

◇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

◇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

◇具体的な戦略案

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案

【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案とターゲット案

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。

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。

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。

一步踏み出したいがそのきっかけを探している人

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

庁内の各部署や関係機関、団体等の職員

ターゲット

小学生位までの子を持つ親 ①

戦術事例

- ・ 景観を活用した親子イベント開催
- ・ 子育てに役立つ情報のサイト投稿
- ・ キャラを活用した子育てサイクル
- ・ 親子参加型体験イベントの開催
- ・ 地元資源を活用したコンテスト開催
- ・ パパママ情報コミュニティの設置

ターゲット

大学進学や就職を控えた学生 ⑥

戦術事例

- ・ 朝霞のひとり暮らしイメージの発信
- ・ セグメントしたWEB広告の運用

ターゲット

庁内で特に連携すべき部署の職員 ⑫

戦術事例

- ・ 定期的なミーティングの開催
- ・ 環境醸成についての庁内研究会開催

ターゲット

朝霞で育った学生 ②

戦術事例

- ・ アイデア募集&実施のバックアップ
- ・ 朝霞の技の体験ツアーの企画、実行
- ・ 女子学生コミュニティの運営
- ・ ハッシュタグトレンド企画の実施

ターゲット

婚姻を控えた社会人 ⑦

戦術事例

- ・ 住みたいまちランキングの定期発信
- ・ 家族が増える暮らしイメージの発信

ターゲット

庁内の職員 ⑬

戦術事例

- ・ 事前の情報共有ルール作り
- ・ メディア露出実績の一覧化と共有化

ターゲット

朝霞で育った2～3代目 ③

戦術事例

- ・ 日常（趣味、自慢）の動画投稿
- ・ 写真やポスター展動画制作発表開催
- ・ フィールドワークで武蔵野図鑑発刊

ターゲット

住宅購入を検討している人 ⑧

戦術事例

- ・ 物件広告等へのまちの魅力の掲載
- ・ 子育て環境にフォーカスした発信

ターゲット

庁内の職員（幹部職・中間管理職） ⑭

戦術事例

- ・ 研修によるクリエイティブ思考強化
- ・ MFA具体化のための行動指針策定

ターゲット

新規転入者 ④

戦術事例

- ・ 転入時の既存コンテンツ周知の強化

ターゲット

朝霞に接点のある人 ⑨

戦術事例

- ・ 駅利用者やまつり来場者への既存コンテンツ周知

ターゲット

関係機関職員（公社、社協、商工会等）

戦術事例

- ・ 関連部署を通じた情報共有の促進

ターゲット

個人で事業を営む人 ⑤

戦術事例

- ・ 自社、店舗のPRの場の提供
- ・ イベント通じた住民との接点づくり

ターゲット

上質なライフスタイルを求める人 ⑩

戦術事例

- ・ 武蔵野のイメージの固定化と強化
- ・ 実現している人のイメージ配信

ターゲット

団体等の職員（JA、JC、NPO、PTA等）

戦術事例

- ・ 関係機関同士の連携のための声掛け