



平成29年度地方創生推進交付金効果検証資料

1. キリシマイスター(霧島市のファンを増やそう)

○褒め合う活動を展開

- ・リレー方式の「褒め合う交換日記」を1600冊配布。
- ・交換日記をテーマにしたPR動画を制作。ユーチューブで全国に配信。
- ・イベント会場で交換日記を配布し、キリシマイスターをPR。学校や事業所などともコラボ企画を実施。

○セミナー(キーマン育成)

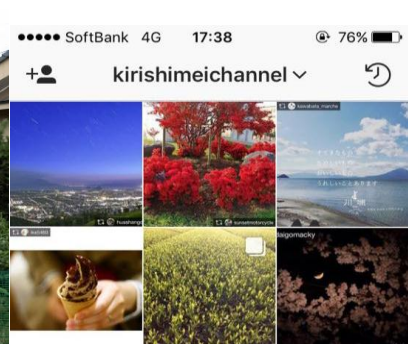
- ・職員向けSNSセミナー開催。
- ・市民向け地域づくりセミナー開催。
- ・市民向け魅力づくりセミナー開催。

○キリシマイチャンネル

- ・市民向けSNSセミナーを開催。
- ・市民参加型のInstagram「キリシマイチャンネル」スタート。霧島市の褒めたい、伝えたい情報を市民の皆さんと配信中。

◎取組成果

- ・褒め合う取組が学校や事業所などに広がり、まちへの愛着度や学校、職場環境の向上につながった。
- ・交換日記が話題となり、多くのメディアで紹介され、「褒め合うまち霧島市」のPRにつながった。



2. 戦略的情報発信(霧島市の認知度アップ)

○メディアパブリシティ(霧島市専属交渉担当)

- ・首都圏メディアに掲載、放映交渉を行う専属の担当者がメディアに直接本市の魅力を紹介。
- ・メディアが欲しい情報を探り、ニーズに合わせた情報を提供。
- ・クリスマスパーティーの活動などをPRするプレスリリースを作成し配信。

◎メディア露出結果(本事業のみ)

- ・メディア露出件数260件。
- ・広告換算費2億2800万円以上。

○メディアキャラバン

- ・新聞、テレビ、雑誌、WEBメディア等7社を訪問し、直接、霧島市の魅力を紹介。
- ・PR会社や制作会社等とメディア戦略について協議を行い、情報発信の仕方などについて専門家の意見を聞いた。



(めざましテレビ)

(昼めし旅)



(西日本新聞)



プレスリリース
霧島市を愛する全ての人が参加する交換日記PR動画『霧島市、交換日記はじめます。』12月25日(月)公開(共同通信PRワイヤー)



2021年12月25日
霧島市を愛する全ての人が参加する交換日記PR動画『霧島市、交換日記はじめます。』12月25日(月)公開
https://www.youtube.com/watch?v=24fK2e9zQk

(毎日新聞WEB版)



(デイリー東北WEB版)

3. 霧島の食魅力発信(販路拡大・食の魅力を生かしたPR)

○シェフ・バイヤーツアー実施

- ・本市の食材を視察するツアーを実施。首都圏で活躍するシェフや百貨店等のバイヤー11人が参加。
- ・霧島市の生産者などと意見交換ができる交流会を実施。

○霧島市フードコレクションin東京開催

- ・霧島市の応援店や協力店など60店舗以上で本市の食材を使ったフェアを首都圏で約2週間開催。本市の食の魅力を広くPRした。

○シェフ交流会参加

- ・東京約100人、大阪約70人のシェフが参加して行われたシェフ交流会にブースを出店し、本市の食材の魅力をPR。

◎取組成果

- ・各取組がきっかけとなり取引が始まるなど、本市の食材PRと販路拡大につながった。



4. 長期滞在・移住者獲得(関係人口づくり)

○長期滞在メニュー

- ・長期滞在が可能な宿などに現状の聞き取り調査を実施。
- ・長期滞在に興味がありそうなWEBメディアの記者に本市の体験メニューなどを体験してもらい、その情報を掲載。

○移住者受け入れ体制づくり

- ・移住情報の発信の手法などを学ぶ市民向けセミナーを開催。
- ・移住モデル地区を募集。国分川原地区をモデル地区に選定。
- ・移住モデルの川原地区で、「中山間地区での小商い」をテーマにしたセミナーを開催。

○関係人口づくりセミナー

- ・地域の魅力をどのように発見し、磨いていくかなどを学ぶセミナーを開催。他県で地域活性化に成功されている講師などを招き、関係人口を増やすことの大切さなどを学んだ。

◎取組成果

- ・本市の体験メニューの魅力を、これまでPRできていなかった世代にPRできた。
- ・外部の人と川原地区の方とをつなぐきっかけになり、川原地区の方たちの移住受け入れに対する意識向上につながった。

