

令和4年度朝霞市シティ・プロモーションアンケート 実施報告書

令和5年3月

目次

I 調査概要

1-1	目的	1
1-2	内容	1
1-3	調査結果	2
1-4	調査結果の分析	3
1-5	報告書内の数字の表記について	3

II 調査結果

2-1	回答者の属性（設問：1～8）	4
2-2	地域情報の入手方法	7
2-3	自治体からの情報発信に求めているもの	7
2-4	自治体からの情報をより入手しやすくなる方法	8
2-5	地域情報の収集意欲	9
2-6	積極的に入手している地域の情報	9
2-7	地域活動への参加のきっかけ	10
2-8	事前に適切な情報を入手した場合の地域活動への参加意欲	11
2-9	日常生活における地域とのつながり	11
2-10	休日の地域内での過ごし方	12
2-11	休日の理想の過ごし方	12

III 重点分析（地域とのつながりの有無に基づくクロス分析）

3-1	重点分析の概要	13
3-2	地域活動や催しへの参加意欲（11段階評価・傾向分析）	14
3-3	地域活動への参加実績	15
3-4	情報収集意欲（11段階評価・傾向分析）	16
3-5	積極的に入手している地域の情報	17
3-6	地域情報の入手方法について	18
3-7	自治体からの情報発信に求めているもの	19
3-8	情報・魅力の発信力（11段階評価・傾向分析）	20
3-9	情報発信の方向性	21

IV	まとめ	23
----	-----	----

I 調査概要

1-1 目的

本調査は、朝霞市における最適なシティ・プロモーションを進めていくにあたり、「朝霞の日常の現在地」を把握することを目的として実施した。

1-2 内容

本調査においてはアンケートを通じて、①情報・魅力発信力、②情報収集意欲、③参加意欲の現在地を明確化し、よりの確なシティ・プロモーションを推進していくための資料とする。

- ①市の情報・魅力がどれだけ市民へ届いているか（情報・魅力発信力）
- ②市民が市の魅力を収集しようという意欲があるか（情報収集意欲）
- ③地域へ参加する意欲があるか（参加意欲）

〔アンケート項目〕

- (1-8) 回答者の属性（設問：1～8）
- (9) 地域情報の入手方法
- (10-11) 自治体からの情報発信に求めているもの・到達度
- (12) 自治体からの情報をより入手しやすくなる方法
- (13) 地域情報の収集意欲
- (14) 積極的に入手している地域の情報
- (15) 地域活動への参加のきっかけ
- (16) 事前に適切な情報を入手した場合の地域活動への参加意欲
- (17) 日常生活における地域とのつながり
- (18) 休日の地域内での過ごし方
- (19) 休日の理想の過ごし方

1-3 調査結果

本調査は、市のホームページにアンケートフォームを作成し、「広報あさか」及びチラシに掲載した二次元コードから回答いただく形式で実施。また、紙媒体での回答も可とした。

調査地域 朝霞市全域

調査対象 朝霞市在住及び近隣市町村等の住民

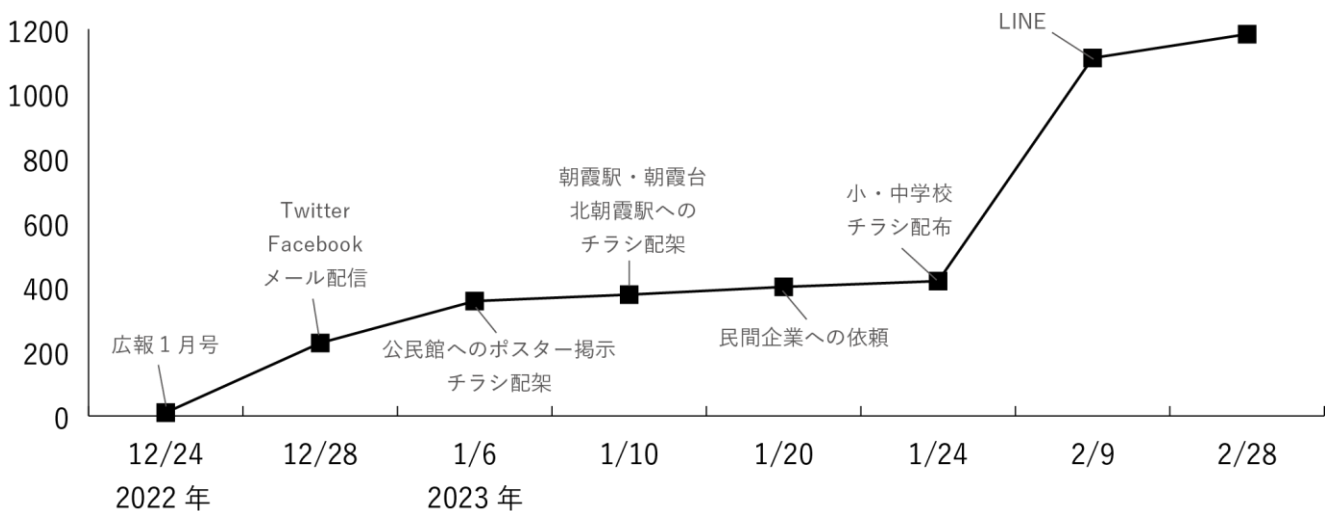
回答数 1,184件

調査期間 令和4年12月24日～令和5年2月28日

調査方法 市のホームページにアンケートフォームを作成し、Web回答・紙媒体

日付	配布方法	配布・登録者数
12月24日	広報1月号	68,071世帯
12月28日	Twitter	13,646人
	Facebook	2,578人
	メール配信	6,903人
1月6日	公民館へのポスター掲示・チラシ配架	6か所・各20枚
1月10日	朝霞駅・朝霞台・北朝霞駅へのチラシ配架	各200枚
1月20日	民間企業への依頼	200枚
1月24日	小・中学校チラシ配布	11,037枚
2月9日	LINE	4,411人

〔回答状況推移〕



1-4 調査結果の分析

本調査は、「1-2 内容」に記載の項目を具体的に数値化するため、アンケート項目を設計した。重点分析として、設問17における「地域とのつながり」への回答を基準として情報・魅力発信力、情報収集意欲、参加意欲の「現在地」について、重点的に分析を行った。

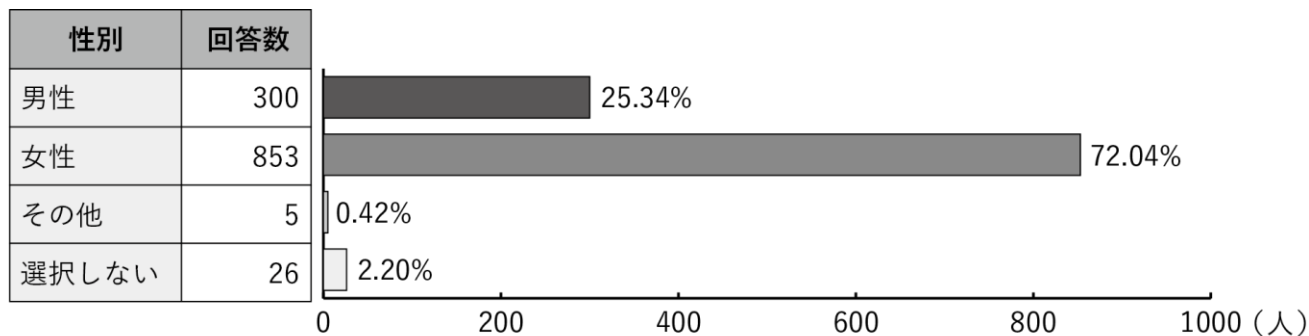
1-5 報告書内の数字の表記について

- ① 本調査では、アンケートの設問内容に応じた回答の選択肢として、単一回答及び複数回答を採用したため、有効回答者数1,184人に対して回答数が一致しない設問がある。
- ② 割合に関しては100分率で、小数点以下第3位を四捨五入したため、合計が100%にならない場合がある。
- ③ 11段階評価の回答では、朝霞市独自の分析基準として以下のとおり分類した。
 - 「0～3 低い層」
 - 「4～6 中間層」
 - 「7～10 高い層」

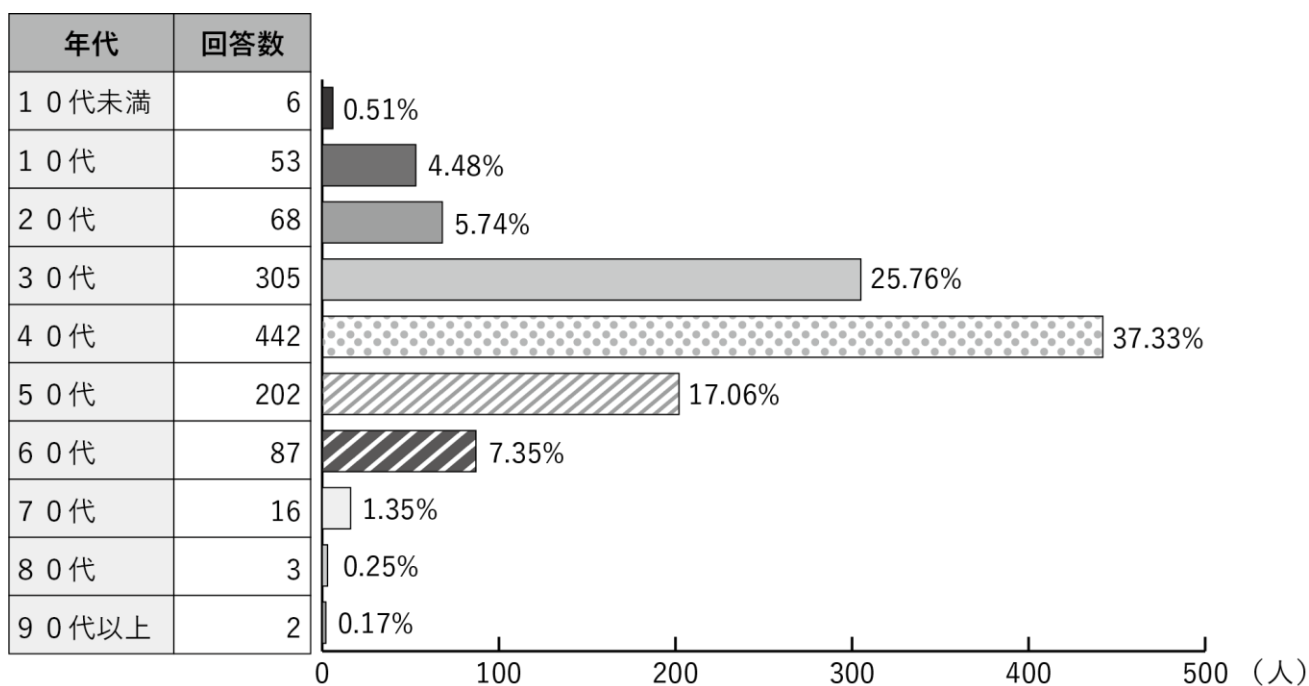
II 調查結果

2-1 回答者の属性

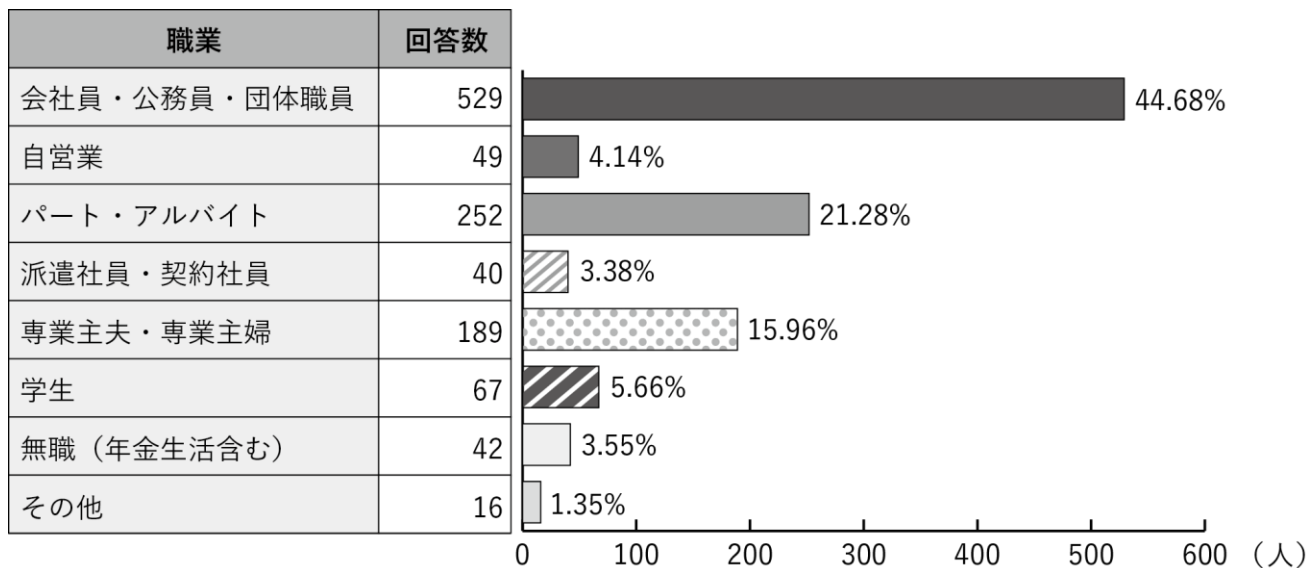
Q1. あなたの性別を教えてください。



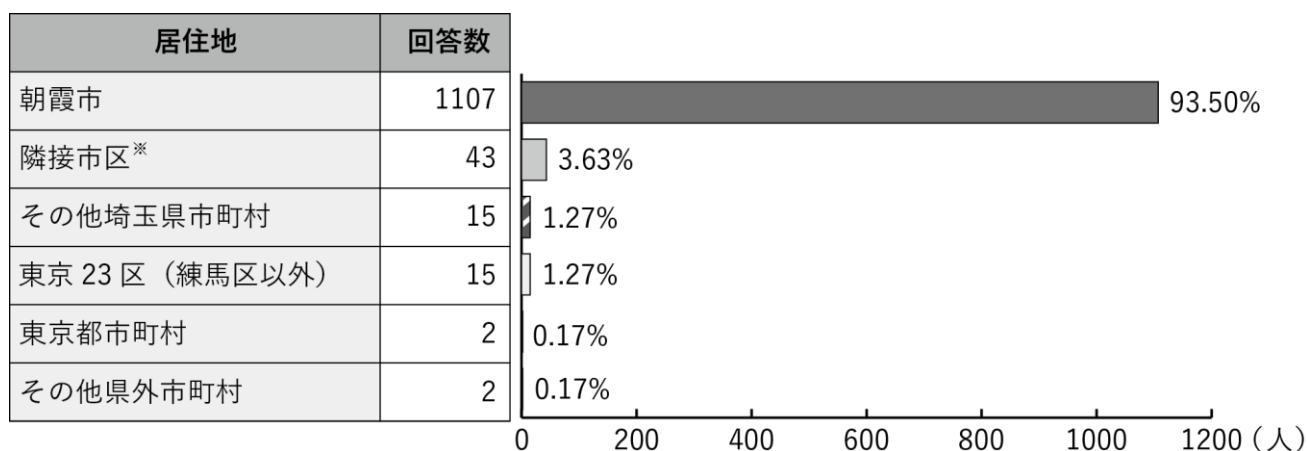
Q2. あなたの年代を教えてください。



Q3. あなたの職業をお選びください。

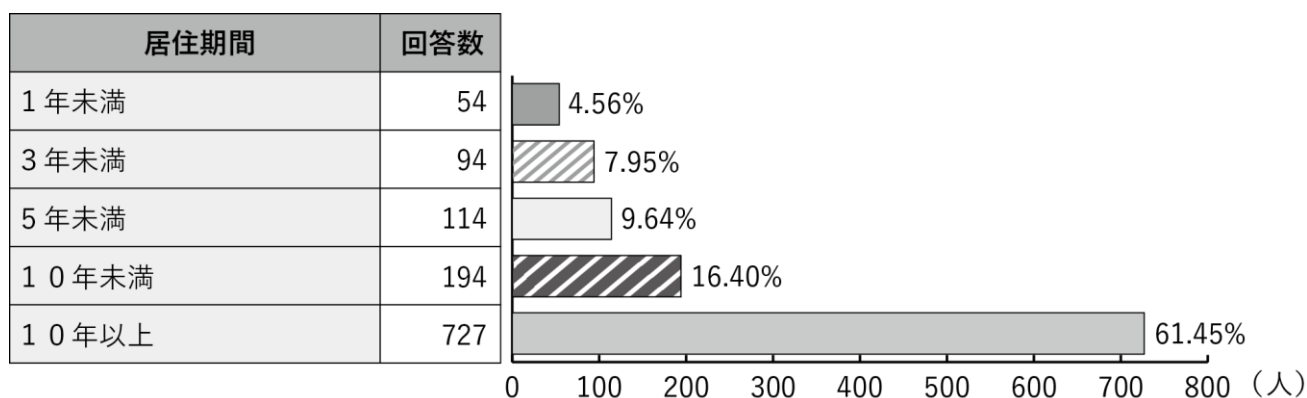


Q4. あなたがお住まいの地域を教えてください。

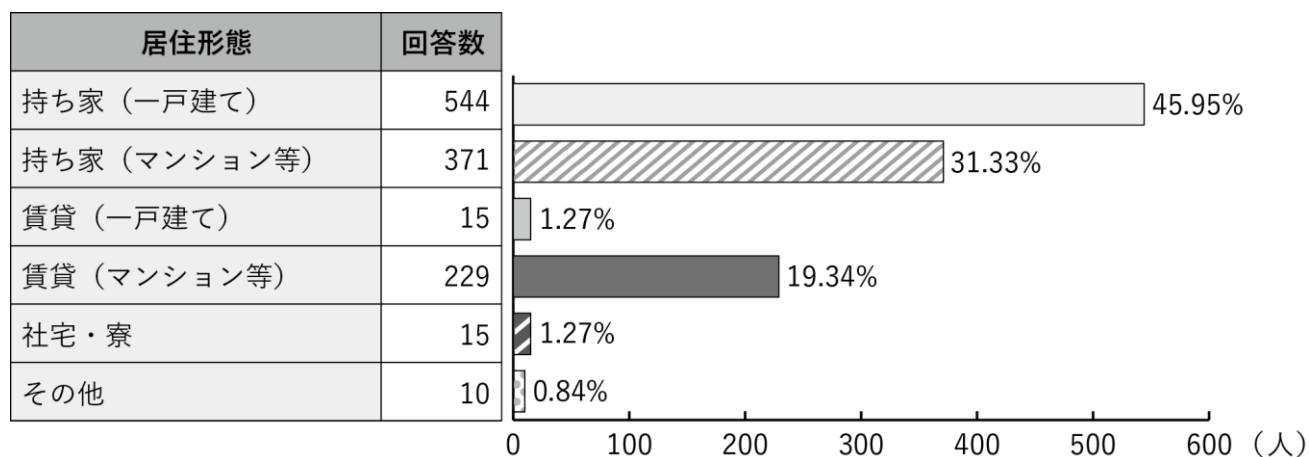


※隣接市区・・・練馬区、さいたま市、志木市、和光市、新座市、戸田市

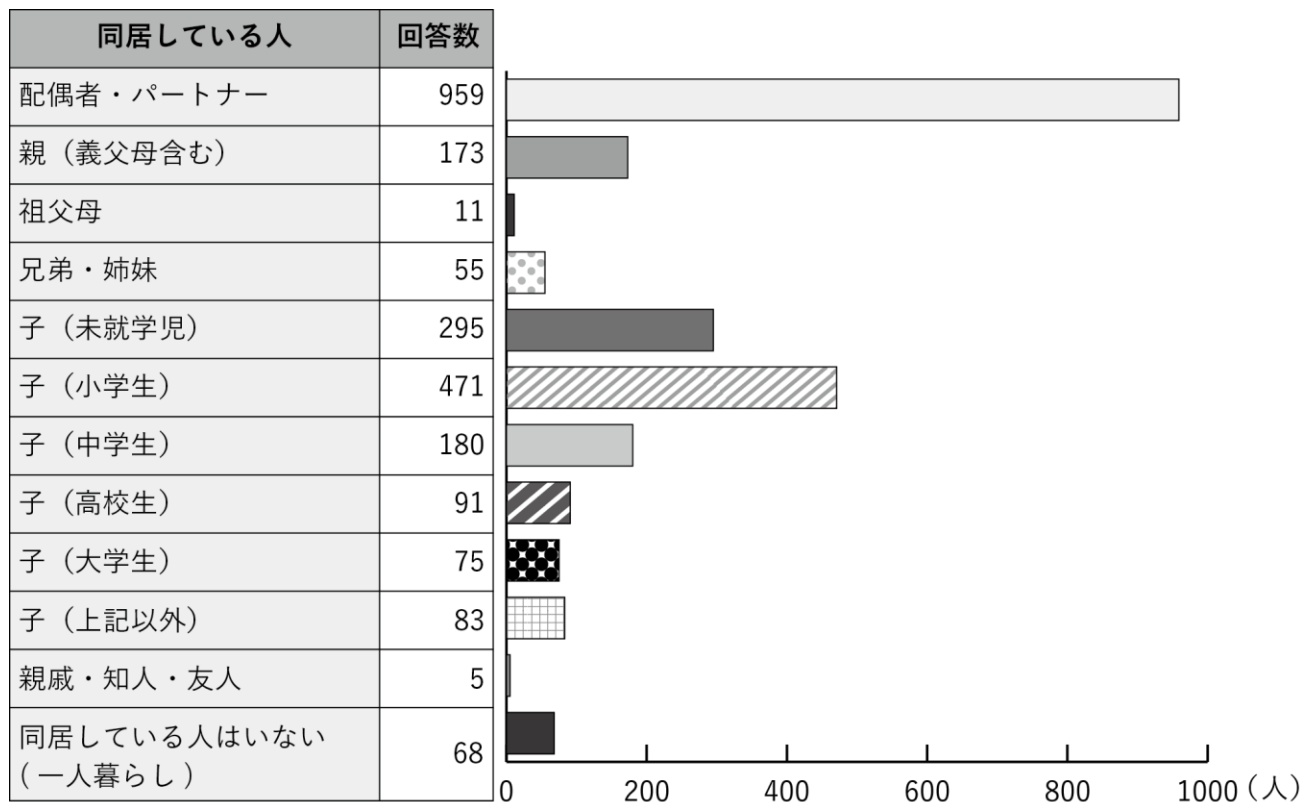
Q5. あなたは、現在お住まいの地域に住んでどれくらいの期間になりますか。
最も近い期間をお選びください。



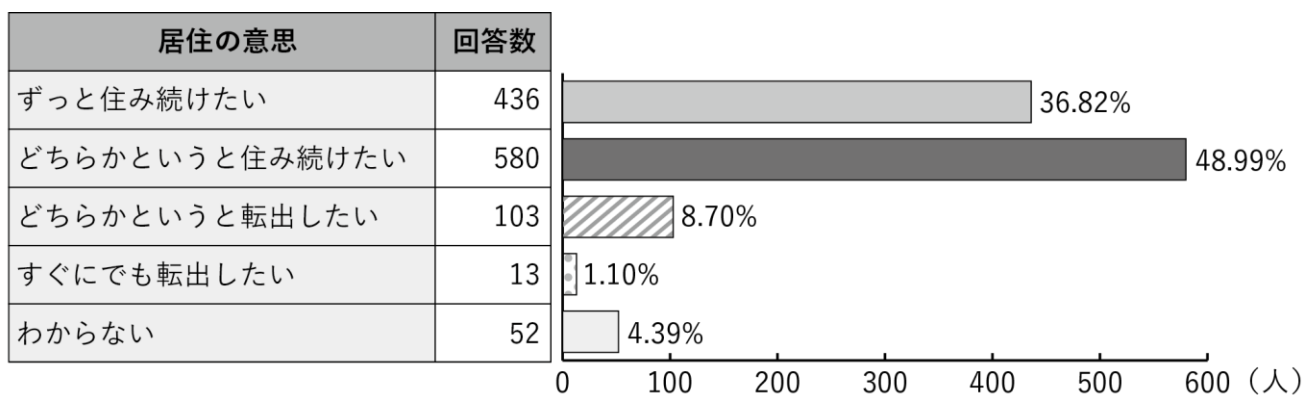
Q6. あなたのお住まいの居住形態は、以下のどれに当てはまるか教えてください。



Q7. あなたと一緒に暮らしている方をすべてお選びください。
 ※あなたからみた続柄でお答えください。（複数回答可）

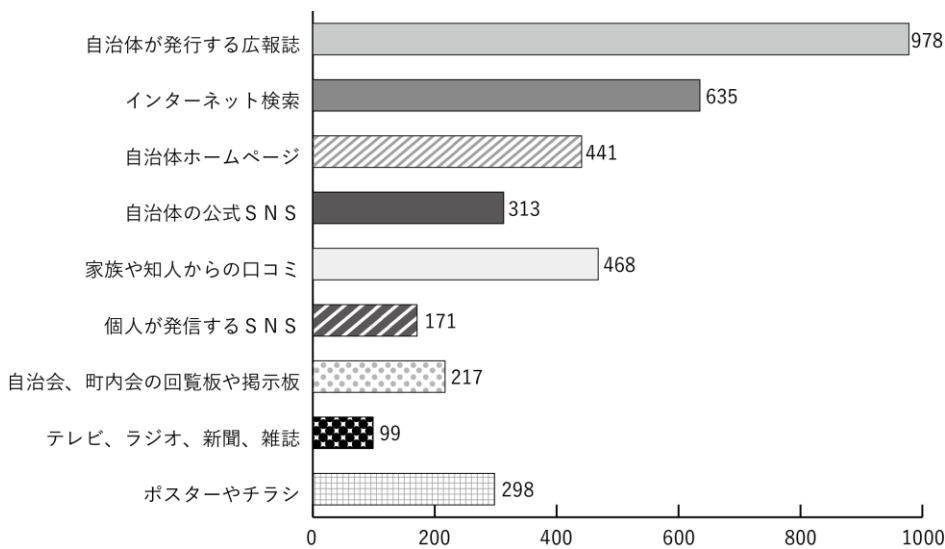


Q8. あなたは、現在お住まいの地域に住み続けたいと思いますか。
 お気持ちに最も近いものをお選びください。



2-2 地域情報の入手方法

Q9. 普段、お住まいの地域に関する情報をどのように入手していますか。※複数回答可

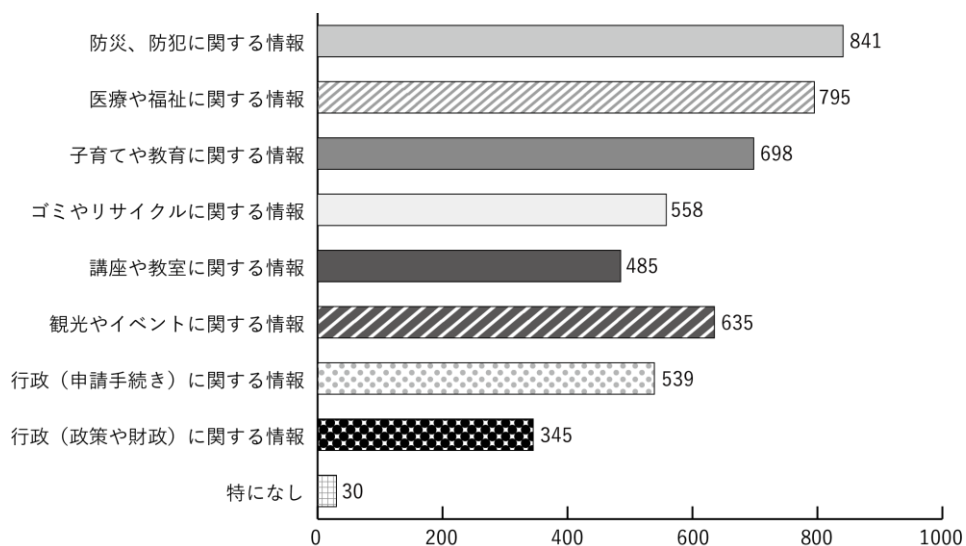


地域情報の入手方法として「広報誌」から取得する人が多い

- ✓ 地域の情報については、自治体が発行する「広報誌」から情報を入手する人が多い。
- ✓ インターネットからの情報入手は全体で2番目に多いが、自治体の公式SNSから地域の情報を入手する人は比較的少ない。

2-3 自治体からの情報発信に求めているもの

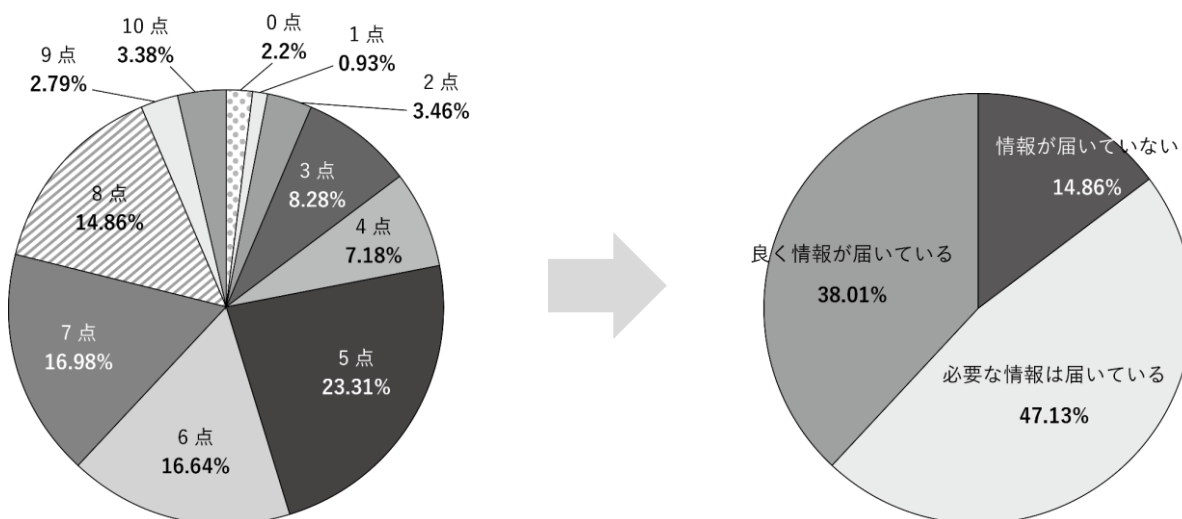
Q10. 自治体からの情報発信に求めているものは何ですか。※複数回答可



自治体には、生活に関する情報発信を求める傾向がある

- ✓ 「防災、防犯に関する情報」を求める声が一番多く、「医療や福祉に関する情報」、「子育てや教育に関する情報」など生活に関する情報を求める傾向にある。

Q11. Q10で選択した内容は、あなたにどの程度届いていますか。

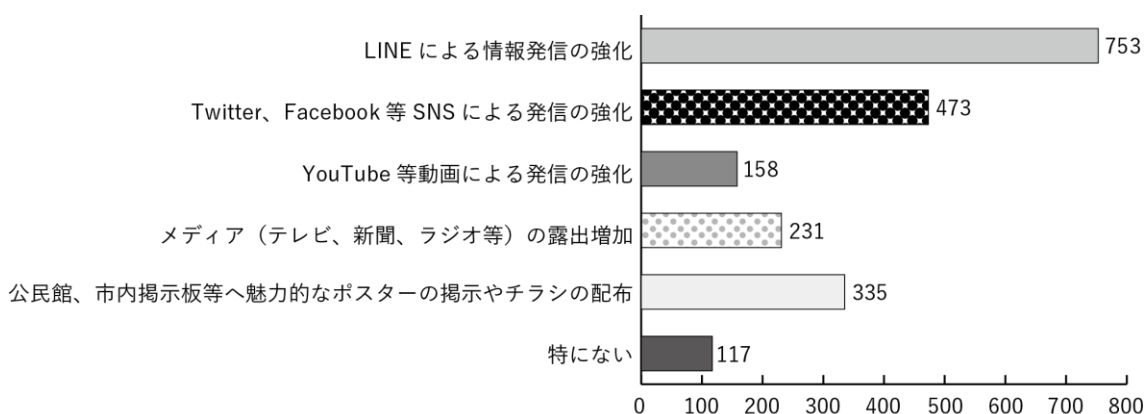


自治体からの情報については、おおむね届いている

- ✓ 良く情報が届いている層（7～10）は有効回答数1,184人に対して450人（38.01%）
- ✓ 全く届いていないと感じる層（0点）は26人（2.20%）。
- ✓ 必要な情報は届いている中間層（4～6）が558人（47.13%）と半数近くを占める。

2-4 自治体からの情報をより入手しやすくなる方法

Q12. Q10で選択した内容を、あなたがより入手しやすくなるものは何ですか。※複数回答可

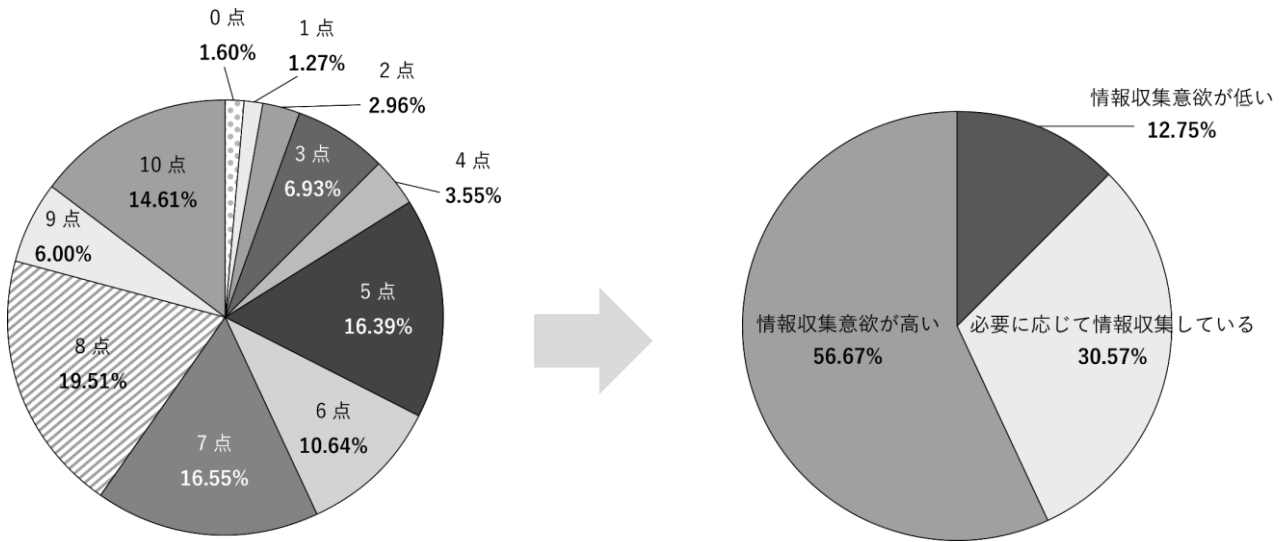


SNSの活用を中心に、特に「LINE」での情報発信を求められている

- ✓ 自治体からの情報をより入手しやすくなる方法としてSNSの強化を求める声が多い。
- ✓ SNSの中でも「LINE」での情報提供の強化を求める声が多い。
- ✓ Q10で回答者の多い情報（防災・防犯、医療・福祉、子育て）に関しては、リアルタイムでの情報を求められるため、即時性のあるSNSなどを求める傾向にあると考えられる。

2-5 地域情報の収集意欲

Q13. 普段生活をする中で、お住まいの地域の情報を自ら調べたことはありますか。

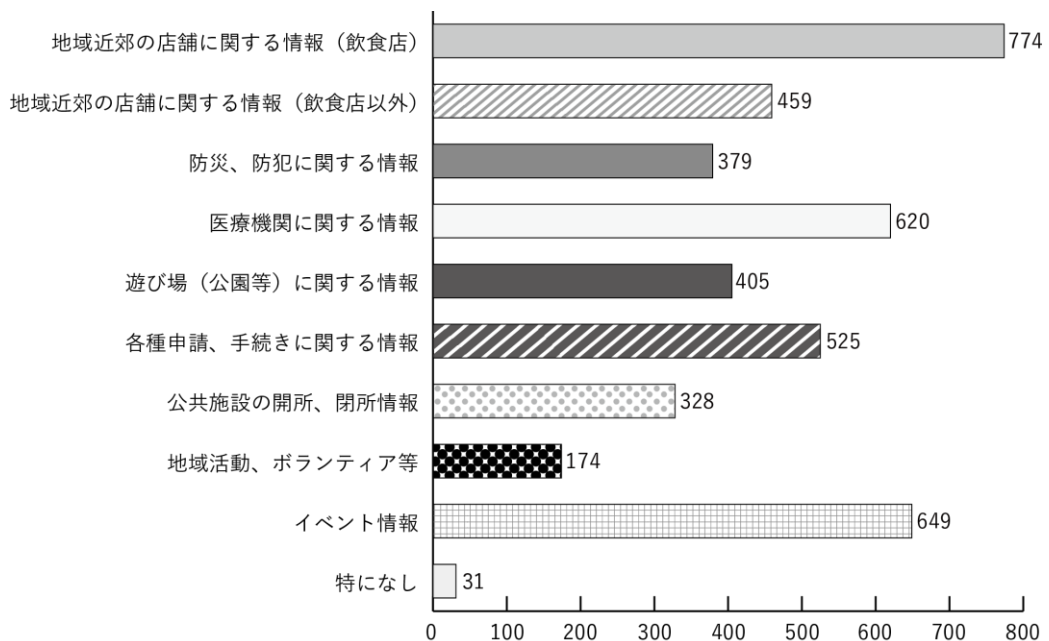


地域の情報については、日常的に収集していることがわかる

- ✓ 情報収集意欲が高い層（7～10）は有効回答数1,184人に対して671人（56.67%）
- ✓ 情報収集意欲が低い層（0～3）は151人（12.75%）
- ✓ 情報収集意欲が高い層と、必要に応じて情報収集している層（4～6）を合計すると1,033人（87.24%）となり、必要な情報を適切に収集している人が多いと想定される。

2-6 積極的に入手している地域の情報

Q14. あなたが、積極的に入手している地域の情報は何か。※複数回答可

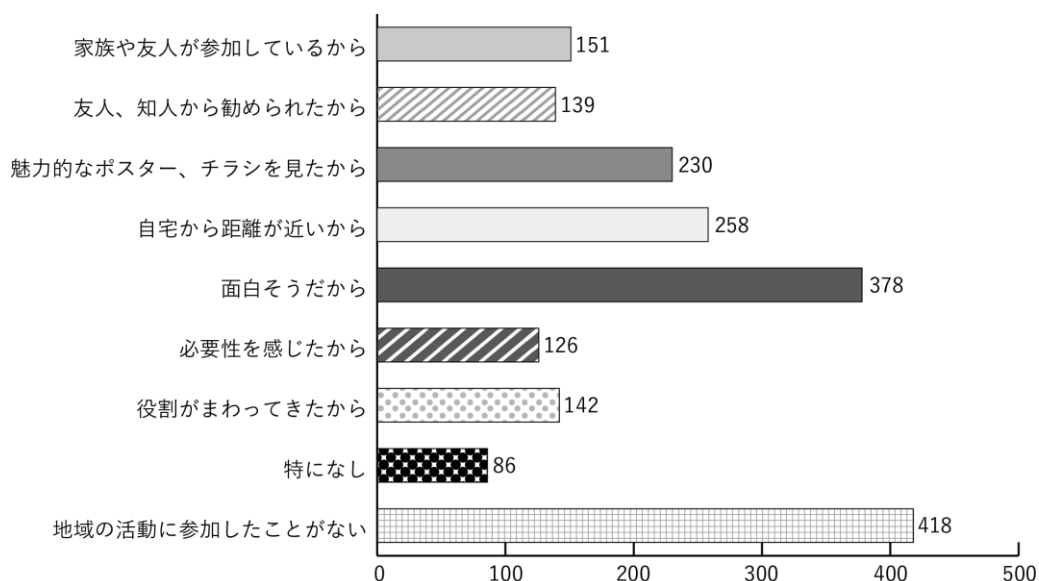


個人が積極的に情報を収集している内容は「地域の飲食店」「イベント情報」「医療機関」

- ✓ 「防災、防犯に関する情報」は自治体からの情報として求める声が多かったが、個人での情報収集では割的に低い。飲食店や医療機関など身近な生活関連情報を収集する人が多い傾向がある。
- ✓ 「イベントに関する情報」は、自治体からの情報に限らず、個人の嗜好で情報を収集する傾向がある。

2-7 地域活動への参加のきっかけ

Q15. あなたが、地域の活動に参加したきっかけは何ですか。※複数回答可

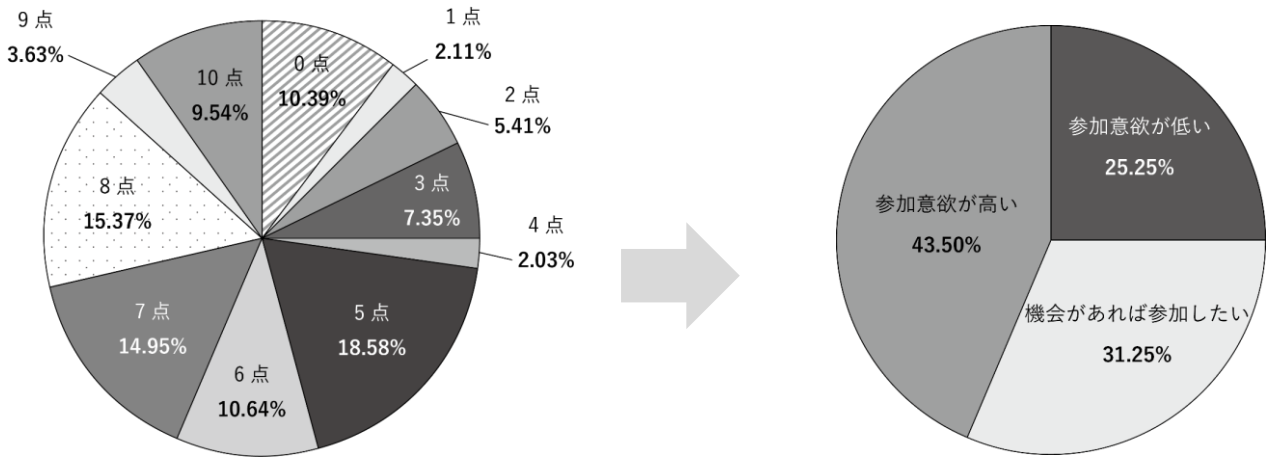


参加のきっかけとなるのは、「面白そう」「近い」など近隣で興味をひかれるもの

- ✓ 「地域の活動に参加したことがない」と回答する人が最も多い。
- ✓ 地域活動への参加のきっかけとして「面白そうだから」「自宅から距離が近い」「魅力的なポスター、チラシを見た」の回答数が多い。

2-8 事前に適切な情報を入手した場合の地域活動への参加意欲

Q16. あなたは、地域の活動や催しを事前に知ることができたら、参加する機会が増えると思いますか。

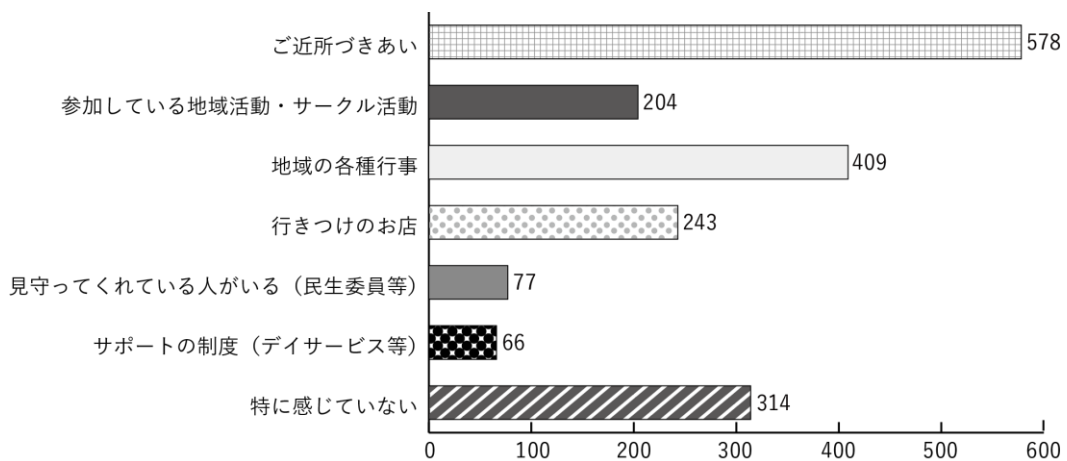


事前に適切な情報を入手した場合、地域活動への参加機会が増えることが想定される

- ✓ 地域活動への参加意欲の高い層（7～10）は有効回答数1,184人に対して515人（43.50%）。
- ✓ 地域活動への参加意欲の高い層と中間層（4～6）を合計すると885人（74.75%）となり、この層に対して事前に適切な情報を提供することで、地域活動への参加者数が増えることが想定される。

2-9 日常生活における地域とのつながり

Q17. あなたが、普段生活する中で、地域とのつながりをどのような場面で感じていますか。
※複数回答可

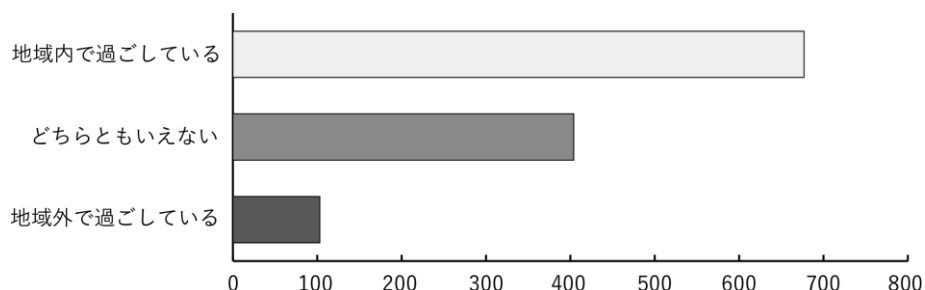


「ご近所づきあい」から地域とのつながりを感じている人が多い

- ✓ 地域とのつながりを感じる場面として「ご近所づきあい」、「地域の各種行事」の回答が多い。
- ✓ 他の設問と比較して「特に感じていない」への回答が多い。

2-10 休日の地域内での過ごし方

Q18. あなたは、普段の休日をお住まいの地域内で過ごしていますか。

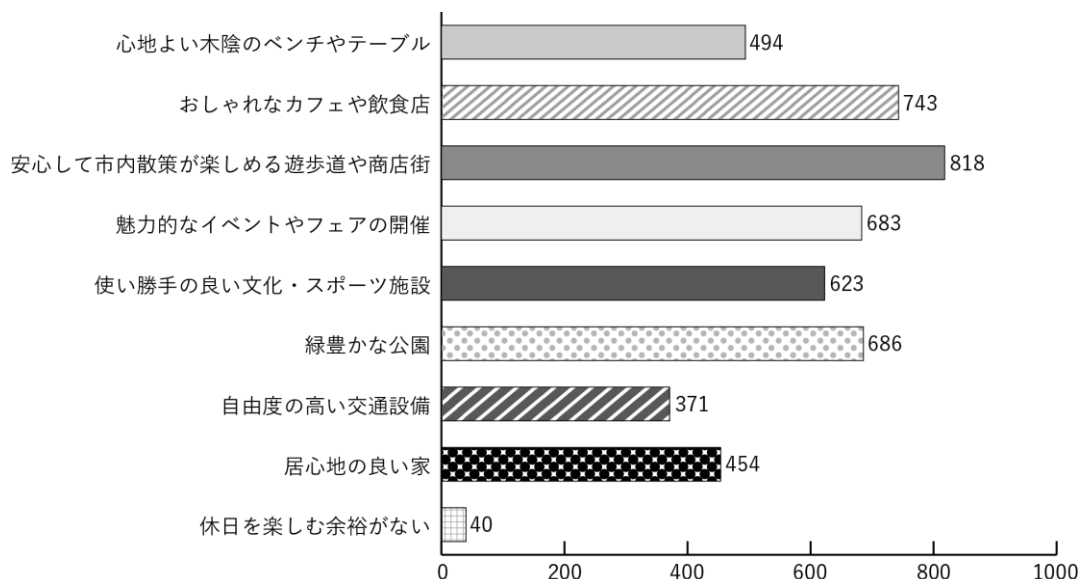


普段の休日について、多くの人が地域内で過ごす傾向にある

- ✓ 本調査における回答者の多くが朝霞市在住者のため、普段の休日の多くを朝霞市近郊で過ごす傾向がある。

2-11 休日の理想の過ごし方

Q19. あなたが、普段の休日を過ごすために、あったらいいなと思うものは何ですか。
※複数回答可



個人ニーズに基づいて、幅広く回答されている。

- ✓ 「安心して市内散策が楽しめる遊歩道や商店街」、「おしゃれなカフェや飲食店」の回答が多い傾向がある。

Ⅲ 重点分析

地域とのつながりに基づくクロス分析

3-1 重点分析の概要

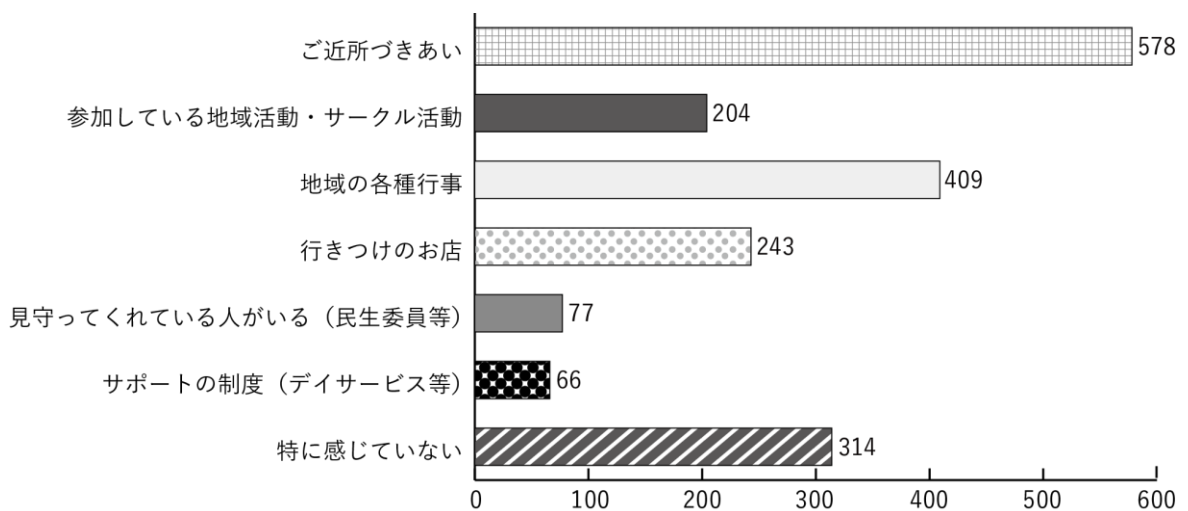
■クロス分析とは

アンケートで得られたデータを2、3個の項目に絞り、それらがどのような関連を持っているかを分析する手法。

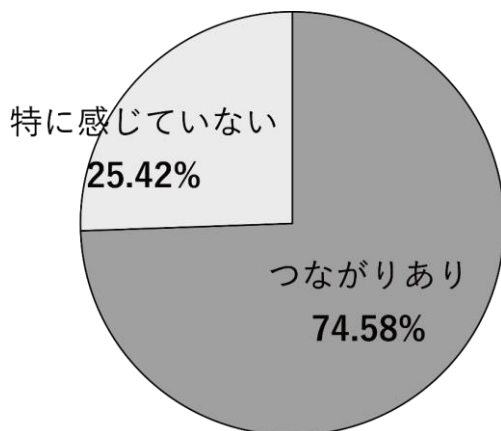
■重点分析の手法

Q17「地域とのつながりの有無」を軸として、情報・魅力発信力、情報収集意欲、参加意欲にどのような影響が生じているか分析する。

Q17. あなたが、普段生活する中で、地域とのつながりをどのような場面で感じていますか。
※複数回答可



回答者数 1,184人



つながり有無	回答者数	%
あり	883	74.58%
なし	301	25.42%

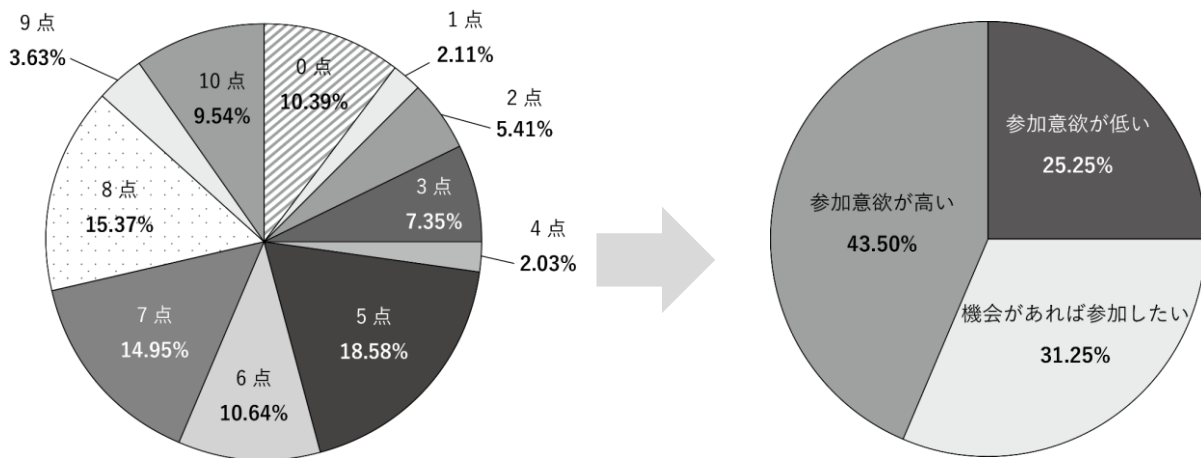
※1 「特に感じていない」と回答した人のうち、その他の項目にも回答している人は「有り」に換算

地域とのつながりを感じている人は全体の75%にのぼる。

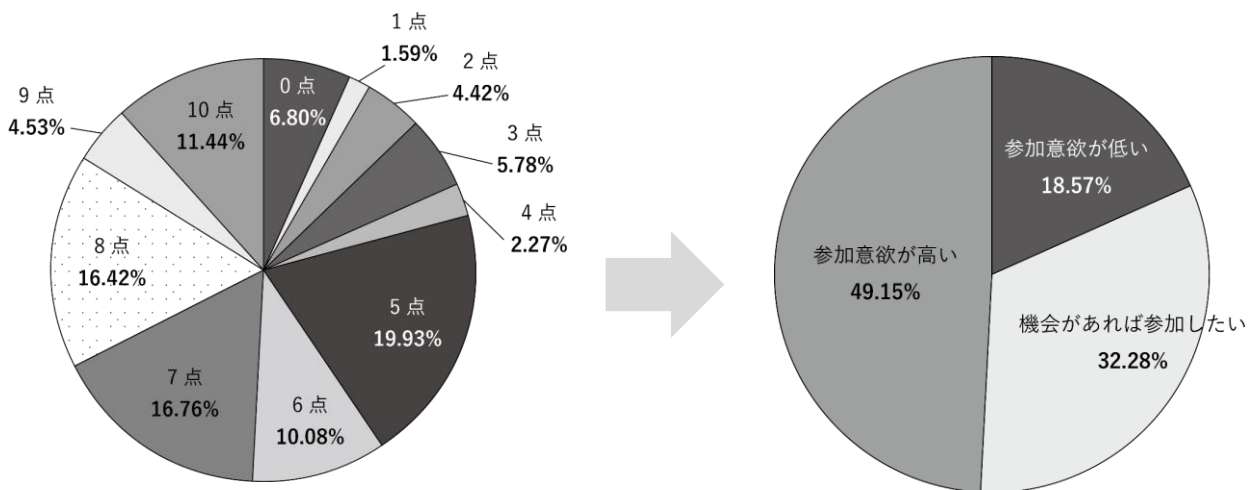
3-2 地域活動や催しへの参加意欲（11段階評価・傾向分析）

■ 「つながりの有無」と「参加意欲」に関する分析

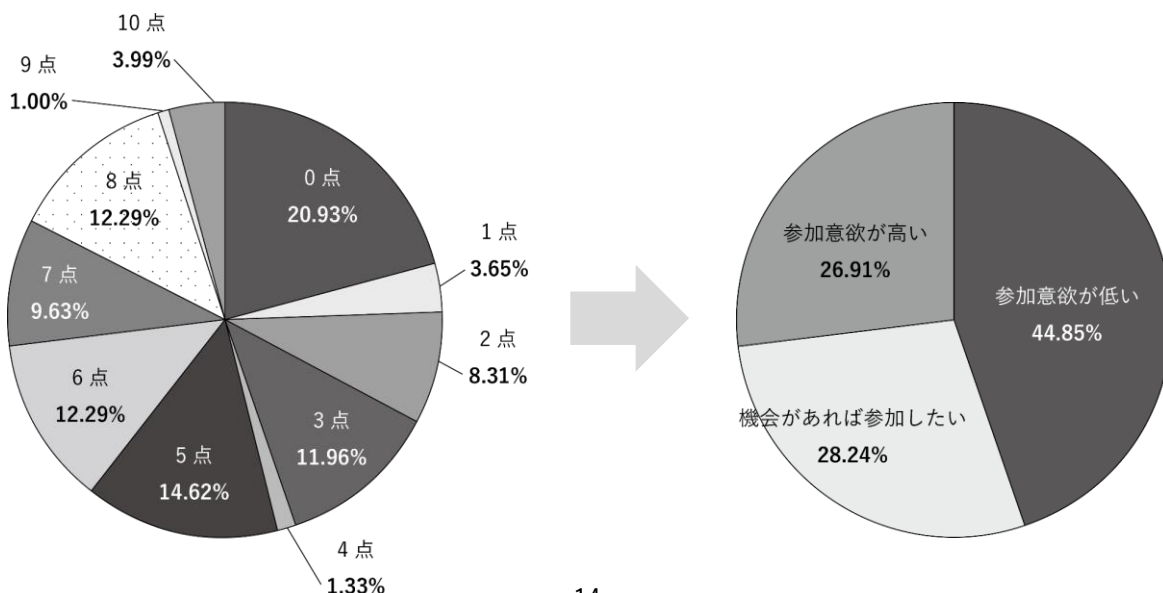
〔Q16 事前情報があったときの地域行事への参加意欲 11段階評価 回答者数 1,184人〕



〔地域とのつながりあり 883人〕



〔地域とのつながりなし 301人〕



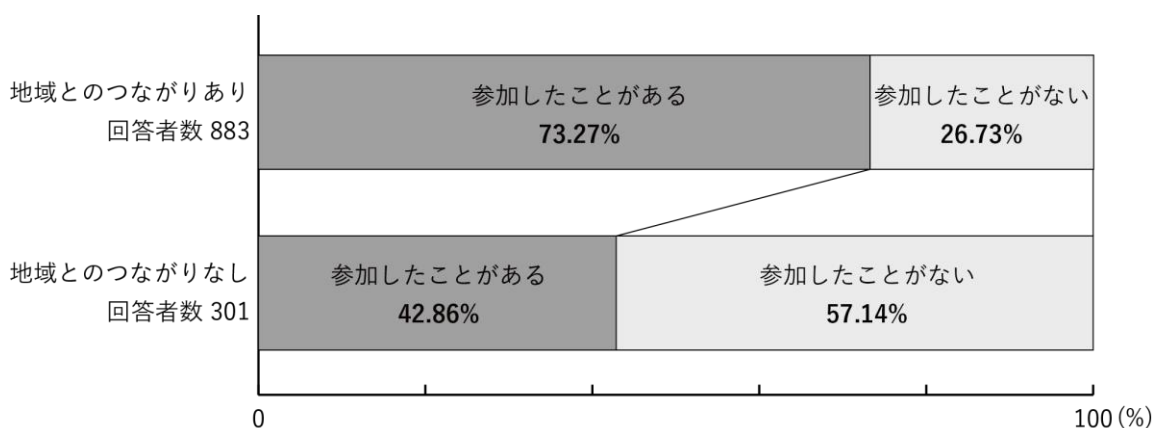
地域とのつながりがあると回答した人は、地域活動や催しへの参加意欲が高い

- ✓ 地域活動への参加意欲の低い層（0～3）、機会があれば参加したい層（4～6）、参加意欲の高い層（7～10）という分類で分析したところ、つながりの有無で地域活動への参加意欲について大きく差が出る結果となった。

3-3 地域活動への参加実績

■ 「つながりの有無」と「参加のきっかけ」に関する分析

〔Q15 地域活動への参加のきっかけ（複数回答可） 回答者数 1,184人〕



※参加のきっかけに関する設問のため、「参加したことがない」のみを選択した人以外は、全て「参加したことがある」と位置付けて分析した。

地域とのつながりがあると回答した人の7割は、地域活動に参加したことがある

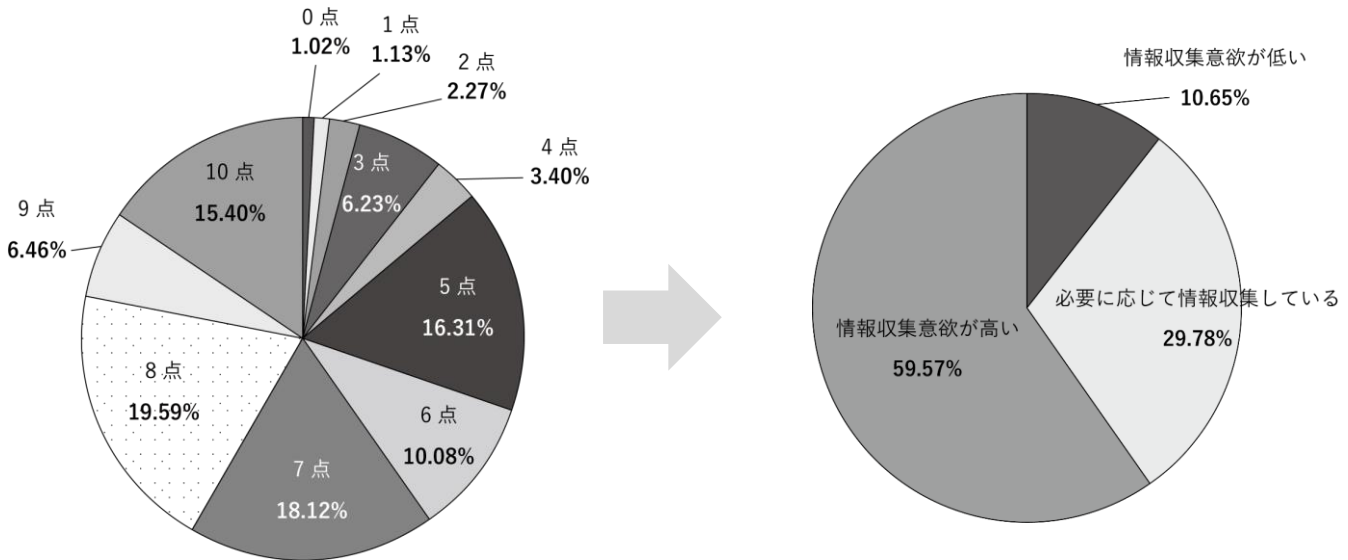
- ✓ 地域とのつながりがあると回答した人のうち「73.27%」が、地域の活動へ参加したことがある。また、地域とのつながりがないと回答した人のうち「42.86%」が、地域の活動へ参加したことがあるという結果になった。地域とのつながりの有無によって地域活動への参加に大きく影響することがわかる。

3-4 情報収集意欲（11段階評価・傾向分析）

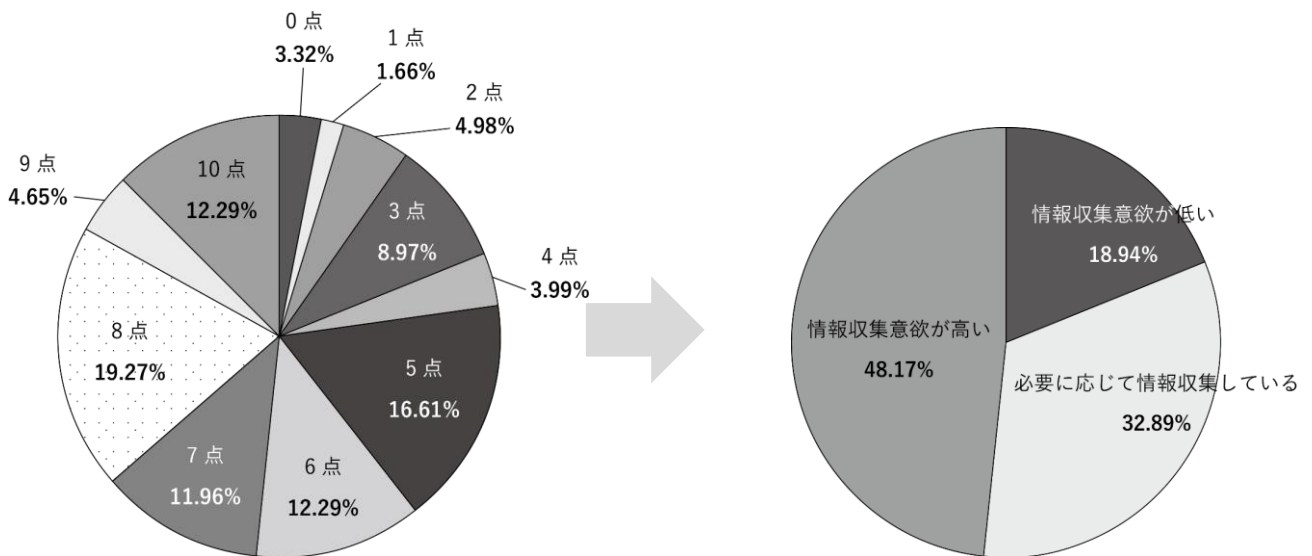
■ 「つながりの有無」と「情報収集意欲」に関する分析

〔Q13 地域情報の収集意欲 11段階評価 回答者数 1,184人〕

〔地域とのつながりあり 883人〕



〔地域とのつながりなし 301人〕



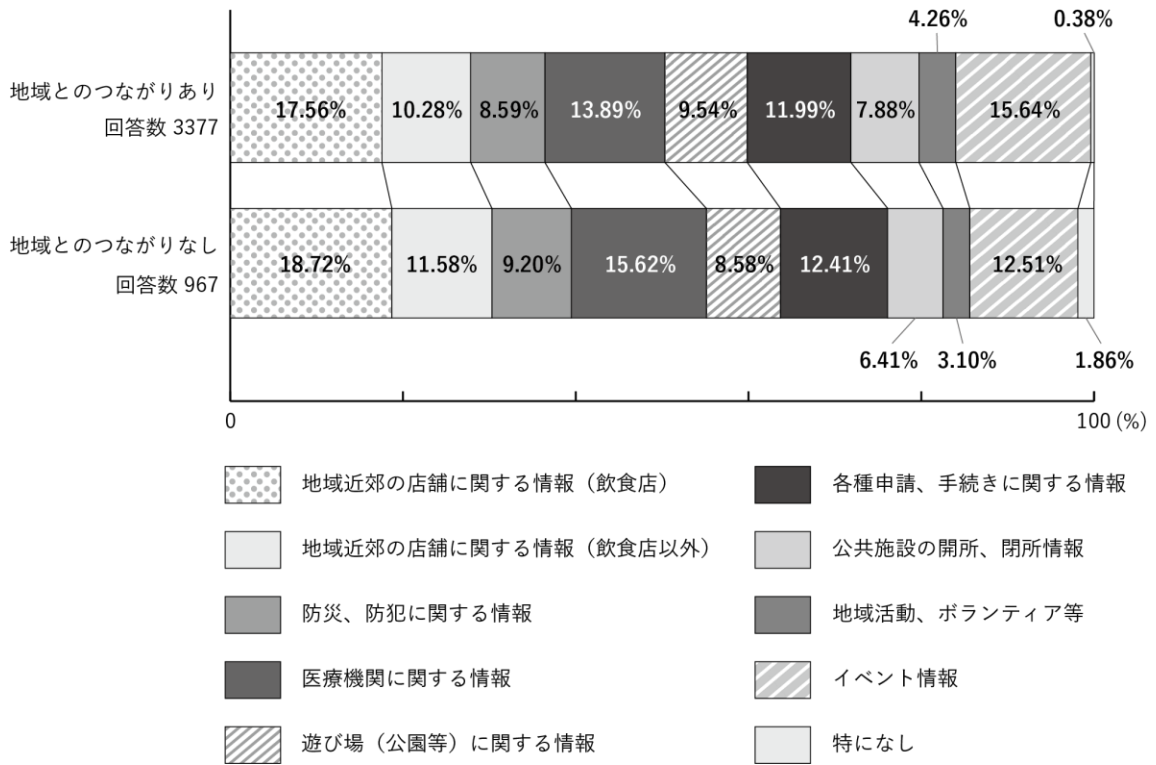
地域とのつながりがあると回答した人は、情報収集意欲が高い

- ✓ 情報収集に関して意欲が低い層（0～3）、必要に応じて情報収集している層（4～6）、積極的に情報収集している層（7～10）という分類で分析したところ、つながりの有無で差が出る結果となった。

3-5 積極的に入手している地域の情報

■ 「つながりの有無」と「積極的に入手している地域の情報」に関する分析

〔Q14 積極的に入手している地域の情報（複数回答可）〕



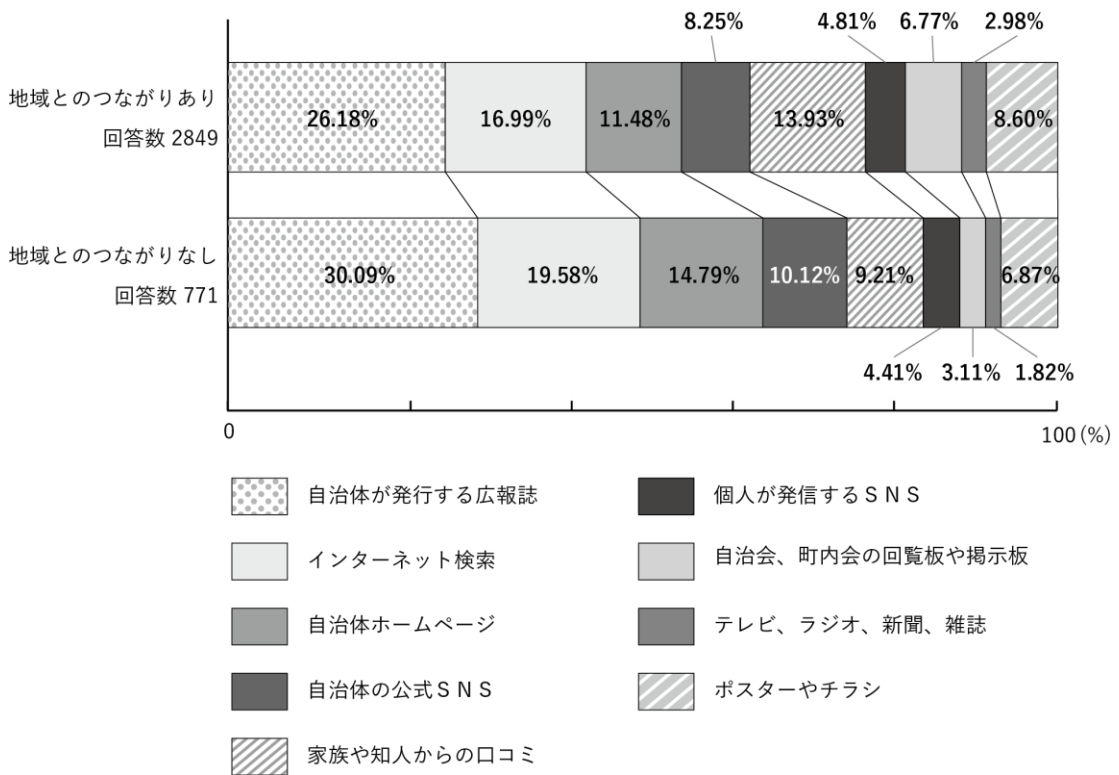
つながりの有無に関わらず、積極的に入手している地域情報についての傾向は変わらない

- ✓ 地域とのつながりの有無に関わらず、どちらも飲食店やイベント情報・医療機関に関する情報を入手する傾向がある。
- ✓ 地域とのつながりがあると回答した人は、地域活動等を行う公共施設等の情報を入手する傾向にある。
- ✓ つながりの有無に関わらず、地域活動やボランティアに関する情報を積極的に入手する人の割合は少ない。

3-6 地域情報の入手方法について

■ 「つながりの有無」と「地域情報の入手方法」に関する分析

〔Q9 地域情報の入手方法（複数回答可）〕



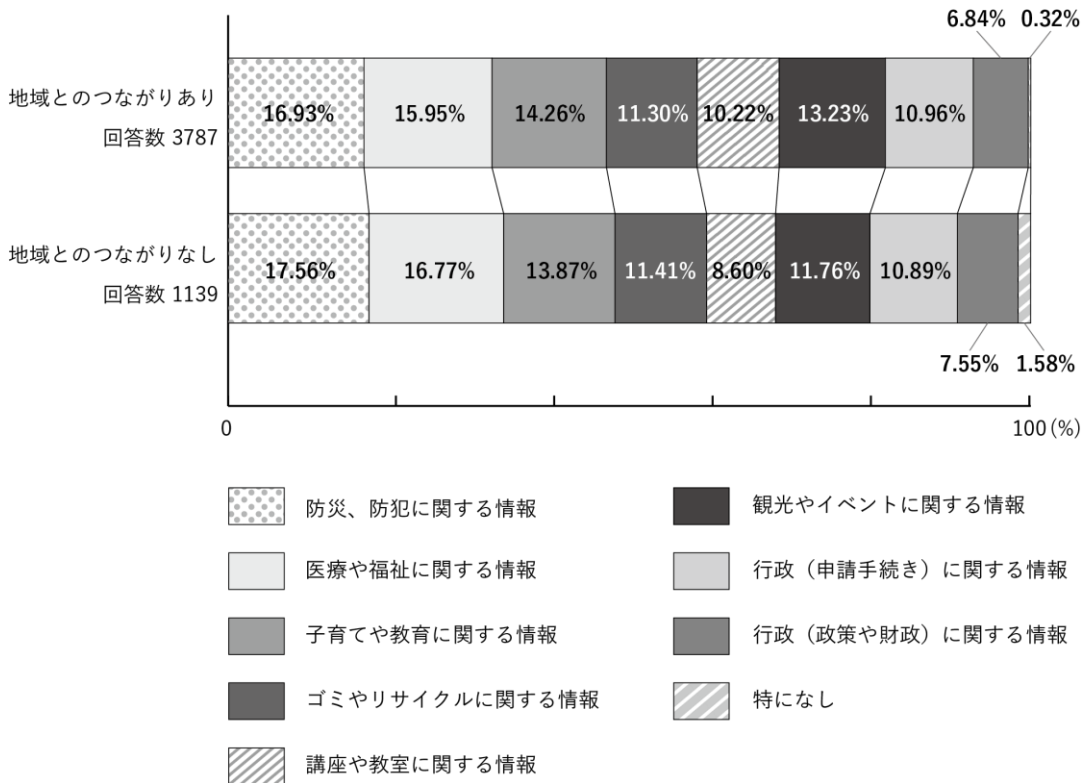
地域とのつながりがあると回答した人は、コミュニケーションを要する手段で情報を入手する傾向がある

- ✓ 地域とのつながりがあると回答した人は、回覧板や掲示板、口コミなど、コミュニケーションを要する方法で情報を入手している傾向がある。
- ✓ 地域とのつながりの有無に関わらず、自治体が発行した広報誌を地域情報の入手ツールとして活用している。
- ✓ 地域とのつながりがないと回答した人は、インターネットや自治体ホームページ等、個人で情報を入手できるツールを活用する傾向がある。

3-7 自治体からの情報発信に求めているもの

■ 「つながりの有無」と「自治体からの情報発信に求めていること」に関する分析

〔Q10 自治体からの情報発信に求めていること（複数回答可）〕



つながりの有無に関わらず自治体からの情報発信に求めている情報の傾向は変わらない

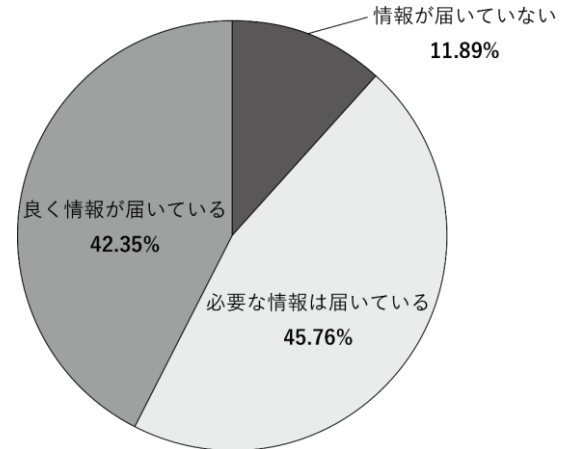
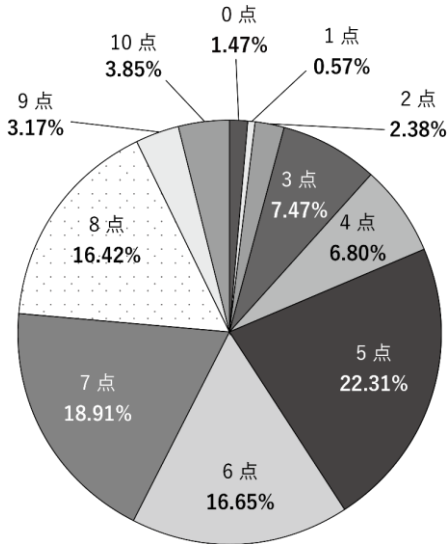
- ✓ 地域とのつながりの有無に関わらず、どちらも日常生活に関する内容を求める傾向にある。
- ✓ 地域とのつながりがあると回答した人は、人との関わりが見込まれるイベントや講座などの情報を求める傾向にある。

3-8 情報・魅力の発信力（11段階評価・傾向分析）

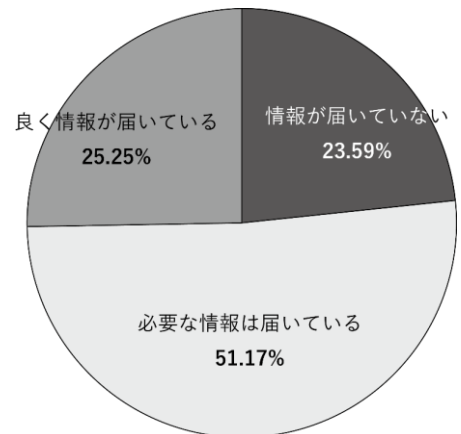
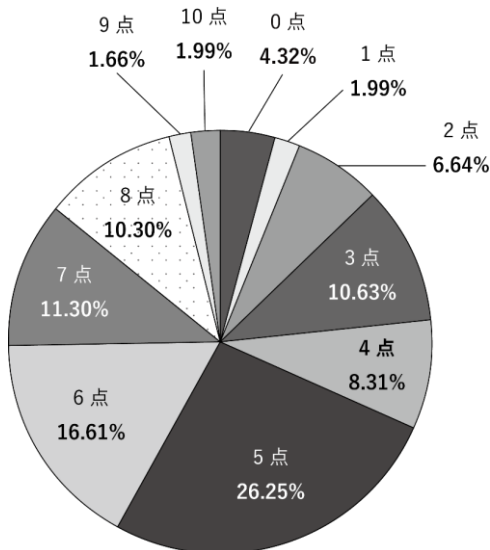
■ 「つながりの有無」と「情報・魅力の発信力」に関する分析

〔Q11 情報・魅力の発信力 11段階評価 回答者数 1,184人〕

〔地域とのつながりあり 883人〕



〔地域とのつながりなし 301人〕



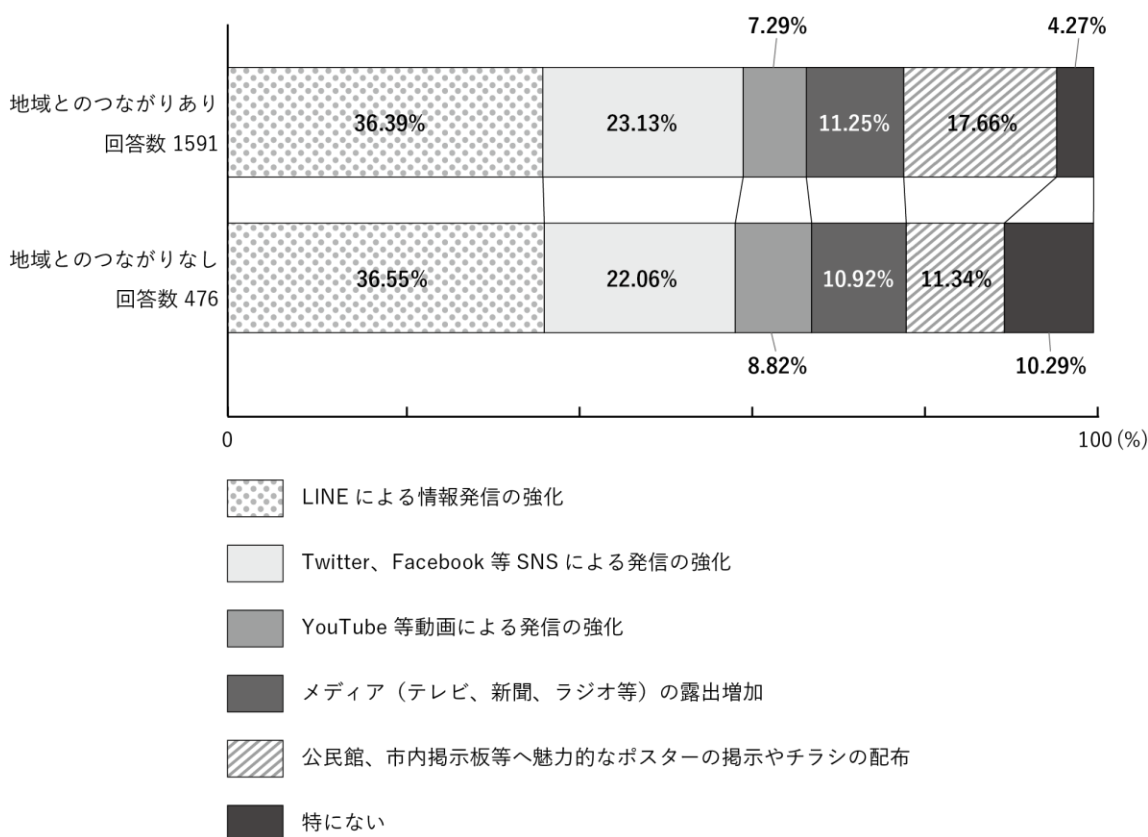
地域とのつながりがあると回答した人へ、情報・魅力が良く届いている

- ✓ 情報・魅力の発信力に関して情報が届いていない人（0～3）、必要な情報は届いている人（4～6）、良く情報が届いている人（7～10）という分類で分析したところ、つながりの有無で情報・魅力の到達度について差が出る結果となった。

3-9 情報発信の方向性

■ 「つながりの有無」と「情報発信ツール」に関する分析

〔Q12 自治体からの情報をより入手しやすくなる方法（複数回答可）〕

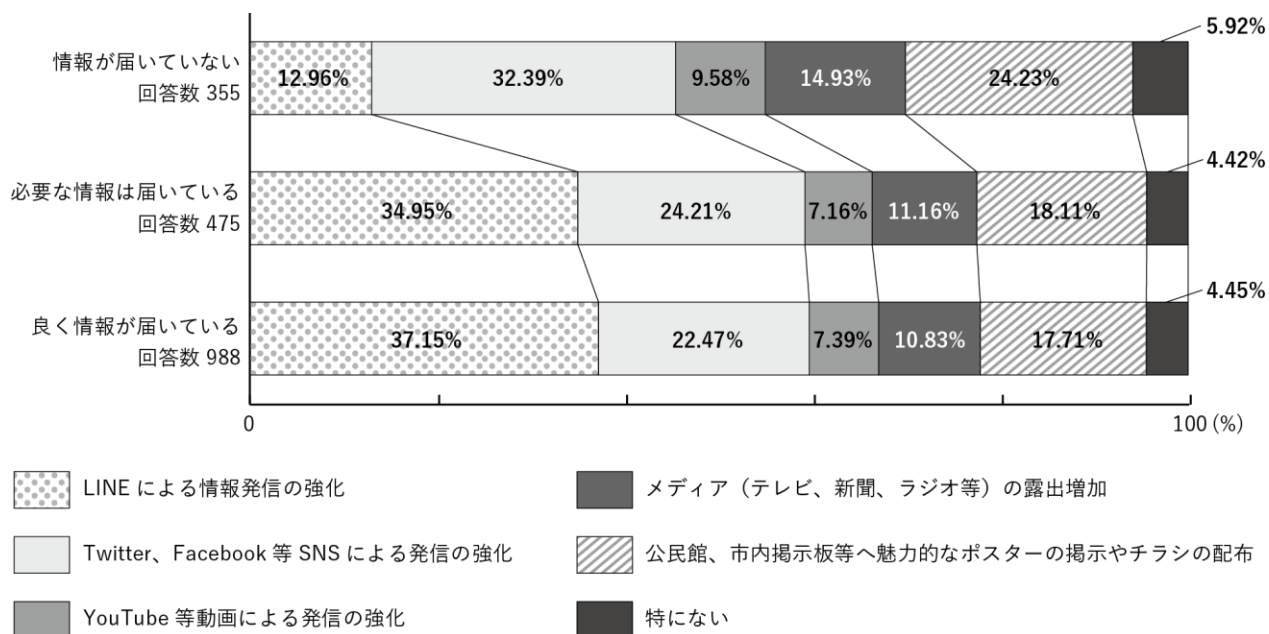


市民が情報を入手しやすくなる方法としてSNSの情報発信強化を求める声が多い

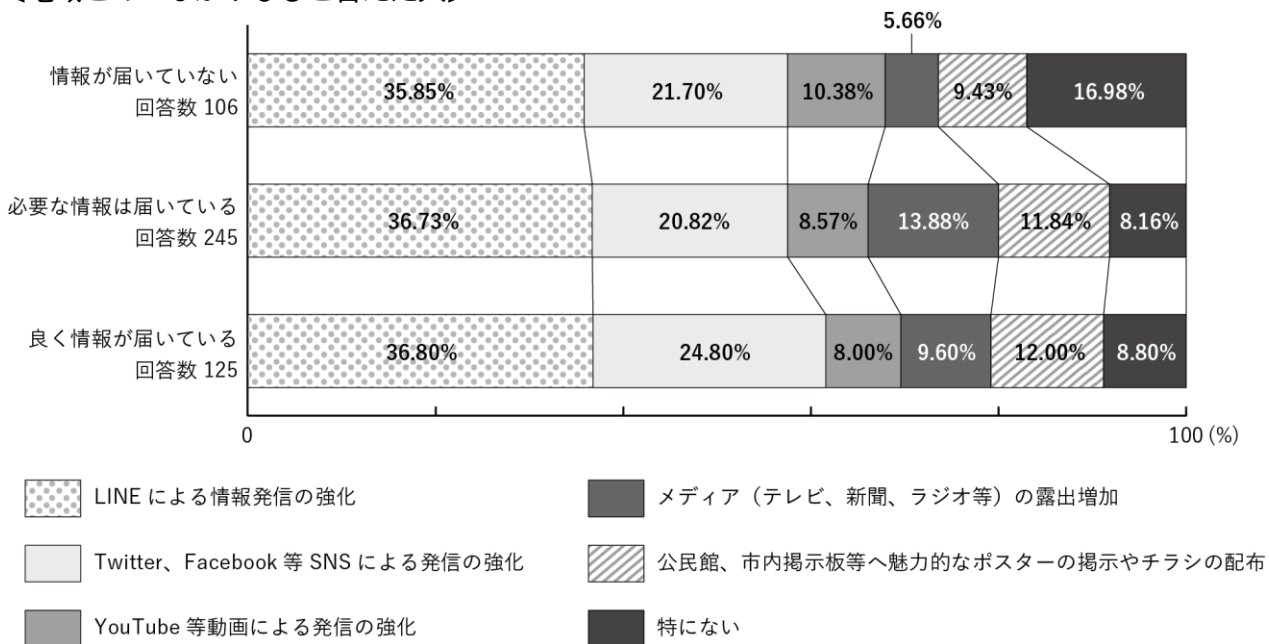
- ✓ 地域とのつながりの有無に関わらず、SNSでの情報発信強化を求める声が多い。
- ✓ 「重点分析 3-2」より、地域とのつながりがあると回答した人の傾向として、地域の活動に対して参加意欲が高く、公民館や市内掲示板等での情報発信の強化を求める声が多い。
- ✓ 地域とのつながりがないと回答した人の約10%が「特にない」を選択するなど、無関心層であることがわかる。
- ✓ 地域とのつながりの有無に関わらず、メディアでの露出、動画による配信について求める声は低く、タイムリーに入手できるSNSでの情報発信強化を求める傾向にある。

* 「つながりの有無」と「情報発信ツール」に関して、情報到達度別に細分化し、分析

〔地域とのつながりありと答えた人〕



〔地域とのつながりなしと答えた人〕



良く情報が届いている層については、傾向は変わらない

- ✓ 情報が届いていない層については、地域とのつながりの有無により、LINEによる情報発信を求める声に大きく差が生じた。
- ✓ 地域とのつながりがあると回答した人のうち、情報が届いていない層は「Twitter、Facebook等SNSによる情報発信」、「ポスターの掲示やチラシの配布」による情報発信を求める傾向がある。
- ✓ つながりを感じていない人は、「特にない」の割合が多く、自治体からの情報に対し関心が低いことがわかる。

IV まとめ

1 回答者の属性（設問：1～8）

本調査においては、市の広報誌やSNSでの発信、小・中学校へのチラシ配布等により1,184名に回答いただいた。男女比率としては、男性1（25.34%）：女性3（72.04%）の割合であった。年代として40代が一番多く（37.33%）、30代（25.76%）、50代（17.06%）と合わせると全体の8割を占める。また、同居している人として配偶者・パートナー、未就学児や小学生が多く、子育て世代を中心に回答いただいた。

職業としては、会社員・公務員・団体職員が一番多く（44.68%）、パート・アルバイト（21.28%）、専業主夫・専業主婦（15.96%）と続いた。

居住地域としては、朝霞市在住者が一番多く（93.50%）居住期間として10年以上が6割以上（61.45%）と、朝霞市で長く居住している人が多かった。

居住の意思については、今後も住み続けたい層（ずっと住み続けたい・どちらかという住み続けたい）が85.81%であった。

2 調査結果（設問：9～19）

本調査の目的である市の情報・魅力がどれだけ市民へ届いているか（情報・魅力の発信力）、市民が地域の情報を収集しようという意欲があるか（情報収集意欲）、地域へ参加する意欲があるか（参加意欲）について、設問9～19で調査した。

〔市からの情報発信：設問9～設問12〕

設問9「お住まいの地域の情報をどのように入手しているか」では、自治体が発行する広報誌が一番多い結果となった。

設問10「自治体からの情報発信に求めているもの」では、防災や医療など日常生活に関わる情報を市民が求めていることがわかる。

設問11「情報・魅力の発信力」では、85.14%の人が届いていると回答している。

設問12「情報をより入手しやすくなる方法」では、SNSでの情報発信強化を求める声が多いことがわかる。

これらの結果より、市から適切に情報を発信するためには、市民のニーズに合った情報発信を行っていく必要があると考えられる。広報誌では市の取り組みや魅力等を伝え、SNS等では市民の生活にリンクする情報をタイムリーに発信するなど、ツールの特性を生かした発信をすることで、地域への参加のきっかけが増えることが想定される。

〔市民の情報収集：設問13～14〕

市民が日常生活においてどのように情報を収集しているのか、また、具体的にどのような内容を収集しているのか調査した。

設問13「普段地域の情報を収集しているか」では、積極的に、または必要に応じて地域の情報を収集している人が87.42%という結果となった。

設問14「積極的に入手している地域の情報」では、近隣の飲食店・店舗に関する情報、医療に関する情報、イベント情報等について、自ら入手していることがわかる。

〔市民の地域活動への参加意欲・地域とのつながり：設問15～設問17〕

市民が地域の活動に参加したきっかけや事前に適切な情報があれば地域活動へ参加したか、また、日常生活においてどのような場面で地域とのつながりを感じているのかについて調査した。

設問15「地域の活動に参加したきっかけ」では、「面白そうだから」「自宅から距離が近いから」という回答が多かった。

設問16「地域の活動や催しを事前に知ることができたら参加する機会が増えるか」では、参加意欲が高い層、機会があれば参加したい層を合わせて74.75%という結果となった。設問15の回答から、近隣で面白そうな活動を適切なタイミングで発信することで、地域活動への参加者数も増えていくことがされる。

設問17「地域とのつながりを想定どのような場面を感じているのか」では、「ご近所づきあい」、「地域の各種行事」に対する回答が多かった。

「ご近所づきあい」については、本調査における回答者の傾向として10年以上住み続けている人が多いため、市民同士のコミュニケーションから地域とのつながりを感じる結果になったと想定される。

「地域の各種行事」については、開催されているイベントや催しを通じて地域とのつながりを感じていると想定される。

〔市民の休日の過ごし方：設問18～19〕

市民が日常生活において休日をどこで過ごしているのか、また、理想の過ごし方について調査した。

設問18「休日を地域内で過ごしているか」では、多くの人が地域内で過ごすという結果となった。

設問19「理想の休日の過ごし方」では、「安心して市内散策が楽しめる遊歩道や商店街」、「おしゃれなカフェや飲食店」など個人ニーズに基づいて幅広く回答されている。

3 重点分析（地域とのつながりの有無に基づくクロス分析）

重点分析においては、設問17「地域とのつながりの有無」に基づいて、情報・魅力の発信力、情報収集意欲、参加意欲にどのような影響が生じているかをクロス分析した。

回答者1,184人を「地域とのつながりあり」と回答した883人（74.58%）と、「地域とのつながりなし」と回答した301人（25.42%）に分類し、設問9～16について分析した。

〔地域とのつながりに基づく地域活動への参加意欲〕

設問16の事前情報があったときの地域活動への参加意欲について分析したところ、「地域とのつながりあり」と回答した人は意欲が高いことがわかった。「地域とのつながりなし」と回答した人に対して、地域とのつながりをどのように構築するかが課題である。

設問15の地域の活動に参加したことがあるかどうかを分析したところ、「地域とのつながりあり」と回答した人のうち、73.27%が参加したことがあると回答し、「地域とのつながりなし」と回答した人の42.86%を大きく上回る結果となった。地域とのつながりによって地域活動への参加について差が生じる結果となった。

的確な情報を発信することで地域とつながるしくみを作り、参加意欲を向上させることが重要である。

〔地域とのつながりに基づく情報収集意欲〕

設問13の地域の情報を日常の生活の中で積極的に入手しているかどうかを分析したところ、「地域とのつながりあり」と回答した人ほど、地域の情報を積極的に得る傾向にあることがわかった。

設問14の積極的に入手している地域の情報について分析したところ、全体的な傾向として、「地域とのつながりの有無」によって入手している地域の情報については大きく変わらないことがわかった。

設問9の地域情報の入手方法について分析したところ、「地域とのつながりあり」と回答した人は、回覧板や掲示板、口コミなどコミュニケーションを要する手段を用いて情報を入手する傾向があった。全体的には、広報誌やインターネットで地域の情報を収集する人が多い傾向にある。

つながりの有無によって、情報収集意欲に大きな影響が生じてはいないが、生活に関するものから趣味嗜好に関するものまで幅広く情報収集していることがわかる。情報を必要としたときに、速やかに見つけられる環境を整備することで、参加の機会を逸しないようにすることが重要である。

〔地域とのつながりに基づく情報・魅力の発信力〕

設問10の自治体からの情報発信に求めているものについて分析したところ、日常生活に関する内容が割合的に多くを占めるが、「地域とのつながりの有無」によって自治体からの情報発信に求めているものについては大きく変わらないことがわかった。

設問11の情報がどのくらい届いているかについて分析したところ、「地域とのつながりあり」と回答した人へ情報・魅力がより届いているという結果となった。

設問12の求めている内容がより入手しやすくなる方法について分析したところ、「地域とのつながりの有無」に関わらず、SNSの情報発信強化を求める傾向となった。自治体から情報・魅力を的確に発信していくためには、市民ニーズに応じた適切なツールを用いることが求められている。

令和4年度朝霞市シティ・プロモーションアンケート
実施報告書

令和5年3月発行

発行 朝霞市市長公室 シティ・プロモーション課

むすしん
フロント
むすか