

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

営業戦略の指針となる「鹿沼シティプロモーションガイドライン」を更新し、第2版をリリース。デジタルプロモーションを中心にPR活動を推進するとともに、職員の意識改革や市民の郷土愛の醸成を促進した。

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「ジブンスタイルかぬま」の運用を開始
8万人以上の訪問者数を達成した。

(イ) 魅力発信特派員（13組登録）による市民目線でのレポート記事を充実させ、年間56記事を掲載した。

(ウ) 公式 LINE の運用開始をはじめ、フェイスブックやインスタグラムなどのSNS活用により情報を戦略的に発信、またフォロワー増加のためのデジタル広告を積極的に展開した。

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) いちご市イベント「いちごのもり」をスタンプラリー形式で開催した。

(ウ) シンボルキャラクター「ベリーちゃん」のデザインを再リニューアル

(エ) 新たに2名のかぬまふるさと大使を任命し（計26名）、いちご市 KANUMA サポーターズ2社を新規認定した（計25社）。

(オ) 鹿沼ファンに関する事務を整理、観光交流課に一元化した。

(2) ふるさと納税

ア ふるさと納税寄附金

(ア) 件数：2,412件

(イ) 金額：379,708,000円

(ウ) ポータルサイトの2社追加や返礼品の開発などにより、前年比332%増となった。

イ 企業版ふるさと納税

(ア) 件数：1件

(イ) 金額：1,010,000円

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43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3年7月号・令和4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50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155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9名

(3) パブリック・コメント制度

ア 15回実施

(4) 世論調査

市民の生活や市政に対する意見や要望を把握し、今後の市政運営のあり方の基礎資料とするため調査を行った。

ア 回収率43.0%