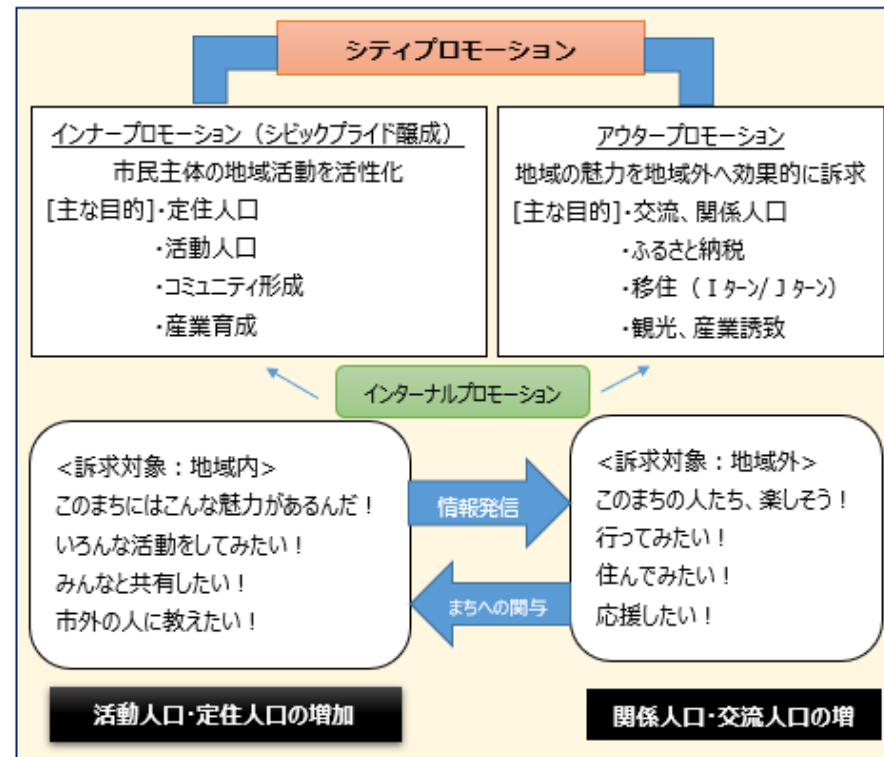


鹿屋市シティプロモーション戦略 概要版

1 基本的な考え方

シティプロモーションとは、まちの魅力を市内外へ効果的に訴求することで、まちの認知度やイメージを向上させ、地域の活性化につなげる活動のことです。本戦略により、地域の魅力を地域外へ効果的に発信するために、市民のシビックプライドを高め、市民が主体的にシティプロモーションに関わる機運（市民みんながPR大使）を醸成します。

【インナープロモーション×アウタープロモーション関連図】



▲株式会社鹿屋市生活研究所監修のもとに作成

2 これまでの取組と効果

- (1) KANOYeah!CITYプロジェクト
- (2) 公式キャラクターによるPR（カンパチロウとばらちゃん）
- (3) かのや100チャレ
- (4) かのやばら大使
- (5) ふるさと会
- (6) かのやファン倶楽部

3 課題

- (1) 魅力ある情報を効果的に届けられていない
- (2) 市民の関わりが少ない
- (3) 市内の意識統一が図られていない

4 これからのシティプロモーション

本戦略では、以下をメインターゲットとして定めます。

アウタープロモーション：市外の30代子育て世代

インナープロモーション：市内の全世代

そのためには、課題を認識し、また市民ワークショップで出された意見を踏まえた上で、次の3つの取組を推進します。

(1) KANOYeah!CITYプロジェクトを継続して全国に発信

シティプロモーションは多くの地方自治体で実施されており、首都圏では様々な情報が飛び交っています。これに埋もれることなく、他と差別化を図るため、斬新でユニークな切り口のKANOYeah!CITYプロジェクトを引き続き継続していきます。

(2) 市内で活躍する活動人口の増加（市民と職員の意識改革）

市民自らがプレーヤーとなり、自発的に鹿屋市の魅力を発信する活動人口を増やし、その取組を支援していきます。

(3) 企業・団体等との連携

市民や関係人口、事業者、各種法人、団体等の皆さんと想いを一つにし、同じ方向に向かって連携・協働することで、市単独で実施する以上の効果が期待されます。

市、市民、事業者の役割

市の役割	○プロモーション戦略の策定 ○市HP、SNS、広報誌等を通じた情報発信 ○ふるさと納税、観光客誘致、移住促進、企業誘致 ○関係機関との連携 ○具体的な施策の実行・推進
市民の役割	○市の食、住環境、自然等の魅力を学ぶ ○SNS等を通じた、市の魅力の発信・共有 ○地域のイベントやボランティア活動等への参加 ○市内の商品やサービスの利用
事業者の役割 (企業・団体)	○市の特色を生かした商品やサービスの開発 ○自社の商品やサービスだけでなく市の魅力もPR ○地域のイベントへの積極的な参加 ○雇用創出や経済活性化への貢献

5 時期別目標（短期・中期・長期）

目標（ゴール）を短期・中期・長期の時期別に設定し、効果を最大限に発揮するため、目標を明確に定めた上で戦略に取り組みます。

■長期目標（令和11年度／2029年度）の最重要事項

- (1) 市民の80%が鹿屋市に愛着を持っている
- (2) 首都圏の40%が鹿屋市を知っている

6 戦略の推進体制と役割分担

(1) 市の役割

効果的な情報発信、関係機関との連携、施策の実行・推進

(2) 市民の役割

市の魅力を学ぶ、地域イベント等への積極的な参加

(3) 事業者の役割

自社の商品やサービスにあわせて、市の魅力もPR

7 今後の事業展開

(1) KANOYeah!CITYプロジェクト

- ① KANOYeah!CITYプロジェクトの継続
- ② KANOYeah!CITYロゴを鹿屋市画像素材集に追加
- ③ 市職員のKANOYeah!CITYロゴの積極的使用
- ④ KANOYeah!CITYグッズの販売促進

(2) 市民の役割

- ⑤ 市民誰でもブース出展（PRブース一式の無償貸出）
- ⑥ 市内小学校でのシティプロモーション出前授業

(3) 企業・団体等の役割

- ⑦ 「鹿屋市PRシール」の有効活用

(4) 市の役割

- ⑧ かのやカンパチロウの体制強化
- ⑨ 職員出張プラス1アクション
- ⑩ 鹿屋市役所電話保留音の変更