
第2次春日部市シティセールス戦略プラン 市外向け事業 実施報告

令和3年3月
春日部市



春日部市



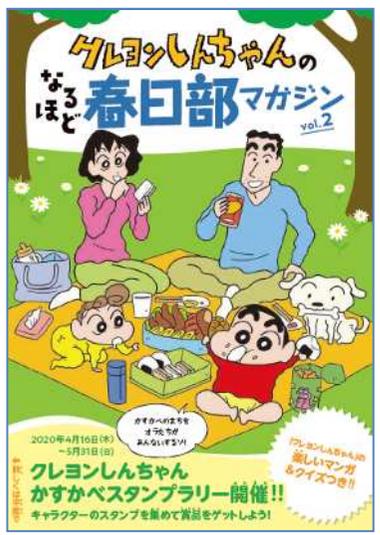
+1のあるまち
kasukabe

市外向け取り組み一覧

- 情報誌「クレヨンしんちゃんのなるほど春日部マガジン（以下、「春日部マガジン」）」の発行

本市の特別住民に登録されており、「子育て応援キャラクター」「まちの案内人」として、市の広報活動を推進している「クレヨンしんちゃん」を起用し、市外向けに本市の認知度向上を図るためのPR冊子。

春日部市ではクレヨンしんちゃんの野原一家のような暮らしができるというイメージを持ってもらうことを目的とし、「暮らす」という視点からコンテンツを組み立てている。



- 〈 主な内容 〉
- ・ 都内へのアクセス
 - ・ 一戸建てが建てやすい住宅環境
 - ・ 子育て環境
 - ・ 移住者インタビュー

市外向け取り組み一覧

- ・ 春日部マガジンを活用した、ターゲットエリアにおけるプロモーション
 - ・ 交通広告の実施
(首都圏主要駅構内でのサイネージ広告・ポスター掲出・フリーペーパーラックの活用)
 - ・ クレヨンしんちゃんの映画公開と連動したプロモーションの実施
(作品上映前の動画広告、観覧者への冊子手渡し配布)
 - ・ インターネット広告の実施
(Yahoo!、Google、Facebook、Instagramへのバナー広告の掲出)
 - ・ 幼稚園・保育園等に通う子育て世帯への冊子配布
 - ・ 都内在住者への情報誌ポスティング



首都圏主要駅構内でのサイネージ広告



映画上映前の動画広告

市外向け取り組み一覧

- 春日部マガジンの認知度向上を図るためのコンクール参加

「日本地域情報コンテンツ大賞(※2019年までは日本タウン誌・フリーペーパー大賞)」にエントリーし、冊子「春日部マガジン」自体の認知度向上を図った。



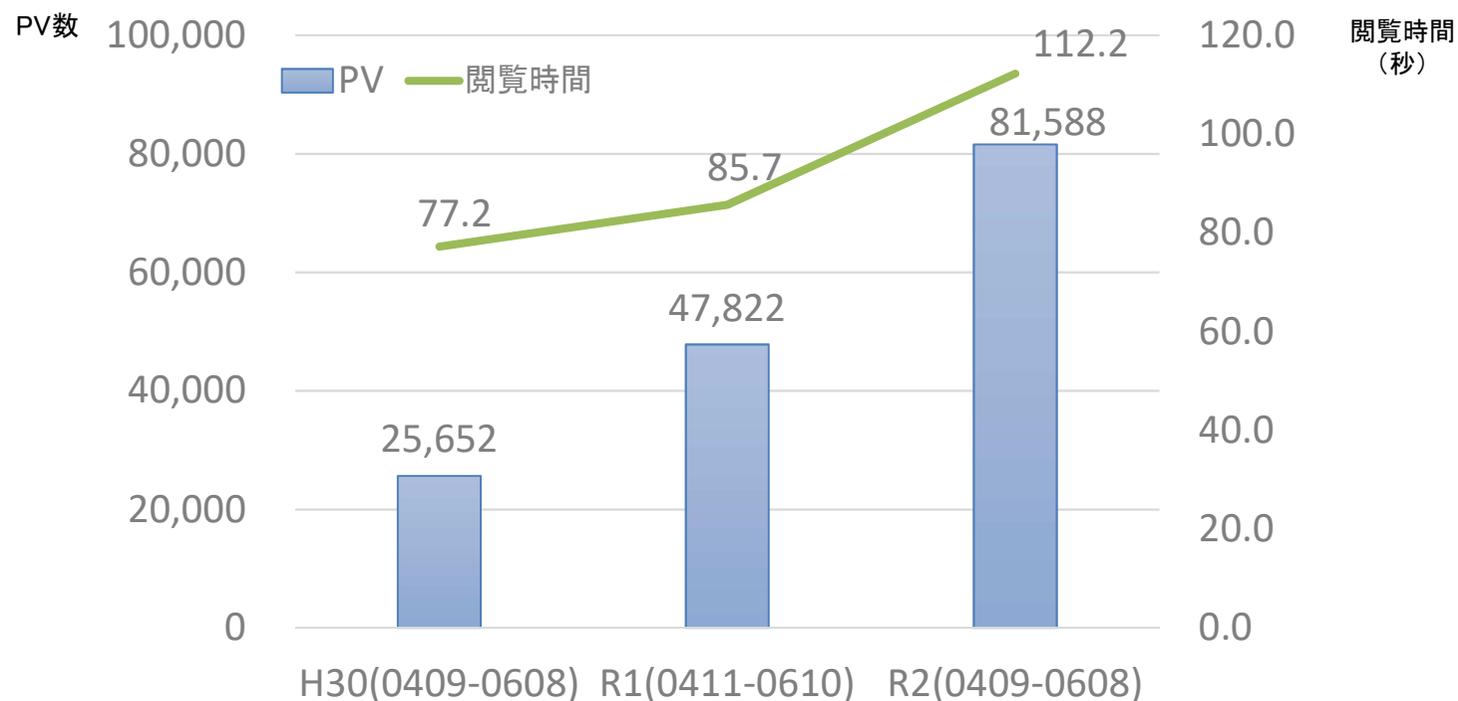
- プレスリリース配信サービスの活用

民間企業「PR TIMES」のサービスを活用し、より多くのメディア・媒体に情報が届くよう、広くプレスリリースの配信を行った。

実施結果

- 市公式シティセールス専用サイトのPV数・閲覧時間の増加

市公式ホームページ内にあるシティセールス専用サイト「かすかベスタイル +1な日々」へのPV(プレビュー)数・閲覧時間は、取り組み実施前(H30)から年々増加。

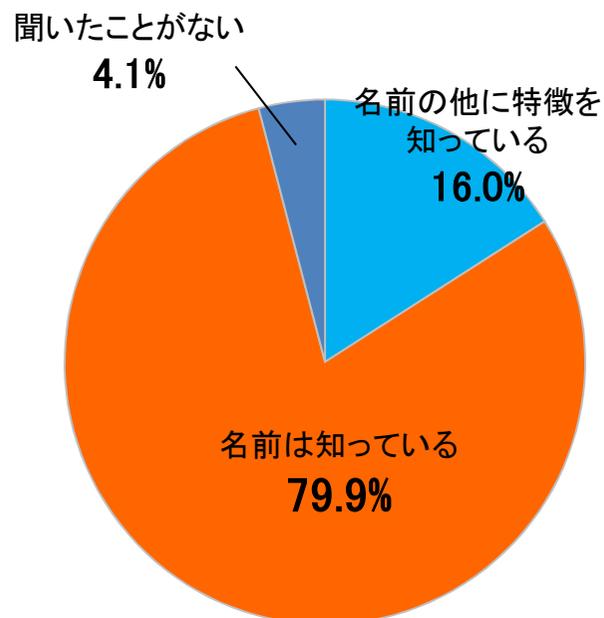


実施結果

・ 本市の認知度向上

春日部マガジンによるプロモーションを実施する前に本市の認知度を測定するためのインターネット調査を実施したところ、本市について「名前は知っている」「名前の他に特徴を知っている」と回答した人が約96%という結果であった。

〈平成30年度 取り組み実施前インターネット調査結果〉

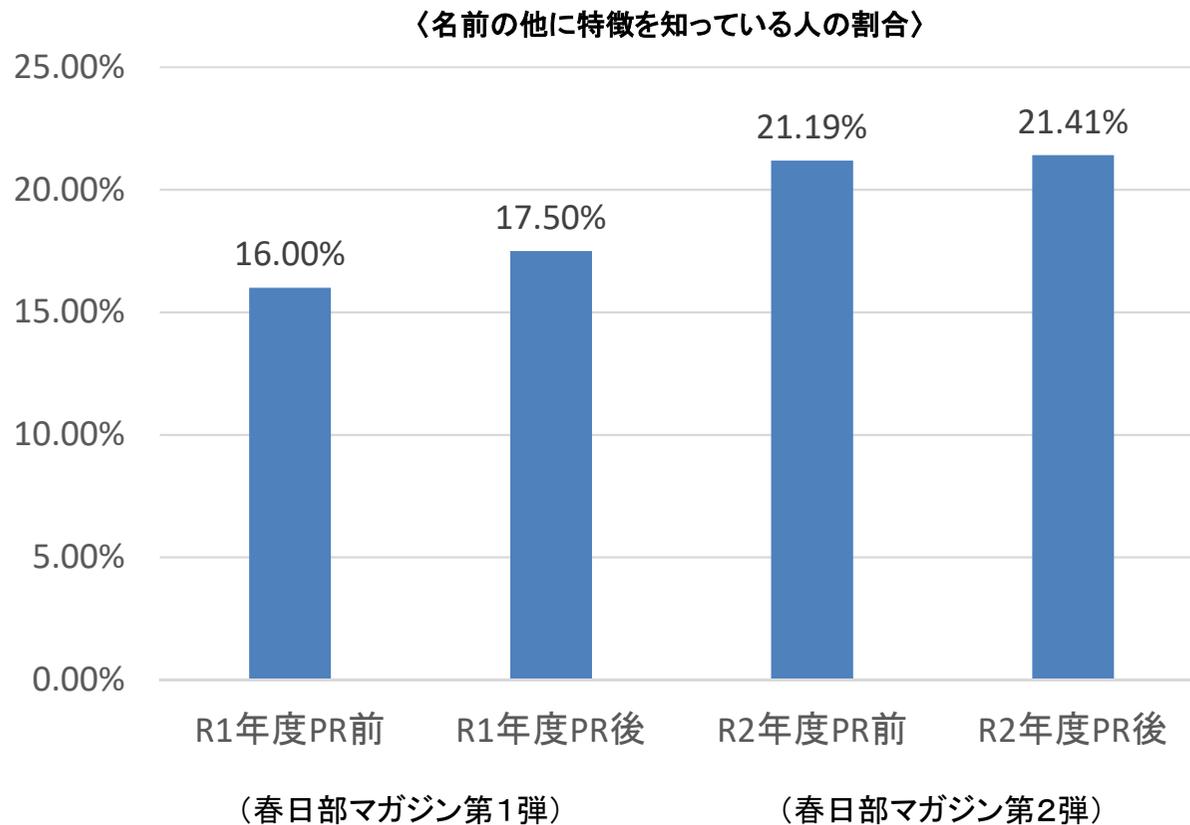


※調査対象は、東京都、神奈川県、千葉県の一部の市区に在住の20歳代から40歳代の既婚の男女1,241名

実施結果

- 本市の認知度向上

春日部マガジンを発行し、プロモーション活動を展開したのち、「名前の他に特徴を知っている」人の割合も増加傾向にある。



実施結果

- ・ 春日部マガジンの認知度向上を図るためのコンクール参加
- ・ プレスリリース配信サービスの活用

「日本地域情報コンテンツ大賞」にエントリーし、多くの皆様のご支援により、第1弾は読者投票部門で第4位を、第2弾は自治体PR部門優秀賞、読者投票部門で第1位を受賞。受賞により、新聞、テレビ、ラジオなど多くのメディアで春日部マガジンが取り上げられた。さらに、プレスリリース配信サービスを活用した情報発信により、ネットメディアを中心に多く取り上げられたことで、春日部マガジンの認知度が向上した。



(第1弾) 読者投票部門 第4位



(第2弾) 読者投票部門 第1位
自治体PR部門 優秀賞