

令和6年度第2回昭島市総合戦略推進委員会

議事要旨

日時：令和6年9月5日（木）

午後6時30分～8時00分

会場：庁議室

次 第

- 1 開会
- 2 議題
 - (1) 令和5年度総合戦略における具体的な施策の進捗状況報告及び評価
 - (2) KPIの内容及び目標値修正について
- 3 その他
- 4 閉会

配布資料

資料1 令和6年度第1回昭島市総合戦略推進委員会議事要旨（案）

資料2 令和5年度総合戦略における具体的な施策の進捗状況一覧（修正）
(総合戦略進捗状況調査（令和5年度実績）)

資料3 KPIの内容及び目標値修正について（案）

出席者

委員長・・・松本祐一（多摩大学総合研究所）

副委員長・・・橋本久美子（立川公共職業安定所）

委員・・・小野修（昭島緑郵便局）、桑原圭子（ジェイコム東京多摩局）、
松崎秀雄（公募市民）、久保充司（公募市民）、
欠席（武藤茂（昭島市商工会）、和田幸一（日本電子株式会社））

事務局・・・池谷企画部長、村山企画政策課長、中村企画調整担当係長、
板谷主任

1. 開会

○机上配布した令和6年度第1回昭島市総合戦略推進委員会議事要旨（案）につ
き、全会一致で承認を得た。

2. 議題

議題（1）令和5年度総合戦略における具体的な施策の進捗状況報告及び評価

○前回の委員会にて各事業についての説明は不要という提案があったため、評価・質問等から始めるこことにつき、全会一致で承認を得た。

●基本目標2 昭島の魅力を発信する

(1) 郷土伝統文化・郷土芸能・芸術の推進

【松崎委員】

③の昭和の森芸術文化振興会との連携についてだが、フォレストイン昭和館は来年の1月31日で閉館するが、跡地はどうなるかわからないときいた。文化事業の来場者に関する計画の数字が変更になるのではないか。

【事務局】

ゴルフ場、ホテルの敷地の一部が物流センターとデータセンターに変わると、ホテルの部分については市民からの要望もあり今時点では地域貢献棟という形で、使われることになる。ホテルの建築物をそのまま使用するのかどうか等詳細は決定しておらず、今のところ確定していない。ホテル業としては来年1月31日で営業終了と聞いている。

【松崎委員】

昭和の森自体には入れなくなるのか。

【事務局】

代官山緑地については、所有権は新しい地権者に変わっているが、緑地を残すという昭島市との約束は継続しているので緑地帯が残ることになっている。

昭和の森音楽祭や芸術家公募展については会場がホテルではないため、参加者数としての影響はさほどないと考えている。ただ、芸術文化振興会自体については母体が昭和飛行機工業であったため、今後、会自体がどうなっていくかは不透明。

【委員長】

昭島市には芸術・アート関連のイベントは多いのか。昔ながらの伝統文化に加え、現代アートや音楽祭のイベントもあるのか。

【桑原委員】

どちらかといえば、伝統文化的な方が大規模なイメージである。

【事務局】

伝統的なものが地域ごとに根付き、残っている。それを一同に集めて伝えていくこうというのが郷土芸能まつり。対して現代的なアートや音楽は昭和の森音楽祭、公募展を起点に広めていこうというイメージ。郷土芸能まつりにしても芸術文化振興会にしても、昭島駅の北側に広く土地を持っていた昭和飛行機工業という会社がまちづくりの一環として深く関わりたいという意思で始まった。これを地域の人や昭島市が引き継いでいこうとしている。

【委員長】

来場者数も大事だが、イベントを支え継続させていく人たちがいなければ来場者どころかイベント自体が危うい可能性があるということもある。

【事務局】

郷土芸能まつりについては、各地域がしっかりとしており、運営事務局が変わることもあるというだけで、イベント自体は継続できると踏んでいる。

【松崎委員】

郷土芸能まつりの参加者数はどのように出しているのか。

【事務局】

一定の時間来場者をカウントし、そこから推測した数字となっている。

【松崎委員】

拝島大師では正月にだるま市を大々的に行い全国から人が訪れる。江戸時代から続いているこのイベントを昭島市のシンボルにしてウェイトをおいていくこともいいと思うが。

【委員長】

市の事業ではないが伝統文化を守るという点で昭島市の価値が見えてくるという意見だと理解した。やはり伝統的なイベントが盛んということの一つの現れかと思う。

【事務局】

拝島大師のだるま市は拝島地区の例。そういった祭りが各地区にそれぞれあり、それらを集約して外に向かってPRしていくという強みを打ち出したのが郷土芸能まつり。昭島駅からすぐの会場であるため、市内外の人に昭島市の伝統芸能を伝えていくことができる機会ととらえている。

【委員長】

イベント来場者数が増えればいいというだけではない。夏まつりや花火大会も事故のリスクが高まり、ゲリラ豪雨や熱中症含めて緊急時の対応が求められている。参加者が多ければいいのか、すべてを集約することがいいのかどうかも、今後は考える必要があるかもしれない。

(2) 昭島ブランド構築・推進

【桑原委員】

アルミの水ボトルを配布して、昭島市の知名度を向上させていく取組。馴染みのある公式キャラクターと昭島は水が売りであることが伝わっていると思われる。肌感覚として、浸透しているのを感じているか。

【事務局】

本年度は、郵便局の協力もいただきつつ、暑さ対策を兼ねて水ボトルの配布を行った。暑すぎて外出を控えた人が多かったせいもあるかもしれないが、キャンペーンで約7,000本、市制施行70周年記念式典で1,000本以上配布した。

【桑原委員】

石川の地震の後いち早く「あきしまの水」のアルミ缶ボトルを穴水町へ4,800本配布

していたことがニュースで取り上げられ、災害時にも「あきしまの水」が役に立てるPRとなった。いち早く対応したところも素晴らしい。もっと知ってもらった方がいい。

【事務局】

市制施行70周年のイベントで講演してくださった海老名香葉子さんから市長へ水ボトルの支援依頼があり対応した。

【小野委員】

郵便局でも水ボトルを市民の方に配布したが、受け取った人が「昭島市は深層地下水なんだよね」と自覚するいい機会であったと思う。郵便局では、昭島市の観光MAPも配布しており、市民の方でも手に取ると「まだまだ知らないこともある」と驚かれたりして局員とのコミュニケーションになっている。ブランド構築も少しずつ浸透してきているように感じる。

【委員長】

私のゼミでも「あきしまの水」ブランディングに関わっており、イベント等にも企画・参加して来場者の方の声を聞く機会があり、市民が「あきしまの水」を誇りに思っていることが判る。水ボトル缶についてもなかなか難しいのはわかっているが「どこかで買えないのか」という問い合わせがあるなど、浸透してきていることも感じる。次はこのブランディングをどうするのかという段階。ブランディングはある意味で終わりのない取組。市内にはある程度浸透したので、これを外に拡げていくのか、または防災的な観点・有事に役に立つ存在であればそれでいいじゃないかという考え方もある。今後の方針があるのか。

【事務局】

「あきしまの水」は、深層地下水を汲み上げ、水道法上行わなくてはならない最低限度の消毒だけをしているミネラルウォーターに近い水であり、昭島市の魅力。市としては、水で昭島市を選んでもらいたい。例えば、子育て世代に昭島市の水は子どもにもやさしい水だという点から、居住地候補の一つとして認識し、選んでもらいたい。

【委員長】

水そのものではなくて、水を通じて昭島市を選んでもらう、昭島市の生活が良いということを知ってもらうということ。であれば、物を配るだけでは伝わらない部分もある。

【事務局】

今年度の新しい取組として水系施設を整備している。市役所庁舎周囲にある水の流れの施設を修理・整備して、目で見える形で水を感じてもらう取組をしている。また市内4駅に給水スポット大賞を取った給水スポットがあり、今年度は市役所庁舎に1台増設する予定である。

【松崎委員】

アキシマエンシスにおいて深層地下水の背景等を伝える1時間弱の素晴らしいビデオが流れていた。各会館等でも見られるようにしたらどうか。深層地下水の価値がよく

わかる。

【事務局】

昭島市の深層地下水の流動調査についての動画かと思う。YouTube 上でも短縮版を公開している。機会をとらえて、広く使っていきたい。

【委員長】

水道水に関しては、小学校等の教育で取り上げるケースや、他市とのコラボレーションも耳にする。昭島市はどうか。

【事務局】

小学校での教育では教科書に掲載されたり、水道部の職員が教育委員会から依頼があれば出張授業を行ったりしており、深層地下水について学ぶ機会がある。

【久保委員】

水道水を売りにしている他自治体とコラボレーションする等、広域の取組をしてもよいと思う。岩泉町もその流れであったと記憶しているが、例えば大阪府の箕面市等も水の文脈でPRしていたように思う。他地域に水を売り出している自治体があるはず。

（3）民間企業と連携した魅力づくり

【小野委員】

連携協定以前から市とは付き合いがあったが、今年は水ボトル缶の配布、クールシェアとして郵便局ロビーを開放する等の取組を行い、普段郵便局ユーザーでない方の来局があった。市民が昭島や地域へ関心を持つ機会となり、いい連携事業になっていると思われる。

【久保委員】

昭島市のロケ実績が94件というのは頑張っているように感じるが、どのような場所がロケ地になっているのか。

【事務局】

河川敷、昭和館、拝島第4小学校跡地が多い。アニメの舞台として昭島市が使われた例もある。ロケについては、昭島観光まちづくり協会がロケーションサービスという事業として進めている。ロケ弁もかなりの数が発注されるので、産業振興的な意味もある。市民エキストラに登録する制度もある。

【久保委員】

観光協会と市がしっかりと連携をして、外向きにPRし、この流れの中に「あきしまの水」も織り込んでいけば相乗効果になるのではないか。水ボトルを市内で配るのもいいが、市外にいかに拡げていけるかではないか。

【委員長】

栗田工業とのラグビー連携が実績ゼロだが、今年度はどうなのか。

【事務局】

スポーツとしての具体的な連携はゼロであった。しかし、例えば岩泉から来た子どもがラグビー教室をしてもらったという動きはある。

【久保委員】

スポーツだけではなく、くじらまつりのパレードやその他にも連携・協力した内容は積極的に記載してほしい。

【事務局】

カウントの仕方を見直す。今年度になって、きちんと包括連携協定を結んだので今後進めていく内容もあるが、スポーツ事業自体はスポーツ振興課が窓口、包括連携としての窓口は企画政策課となっている。人権教育、産業振興、環境事業、交通安全等につき積極的に捉えていく。

【松崎委員】

文化財めぐりの参加者が少ないが、1回だけの開催なのか。

【事務局】

7つのコースが用意されており、年によって異なるコースを巡っている。

【桑原委員】

健康とつなげてPRしていくのはどうか。

【委員長】

市内へのアピールでこのくらいの人数なのであれば、市外の人に向けて発信していくのが有効ではないか。観光まちづくり協会や庁内での連携の方法によっては、周知方法や参加人数も変わり、ドライブする力になる可能性がある。

(4) 多様な媒体を活用した情報発信

【久保委員】

ふるさと納税について、金額ではなく件数が指標になっているのはなぜか。

【事務局】

ふるさと納税は、大口の寄付がある年もあり、年によって額がかなり変動するため、件数で比較している。

【久保委員】

税の話なので、金額を見るのは違和感。計画のKPIで決定しているので、今更だが、次回は参考値として額を示してもらいたい。

【事務局】

1～2万円くらいのコースを選択する人が多い。どのくらいの金額にどの程度の人が寄付しているのか分析の仕様はある。実態としては、流出額の方が多く、ふるさと納税自体に制度としての課題があるのは事実だが、戦略的に昭島市を情報発信する手段と考えている。

【久保委員】

情報発信する手段として考へるのであれば、件数でKPIを測ることに納得。

【松崎委員】

広報活動の展開についてだが、高齢層はSNSを見ることが少ない。その点、「広報あきしま」はかなり価値があるものと考えるが広報活動の指標にはならないのか。

【事務局】

市報は年間22回発行し、シルバー人材センターのポスティングにより市内全戸配布しているもので、発行数は変化しない。しかし、特集記事を年間どのくらい掲載できるかという数字を測っていくのはいいかも知れない。また、今はデジタル配信もしているが年配の方はやはり紙面で見ているようだ。

【委員長】

紙面で配布される良さというはある。費用はかかるてしまうが、全戸配布しているので、特定の地域にだけ何か挟み込む・リサーチする等の活用が考えられる。費用を捻出するために、そのような事業を行ってもいいのではないか。

デジタルになっているからこそ、市民に直接届けるということが難しいこともあるが、昔からの方法による工夫が生きることもある。

議題（2）KPIの内容及び目標値修正について

○事務局より資料3について説明し、全会一致で承認を得た。

【委員長】

KPIの内容・数値については、計画策定後に実際に動いてみると何か違うなと感じることがある。議論していくことで評価指標をブラッシュアップし、中身を精査することは良いこと考える。

3. その他

今後のスケジュールについて説明。

【事務局】

次回会議は11月上旬の開催を予定。次回議題の基本目標3は量が多いため、事前に資料を確認し、質疑があれば10月18日を目処に事務局へ連絡をいただきたい。

今回の議事要旨については、第3回委員会開催前に各自へ送付し、確認・承認の上で、ホームページ等で公開する。