

1
2
3
4
5
6

地域活性化委員会

- 委員長 内村 卓哉
- 副委員長 堀之内 航
- 委員 塩浦 卓将 ・ 外村 純一 ・ 藤岡 将弘
- 前田 和範 ・ 丸山 亮馬

【サマリー】

一般社団法人都城青年会議所 2022年度 魅力ある地域創造グループ	
地域活性化委員会	
委員長 内村 卓哉	
設置背景	<p>1. 地域活性化例会【都城飲食イベント】</p> <p>未だ見通しの立たないコロナウイルス感染拡大により、人の密集を恐れる社会変化が起き、人出の減少や休業要請という未曾有の事態により、全国の外食産業は大きな影響を受けました。緊急事態宣言が発出され始めた2020年の消費者の外食支出は前年度比28.2%減、飲食店の売上は前年度比15.2%減と、ともに2000年以降過去最大の減少率と深刻な打撃を与えています。都城圏域においては、2019年度と同週比で飲食店情報の閲覧数は最大で99%減にまで落ち込み、外食意欲の減少が際立っています。そうした中でも飲食業界のテイクアウト・デリバリー事業は2020年2月の1店舗あたりの平均売上は15万円、2021年5月には33万円と、約2倍にまで上昇という、僅かながら光明を得ている事例もあります。今後の更なる社会変化に対応し開拓する飲食店を増やし、都城圏域外からも人が訪れる魅力あるまちに進化する必要があります。</p>
	<p>2. 地域活性化例会【市民ライター創出】</p> <p>都城市は地域活性化への取り組みに多くの予算を投入し、イベント開催や利用者数8600万人を誇る、LINEをフル活用し情報発信も積極的に実施しています。しかしながら都城市の情報発信力についての市民アンケートは、「地域の情報が入ってくる」が47%に対し、「思わない、どちらとも言えない」が53%の結果となっています。</p> <p>情報が溢れる社会において、受け手の情報閲覧優先順位が個人の興味度やコミュニティの情報重要度に左右されることが情報発信力を減衰させている要因と考えられます。SNSに関わる広告の信頼度データを見ると、人々の情報信頼度は身近な人の発信に強まる傾向があるため、都城市民を巻き込んだ情報発信を行い人々の情報閲覧優先度を向上させて地域活性化を更に効率化することで、都城圏域外からも人が訪れる魅力あるまちにする必要があります。</p>
設置目的	<p>1. 地域活性化例会【都城飲食イベント】</p> <p>都城圏域内外への食の発信を行い飲食業界発展に寄与し、圏域内外から食の魅力により人々が来訪することを目的とします。</p>
	<p>2. 地域活性化例会【市民ライター創出】</p> <p>都城市市民の情報発信効率の向上と、市民の魅力を向上する事によって都城圏域外からの人々が来訪することを目的とします。</p>
活動概要	<p>1. 【都城飲食イベント】を実施します。</p> <p>2. 市民情報発信チームを創出します。</p>
KGI (目標達成指標)	1. 都城市の飲食店テイクアウト実施率25%
	2. 都城市年間宿泊者数2020年度比135%
KSF (KGI達成のポイント・プロセス)	1. 飲食店とのテイクアウト事業意識調査。
	2. 市民情報発信チームとの企画、現状分析。

K P I (KGI達成のための中間指標)	1. 都城市の飲食店参加数10店舗。
	2. 情報発信に新たな知見を得た市民40名。
S D G s	1 貧困をなくそう
	8 働きがいも経済成長も
	17 パートナーシップで目標を達成しよう
政策手法	1. 【都城飲食イベント】を実施します。 ①理由： コロナ禍により疲弊した飲食店に新たな機会を得て頂くため。 ②手法： 都城特産品を使用した飲食イベントを開催します。 ③行動： 参加いただける飲食店へ情報提供と協議を行います。
	2. 市民情報発信チームを創出します。 ①理由： 都城圏域の団体の情報発信力の効率向上と魅力ある市民の創出のため。 ②手法： 市民情報発信チームにより、身近なひとによる口コミ効果を取り込みます。 ③行動： 市民情報発信チームの創出を行い、各PR団体との連携を実施します。
パートナー	1. 都城市の飲食店
	2. 都城市の市民

7 【職務分掌】

8 1. 地域活性化例会の実施（2例会）

9 2. 北蔚山青年会議所との交流窓口

10 3. 第39回いきいき大淀川クリーン大作戦への参加企画

11 4. 日本本会・九州地区協議会・宮崎ブロック協議会、及び出向者への協力支援

12 5. 共催事業への協力支援

13 6. 会員拡大