

# 練馬区広報キャンペーンのこれまで

## よりどりみどり練馬 (平成26~29年度)

Yori Dori Midori よりどりみどりねこ堂	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
テーマ・目的	<b>「よりどりみどり練馬」をスローガンに、区内外の方の練馬区のイメージアップを図り、区民の練馬区に対する愛着や誇りの向上を図る。</b>			
実施内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>みどりをテーマにした写真募集</li> <li>写真募集プロモーションCM制作</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「ねりまグリーン」製作</li> <li>1000人の区民によるビッググリーンアートCM撮影</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>区民からの未来への願いを葉っぱに描き「願いの木」を制作。</li> <li>区民1000人とCM撮影</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>よりどりみどりな練馬区の魅力を「練馬あるある」で表現(絵本・CM制作)</li> </ul>
企画のポイント	<p>写真応募から「ねりまグリーン」5色を開発し、絵具を製作 ビッググリーンアートとして区民1000人参加のCMに</p>	<p>一瞬しか見ることのできない 区民1000人の願いが詰まった 「願いの木」でTVC制作。</p>	<p>「あるあるネタ」は、区民から 公募。人気絵本作家とコラボし、 絵本・CMを制作。</p>	

## TOKYO とれたてシティ練馬 (平成30~令和2年度)

とれたてシティ練馬	平成30年度	令和元年度	令和2年度
テーマ・目的	<b>よりどりみどり練馬キャンペーンによる「練馬区=緑」のイメージを活かし、練馬区の豊かな暮らしを区内外に展開。令和元年(2019年)に世界都市農業サミットを開催することから、なかでも農のある練馬区の豊かな暮らしを発信。</b>		
実施内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>練馬産野菜の魅力を発信する動画10本を公開</li> <li>キャンペーン用HPを立ち上げ</li> <li>練馬産野菜を体験できる場所を紹介するマップを作成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>練馬産野菜の魅力を発信する動画6本を公開</li> <li>練馬産野菜を使った、とれたてスムージーを区内外で無料配布</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>練馬産の農産物を使用した料理と農業者をつなげる逆再生動画3本を公開</li> <li>都市農業が盛んな練馬区ならではの「練馬ぐらし」を紹介するインタビュー記事をWEB公開</li> </ul>
企画のポイント	<ul style="list-style-type: none"> <li>市民生活と融合した都市農業をPR</li> <li>複数の動画を同じフォーマットで作っていくことで、だんだんと人の記憶に染み込むようなコミュニケーションを実現</li> <li>動画の中で、都市農業の多面的な機能を紹介</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>より区民生活に身近な「食事」からのつながりを見るようにすることで、その根元にある農の価値が実感できるように構成。</li> </ul>	

## ねりま推し (令和5~7年度)

ねりま 推し	令和5年度	令和6年度	令和7年度
テーマ・目的	<b>朝ドラや民間施設の開業を契機に、2023年を練馬区のイメージを高める絶好の機会と捉え、区政に接する機会が比較的少ない20~40代に対し、練馬区のことを“自分ごと化”してもらう区の魅力・資源の再発見</b>		
実施内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>インスタグラムねり丸の#ねりま推し開設</li> <li>ねりま推しデジタルマップ公開</li> <li>デジタル冊子「ねりま推し～練馬を愛する12人が語る練馬の魅力～」を発行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>インスタグラム写真投稿キャンペーン実施</li> <li>インスタグラムにて、区にゆかりのある著名人出演のフィード投稿を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>インスタグラムにて、区にゆかりのある著名人出演のショート動画を展開</li> </ul>
企画のポイント	<ul style="list-style-type: none"> <li>ターゲット層と日常的な接点づくりができ、相互のコミュニケーションによって巻き込みができる期待できるSNS(Instagram)をメインにプロモーションを展開</li> <li>区公式キャラクター中心の運用で世界観を統一</li> <li>区にゆかりのある様々なステークホルダーを発信仲間にすることで、濃いコンテンツを発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>プロモーションの拡大のみならず、区政課題の解決に向けた一面も。</li> </ul>	