

熊野町 シティプロモーション戦略

概要版



令和8年3月
熊野町

はじめに

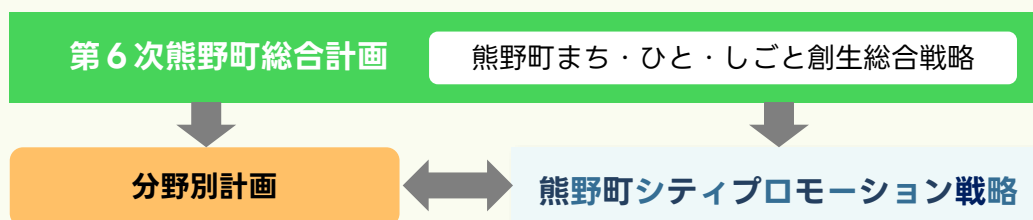
▶ 戦略策定の目的

熊野町の伝統文化や資源を効果的に発信し、町の「ブランド価値」と住民の「誇り・愛着（シビックプライド）」を高めることが最大の目的です。

町外への魅力発信（アウター）だけでなく、住民の意識向上（インナー）や職員の意識改革（インターナル）を同時に進めることで、町全体で相乗効果を生み出します。

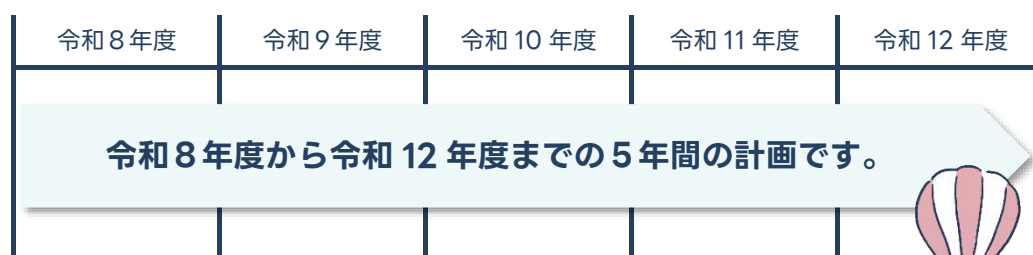
▶ 戦略策定の位置付け

総合計画の将来像を実現するため、各分野の計画と連動した戦略的なプロモーションを展開します。



町民・事業者・行政が手を取り合い、一貫した発信で「住みたい・関わりたい」の循環を生み出します。

▶ 計画の期間



まちの現状

▶ データでみるまちの姿



人口減少が進む中で、

年間 **237** 人

の**転入超過**を実現

※令和5年



合計特殊出生率は

やや**増加傾向**

1.53

※平成30年-令和4年

大型公園が
賑わいの拠点に



コロナ禍を乗り越え、

観光客数が**過去最高**

21.7 万人

※令和5年

▶ 年齢による情報の届き方の違い

30~50 歳代では、**LINE** を活用



年齢ごとに情報を手に
する方法は様々です

50~60 歳代では、**町ホームページ** を閲覧



70~80 歳代では、**町内放送** や
チラシ・パンフレット で確認



▶ ワークショップでみえてきた熊野町の魅力



熊野町のシティプロモーションとは

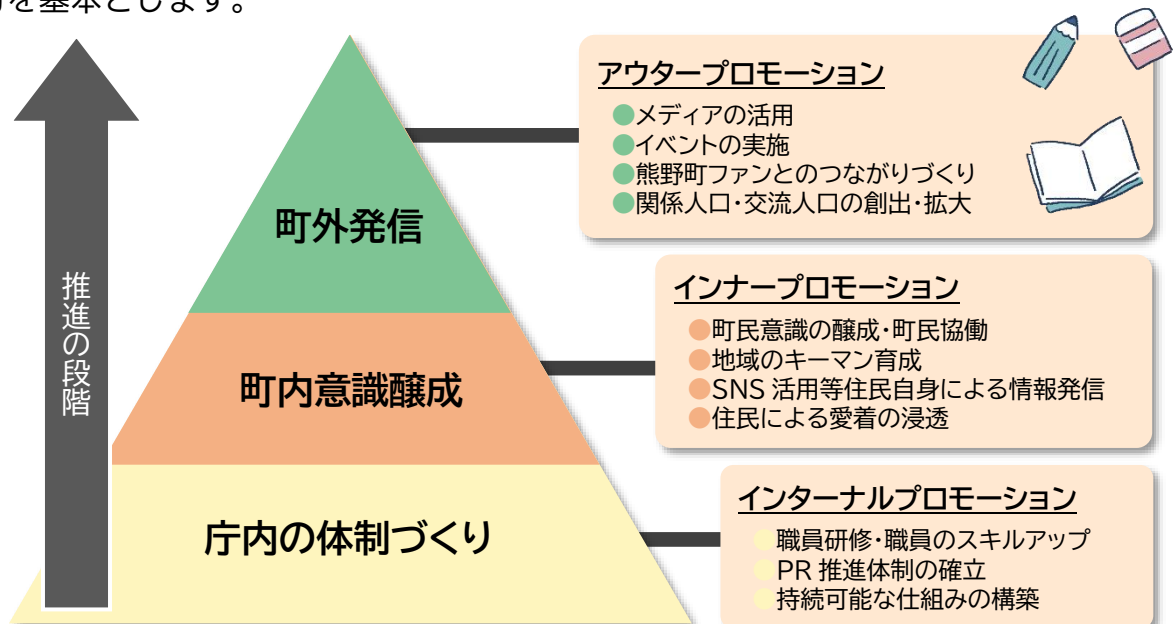
地域の魅力や資源を生かして、まちの価値を高める。

“熊野町のシティプロモーション”は、自分たちのまちの強みや可能性を探求し、育てていく過程や関係性を大切にしながら、町民・事業者・行政が一体となって、熊野町のあらゆるプロモーションとブランディングを実践していくものです。



▶ 3つの戦略方針

熊野町のシティプロモーションを効果的に推進するために、土台となる庁内の体制づくりから町内意識の醸成、そして町外発信へと段階的に積み上げていく考え方を基本とします。



1 行政職員・ 関係団体

職員一人ひとりが町の魅力を理解し、一貫した発信ができる体制を整えます。

2 熊野町民 (特に若者世代)

特に若者や女性の視点を大切にし、日々の暮らしの中で「熊野に住んで良かった」という愛着（シビックプライド）を育てます。

3 子育て世代 (町内外)

自然環境やアクセスの良さなど、熊野ならではの「暮らしやすさ」を伝え、定住や移住につなげます。

5つの プロモーション ターゲット

シティプロモーションを効果的に進めるためには、町の魅力を誰に、どのように届けるのかという視点が重要です。暮らしやすさという魅力を磨き、ブランドとして確立していくべきことやターゲットに応じた情報発信が必要であるという方向性を踏まえ、重点的に取り組むべき5ターゲットを定めます。

4 文化・芸術に 関心のある層

伝統の「熊野筆」や熊野高校、KCP※（文化芸術ネットワーク）などを通じ、学んで活動できる「文化芸術のまち」をPRします。

5 UIJ ターン希望者 (20～50 歳代)

都会に近い利便性と豊かな自然が両立する「暮らしの質」を丁寧に伝え、移住のきっかけを作ります。

▶ ブランドの確立

熊野町は「熊野筆」という伝統の枠を超え、「暮らしの質」そのものをブランドの核に据えます。

子育て・安心感・学び・人との繋がりといった、日々の生活の中にある価値を“熊野町らしさ”として発信し、町内外から「住みたい、育てたい、関わりたい」と選ばれるまちとして共感の輪を広げていきます。

▶ 目指す姿

町の魅力を未来につなげ、住む人・関わる人が誇りを持てる地域を育てていくことを目指すにあたって、第6次熊野町総合計画に掲げるまちの将来像をもとに、その先に描く“熊野町を目指す姿”を示します。

暮らしやすさが 実感できるまち

誰もが安心して暮らせる環境や、便利で心地よい生活動線を整え、町で暮らす日常そのものを魅力として高めます。



子育て・学びに 自信をもてるまち

こどもたちの成長を地域全体で支え、教育や子育てに関わる制度・環境が充実していることを町の強みとして育てます。



文化や人の温かさが 息づくまち

筆づくりの伝統に加え、地域のつながりや文化資源を未来へつなぐことで、町全体のブランド価値を向上させます。



基本戦略とアクション

▶ 基本戦略1 インターナルプロモーション：庁内の体制づくり

すべてのプロモーションを支える、庁内の「共通理解」と「連携」の基盤づくり

- ①情報を共有し、見える化する
- ②職員の意識と発信力を高める
- ③忙しくても発信できる仕組みをつくる
- ④つながりと連携を広げる
- ⑤推進体制と協働の場を整える

▶ 基本戦略2 インナープロモーション：町内意識醸成

暮らしの魅力を描き、誇りと共感を育てる

- ①町の見え方を把握する
- ②住民とともにブランドをつくる
- ③ブランドの考え方を共有する
- ④自ら発信できる力を育てる
- ⑤住民との情報共有体制を整える
- ⑥届ける相手を意識した町内発信
- ⑦ブランドに触れる機会をつくる
- ⑧家庭へ広がる仕組みをつくる
- ⑨参加型の体験機会を創出する

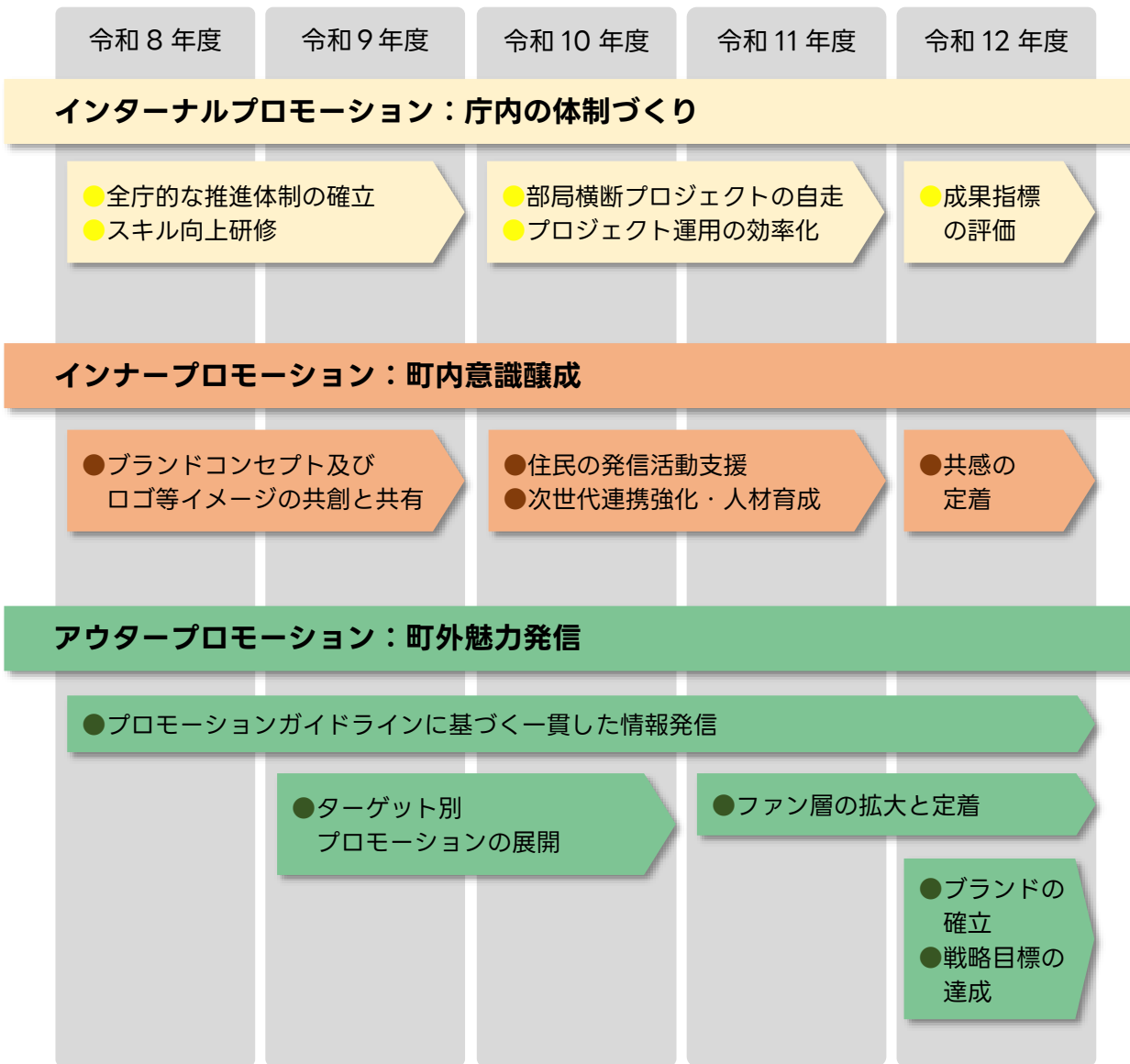
▶ 基本戦略3 アウタープロモーション：町外魅力発信

「暮らしの質」を軸に、熊野町の価値を届ける

- ①育てたブランドを一貫して伝える
- ②ターゲットを明確にした情報発信
- ③メディアとの関係づくりを強化する
- ④接点を生むリアルな発信

戦略ロードマップ

本戦略の施策について、「インターナルプロモーション」「インナープロモーション」、そして「アウトプロモーション」を段階的に積み上げるとともに、同時並行で推進することで、熊野町の価値を「育て、伝え、広げる」循環を確立します。



熊野町シティプロモーション戦略

発行年月：令和 8 年 3 月

発行：熊野町総務部政策企画課

〒731-4292 広島県安芸郡熊野町中溝一丁目 1 番 1 号

TEL：082-820-5634 FAX：082-854-8009