則(令和4年 3 月 25 日条例第 4 号)

この条例は、令和4年4月1日から施行する。

資料3 朝霞市シティ・プロモーション庁内推進委員会設置要綱

(趣旨)

第1条 本市のシティ・プロモーションを推進するに当たり、必要な事項を調査し、研究するため、朝霞市シティ・プロモーション庁内検討委員会（以下「委員会」という。）の設置に関し、必要な事項を定めるものとする。

(所掌事務)

第2条 委員会は、次に掲げる事務を所掌する。

- (1) 本市のシティ・プロモーション方針の推進に関すること。
- (2) 本市の魅力の発信及び愛着の醸成に関すること。
- (3) 前2号に掲げるもののほか、本市のシティ・プロモーションに必要な事項に関すること。

(組織)

第3条 委員会は、市長が指名した者で組織する。

- 2 委員は、10人以内とする。
- 3 委員の任期は、2年以内とする。ただし、再任を妨げない。
- 4 委員が欠けた場合における補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(委員長等)

第4条 委員会に委員長及び副委員長1人を置く。

- 2 委員長はシティ・プロモーション課長、副委員長はシティ・プロモーション課長補佐とする。
- 3 委員長は、委員会を代表し、会務を総理する。
- 4 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第5条 委員会の会議は、委員長が招集し、その議長となる。

2 委員会は、委員の過半数が出席しなければ、会議を開くことができない。

3 委員長は、必要があると認めるときは、委員以外の者の出席を求めて意見若しくは説明を聴き、又は必要な資料の提供を求めることができる。

(庶務)

第6条 委員会の庶務は、市長公室シティ・プロモーション課において処理する。

(雑則)

第7条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附 則

この要綱は、令和元年11月28日から施行する。

附 則（令和4年2月18日要綱第18号）

この要綱は、令和4年4月1日から施行する。

附 則（令和4年5月16日要綱第83号）

この要綱は、令和4年5月16日から施行する。

資料 4 朝霞市民プロモーションミーティング設置要綱

(趣旨)

第1条 本市のシティ・プロモーションを推進するに当たり、市内において様々な知識、経験、技能等を有し、又は公益的な活動を行う個人又は団体の意見やアイデアについて情報交換等を行い、市の魅力発信や市民の愛着醸成につながる活動を行うことを目的とした朝霞市民プロモーションミーティング（以下「ミーティング」という。）の設置に関し、必要な事項を定めるものとする。

(所掌事務)

第2条 ミーティングは、次に掲げる事務を所掌する。

- (1) 本市のシティ・プロモーション方針の推進に関すること。
- (2) 本市の魅力の発信及び愛着の醸成に関すること。
- (3) 前2号に掲げるもののほか、本市のシティ・プロモーションに必要な事項に関すること。

(組織)

第3条 ミーティングは、次に掲げる者で組織する。

- (1) 公募により選任された者
- (2) シティ・プロモーション委員会の委員のうち、公募による市民

2 ミーティングに参加する者（以下「メンバー」という。）は、15人以内とする。

(分科会)

第4条 ミーティングにおいて活動するテーマに応じて、分科会を設置することができる。

- 2 分科会に代表者及び副代表者を置く。
- 3 代表者及び副代表者は、分科会に属するメンバーの互選により選出する。
- 4 代表者は、分科会を招集し、会務を統括する。
- 5 副代表者は、代表者を補佐し、代表者に事故があるときは、その職務を代理

する。

(任期)

第5条 メンバーの任期は、2年以内とする。ただし、再任を妨げない。

2 メンバーが欠けた場合における補欠メンバーの任期は、前任者の残任期間とする。

(会議等)

第6条 ミーティングは、シティ・プロモーション課長の呼びかけにより行う。

2 分科会を開催したときは、会議等の内容についてシティ・プロモーション課へ報告を行う。

3 シティ・プロモーション課長及び代表者は、必要があると認めるときは、メンバー以外の者の出席を求めて意見若しくは説明を聴き、又は必要な資料の提供を求めることができる。

(庶務)

第7条 ミーティングの庶務は、市長公室シティ・プロモーション課において処理する。

(雑則)

第8条 この要綱に定めるもののほか、ミーティングの運営に関し必要な事項は、シティ・プロモーション課長がミーティングに諮って定める。

附 則

この要綱は、令和4年6月3日から施行する。

朝霞市シティ・プロモーション方針
(令和 6(2024)年 5 月)改訂

発行 朝霞市

編集 シティ・プロモーション課

〒351-8501

埼玉県朝霞市本町1-1-1

電話 048-463-1111(代表)

URL <https://www.city.asaka.lg.jp>