

## 鹿児島PR基本戦略（仮称）素案に対する御意見及び 御意見に対する県の考え方について

1 募集期間 令和4年10月7日（金）～11月7日（月）

2 意見の件数 19件（6人）

### 3 意見の概要と県の考え方

番号	項目	御意見	県の考え方
1	全般	<p>鹿児島県の「魅力ある地域資源が豊富にあるが、うまく伝わっていない、あるいは結果に伴っていない」という課題は、従来より県民にもぼんやりとした自覚があったものと思料する。</p> <p>本素案に関連して、各種調査や統計数値に基づき、上記の客観的事実が測定されているのであれば、この課題をあらためて県民に広く周知し、県民全体をもって目的達成のためのベクトルをあわせることが望まれる。</p> <p>また、ぐりぶクーポンなどの施策によりLINEによる県施策の受信・読了率は従来比で飛躍的に向上していることが想像され、県民と行政とのコミュニケーション手段に、このデジタル環境の土台を生かすべきである。</p>	<p>県や市町村、事業者だけではなく、県民自身がより積極的に鹿児島県のPRに取り組んでいただくことは、大変大きな効果が期待されます。</p> <p>御意見にある、県民との課題の共有は大切な視点であることから、本県の「魅力が、うまく伝わっていない」という課題について、まずは、広く県民と共有できるよう取り組んでまいります。</p> <p>また、「4 PRコンセプトとPR展開の考え方」に掲げるとおり、今後のPR活動においては、ご意見にある県公式SNSも含め、ICTを最大限活用していくこととしております。</p>
2	3PRの基本的な考え方	<p>現行キャッチコピーの「どんどん鹿児島」（インバウンド向け：「Go Go Kagoshima」）は、鹿児島県の魅力を伝えるものだったか、他県民やインバウンドをワクワクさせるものだったか？民間事業者を巻き込むものであったか？県民に浸透していたか？など過去の施策に対するチェック・アクションはもちろん、他県の施策と実績との対比などベンチマーク情報、自県民多県民における意識調査をより広く実施し、課題の客観的事実を深掘りし、充実した情報開示及び深度ある施策実行をされたい。</p>	<p>今後の具体的なPR施策の実施に当たり、御意見も踏まえ、取り組んでまいります。</p>

番号	項目	御意見	県の考え方
3	全般	<p>本県の情報入手として全年齢層でテレビ番組等から情報を得ている点に言及があったが、同じく本県の情報発信に大きな影響を与える存在が、県外在住の鹿児島出身者ではないだろうか。</p> <p>県外で活躍する県出身者が、本県の情報を発信することが、故郷への恩返しになるとの認識を持ち積極的に参画いただける施策をPR戦略へ盛り込むべきと思慮する。</p>	<p>PR展開の取組において、多様な主体との連携は大切であると考えており、今後の具体のPR施策の実施において、御意見を踏まえ、取り組んでまいります。</p>
4	1 策定の趣旨	<p>「策定の考え方・目的」については、現状分析と課題識別を受けた結果としてのものであることを、整理して県民に「継続的に」周知されることで、県民においてもこれらを「自分事」として捉える機会とすることが望ましい。</p> <p>なぜかといえば、地域資源を作っているのは県民であり、地域資源を更に魅力的たらしめるのもまた県民だからである。</p> <p>一方で鹿児島県は、特に食文化などいささか保守的な印象であり（例：ラーメンのサイクルが、東京に比べ凡そ10年遅い）、変化の激しい社会の要請・時代のトレンドに対応すべく、地域資源の魅力をより磨いていくべきという視点は、県民自身においても強く認識されるべき事項と思料している。</p> <p>課題と取組を「自分事」とすることで、地域資源の質やPRをより向上しようとするインセンティブが働き、行政主導のPR推進・本県の魅力向上をより強固たらしめよう（全員参加の鹿児島PR）。</p> <p>したが、県民自身の取組もまた喚起されるようなスローガン、メッセージが望まれる。</p> <p>本件施策は、当事者を置いてけぼりにせず、県民全体で目線を合わせて取り組むべきことである旨、強く周知されたい。</p>	<p>県や市町村、事業者だけではなく、県民自身がより積極的に鹿児島県のPRに取り組んでいただくことは、大変大きな効果が期待されます。</p> <p>今回、従来のPRが実際の行動変容につながっていないという課題を踏まえ、「動かすPR」というPRコンセプトを掲げております。</p> <p>御意見にある、県民との課題の共有は大切な視点であることから、本県の「魅力が、うまく伝わっていない」という課題について、まずは、広く県民と共有できるよう取り組んでまいります。</p>

番号	項目	御意見	県の考え方
5	3 P R の基本的な考 え方	<p>「魅力的な観光資源」の中で歴史というのがありますが、鹿児島市内にある鹿児島県民教育文化研究所(旧藤武邸)の解体がひとまず延期となりましたが国の有形文化財に指定されており鹿児島市の中心部にせつかく残された歴史的建造物を何も対策しようとせずの自治体に何を発信できるのか正直疑問です。</p> <p>今の日本全体の流れとしては古いものを修繕しながら残しつつ新しいカタチとして発信していくというのが今の時代ですがそこが鹿児島はまだ浸透してないのかなと感じています。</p> <p>教育会館も取り壊して新しい敷地に教育会館を作る流れのようですが、人口が減ってきていて建物ばかりあるのに新しい建物を建てるというのも若者の感覚では正直、「バブル世代の新しいものを欲しがっていた時代の人の感覚かな？」と感じてしまう取り組みです。(鹿児島県にこれを伝えても意味がないかもしれませんが)。</p> <p>インバウンドに頼りすぎると鹿児島ではやっていけないと思います(鹿児島に来るのは鹿児島本土よりも離島に行くための中継地点のようになってませんか？あと海外の方が物質的に欲しいものは都会で買えます)。鹿児島は物質ではなく自然や歴史を大事にしていくといいと思っています。歴史は日本でも違いますし。他にも仙巖園の猫神社などの面白いところや神秘的な神社などももっと取り上げてもいいと思います。</p>	<p>本戦略の策定に直接関わるものではありませんが、今後の観光関連事業の展開において、参考にさせていただきます。</p>

番号	項目	御意見	県の考え方
6	4 P R コンセ プトと P R展 開の考 え方	<p>コアなファンを増やすとあるが、コアなファン=今後何度も訪れる=LTV(Life Time Value)が高い方々に観光に来てもらう必要がある。そのためには、態度変容と行動変容を促すターゲットをどこにするかをより絞り込む必要がある。今後の観光施策を考えたときに、より観光施策効果の積み重ね(=ストック)を作り上げる必要がある。そのため、20-30代など明確にターゲットを決めることを明確に決めた上で、マーケティング戦略を積み上げる必要があると思う。</p>	<p>本戦略は、本県のPRにおける基本的な考え方を示したものであり、観光誘客、特産品の販路拡大及び農畜水産物の輸出等、各PR主体の様々なPR活動に係る総論的な位置づけとなっております。今後、具体的なPR活動を行う際に、個別の事例に応じて、いただいた御意見も参考に、各主体においてターゲット設定を行うこととします。</p>
7	4 P R コンセ プトと P R展 開の考 え方	<p>ターゲットの絞り込みと記載があるが、基本戦略上注力ターゲットなどはこの時点である程度固まっている必要があると思います。この点は委託先からの提案の中で考えるのではなく、基本戦略として明確にし、オリエンをするべきである。</p>	<p>本戦略は、本県のPRにおける基本的な考え方を示したものであり、観光誘客、特産品の販路拡大及び農畜水産物の輸出等、各PR主体の様々なPR活動に係る総論的な位置づけとなっております。今後、具体的なPR活動を行う際に、個別の事例に応じて、いただいた御意見も参考に、各主体においてターゲット設定を行うこととします。</p>
8	4 P R コンセ プトと P R展 開の考 え方	<p>大粋魅力的な構成ではあるものの、そもそも現在鹿児島県の魅力は伝わっているものの、来県されていないのが課題である現状で、ストーリーを伴った情報を発信することで本当に行動変容まで起きるのが疑問だと思う。"なぜ、鹿児島に来るべきなのか?"の部分が実は行動変容を促すためには重要ではないのかと思う。それが本当に感動や驚きがキーなのかは気になります。</p>	<p>素材の真の価値を伝え、深い感動や驚きを喚起することが、その素材に対し「購入したい」、「体験したい」、「訪れたい」という行動変容を促す動機付けの一つになるものと考えており、まずは、消費者目線で本県の真の魅力を伝えることに注力していきたいと考えております。</p>

番号	項目	御意見	県の考え方
9	5 P R 展開の取組	<p>ストーリー性を重視することは評価できるが、統一性がないのではと感じる。</p> <p>複数の軸で訴求を作るよりも、キレのある主軸となる訴求をまずは磨き上げるべきなのではないか。</p>	<p>「3 P Rの基本的な考え方」に、「本県の強みや他県との違い」を「打ち出すことが重要」と掲げており、御意見のとおり、まずはP Rの軸となるべき「強み」や「違い」が重要です。</p> <p>本戦略は、本県のP Rにおける基本的な考え方を示したものであり、各主体の様々なP R活動に係る総論的な位置づけとなっております。</p> <p>多彩な県産品の販売促進や観光誘客など、県におけるP R活動は多岐にわたることから、軸を一つに固定することは難しいと考えますが、具体的なP R活動を行う際に、個別の事例に応じて、各主体において軸となるべき強みや違いを明確に打ち出してまいります。</p>
10	5 P R 展開の取組	<p>適切なメディアの戦略の具体性が無いのが気になる。</p> <p>どのような基準で決めていくべきかをもう少し詰めて考えることでイメージが付きやすい。</p> <p>例えば、態度変容や行動変容を起こすためには単なるインプレッション数ではなく、どのようなターゲット層のどのぐらいの割合にどのぐらいの接触頻度で何を当てるか。が重要になる。</p> <p>そのための適切なメディアとはなにか？を今後検討していくべきであり、単なる“適切なメディア”で止まるのは結局のところ代理店止まりであると思う。</p>	<p>本戦略は、本県のP Rにおける基本的な考え方を示したものであり、各主体の様々なP R活動に係る総論的な位置づけとなっております。</p> <p>県におけるP R活動は、多彩な県産品の販売促進や観光誘客など多岐にわたること、技術の進歩や社会環境の変化によりメディアは常に進化・変化していることを踏まえると、現時点ではメディア選択に係る詳細な基準を示すことは難しいところです。</p> <p>具体のP R活動に当たっては、「4 P RコンセプトとP R展開の考え方」に掲げるとおり、各素材ごとにP Rする内容やターゲットに応じた適切なメディア選択を行ってまいります。</p>
11	5 P R 展開の取組	<p>明確なK G Iも設定すべきだと思ふ。</p> <p>K G Iがあり、K P Iが存在するわけで、K G Iに伴わないK P Iはやった感だけになってしまうと思う。</p>	<p>本戦略は、本県のP Rにおける基本的な考え方を示したもので、各主体の様々なP R活動に係る総論的な位置づけとなっております、各P R活動に係るK P IやK G Iは各素材ごとに設定されるものと考えております。</p>

番号	項目	御意見	県の考え方
12	5 P R 展開の取組	<p>地域資源というと、食品や産物など「モノ」に主眼がいきがちであるが、ヒト・コトもフォーカスというのは賛同する。</p> <p>特にヒト面は、県民が想像する以上に、おもてなしの精神が強い県民性を、他県観光客から評価されている声を聞く。</p> <p>また、鹿児島弁についても近年バズっており、認知度が高まっている（例：「アルティメット鹿児島弁アニキ」）。</p>	<p>御意見のとおり素材（モノ）だけでなく、人やコトにも焦点を当てたPRにしっかりと取り組んでまいります。</p>
13		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 山形県の芋煮会のような、県外からも来場するような鹿児島県産の素材を使ったグルメイベントを計画してほしい。</li> <li>・ 地域資源の発掘は、公募も実施してほしい。</li> </ul>	<p>本戦略の策定に直接関わるものではありませんが、今後の具体的な事業の展開において、参考にさせていただきます。</p>
14		<p>「あるくと」という歩数アプリがあり、そのコースに鹿児島市街のものがあると面白いと思います。</p>	<p>本戦略の策定に直接関わるものではありませんが、今後の観光関連事業の展開において、参考にさせていただきます。</p>
15		<p>PRにもっとインパクトがあればと思います。</p> <p>今、私は、腹話術を学んでいます。老後、楽しく過ごしたい。皆が喜んでくださり、笑ってくださったらとの思いです。</p> <p>PRは、見て楽しく行ってみたい、食べてみたいなどのワクワク感が出るようなPR、何か通じるものがあるかなと思いました。</p> <p>他県では、腹話術の人形を使っているPRなどあり、何かお役に立てたらと考えています。</p>	<p>本戦略の策定に直接関わるものではありませんが、戦略策定後のPRの展開や具体のPR活動の実施に際し、参考にさせていただきます。</p>

番号	項目	御意見	県の考え方
16		<p>鹿児島は竹林面積日本一です。竹は成長が早いことから他の森林を伐採するよりも環境負荷が少ないです。</p> <p>竹工芸ももちろんそのまま残していく必要がありますが竹をチップ状にしてアミノ酸樹脂やコーンスターチで形成してつくられたタンブラーなどが海外にはあります。  <a href="https://ecoffeecup.jp/">https://ecoffeecup.jp/</a></p> <p>柄は世界自然遺産に登録された奄美の大島紬デザインで作っていただければ日本だけでなく世界からの関心も得られると考えています。</p> <p>上のタンブラーも昨今の輸送費がかかりかなり値上がりしました。鹿児島に豊富にある資源で鹿児島オリジナルのタンブラーを創ることで鹿児島の環境イメージもアップさせることができます。(マイタンブラーを持つことも同時に発信することでゴミ削減に取り組む)</p>	<p>本戦略の策定に直接関わるものではありませんが、今後の施策において参考にさせていただきます。</p>
17		<p>同じく竹を使用したアメニティを作れないでしょうか？</p> <p>4月からのプラスチック資源循環促進法によりホテルのアメニティを一部変更するところも増えてきました。</p> <p>竹製の櫛や歯ブラシなど、海外製造がまだまだメインで日本で作っているところは探すが見当たりません。</p>	<p>本戦略の策定に直接関わるものではありませんが、今後の施策において参考にさせていただきます。</p>

番号	項目	御意見	県の考え方
18		<p>ページ番号は特にはないのですが鹿児島県本土に住んでいる人も離島へのフェリーを格安で使えるようにしていただきたいです（住民票がある人）。</p> <p>島民割があるのを知らなかったのですが島民は病院などに行くためにそのようなものが必要だと思います。</p> <p>観光なども増やすことを目的とするならせめて県内の人でももう少し自由に離島を楽しめるようにしてほしいです。</p> <p>日本人が外国でお金を使っても日本にはお金が入ってこないのと同じで鹿児島県民が県外に観光に行ってしまうと鹿児島でお金が回らないのと同じです。</p> <p>日本を活性化するのに大事ですが鹿児島県人が鹿児島でお金を回すのも大事だし何より鹿児島県民が鹿児島を知らないというのも実は大きいのではないのでしょうか。ご検討いただけますと幸いです。</p>	<p>域内（県内）で経済を循環させることは、本県の「稼ぐ力」の向上を図る上でとても大切なことだと考えています。</p> <p>今後の様々な施策の展開に当たっては、域内での経済の循環にも留意しながら取り組んでまいります。</p>

番号	項目	御意見	県の考え方
19		<p>「かごしまをユニバーサルデザインのある街へ」  <b>【提案】</b>  高年齢者・障がい者の観光や旅行に付き添いするサービス事業「介護旅行ナビ」を起業して7年になります。超高齢化社会の先駆けをいく県として、このシニア（障がい者含む）層が、うごきやすい環境を整え、鹿児島をユニバーサルデザインのある街にしていくことが、一番のPRになることを提案します。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 あたたかいひと（社会的障壁を学んでいる人の増加）</li> <li>2 主要駅からのアクセス情報の提供（つながるバリアフリーマップ）</li> <li>3 観光地の情報保証（字幕・点字・点字ブロック見直し・PR動画などをゆっくり流す）</li> <li>4 ユニバーサルデザインの観点で街を見直す取り組み（県民自らが、鹿児島を新しい視点で発信）</li> <li>5 ユニバーサルデザインは、SDGsにも合致</li> </ol> <p><b>【理由】</b>  「東京パラリンピック以降の都市圏」  東京パラリンピックが行われたことで、若い方の間では、障害のとらえかたが変化してきています。今までは、「高齢者はからだがつい、年をとることは辛い」「障がい者はかわいそう」という概念が多かったのですが、今は、認知症のお年寄りがサーブするカフェができたり、車いすユーザーのユーザーの増加、義足ファッションショーの開催、ダイアログ・イン・ザ・ダークというアトラクションが人気になるなど、「高齢」や「障害」に対するとらえかたを変えて、お互いの違いを楽しもう、という空気が感じられます。</p> <p style="text-align: center;">（次ページに続く）</p>	<p>本戦略の策定に直接関わるものではありませんが、ユニバーサルデザインについては、重要なことだと考えております。</p> <p>現在、県においても観光施設のバリアフリー化に対する支援を行っているところであり、今後ともユニバーサルデザインを踏まえた観光関連事業の展開を進めて参ります。</p>

番号	項目	御意見	県の考え方
19		<p>「東京パラリンピック以降の鹿児島」  鹿児島は優しい人が多いと思います。でも、それは、「弱者をいたわる」気持ちからで、まだまだ、平等であろう、という意識ではありません。</p> <p>障害をもつひとから、学ぶ、という土壌も形成されていません。違いを楽しむ、という風土が、まだ、できていません。</p> <p>教育現場は先生方が疲労していて、インクルーシブ教育も行われていません。</p> <p>【具体的な行動の提案】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 既存の美術館や博物館が、多様なひとが楽しめる場になっているかを検証。※多様な障がい者受け入れを想定して、様々な取り組みをした結果、外国人や子ども連れの来館が増えた美術館の事例あり</li> <li>○ ユニバーサルサポーターの育成（高齢者や障がい者講師によるおもてなしの方法をともに考える人材育成）</li> <li>○ 障害のあるひととの街歩き</li> <li>○ 街なかのユニバーサルデザイン探検（バリアを見つけるのではなく、だれもがつかいやすい場所になるかを、ともに考える）</li> <li>○ 観光地の点字、点字ブロック、映像への字幕、音声ガイド、アプリの紹介、スロープ、UDトイレなどの見直し。</li> <li>○ 各市町村が連携して、空港や鹿児島中央駅、主要駅からのユニバーサルマップ（観光ルート）の作成。つなげると、鹿児島県広域のマップができる。</li> <li>○ 小・中学校へ、障がい者講師の派遣</li> <li>○ 遠足や修学旅行先で、盲導犬や車いすユーザーともあるきの実施。</li> <li>○ 2023年障がい者大会の競技と、ゆるスポーツの開催。</li> <li>○ 鹿児島の物産品に点字、UD文字など採用。</li> </ul>	※前ページに記載