

◇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
暮らしぶけたいまちの実現：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

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。

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の要となり、枠組みを超えて連携しながら推進する。

一歩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 ①
小学生位までの子を持つ親

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づくり

ターゲット ⑤
大学進学や就職を控えた学生

戦術事例

- ・ 朝霞のひとり暮らし体感イベント
- ・ セグメントしたWEB広告の運用

ターゲット ⑨
庁内で特に連携すべき部署の職員

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
- ・ 情報発信ツールの周知強化

ターゲット ②
朝霞で育った学生

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 ⑥
婚姻を控えた社会人
住宅購入や転居を検討中の人

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
- ・ 物件広告等へのまちの魅力の掲載
- ・ 住宅展示場等との連携
- ・ 子育て環境にフォーカスした発信

ターゲット ⑩
庁内の職員

戦術事例

- ・ 情報共有・発信のルール作り
- ・ メディア露出実績の一覧化と共有化
- ・ 研修によるクリエイティブ思考強化
- ・ 自課事業発信(チラシ等)の年間表彰

ターゲット ③
朝霞で育った2~3代目
個人で事業を営む人

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
- ・ 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 ⑦
朝霞に接点のある人

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 ⑪
庁内の職員(幹部職・中間管理職)

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
- ・ 人事考課による評価基準作成

ターゲット ④
新規転入者
ライフステージの変化があった人

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 ⑧
文化的(芸術的、スマート、クール、ハイセンス)なライフスタイルを
求める人

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 ⑫
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
- ・ 相互間の情報発信のしくみづくり

ターゲット ⑬
企業・団体等の職員(JA、JC、NPO、PTA等)

戦術事例

- ・ 連携のための声掛け

※いずれの戦略事例も、ターゲットの母数を把握し、ゴール目標を設定して実施すること。