

効果的かつ戦略的な情報発信力の強化と森と共に生きる街づくりを

シティプロモーションについて

結城シティプロモーション計画で、目的に「まちの魅力・個性を内外に発信するシティプロモーションを推進」と記載されておりますが、情報発信の現状と成果についてお伺いいたします。

注力している。

6年度より、祭りやシルクカップなどのイベント情報等について、フォロワー以外でも地域や年代、趣向など、条件が合致した場合に配信されるPR広告も開始した。PR広告の効果を、祭りゆうきの投稿における再生回数で比較すると、3回の通常投稿を行った5年度は3投稿合計で9534回の閲覧回数だったが、6年度は1投稿をPR広告として催事開

催日に合わせ12日間投稿

したところ、閲覧回数が約4・6倍に増加し、イベント自体も5万人から5万5000人の入込客数の増加となつた。

森林環境譲与税について

森林環境譲与税について

経済環境部長 基本方針

策定後の意向調査は、本市では実施していない。

森林環境譲与税の活用については、法律の範囲内で自治体が使途を決定することができ、本市の

基本方針としては木材利用を進めて、これまでに2件の活用事例があった。

1つ目は、2年度に北部市街地に木製ベンチを設置、観光客と地元市民の交流の場を提供するこ

2つ目は、6年度に健

康の森のステージに活用しており、健康の森で開催される里山を活用した自然体験イベントに賑わいが創出され、体験活動の機会に寄与している。

今後も市民の方が木を感じられるような木材利用について、利活用を進めていく。



伊藤 英雄
(いとう ひでお)



録画映像
はこちら

総務部長 スマートフォンの普及率や社会のデジタル化を鑑み、特に市公式SNSでの情報発信に

3回の通常投稿を行った5年度は3投稿合計で9534回の閲覧回数だったが、6年度は1投稿をPR広告として催事開

3回の通常投稿を行った5年度は3投稿合計で9534回の閲覧回数だったが、6年度は1投稿をPR広告として催事開

