

鹿沼営業戦略課関係

1 営業戦略

(1) シティプロモーションの推進

ア 「鹿沼営業戦略指針」の運用

(ア) 営業戦略の指針である「鹿沼シティプロモーションガイドライン」に基づき、PR活動を推進し、職員の意識改革や市民の郷土愛の醸成を促進した。

(イ) 「いちご市PRアクションプラン」により、職員のPR活動を具体的に示し、意識の向上を図った。

イ 情報発信力の強化

(ア) シティプロモーション専用サイト「ジブンスマイルかぬま」を構築した。

(イ) 魅力発信特派員を設置・運用した。(13組登録)

(ウ) マスメディアをはじめ、全国への情報発信強化のため、「月刊鹿沼」の発行、「プレスリリース」によるパブリシティの強化を図った。

(エ) フェイスブックやインスタグラムなどSNSを戦略的に発信した。

ウ イメージ戦略の展開

(ア) 路線バスラッピングやいちごバス停、電柱ラッピングの設置など、各種媒体でいちごデザインや「いちご市」ロゴを活用し、イメージの定着を図った。

(イ) いちご市ロゴマークについて、市民により幅広く活用してもらうため、使用基準の見直しを実施した。(R3.4.1～適用)

(ウ) 「いちご市」のイメージ向上と確立を図るイベント「いちごのもり」のコロナ禍に対応した代替え事業として、「おうちでいちごのもり」と題し、クイズやいちごの送料無料キャンペーン等を実施した。

(エ) シンボルキャラクター「ベリーちゃん」の意匠使用の手続きを見直し、より手軽に活用できるようにした。(R3.4.1～適用)

エ かぬまふるさと大使(1名新規委嘱)、鹿沼ファン、いちご市KANUMAサポーターズ(5社新規認定)などの活用とPRを実施した。

(2) 移住・定住の促進

ア 移住・定住ワンストップ窓口の運営

(ア) 移住関連情報を集約し、移住相談のためのワンストップ窓口を運営した。

(イ) 新型コロナウイルス感染症拡大を受け、オンラインによる移住相談を開始した。

イ 移住・定住PR

(ア) 首都圏等での移住フェア(オンライン開催)などへの出展

(イ) 雑誌、ウェブサイト、SNSなどの各種メディアを通じたPR活動の展開

ウ 雇用・移住・定住促進協議会

(ア) 構成団体：鹿沼商工会議所・栗野商工会・鹿沼公共職業安定所・鹿沼相互信用金庫・鹿沼市(産業振興課・鹿沼営業戦略課)

(イ) 移住・定住促進部会としての事業展開：移住・定住促進のためのPR活動、おためしの家の運営やオンライン移住ツアー2件(「テレワーク移住ツアー」・「仕事のある鹿沼暮らし体験ツアー」)の実施など

(3) 地域おこし協力隊

ア 事業概要

起業・創業・継業等により、鹿沼で夢の実現を目指す人を応援する。

イ 事業内容

瀧口英光隊員の新規委嘱：空き家をリノベーションし、飲食店を開業した。地場食材を活用して、食を通じた地域活性化に取り組む。

2 広報活動

(1) 広報紙の発行と広報活動

ア 「広報かぬま」を月1回発行し、全世帯に配布した。

規格 A4判 28ページ（月毎増減あり）

部数 32, 100部

イ 「広報かぬま」のコンビニ配布を市内42店舗で実施した。

ウ 視覚障がいを持つ方等へ、広報かぬまを音訳し、カセットテープ及びデージー（デジタル録音図書）に収録して配布した。

エ ホームページやTwitter、Youtubeにより市政の情報提供を行った。

(2) 「財政状況」の公表

財政状況を分かりやすく編集し、令和2年7月号・令和3年1月号の広報かぬまで市民に公表した。

(3) 報道機関との連携

ア 各報道機関への情報提供は、広報紙等を送付するほか、各部（局）からの通報、資料送付などを積極的に行った。

イ 市長の記者会見を11回実施した。

ウ ラジオ・テレビ等関係機関へ広報紙等の送付による情報提供を実施した。

エ とちぎテレビ、鹿沼ケーブルテレビ、栃木放送、RADIO BERRY で新春特別番組を放送した。

3 広聴活動

(1) 個別広聴

市政についての意見・要望・苦情等、年間88件の相談を受け、それらを市政に反映させた。また、電子メールによる182件の意見・質問等に対応した。

(2) 市長とお茶べり かぬま夢談議

市長と少グループの市民が、お茶飲み話のような肩の凝らない和やかな雰囲気の中で、市の施策や将来像について対話を行った。

ア 1回実施

イ 参加者5名

(3) パブリック・コメント制度

ア 4回実施