

## 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」第2版をもとにデジタルプロモーションを中心に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 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」の運用を継続

訪問者数 68,941人

(イ) 魅力発信特派員(18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38本の記事を掲載した。

(ウ) 公式LINEの投稿236件をはじめ、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」ロゴの活用を継続し、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」を従来のマルシェ形式で開催し、約8,000人が来場した。

(ウ) 新たに1名のかぬまふるさと大使を任命し(計24名)、いちご市KANUMAサポーターズ2社を新規認定した(計27社)。

(エ) 庁舎内デジタルサイネージを活用し、72件の情報を配信した。

#### (2) ふるさと納税

##### ア ふるさと納税寄附金

(ア) 件数 4,647件

(イ) 金額 470,387,000円

(ウ) ふるさと納税自販機の追加や返礼品の開発などにより、前年比24%増となった。

##### イ 企業版ふるさと納税

(ア) 件数 3件

(イ) 金額 11,000,000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。

(ア) 規格 A4判 28ページ(月毎増減あり)

(イ) 部数 32,100部

イ 「広報かぬま」のコンビニ配布を市内43店舗で実施したほか、スーパー配布を6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4年7月号・令和5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 49 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 104 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 2 回実施

イ 参加者 18 名

(3) パブリック・コメント制度

ア 1 回実施