

西条市シティプロモーション戦略 概要

戦略策定の背景

人口減少社会への対応
《地方創生に向けた取組み》

本市の課題

- ・人口減少が加速(少子高齢化や産業の担い手不足へのさらなる対応の必要性)
- ・若年層の転出とUターン率の低さ
- ・全国的な知名度不足(都市イメージの向上)

計画の期間と位置づけ

2017年度～2019年度 「第2期西条市総合計画」と「西条市まち・ひと・しごと創生総合戦略」との整合や統一的な効果測定を図るため

シティプロモーションの目的 **知名度・都市イメージの向上を通じた移住・定住・交流・関係人口の獲得**

戦略の方向性と基本方針

都市イメージの方向性 **「多様な働き方にチャレンジできる環境」と「くらしの豊かさ」**

基本目標①

市外から見た西条市の知名度とイメージの向上<市外に向けたプロモーション>

ターゲット

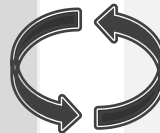
東京圏・関西在住(本市出身者含む)の若者
県内近隣自治体在住の若者

基本目標②

市民の西条市への愛着と誇りの醸成<市内に向けたプロモーション>

ターゲット

西条市在住の若者



市外からは西条市を知り、興味を持ち、「好き」になる。
市内からは、西条市の魅力を再発見し、もっと「好き」になる。

キャッチフレーズ

LOVE SAIJO

まちへの愛が未来をつくる

基本方針

手法

魅力のストーリー化・パッケージ化

体験価値の向上

「to」から「with」へと行動変容

インナープロモーションの展開

積極的なパブリシティとメディア活用

2019年度の
目標数値

- 公式Facebook「いいね！」数⇒10,000人
- 「#lovesaijo」投稿数(Instagram)⇒10,000件

- 公式Instagramフォロワー数⇒2,000人
- 愛着や誇りを感じる市民の割合⇒5%上昇

将来的な目標

UIターン者の獲得

市民の定住促進

交流人口の増加

関係人口の増加



生き残りではなく勝ち残りを目指す
「選ばれるまち西条」の実現