

とにかく
魅力が
たくさん!

くしろってこんなまち

- とにかく涼しい。夏の平均最高気温は約21℃!
- 世界三大夕日のまち
- スギ・ヒノキの花粉ゼロ
- 長期滞在13年連続道内第1位
- 「釧路湿原「阿寒摩周」の2つの国立公園
- タンチョウ・マリモの特別天然記念物が生息
- 2年連続日本一の水揚げ量、釧路港
- 炉端焼き発祥の地、スパかつなど豊富なグルメ
- 北海道三大市場の「和商市場」
- ITスタートアップ
や地元中小のチャレンジを徹底支援するまち など



釧路湿原



夕日



タンチョウ

自治体の
紹介

背景

現状の
課題

- 地域資源に由来する価値が豊富にあり、それらを活かし、ふるさと納税、観光、長期滞在、二地域居住、移住の事業に取り組んできた。しかし、豊富過ぎるゆえ、それぞれが独自の魅力発信をし、価値が散在、**部分最適化**。ふるさと納税、観光、長期滞在と関係性を深め、段階的に移住・定住へつなぐ道が途絶えてしまっている



課題：地域の価値・魅力発信が分散

事業の 目的

- ・ 釧路市の豊富な価値・魅力からコアバリューを発掘、そしてブランド化。
 - ・ ふるさと納税を入口に、観光、長期滞在、移住へとつなげる一連の流れとして、移住を促進
- ➔ ふるさと納税で釧路を知り、観光。観光後、家に帰ってふるさと納税。そして再訪、長期滞在、移住へ



事業 内容

概要

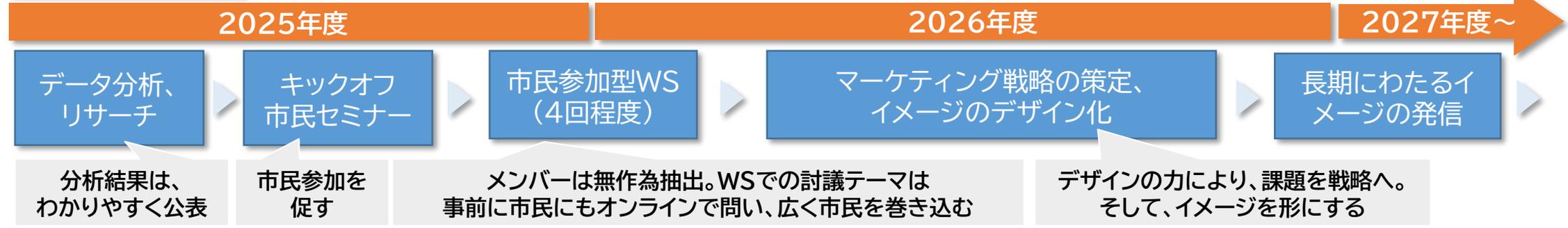
- マーケティング戦略をデータ分析・リサーチ、「デザイン経営」、市民参加型WSを通して策定
- この中で、釧路を印象付けるオーガニックイメージの基礎となる価値の掘り起こしを実施
- オーガニックイメージをデザイン化(ロゴ・キャッチコピー、動画・ホームページ等を制作)し、ターゲットへ長期的に発信

ターゲット

首都圏在住の20代～50代の個人(長期滞在・移住してもらいたい層)

パートナー

民間事業者をパートナーに位置付け。釧路市との「共創」により事業を推進



得られる
成果等

戦略とイメージ
を活用した事業
の実施

ふるさと納税を
きっかけとした
ターゲット層の
来訪者の増

来訪後もふるさと
納税でつなが
る

再訪、長期滞在、
二地域居住から
スタート者増。

定住・移住者の増



実は...
その①

上記成果を得るためには、戦略とイメージだけでは不十分...

ご寄附いただく企業の皆様、ぜひお力添えください！

企業の皆様の
関わりしろ あり！

実は...
その②

花粉・猛暑は昨今の日本人を悩ませている → 釧路市には、それらが無い！ ゆえに、注目度がアップ！

**実際に、涼しさを求めたスポーツ合宿や二地域居住者が増加中！
釧路市は、移住者増のポテンシャルを秘めています！**

ビジネス
チャンス！

寄附を
する
メリット
等

メリット①

企業の皆様には、本事業により成長を加速させる釧路市で、ともに「稼ぐ」チャンスとしていただくとともに、市と共創できるような事業のご提案により、ともに成長できればと思っております。

メリット②

HPでの公表等、寄附についてPRさせていただきます。地域の課題解決に貢献する企業としてイメージの向上につながります。

〈連絡先〉

北海道釧路市マーケティング戦略室 担当:富岡
TEL:0154-68-5949 E-mail:ma-marketing@city.kushiro.lg.jp