

令和5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5年9月8日（金）

午後6時30分～8時30分

会場：庁議室

次 第

1. 開会
2. 議題
令和4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
3. その他
4. 閉会

配布資料

- ・資料1 令和5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 昭島市の障害者就労支援事業について
- ・資料3 基本目標2に関する意見
- ・資料4 令和4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）
- ・資料5 ツイッターフォロワー数の目標値修正（案）

出席者

委員長・・・松本祐一（多摩大学総合研究所）

副委員長・・・三田陽子（立川公共職業安定所）

委員・・・武藤茂（昭島市商工会）、和田幸一（日本電子株式会社）、
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）
欠席（久保充司（公募市民））

事務局・・・永澤企画部長、村山企画政策課長、杉本企画調整担当係長、後藤主任

1. 開会

資料説明

【事務局】

本日の資料について説明をさせていただきます。本日机上配付させていただきましたのは、次第、資料1「令和5年度第1回昭島市総合戦略推進委員会議事要旨（案）」、資料4「令和4年度総合戦略における具体的な施策の進捗状況一覧（一部修正）」、資料5「ツイッターフォロワー数の目標値修正（案）」、松崎委員の提案書になります。続きまして事前送付させて

いただいたものですが、資料2「昭島市の障害者就労支援事業について」、資料3「基本目標に関する意見」となっております。机上配布させていただいた資料1の議事要旨（案）につきましては、事前送付させていただき、委員の皆様から御指摘いただいた箇所を修正したのとなっております。御指摘が反映されてない箇所がございましたらお申し付けいただきたいと思います。

【委員長】

議事要旨について既に御指摘を反映したものになっていますが、もし反映されていないものがあれば御指摘いただければと思いますがいかがでしょうか。

なければ、こちらを議事要旨として確定させたいと思います。

前回の会議において出た質問のうち後ほど調べてという項目がありました。それについて説明をお願いします。

【事務局】

前回御質問をいただきました障害者就労支援事業については、事前に送付させていただいた資料2「昭島市の障害者就労支援事業について」のとおりです。昭島市では、障害のある方の一般就労の機会を図るとともに、安心して働くことができるよう、就労面と生活面の支援を一体的に行っております。相談窓口といたしまして、昭島市障害者就労支援センタークジラを設置し、各個人のニーズにマッチするような支援を行っております。支援につきましては、就職までの支援で終わることなく、就職した後も職場定着支援など細部にわたり一貫したサポートを行っております。

2. 議題

議題 令和4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

【委員長】

令和4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について事務局から説明していただいた後に皆さんから御意見いただきたいと思います。

【事務局】

基本目標2「昭島の魅力を発信する」について説明をさせていただきます。

基本施策（1）郷土伝統文化・郷土芸能・芸術の推進です。①文化財の保存活用事業は、市内の有形無形文化財や地域文化等のデジタルアーカイブ化を推進し、後世に伝えていくためのコンテンツを作成・公開する事業と、郷土資料室における資料展や企画イベントを行うことで郷土伝統文化等を伝える事業です。文化財の公開閲覧数は、令和4年3月に青梅線鉄道昭島関係資料、Webあきしまの歴史散歩、木造大日如来像修復記録の3つのコンテンツを追加したことにより閲覧数が増加し、年間で2万5,648人の方に閲覧をしていただきました。展示イベントにつきましては、祭礼に関する資料や市内の鉄道に関する資料、多摩川流域の地層で発見された海水魚の化石等を展示し、年間延べ3万9,675人の方が来場されました。②昭島郷土芸能まつりの開催は、地域の伝統・文化を一堂に集めた郷土芸能の祭典を開催し、市民の郷土愛を高めるとともに市内外からの集客を図り、昭島の魅力を発信する事業です。来場者数は350人です。令和2年度以降はコロナ禍で通常の開催ができなかった状況にありましたが、令和4年度におきましては、動画配信を行うことにより市内外への昭島の魅力発信に努めました。③昭和の森芸術文化振興会との連携は、地域の芸術・文化的事業を通じて地域の活性化を図るために活

動する昭和の森芸術文化振興会と連携して、音楽や芸術作品鑑賞の機会を提供する事業です。音楽祭への来場者数は1,001人でした。昭和の森音楽祭はFOSTERホール（市民会館）大ホールで開催しております。令和元年度以前は客席数1,139席を超える来場者数でしたが、令和2年度以降はコロナ禍で通常の実施ができず、来場者数が減少している状況です。しかし、令和4年度は目標値には届かなかったものの、コロナ禍前の来場者数に近づいているという状況です。市内芸術家公募展は目標値を上回る8,212人の方が来場されました。市役所1階市民ロビーとモリタウンの二つの会場で開催をしております。公募展を目的に来場された方だけでなく、市役所に用事があった方や、モリタウンに買い物目的で来たという方の来場も多く、芸術作品に触れる機会を多くの方に提供することができました。④昭島市民会館文化事業協会との連携は、昭島市民会館文化事業協会と連携して市民会館自主事業を実施し、文化芸術活動の充実・促進を図るものです。コロナ禍で自主事業を実施できなかった令和2年度から徐々に自主事業の実施を増やしていますが、令和4年度においてはまだコロナ禍前ほどの来場を見込めないため、実施回数を減らしていたという状況です。

基本施策（2）昭島ブランド構築・推進です。①昭島ブランド構築・推進事業は、深層地下水100%の美味しい「あきしまの水」を昭島市の強みに変え、昭島ブランドとして推進する事業です。ロゴの使用件数は12件でした。主に飲食店からの申請であり、水を生かした商品をPRすることで、昭島ブランドの推進を図りました。アルミボトル缶については、コロナ拡大防止のため開催できなかったイベントもありましたが、7,152本を配布し、「あきしまの水」をPRいたしました。②深層地下水の保全事業は、雨水浸透施設と雨水貯留槽の設置について助成を行うことで、設置数の増加を図り、深層地下水の保全を行う事業です。雨水浸透施設は6基設置、雨水貯留槽は13基設置でした。

基本施策（3）民間企業と連携した魅力づくりです。①観光まちづくり協会との連携は、観光まちづくり協会と連携して、昭島市の魅力を発信する事業です。観光案内所の利用者数は1万3,597人でした。市内の見どころや名所の情報提供、地域の特産品の販売により、昭島市の魅力の発信を行いました。ロケ実施につきましては117件でした。旧拝島第四小学校、エンシス、くじら運動公園のほかロケ地登録をしている企業や飲食店等でCMやドラマ等の撮影が行われました。②日本郵便株式会社との連携は、市内郵便局と連携して地域の活性化及びサービスの向上等を図る事業です。連携事業は7事業です。内訳は、災害時応急対策業務相互応援に関する協定に基づく連携事業、使用済みハガキ回収箱の設置、防犯パトロールに関する覚書に基づく集配外務業務用車両へのステッカーの貼付及び不審者情報の提供、高齢者等の見守り、道路の損傷に関する情報提供、不法投棄に関する情報提供、郵便ポストへの情報取得用QRコードの掲示です。③栗田工業ラグビー部との連携は、市内にホームグラウンドを有する栗田工業ラグビー部と連携し、スポーツの活性化等に取り組む事業です。ラグビーワールドカップが日本で開催された令和元年に子どもを対象としたラグビー体験教室を開催しましたが、その後コロナの影響で事業を開催していない状況です。④市内文化財と水の名所めぐり事業は、文化財保護審議会委員や、文化財ボランティアガイドとともに、昭島市の文化・歴史に触れるコースをめぐることにより、昭島市の魅力を知っていただく事業です。参加者数は37人でした。⑤昭島・昭和の森武藤順九彫刻園の運営支援は、行政・企業・作者とが連携して、彫刻園を運営し、世界で活躍する彫刻家武藤順九氏の作品を自由に鑑賞する機会を提供する事業です。来場者数は1万2,454人でした。8月4日から9月27日までは落雷による計測器故障のため欠測となっ

ております。1万2,454人を割り戻して365日で計算しますと、1万4,663人となります。令和元年の6月に開園し、来場者数は増加傾向にありますが目標値には届いてない状況です。

基本施策（４）多様な媒体を活用した情報発信です。①観光マップ作成は、昭島市の観光マップを作成・配布し、来訪者の呼び込みを図る事業です。市役所や昭島観光案内所のほか都立図書館や東京観光情報センターで配布しており、令和４年度は3,400部を配布しました。マップは市公式ホームページ内でPDFを閲覧・ダウンロードすることも可能となっております。②ふるさと納税の充実は、市内事業者から提供される魅力的な返礼品を通じて昭島市を全国にPRする事業です。令和４年度において新たに加わった返礼品もありますが、昭和の森ゴルフ場やフォレストイン昭和館に関する返礼品の提供が終了となった影響が大きく、目標値には届きませんでした。引き続き、新たな返礼品の開拓に努め、昭島市の魅力発信を図ります。③公式キャラクターの活用は、「アッキー&アイラン」と「ちかっぱー」を積極的に活用することで、昭島市の魅力発信を図る事業です。令和４年度は12件の使用申請があり、その全てに対して承認しました。使用はチラシ等印刷物、商品、看板等での多くの方に周知できるものであり、昭島市の認知度の向上や魅力発信につながるものでした。④広報活動の展開は、様々な広報媒体により、昭島市の魅力を発信する事業です。ツイッターについては、毎年着実にフォロワー数が増加しています。各年度の新規フォロワー数に波はあるものの、ここ数年の平均的な増加が続けば、計画期間内に目標値を達成できる見込みです。インスタグラムにつきましても、令和３年度の開始以来、フォロワー数を伸ばしており、計画期間内に目標値を達成達成できる見込みです。動画につきましては、「給水スポット大賞を受賞！」「ちかっぱーのお誕生日」「アキシマエンシスへようこそ」「公民館は開館40周年！」「職員PR動画」等11本を作成し、公開しました。⑤メディア等を活用した情報発信は、メディア等に取り上げられることにより市の魅力発信を図る事業です。報道依頼件数につきましては、多くの催しが中止・縮小となったため、25本にとどまりました。『Guidoor（ガイドア）』は、国内外の観光客が自治体から提供された観光情報等を多言語で提供するサイトです。サイト内からリンクする市公式ホームページにおいて、市のイベント情報等について随時更新を行いました。ロケ実績数につきましては、再掲ですので省略させていただきます。

（１）郷土伝統文化・郷土芸能・芸術の推進

【委員長】

基本施策が４つございますので、（１）郷土伝統文化・郷土芸能・芸術の推進というところから見ていきたいと思います。

【小野委員】

郷土伝統文化・郷土芸能・芸術の推進というところでございますけども、４つの事業全てにおいて、後世に繋ぐという意味では大変必要なものでありますし、それをSNS等の活用によって情報発信し、昭島市の魅力を継続的に伝えていくことが大切ではないかと考えます。

【委員長】

昨年度のことですので、まだコロナの影響が少し残りつつ、様子を見ながら皆さん外出をしたりいろんなイベントが開催されたのは、確か去年だったと思います。今年はだいぶオープンになったという印象がありますが、それも踏まえながら御意見いただければと思います。

【松崎委員】

この昭和の森芸術文化の内容ですけれども、ホテルの先に彫刻園がありますよね。私はそこ

に行こうとしたのですが、行き方が分からないですね。あの辺ぐるぐる回っても全然分からないですね。結局入れなかったです。それで、エンシスに行って、担当に場所を教えてもらったところ、「あのホテルのロビーをくぐって行かないと入れないです」さらに、「今夏場なので行かない方がいいですよ」と言った。なぜかという、蚊がいっぱいいるので、今行かない方がいいですよ、これが回答ですね。エンシスには彫刻園の広報としてのパンフレットあるのですが、ホテルのロビーから入っていくのですがちょっとしか書いてないですね。その辺もう少し、誰でもホテルの入り口に、こっち彫刻の森に入れますよとか、もう少し人が自然に入れるような形じゃないと、あれホテルに入らなければ行けない。その辺改善の余地があるかなという感じがしますけど。

【事務局】

御意見もっともな部分もあると思いますが、日陰があるため、蚊がいるのは自然なことであり、仕方ないことと考えております。また、雑木林の中にあるため、涼しさもあります。捉え方は個人個人だと思いますが、松崎委員のおっしゃるとおり、入り方がわかりづらいという点は改善する余地があると考えます。今の部分につきましては基本施策（3）に昭島・昭和の森武藤順九彫刻園の運営支援という事業がありますので、どちらで評価に加えていくかということとは考えさせていただきたいと思います。

【和田委員】

彫刻園の存在を初めて知りましたが、どのような園なのか、教えて頂けますか。

【事務局】

回遊性の彫刻園になっており、大理石彫刻作品を9点展示しています。行政、民間企業、芸術家が初めてコラボして作った彫刻園ということで、昭島市としては運営支援をしています。管理運営については、相互に協力していますが、昭和の森芸術文化振興会が主体的に行っています。なお、昭和の森芸術文化振興会は、昭和飛行機株式会社が地域貢献の一環として設立し、令和2年10月から昭和飛行機都市開発株式会社が承継しています。

【委員長】

これは民間の施設や取組に、行政として文化芸術のために協力運営支援して連携しているということですね。

【和田委員】

ホテルの先に彫刻園があるということは、自由に出入りできるような感じではないんですね。

【事務局】

ホテルの奥にあるため、ホテルを通らずに直接行くことはできませんが、ホテルには自由に入ることができます。

【委員長】

イベント等の参加者・来場者数をKPIにしていますが、コロナ前の目標値をそのまま生かしているものなのか、コロナから回復してきている一方で、オンラインとリアル両方があるのが当たり前みたいな世界になってきている中で、リアルの人数だけで見ればいいという評価基準でいいのかということも考えていく必要があるのかもしれない。もっと言うと、来場者数を達成できないから駄目とは言いきれない時代だと思うので、この捉え方が難しいと思うのですが、このパートに限らず、イベント系全般をどう評価をしていくかということについては、皆さんどうでしょうか。

【松崎委員】

数値の設定は、ちょうど総合戦略から見ますと2015年から2020年の間に数値を設定されました。だからある意味ではコロナ前に出された数値だと思います。それを基にして実行計画は、令和4年（2022年）検討して作られました。率直に言ってその数値というものはコロナで、国も地方自治体も、この3年間は全く機能しない状態じゃないですか。だから数値にある程度前轍を踏んでやっていきましょうという観点だったと思いますけど、この数値を一旦ある意味では、本質的には白紙にして、今年ぐらいが実際、コロナによる制御がされなくなったので、これから作り上げて見つめていく。そのためには逆に言うと来年70周年を一つの大きな契機に展開したらいいじゃないかと、私はそのように思いました。

【武藤委員】

郷土芸能まつりについては、令和4年度、後世に引き継ぐという考えのもと大変努力と工夫をされて開催したと聞いています。今年については、どのくらいの人数だったのでしょうか。

【事務局】

今年は、久しぶりに屋外で開催をしまして、来場者数は3万人となっております。

【武藤委員】

できる時になれば数値目標というのは、一つの指標として考えていいと思います。この令和2年から4年に関しましては、本当に誰も予測できなかった状況だったのだと思います。そういった意味で目標値は必要だと思います。それを達成できるかどうかは、また別に考えて。

【和田委員】

目標値もそうなんすけど、もう少し周知やPRが必要ではないかと思います。彫刻園については、その存在とアクセス方法をもっと周知して、気軽に入って行けるようにすることと、この魅力をもっとPRしてもいいのかなと感じました。

文化財の保存活用事業の公開閲覧数は、令和4年度に大幅に増加していますが、これはアクセス数ということですか。

【松崎委員】

来場者数など数的な部分はコロナ禍ではちょっとストップとなりました。でも逆にネットのコンテンツをうまく使って、逆にその数がある意味ではいろいろ発信していけば、実際そこに行けなくても、特に文化財的なものでは作られたらいいじゃないかと思います。エンシスに水の魅力の映像があるのを御存知ですか。水の魅力って約5分の映像が出てくるのです。その水の魅力の歴史を紐解くけれども、それ以外の文化財や歴史に関しての動画は何もないです。聞いてみたところ、それは「作っていません」と。昭島の水の魅力に関しての歴史をずっと整理したのがあるのですね。それは見事なアニメなど取り入れて作っているのですが、文化財の歴史「説明動画」とかそういったものはないのです。もっとそういう部門で映像とかコンテンツを作っていけば、逆に言えば、現場に行けなくても、そこに、ある意味、アクセスして見つめていく、昭島市文化歴史動画等そういうのをもっと作ったらいいのではないかと私は率直に思いました

【事務局】

先ほど和田委員がおっしゃっていた文化財の公開閲覧数については、アーカイブ作品、コンテンツを作って飛躍的に伸びたということです。郷土芸能まつりにつきましても令和4年度は屋外での開催はできませんでしたが、工夫して配信したりということで、令和4年度は数

值的には目標を達成していませんが、オンラインを活用した別のやり方で工夫して開催したという点を評価に取り入れていくというのも一つの重要な視点なのかなというふうに考えております。

【委員長】

郷土芸能まつりの来場者は350人、YouTubeの配信は2,300回視聴と、こういう組み合わせですよね。大事なのは、これを翌年以降も継続していくことですよね。YouTubeの方も、せっかく1回やったのだからまた引き続きやってもらえると、3万人プラス何千人となるかもしれない。

【事務局】

令和4年度は、会場が市民ホールだったため、趣が違ったということと、舞台のため撮影がしやすかったということもありましたが、今年度につきましては屋外での開催だったため配信をしておりません。

【委員長】

なるほど。しかし1回経験してやり方もわかったでしょうし、せっくなので続けていただけるといいのではないかなと思います。そういう意味では数字は何か評価するときに必要なのですが、単純にそれが達成されているか否かを見るのではなく、その変化を見るというのはあってもいいと思います。

(2) 昭島ブランド構築・推進

【小野委員】

①の昭島ブランド構築・推進事業につきましては、昭島の水ブランドを構築させるには、このロゴを用いたPR、また、イベント時の水のPR等を継続的に実施することが求められるというふうに考えております。このような活動を通して情報発信し、今後の人口増加に繋げることはとても大事なことでないかというふうに認識をしております。②深層地下水の保全事業につきましては、これまでの周知方法を継続的に実施するとともに、設置事業については戸建てを中心に扱っているハウスメーカーさんとの連携も模索してはいかがだろうかというふうに考えたところでございます。

【委員長】

昭島ブランドということと言うと、松崎委員からも御提案がありますので、御説明いただけますか。

【松崎委員】

昭島という島がないのになぜ島だと、これ逆にブランドになるのではないかと私は思います。この島の「誤解」を「魅力」に変える、そういう点を70周年に向けて展開したらどうかという御提案です。提案書を読ませていただきます。

2024年昭島市70周年記念の具体的施策として

- 1 昭島市は1954年5月1日昭和町と拝島村が合併して誕生した市です。昭和町の「昭」と拝島村の「島」を一字ずつ取った合成地名です。昭和町は比較的新しい地名ですが、拝島村の「拝島」という名前には古い由来があります。天暦6年(952年)、日原村の日原鍾乳洞に安置されていた大日如来像が洪水で多摩川に流されてしまいました。大日如来像は玉川花井の島(多摩川の中州)に流れ着き、村人たちがお堂を建てて像を拝むようになったことが拝島という名前の由来と言い伝えられています。昭島市(2022)指定文化財、東京都指定史跡、大日堂境域及び日吉神社境域指定平成4年3月30日が根拠となっています。

- 2 昭島市名称の由来に、昭島市の「島」のルーツを明記し、「歴史ある昭島、ふるさと昭島、生業したい昭島、住みたい昭島」を懐かしく、幸せ感と愛着が持てるようにします。
- 3 昭島市70周年記念の意義を駅、学校、町内会、商工会、商店街など各機関でアピールします。（1枚のポスターを飾る）70周年記念の2024年5月1日前後に記念講演、公募発表会（歴史ある由縁昭島、水の魅力）等の懸賞作文を募集発表してはどうかと思います。また、2024年1年間を通じて様々なイベントを開催するようにします。
- 4 結論は昭島市の豊かで輝く文化と産業都市は、70周年を記念に上記①を昭島市総合基本計画（令和4年度～令和13年度）第2章市の概要の「2まちのあゆみ」の中に盛り込んでいくことを結論とし、広報あきしまで発表する事を提案いたします。

という内容です。地方から見ると、東京都の中の「島」という印象が拭えないので、これを転換して、ブランドにして、実は中洲に仏様が流れてきたと。様々文献を調べたところ、「島」は中洲、そこはアキシマクジラの化石が出てきた場所と想定されます。つまり200万年前の出来事から始まり、1070年前、仏様が流れ着いた所の様に思います。そういう「島」のルーツをブランドとして構築・推進したらどうかという意見でございます。

【委員長】

昭島ブランドをどう構築するかについて、事業を見ていただくと、基本的には昭島と言えば水ということになっていきますが、それ以外の要素というのもあり得るだろうという御意見だったと思います。桑原委員にお聞きしたいのですが、お仕事の関係で、昭島がどう見えているか、どういうものをPRすると周りが反応してくれるかとかということについて、御意見をいただけますか。

【桑原委員】

東京都には島が11個ありますので、その島と昭島とが連携して、70周年を一緒に盛り上げるということも面白いかもしれないですね。それからウクライナの方たちも結構昭島市に来ていいるという話も伺ってますので優しさのある市だなと、私個人的に感じています。昭島の歴史というのは市内の小中学校で学ぶ機会があるんですか。

【事務局】

具体的に教本があるわけではないのですが、身近な市の成り立ちというのは小学校の授業の中でやっていると思います。たしかに島という誤解はあるのかもしれませんが、以前ほどは聞かなくなったと感じています。たしかに数十年前には揶揄するような面白い話として話す方はいたかもしれませんが。統計資料等でも市と島しよは整理して掲載されていますので、今それを島とコラボしながらやるとなると、誤解を招く可能性もあるのではないかというふうに思います。

【桑原委員】

昭島と言えば水というのは既にかかなり定着していると思います。公式キャラクターの「ちかっぱー」も有名になり、給水場も市内各駅に設置され、テレビ番組でも取り上げられて有名になってると思います。市長さんが、住んでみたい、住み続けたいということをよくお話されているように、市内の人たちが、そのまま楽しく進んでいきたいというイメージを強く感じるのですが、それを外に向けて発信していく方法というのでも考えていくと、より住みたい、ここだったら住んでみたいという形になるんじゃないかなと思います。今年の郷土芸能まつりを拝見させていただきましたが、非常に素晴らしかったです。非常に盛り上がっている様子を拝見

させていただき、それを例えば動画で発信することにより、市外の人に最初は映像で見て興味を持ってもらって、今度は実際に現地で見てみようと思いを運んでもらう、というような戦略を考えてみると、もっとにぎわいが創出できるのではないかというふうに思います。

【委員長】

水でブランディングするにしても、ロゴの使用件数や配布数という指標だけでは拾い切れていないというか、もっと色々なことをやっていると思うので、それを行ったことによる効果というのも見えていかないともの足りないという気がします。

【副委員長】

あきしまの水アルミボトル缶の配布というのは、昭島市の知名度を上げていくのが目的だと思いますが、どこで配布したのでしょうか。

【事務局】

イベントや市民の方が集まるときに配布しています。

【副委員長】

知名度を上げるためには、昭島市民ではなく、市外に向けて配布するべきではないでしょうか。

【事務局】

市外で開催されるイベントにおいても配布を行っています。アルミ缶の配布には、市の知名度向上のほかプラスチックの削減という効果もあります。市民の皆様への配布は、プラスチックの削減を目的としています。アルミ缶をマイボトルとして繰り返し利用していただくことで、プラスチック削減を図るという側面もございます。

【副委員長】

市のPRとプラスチック削減という2つの効果があるわけですね。

【委員長】

市内の企業で、来客がある際にボトル缶を出せたら良くないですか。

【和田委員】

あきしまの水の美味しさの根拠を我が社の分析装置で分析して、それを広告看板にしたものを中神駅に設置しています。我が社の広告看板ですが、同時にあきしまの水のPRにもなっていると思います。

【委員長】

ただ配布するだけにとどまらず、企業との連携など、あきしまの水の魅力を伝える工夫をするといいと思います。

(3) 民間企業と連携した魅力づくり

【小野委員】

①観光まちづくり協会との連携につきましては、これまでの魅力発信は成功してるんじゃないかというふうに考えております。こういったことはなかなか飛躍的に伸ばすことはできないものの、地道に活動していくことが大事だと考えております。今後、市外のイベントスペースの活用も検討してみても考えます。弊社のことで恐縮でございますけども、東京駅前のKITTEという建物の中に東京中央郵便局が入っております。集客という視点では、その中のイベントスペースや、立川郵便局というのが良いと思います。立川市さんが、立川郵便局の1階のスペースを使って姉妹都市である長野県大町市さんの物産展を開催したことがございます。中央線

沿線で駅から徒歩5分以内の大きな局というのは、立川局しか存在しません。そういった中でコラボしながら、水をアピールするというのもよろしいのではないかというふうに考えたところでございます。②日本郵便株式会社との連携ということで、2019年11月に昭島市様と包括連携協定を締結をさせていただいたところでございます。先般、御案内もございましたけども、昭島市内に90本のポストがございます。昭島市内にある90本の郵便ポストに災害用QRコードのステッカーを貼付していただいておりますので、万が一何かあったときに、そこから情報を得られるような施策をさせていただいたところでございます。市役所本庁舎の前にありますポストにもステッカーが貼ってございますのでぜひ御覧をいただければと思います。今年1月に弊社は立川市様とも包括連携協定を締結させていただきました。昭島市様の災害用のステッカーがまず採用されたことによりまして、立川市様も、また府中市様におかれましては、包括連携協定を締結すると同時にスポーツ振興という形で協定を結んだところですが、そのステッカーに大変興味を持たれてるというところでございます。ちょうど来月昭島市の災害訓練があるというふうには聞いておりますのでちょっとこれから間に合うかどうかわかりませんが、市報などで情報発信をされてはいかがかなというふう考えているところでございます。③栗田工業ラグビー部との連携ですが、御存知の方も多いかと思いますが、府中市様は非常にスポーツが盛んな町の一つでございます。4年前ラグビーのワールドカップが行われた際には、様々な町おこしが行われ、ラグビーを題材にしたテレビドラマにの撮影におきまして、東芝府中さんのグラウンドが使われたり様々な取組をされてらっしゃいましたので、そういった取組を参考にしてはどうか、と考えたところでございます。④市内文化財と水の名所めぐり事業につきましては、コロナ禍により参加者数が目標値に届かなかったというものの、自然との触れ合いを望む方は多くいらっしゃるかと思いますので、このような形での様々な情報発信により、まだまだ今後期待できるのではないかというふうに考えております。⑤昭島・昭和の森武藤順九彫刻園の運営支援につきましては、まだまだ情報発信できる機会はあるかと思いますし、それにより来場者数の増が望めるのではないかというふうに考えております。

【委員長】

ポストにはステッカーを貼ることができるものなんですか。

【小野委員】

ポスト自体は弊社の所有ですが、東京都の景観条例をクリアする必要がございます、いわゆる広告塔にすることは、できかねるというところでございます。

【委員長】

防災ということであれば可能ということですね。企業との連携というのは非常に面白いことができそうだなという感じを受けますけれども、和田委員いかがでしょうか。

【和田委員】

当社のCSR活動として市内小学校を中心に理科の授業を2時限受け持って、理科支援出前授業を行っています。当社の卓上電子顕微鏡を学校に持ち込んで、教科書に載っている光学顕微鏡の画像と電子顕微鏡での画像を比較したり、実際に電子顕微鏡を操作するなどミクロの世界を体感していただいております。そういう意味では今、IHIさんや栗田工業さん、日本航空電子工業さんも市内に事業所があるので、工業地域というところでのアピールができるのではないかと思います。昭島市は都心へも1時間ぐらいで行けますし、緑も多いというのも魅力だと思いますので、もっとPRしても良いのかなと思います。

【委員長】

企業と何か一緒にやることで、そういう企業がいっぱいあるというPRにもなりますよね。それができたら素晴らしいですね。中小企業の方では魅力を一緒に発信している取組というのは何かありますか。

【武藤委員】

今年も産業まつりが開催されますが、市と連携しながら地元の企業さんに出店してもらうような取組をしています。

【事務局】

今年は企業サミットも開催されますので、それに向けて準備を進めているところです。

【委員長】

企業とこれだけ連携しているということ自体が、ある意味PRになりますよね。私も他の自治体を色々と見てきましたが、昭島市は市と企業が近く、そういう意味で連携しているという印象を持っています。大企業さんも、色々協力してくださったりというのは、なかなかないのではないかと思います。そういう面はPRしたらいいと思いますし、そういったところは評価していいと思います。それと今日初めて知りましたが、郵便局内のスペースを使ってイベントを実施することができるんですね。

【小野委員】

例えば昭島市さんとの友好都市である岩泉町さんについては、昭島郵便局の前のスペースを使って物産展を開催させていただいたことがございます。コロナ禍前は色々な郵便局において、その空きスペースを利用して、地方創生という意味合いの中で東京のマーケットで何ができるのかというのも会社の中での一つの課題ではございましたので、一時期は色々なところで物産展を開催をさせていただいていたところではあります。

【委員長】

これがまた少しずつできるようになってきている雰囲気でしょうか。

【小野委員】

流れはまた以前のように戻りつつはあるというふうには思っております。

【委員長】

立川郵便局みたいに駅の近くで大きな局というのは、たしかに他にはないですね。

【事務局】

東京中央郵便局のKITTEでイベントをやるというのは面白そうですし、集客も見込めますよね。

【小野委員】

ですから地方からのお声が掛かる機会というのも非常に多いですね。

【松崎委員】

ネットなど、ある程度見る人は若者、他に限定されています。市民が一番見るのは「広報あきしま」です。実際、「広報あきしま」を読む人というのは結構多いと思いますが、そこに何か戦略みたいなものはあるのですか。「広報あきしま」を見ると、例えばコロナについてのお知らせなどは掲載されていますが、市としての方向性的なものがあまり見えませんが、編集の担当など、どう連動しているのでしょうか。

【事務局】

広報は紙面が限られておりますので、要望に応じて全て掲載するということはできかねます。必要最小限の情報を掲載し、必要に応じてQRコードを掲載することでホームページへの案内をしています。また、くじら祭や産業まつりなどのイベントについては、広報とは別にチラシを作成し、広報あきしまと一緒に配布をしています。市からの情報のほか、民間の催し物や官公庁のお知らせ、市民サークルからの情報なども掲載していますので、紙面にスペースの余裕はなく、前後の号との調整もしながらやっているという状況です。

(4) 多様な媒体を活用した情報発信

【小野委員】

(4) につきましては、総合的に、これまでの活動を継続的に実施していくことが望まれるのではないかとこのように考えております。

【武藤委員】

⑤メディア等を活用した情報発信の事業内容として、ロケーションサービスへの支援とは具体的に市がどのような支援を行っているのでしょうか。

【事務局】

基本的には公共施設の貸出です。旧拝島第四小学校や多いのは公園です。また、本庁舎の窓口なども撮影場所として提供した実績がございます。観光まちづくり協会が取ってきた案件について、市が場所を提供するという形での支援です。

【武藤委員】

公共施設の貸出の他にも民間企業さんに対して、市の方でも仲介をしてあげたりという形で支援するとロケ地としての活用を拡大していけるのではないかと思います。

【委員長】

ツイッターやInstagramのフォロワー数というのは、やはり増えていますよね。

【副委員長】

フォロワー数が増えています、こういったものって「いいね」の数が話題になりますよね。それも評価の指標として着目してもいいのではないかと思います。

【事務局】

フォロワー数が増えているのは、コロナワクチン接種に関する情報を得るために見る人が多かったというのが影響しているようです。

【副委員長】

せっかくフォロワー数が増えたので、閲覧数を引き続き伸ばしていけるといいですね。

【事務局】

ここで公式のLINEも始まりましたので、その内容によって使い分けて展開しているということです。

【副委員長】

うちもLINEをしておりまして、全所でLINEをのアカウントを持っているのですが、登録者数が増え続けているのが立川所だけなんですよね。継続的に情報発信することが重要みたいですが、ただ、情報発信しただけでは意味がないんですよね。発信して、それを見た人たちがリアクションを起こしてくれて初めて効果があるという評価になると思うんです。その効果が最近すごく出てきていて、セミナーの申込が今までは満員になるまで1週間ぐらいかかっていたところ、この前は30分で満員になりました。聞いてみたところ、LINEで情報を得ましたという方が多か

ったので、せっかくフォロワー数が増えたのであれば、継続的に良い情報を発信していけば効果として見えてくるというふうには思います。

【委員長】

実際にツイートしているのは主管課ですか。

【事務局】

各主管課において、タイムリーにツイートしています。

【委員長】

それに対してどれだけ効果があったのかという検証はしていますか。

【事務局】

リツイートの数については、把握しています。

【松崎委員】

意見を聞いたりとかそういうのはあるんですか。

【事務局】

情報発信としての運用であり、リプライ、リツイート、フォローなどは原則行っておりません。

【委員長】

ちょうどツイッターの話が出たので、資料5「ツイッターフォロワー数の目標値修正（案）」について説明をお願いします。

【事務局】

(4) ④広報活動の展開のうち、ツイッターのフォロワー数については、目標値の累計7,500人に対して令和4年度末現在の累計フォロワー数が7,070人となっております。平成30年度以降の新規フォロワー数は年間476人から1,469人で推移しており、令和5年度もこの範囲内でフォロワー数が増えた場合、計画開始から2年間で目標を達成する見込みです。このことについて、行財政改革推進会議において、目標値の見直しを検討すべきとの意見がありましたので、事務局といたしまして目標値の上方修正を提案させていただきます。計画開始前の令和3年度末時点の累計フォロワー数に令和3年度までの年間新規フォロワー数の平均値を5年分加えた数値をベースに目標値を設定します。ただし、平成24年度と令和元年度から3年度を計算から除きます。理由といたしましては、ツイッターの開始が平成25年の3月であるため、まず平成24年度は計算から除きます。令和元年度から3年度につきましては、新型コロナウイルス拡大に関する情報の需要が高まり、フォロワー数が一時的に増加したと考えられるため計算から除きます。こうして計算した結果、令和3年度までの平均新規フォロワー数は年間423人となり、令和4年度から5年間このペースでフォロワー数が増えた場合、令和8年度末の累計フォロワー数は8,627人となります。この数値をベースに、目標値を累計フォロワー数9,000人に修正することを提案させていただきます。

【委員長】

目標値の変更について、もし問題がなければ、この委員会として了承するというところでよろしいでしょうか。

【全委員】

異議なし。

【委員長】

この委員会としても、この目標値の変更でよろしいという御意見でお伝えしたいと思います。
その他、皆様の方からありますか。もしなければ事務局の方はいかがでしょう。

【事務局】

今後のスケジュールについて説明をさせていただきます。次回は11月1日水曜日の開催を予定しております。時間は本日と同じく午後6時30分からです。次回は、基本目標3について御意見をいただきたいと思います。事前に基本目標3の部分に目を通していただき、質問がございましたら、開催の3週間前にあたる10月11日の水曜日までに事務局へメールをいただきたいと思います。いただいた質問につきましては、委員の皆様に対して回答することにより共有させていただきます。今回の議事要旨につきましては、第3回委員会開催前に送付いたしまして、皆様に確認をしていただいた上で承認をいただき、公開とさせていただきます。

【委員長】

では本日も非常に盛り上がり、議論ができたというふうに思いますけれども、以上で第2回の総合戦略推進委員会を終了したいと思います。