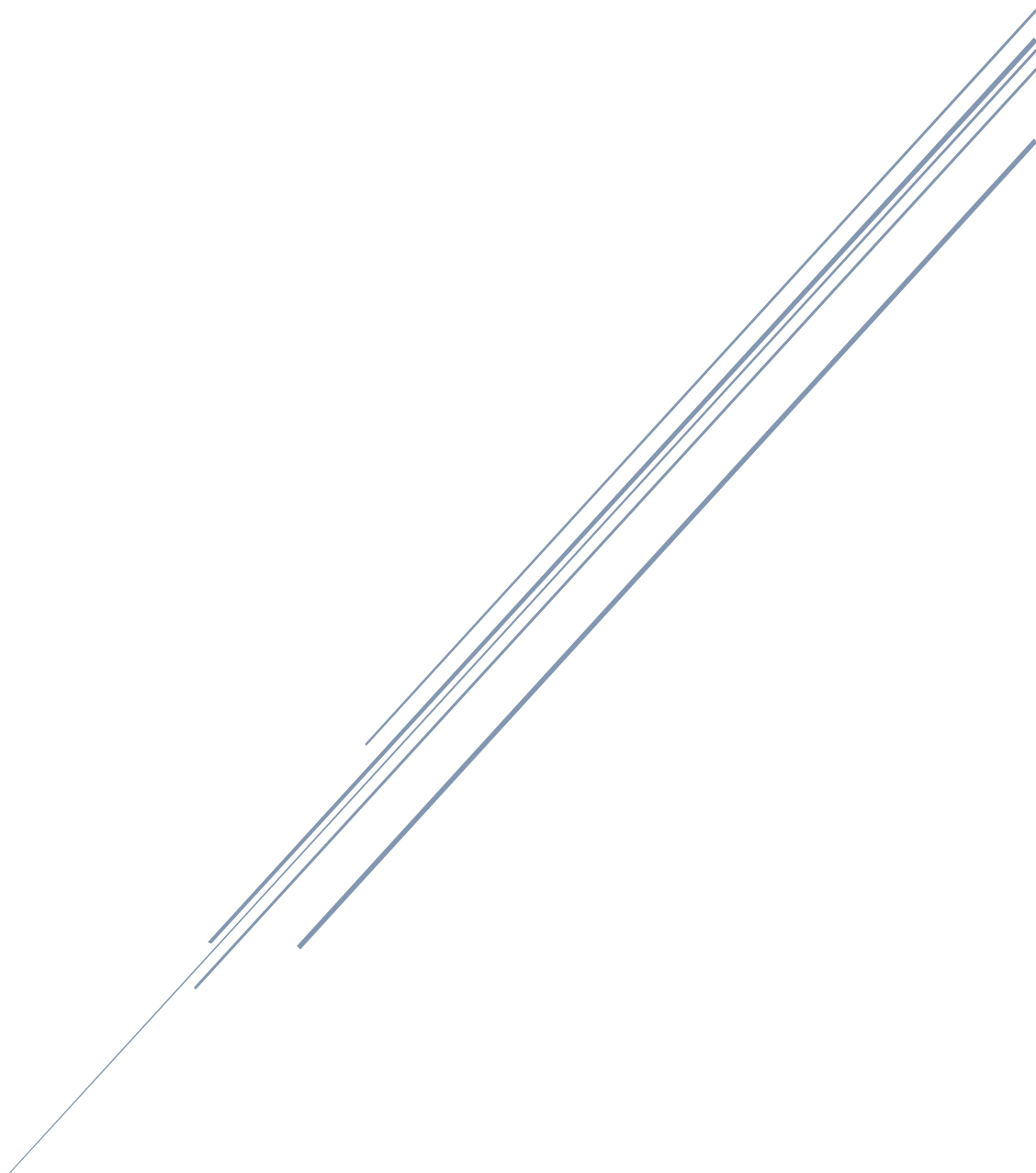


松伏町シティプロモーション

戦略改訂版



令和6年3月

目 次

1	目的	2
2	基本方針	3
3	戦略	4
	ターゲットの明確化	4
	(1) 地の利を活かした PR5	
	ア 県営まつぶし緑の丘公園の活用	5
	イ 自然豊かなまちの原風景の発信 (PR)	5
	ウ ふるさと納税の拡充	6
	エ 松伏ふるさとカレーの PR	6
	オ まつぶし PR 大使・PR キャラクターの活用	7
	カ 推奨特産品の拡充	7
	キ 農産物の再発見	8
	ク 隠れ家的なカフェやお店の紹介	8
	ケ 広域的な視点の情報発信	9
	(2) 全庁的なまちの魅力を発信する意識の醸成	11
	ア マスメディア (大衆媒体) との連携	12
	イ SNS (個人媒体) の更なる活用	13
	ウ 積極的なイベントへの参加	14
	エ ホームページの整備	15
	オ キャッチコピーの必要性	15
	カ シビックプライド (地域への誇り)	16
	キ 町民との協働による魅力発信	17
	ク 意識改革 (体制整備)	17

1 目 的

平成29年12月に、松伏町シティプロモーション戦略を策定し、まずは認知度向上のため、広報媒体や町ホームページ、SNS を広く活用してきました。

また、町の公式インスタグラムを開設し、自然豊かな町原風景を多く掲載することや、公式 YouTube チャンネルを活用し、町のイベントや田園ホール・エローラでの演奏を通じて、町の認知度向上に努めてきました。

特に、令和5年度から、まつぶし応援特派員事業を展開し、官民連携することで職員も気が付かない町の魅力を発信していただきました。

また、ふるさと納税を積極的に推進することで、関係人口の増加にも力を入れてまいりました。

さらに、平成30年度からまつぶしPR大使を任命し、情報発信力を強化するとともに、町のイベントにまつぶしPR大使が参加することで、交流人口の増加にも努めてきたところです。

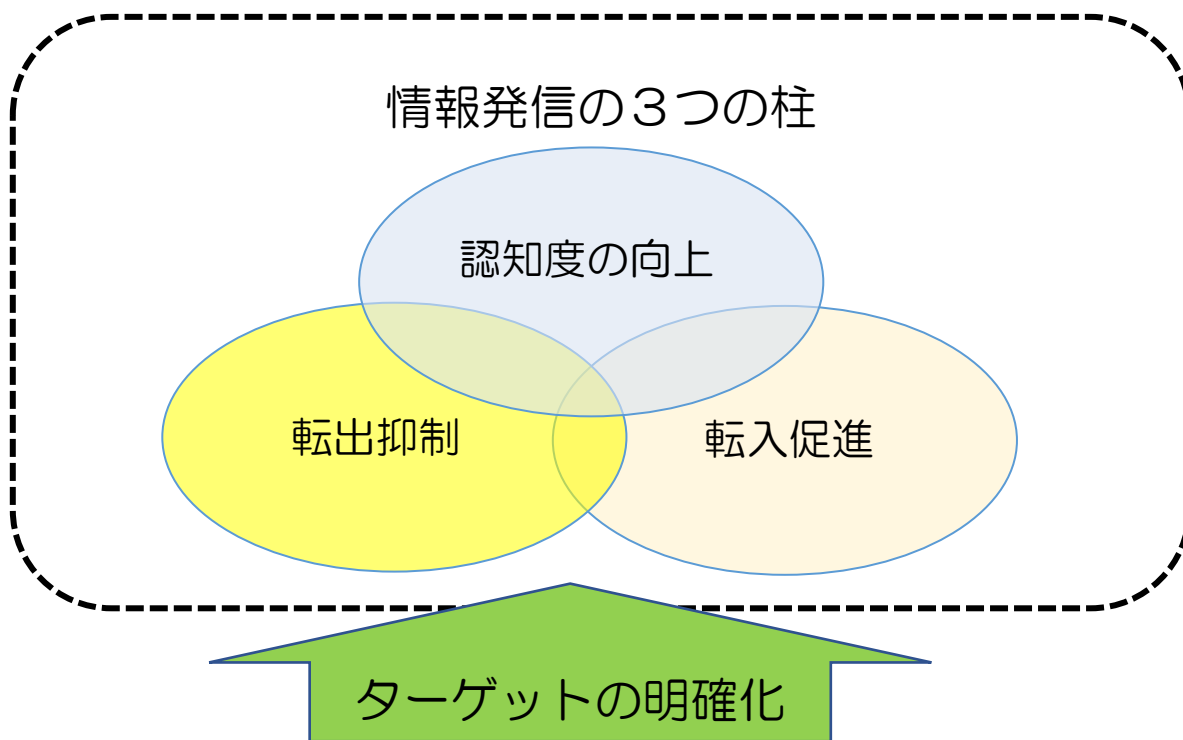
平成29年12月に当該シティプロモーション戦略を策定して以降、マスメディアへの積極的なアプローチ、まつぶしPR大使の情報発信やイベント等への参加によってSNSのフォロワー数も増加していることから、一定程度、「認知度の向上」が図られていると考えます。

しかしながら、社会の変革は凄まじく、その潮流に後れを取らないよう、また、引き続き、町の認知度を向上させるため、当該シティプロモーション戦略を改訂する必要が生じてきました。

つきましては、改訂した当該シティプロモーション戦略のもと、効果的なSNSの活用を通じて町の認知度を向上させるとともに、町民の町への愛着度を醸成することで「転出抑制」を図り、さらには町外の方へ町をPRすることで「転入促進」に努めてまいりたいと考えます。

2 基本方針

平成29年に策定した松伏町シティプロモーション戦略で掲げた「情報発信の3つの柱」を基本として、これらの3つの柱をさらに推進できるように、戦略を立て、取り組んでまいります。



※ターゲットを明確化することで、最適なアプローチを検討し、効果的なシティプロモーションにつなげます。

地の利を活かした情報発信

町の豊かな自然環境や公園、特産品、農産物、飲食店などの地域資源を活用することで、「松伏町」の良さを再認識し、シビックプライドの醸成を図ります。さらには、松伏町周辺の資源にも目をむけることで、より効果的な情報を発信していきます。

全庁的なまちの魅力を発信する意識の醸成

庁内のシティプロモーション推進員を中心に、職員一人ひとりのシティプロモーションへの意識を高めていきます。

3 戦略

ターゲットの明確化

各情報発信をする際に「ターゲットを明確化する」ことで、最適なアプローチを検討し、より効果的なシティプロモーションにつなげます。

「誰に」「何を（情報）」「どのように（ツール）」発信するか



若年層

をターゲットとします

具体的なメイン・ターゲットの設定

子育て世帯（20代後半～40代前半）

〈求めている情報の整理〉

ターゲットを設定するための背景を次のとおり検討し、そこから具体的にターゲットの情報を追加していきます。

- ・休日の豊かな自然環境に沿ったライフスタイルに憧れている。
- ・時々都内へ行く程度で、近隣施設での生活圏で満足している。
- ・都内に一度住んでみたが、住宅の購入、子育てのメリットなどを検討項目として移住先を探している。

子育て世帯（20代後半～40代前半）

【具体的設定】

39歳と34歳のパートナー

39歳 都内 IT企業勤務

34歳 第1子が小学校入学後、学童を活用して仕事をしたい。

第1子：5歳幼稚園

第2子：検討している

世帯年収：600万円

所持動産：自家用車1台

現住居：都内近郊のアパート



(1) 地の利を活かした PR

ア 県営まつぶし緑の丘公園の活用

当町の大川戸地区には、「県営まつぶし緑の丘公園」があります。

県内の県営公園の中でも、集客率はトップクラスで、休日には様々なキッチンカーなどが出店しており、たくさんの家族連れでにぎわっています。

また、バーベキュー広場も併設されており、道具や食材を持たずに、一年中手ぶらでバーベキューを楽しむことができます。

当公園は、広場ゾーン、水辺ゾーン、里山ゾーンの3つから構成され、四季折々の景色を五感で感じることができるとともに、季節に合わせた様々なイベントを開催しており、一年中楽しめる公園となっているので機会を捉えてPRしていきます。



イ 自然豊かなまちの原風景の発信 (PR)

当町は、東京近郊30km圏内にありながらも、自然豊かな原風景が広がっています。Instagramなどを活用して、町内外に町の魅力を発信していきます。



ウ ふるさと納税の拡充

ふるさと納税は、美味しいものから実用的なものまで、32店舗100点（令和6年3月31日現在）となっています。

ふるさと納税額は年々伸びており、たくさんの企業が元気に頑張っています。

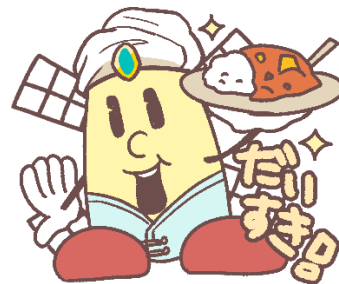
令和7年中には、東埼玉道路も開通することから、企業立地として、高いポテンシャルを持っていますので、ふるさと納税を通して町の地場産業の魅力をPRしていきます。



エ 松伏ふるさとカレーのPR

当町は、国産カレー粉を開発するとともに、エスビー食品株式会社の創業者でもある「山崎峯次郎氏」のふるさとです。

エスビースパイス工業株式会社のカレー粉である通称「赤缶」を使用して、「松伏ふるさとカレー事業」を展開しているところです。今後も、様々なカレーに関する事業を展開し、町をPRしていきます。



オ まつぶしPR大使・PRキャラクターの活用

平成30年4月から、AKB48の高橋彩音さんにまつぶしPR大使を委嘱しています。また、新たに松伏町をPRしていただける方を大使として委嘱していきます。

町のイベント等に参加していただき、SNSで発信いただくことで町のPRを行っています。町でイベントを開催すると、町内外からたくさんのファンの方も集まり、イベントが活気にあふれます。

また、松伏町PRキャラクターの「マッブー」やまつぶし緑の丘公園キャラクター「みどりん」の町内や近隣市町での認知度は、上昇傾向にあります。

これからも、様々な機会を捉えて、まつぶしPR大使やPRキャラクターを活用し、町をPRしていきます。



カ 推奨特産品の拡充

推奨特産品は、商工会の松伏町推奨特産品選定委員会で2年に一回更新され、選定された商品は、「松伏町推奨特産品物語」に掲載されます。

現在9店舗 21 商品が推奨特産品の認定を受けており、今後も、SNS や町の特集などでPRするとともに、関連するイベント等を一緒に盛り上げていきます。



町の農産物と言えば、「お米」が中心となりますが、最近では、6次産業化に取り組んだり、イチゴやネギなどの新たな農産物を売り出したりと、若い農業者が町の農業を盛り上げようと努力しており、町内の商業施設や直売所での販売も進んでいます。

町営農園や農業体験などの機会をつくり、農作業を通じ自然教育の場を提供していくことで、都市型農業の振興にもつながることから、町も一体となって盛り上げていきます。



町内には、最近おしゃれなお店が増えています。

豆にこだわるテイクアウトのコーヒー店、人気のラーメンとともにコーヒーを提供するカフェやサイクルロードの途中にあるロードレーサーの憩いの場となっているカフェなどがあります。他にも個性豊かなお店がたくさんありますので、特集を組んで広報紙等で積極的に発信していきます。

夏グルメ

AR348 3-218
三浦美代子 後援 朝日新聞

これは発酵食品です。

甘子

甘子

甘子

冷製ミニ甘酒 (350円)

300年も受け継がれる手造りされた甘酒と自ら耕作したお米から、一切農薬せずに作り上げる自家製甘酒。おすすめ用の食べ方は冷やしてシャーベット状にして食べる。この1新商品の250gのミニサイズ甘酒がおすすめ!

金杉杉屋
住所 金杉2033-3 ☎048-991-2287
営業時間 10:00~16:00 定休日 月・水・金

特製 かき氷 (280円→)

【水使便た!】
増田商店で久寿餅に使用している黒米からかき氷「黒みつきこ」や夏バテ防止に効果でせみん、金杉杉屋さんの甘酒をかいた「甘酒かきみ」など種類豊富な「かき氷」追加でトッピングも各自好みのかき氷を見つけて!」

増田商店
住所 田中3-27-16 ☎048-991-5850
営業時間 9:00~18:00 定休日 月

自家製! はちみつゼラート (280円)

店主さん自ら養蜂し、採った蜂蜜を使ったはちみつゼラートが絶品。はちみつのかき氷が絶好つ、さっぱりとしたゼラートを食べながら、夏の癒やしをのめましょう!

竹林カフエ 風
住所 祝田1-426 ☎070-5012-5817
営業時間 8:30~15:00 定休日 月~木

自家製! いちごのゼラート&シャーベット (各350円)

幸庵、あまりん、紅はつづ。夏には是非いちごをゼラートとシャーベットにして販売しています。いちごの甘みと酸味のバランスが絶妙で、暑さで食欲のない時でも食べられるので! 冷凍いちごも販売しています。

コロコロいちごファーム
住所 愛比田2134 ☎090-4424-9699(問合せ時間9:00~15:00)
営業時間 10:00~15:00 定休日 月(祝日の場合は翌日)

冷凍いちご

シャーベット・ゼラート

[illegible]

ケ 広域的な視点の情報発信



松伏町は、埼玉県東南部に位置しており、中核市や特例市などの大きな市が周囲に隣接しています。町内には駅や大型商業施設、娯楽施設はありませんが、松伏町を中心に周囲を広く見てみると、程よい距離で近隣市に様々な施設が点在しています。車を所有していると、利便性がさらに広がります。戸建て住宅に住みたい、庭が欲しい、という世帯の希望を叶えることができます。

町内にこれらの施設がないことはデメリットではなく、むしろ閑静な住宅街として、落ち着いた生活ができるというメリットと捉えることができます。

また、町の東側を南北に東埼玉道路（国道4号）の一般部が令和7年に完成することから、町内での生活がさらに円滑になることが見込まれます。

なお、町内にも商業施設やドラッグストア、コンビニエンスストアなどがあり、普段の生活を送るのに困ることはありません。しかしながら、こういった商業施設等までの移動手段を確保することが難しい高齢者等が存在することも事実です。

そこで、町ではタクシー券やバス利用券を配布して、移動手段の一部を助成するとともに、令和5年8月からは買い物の機会が増えるよう移動スーパーを実施し、近所での買い物を可能にしました。

① 松伏町役場～近隣駅

自家用車の利用で、所要時間はバスよりも少し短縮されます。また、荷物が多いときなど、自家用車で駅まで行き、コインパーキングに駐車して電車を利用することも可能です。コインパーキングは1日駐車しても都心ほど高くはありません。

また、駅近くに月極で駐車場を借りて電車で通勤することも可能です。

② 松伏町役場～近隣商業施設、映画館

松伏町近隣には、大型商業施設がたくさんあります。町から少し離れたところにあるので、自宅付近が混雑することはありません。時間帯によっては、商業施設が混み合う前に買い物を済ませて、帰宅することができます。

また、当町を中心に映画館も点在しており、様々な映画を楽しめるとともに上映時間の選択肢も広がります。

③ 松伏町役場～近隣スポーツ施設、文化施設

町内には、B & G海洋センターや松伏記念公園グラウンド、テニスコート、クラシック音楽を最も心地よく鑑賞できる田園ホール・エローラがあります。また、近隣にも、JリーグやBリーグを観戦できる施設、大きなコンサートホール、図書館などもあります。

④ 松伏町役場～近隣子育て施設、公園、レジャー施設

町内には、四季を通じて楽しめる県営まつぶし緑の丘公園や松伏総合公園があるほか、子育て施設として児童館や子育て支援センターもあります。少し足を延ばせば、近隣市にも季節を楽しめる公園やドッグランを併設した公園、プール、プラネタリウムを備えた児童館などもあります。

⑤ 松伏町役場～主要総合医療機関

町内には、小児科、一般内科、脳神経外科、眼科、皮膚科などの個別医療機関のほか、総合医療機関が2院あります。近隣にも総合医療機関が数多く存在しており、地域医療や救急体制が整っています。

⑥ 松伏町役場～主要高速道路入口・空港

松伏町を中心に、東京外環自動車道、首都高速道路、常磐自動車道、首都圏中央連絡自動車道、東北自動車道の5つの高速道路に囲まれています。行先に応じて、どの高速道路も利用可能です。なお、東埼玉道路の開通も予定しており、利便性がさらに向上します。

また、羽田空港、成田国際空港まで1時間程度で行くことができ、自家用車の利用により荷物の運搬が容易になります。

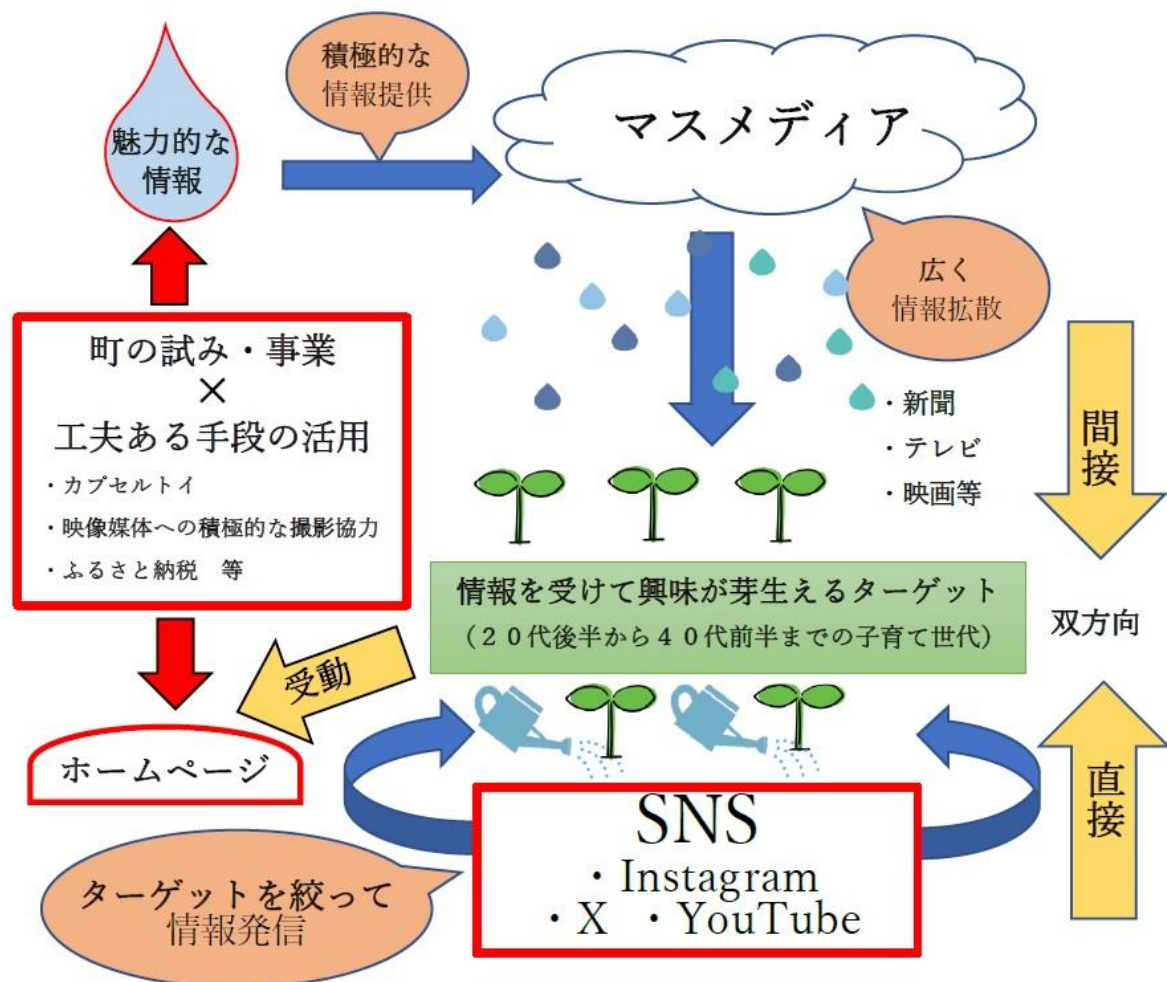
別紙に①～⑥を図に示しましたのでご参照ください。

(2) 全庁的なまちの魅力を発信する意識の醸成

ターゲットの興味が芽生える情報発信

昨今、個人で利用する情報収集及び発信の手段として、インターネットやSNS（個人媒体）が多くを占めるようになった中で、依然としてマスメディア（大衆媒体）の拡散力と影響力は大きいものがあります。

個人媒体と大衆媒体を双方向から利活用をするとともに、町外企画イベントへの参加や映像媒体の撮影協力の推進によって、町の情報発信の機会を得ることができます。加えて、ホームページをストック型メディアとして受動的な活用を想定し、整備していくことで、交流人口の増加、ひいては町内人口の増加、町への愛着度の醸成を目指していきます。



ア マスメディア（大衆媒体）との連携

テレビや新聞、プラットフォームといったマスメディアに対して、ただ情報を提供しても番組や記事として取り扱われなければ意味がありません。番組や記事にしたいと思える内容・情報でなければならないという観点から、マスメディアが取り上げたいと思える魅力ある情報づくりを心掛け、情報発信の機会を能動的に取得していきます。

魅力ある情報とは、他の類似情報と比較して優れていたり、珍しいものであったり、新しく先駆的であるものを言います。

このような情報づくりにあたり重要なのは、新しいツールや手段を用いて事業や町の試みを魅力的に昇華することです。すなわち、積極性と工夫ある『広報手段の活用』・『情報発信』を行っていくことになります。

【新しい手段】

①PR キャラクターグッズ等の活用

人口減少の克服と地方創生に取り組むため、PR キャラクターグッズ等を活用して郷土愛の醸成を目的に運用します。実際に商品を身に着けてもらうことによる視覚的な情報拡散も期待できます。様々な事業に関連付けて活用していくことで、話題づくりにも活用していきます。

- ・ イベント会場にて販売
- ・ 選挙啓発品として使用
- ・ カプセルトイをコラボ商品として制作



②マスメディアの映像媒体への積極的な撮影協力

映像を通して、松伏町の豊かな自然や、季節ごとの魅力あふれる風土や名所をより多くの人にPRし、町の認知度の向上、観光振興及び地域の活性化を図ることを目的に、テレビ・映画・CMなどの撮影を積極的に協力していきます。映像の撮影において、地域に根差した内容を取り扱っていただける場合、撮影の許可や、情報提供による協力ができます。番組制作サイドが持つ自治体の協力を得られるかどうかの精査というハードルを一つ取り除くことで、テレビ番組や映画などに取り扱ってもらう機会を増やし、町の情報拡散力の向上を狙います。



イ SNS（個人媒体）の更なる活用

複数のメディアに町の魅力的な情報を提供し、多くのメディアからの情報発信を複合的に行うことにより町に対する情報接触率の上昇を狙います。平行して、X（旧 Twitter）、Instagram、YouTube などの SNS を、町の情報発信を行う個人という視点から活用し、ターゲットや取り扱う情報を明確にし、受け手と交流しながら運用していきます。

そこで SNS には、①運用を通して等身大の魅力を継続的に発信すること。②マスメディア等からの情報発信と連携を図り、随時、話題性やニーズのある情報を必要な人へ発信すること。以上の2点の役割を持たせます。

【各 SNS】

① X（旧 Twitter）※以下 X と表記

X はハッシュタグによるターゲット選択ができ、リポストによる拡散力を持つ、情報鮮度が高いものが表示されるコンテンツであり、短文で分かりやすい投稿が好まれる特性から、即時性と情報を広く周知することに重点を置いて短文で運用します。また、マスメディアからの情報発信に合わせて、話題性の高まるタイミングにポストをすることで、マスメディアからの広域的な情報発信と、X による受け手のニーズや特性に合わせた情報発信の双方から情報を交流させ、町の認知度の向上を目指します。

② Instagram

Instagram は、画像や動画が中心となる視覚的なコンテンツであることから、町の普遍的で等身大の画像や映像を発信します。町の普遍的で等身大の魅力である、『豊かな自然』『ゆっくり流れる時間』『都心から近いまち』というブランドイメージを定め、Instagram の投稿に反映させていきます。拡散力を補うため、紙媒体との連携やイベントでの紹介等も行います。

- キャッチコピーと合わせて広報
- イメージポスター制作
- まつぶし応援特派員
- Instagram 投稿イベント
- 町外イベントで直接紹介



③ YouTube

YouTube は、広い年齢層に見られているコンテンツであることから、高齢者人口の多い当町において、子育て世代への情報発信の効果を損なわず、包括的に情報提供を行える手段として活用できます。閲覧しやすい工夫として3分程度の短い動画や、コマーシャル的なショート動画を中心に配信します。

シティプロモーション戦略推進員を中心に各課で動画制作をおこない、動画配信の充実が図られるよう努めていきます。



ウ 積極的な関連イベントへの参加

シティプロモーションや、キャラクターに関連したイベント等へ積極的に参加し、まつぶしPR大使、ポスター、特産品、カプセルトイ等の手段により、直接広報します。実際に体感した経験は忘れにくく、町の認知度の向上が期待できます。

イベント参加の模様についても、Xを用いてリアルタイムに情報拡散していきます。



エ ホームページの整備

ホームページの持つ多くの情報を蓄えられる特性に則り、松伏町の情報を網羅的に掲載し、見やすく分類やレイアウト等を整備します。ホームページの検索性の高さにより、過去の情報を含めた知りたい情報へのアクセスを円滑にできることから、受動的に情報を提供できる場としてホームページを活用していきます。



オ キャッチコピーの必要性

キャッチコピーとは、メイン・ターゲットの共感を呼び、注目度を高める言葉の意味します。キャッチコピーを活用し浸透させることにより、当該戦略の目的を達成することが可能になると考えます。

令和5年度のシティプロモーション推進員で様々な案を検討し、例えば次のような案が出されました。



キャッチコピーは、シティプロモーションを推進する上で、ターゲットが当町をイメージしやすくするだけでなく、町の魅力を端的に伝えることで、心に働きかけて記憶に残るものとなります。

今後、シティプロモーション推進員において議論を行い、全庁的に検討していきます。

カ シビックプライド（地域への誇り）

近年、地域社会を活性化し、住民の協力を促進する「シビックプライド」の取り組みに注目が集まっています。

その理由は、シビックプライドを高めることで定住率が向上し、新たな住民をも惹きつける効果が期待できるからです。少子高齢化・人口減少が進む今、自治体間での競争は激しくなるばかりであり、そうした中で、シビックプライドの重要性は、一層増していくと考えられています。

シビックプライドは、「自分が住んでいる地域に対する誇り」と定義され住民が自分たちの地域や自治体に誇りを持つ必要があります。

ただし、単に「郷土愛」や「郷土意識」を示しているわけではなく、大切なのは、その地域に住む一住民として、地域の発展に貢献していこうという意識になります。その意識こそがシビックプライドであり、その意味では、生まれ故郷であるかは関係ありません。たとえその地域が生誕地ではなくても、現在住んでいる町（都市）に対して住民が誇りを持っているのであれば、シビックプライドと言えます。

シビックプライドを醸成することで、地域へのコミットメントがより強まるため、地域サービスの質の向上や人的交流の活性化も期待されます。住民同士が協力しながらまちづくりを行ったり、イベントや文化活動を主催したりと、活気ある住みやすい地域が形成できると言えます。

その醸成には、様々な方法があります。「魅力の発信」、「制度の整備」、「住民参加型のイベント開催」、「地域学習の実施」など、複合的な取り組みを行っていきます。

① 地域の魅力を定期的に外部へ発信

町が率先して、地域にしかないオリジナリティを外部に発信することで、町の認知度向上が図られます。

結果的に、町民も自分たちの住んでいる地域に自信が持てるようになり、地域への誇りが一層高まる可能性があります。

② 制度や政策の整備

未解決の地域課題を一つひとつクリアにしていき、住民が住みよいまちづくりをしていくことが必要となります。住民参加型のイベントやプロジェクトを支援するための枠組みを整えることで、町民が自分たちのアイデアや活動を実現できる環境の整備を図っていきます。

③ 町民への地域学習（イベントやワークショップなど）を実施

地域の中にある魅力を再発見してもらい、地域が抱えている課題の解決策を考える機会を設ける取り組みを行います。

なお、地域学習は、小学校や中学校などの教育現場で実施されるのが一般的ですが、世代を問わずに実施していく必要があると考えます。

最後に、シビックプライドとは、町民が自分たちの地域に誇りと愛着を持ち、地域社会の発展に貢献する重要な概念であり、松伏町は、知名度としてはまだ低いものの、今後シビックプライドを育むことのメリットは大きく、転出抑制や少子高齢化の抑制、地域活性化などの様々な効果が期待できます。

※「シティプロモーション」と「シビックプライド」

両者の違いは主にその対象の違いにあります。シビックプライドは「地域内」の住民の意識を指すのに対し、シティプロモーションは「地域外」への働きかけを意味します。

ただし、両者は互いに補完関係にあるため、シティプロモーションの一環としてシビックプライドという言葉が使われることも多くなっています。

キ 町民との協働による魅力発信

まつぶし応援特派員と協働して、知られざる町の風景やお気に入りの場所の写真をInstagramに投稿してもらうことで、町内外に町の魅力を発信していきます。さらに、投稿写真を広報紙や各課等の事業で有効に活用していきます。

ク 意識改革（推進体制）

松伏町のシティプロモーションを推進していくために、町職員の意識改革が必要不可欠です。シティプロモーション推進員を中心として、全庁的にシティプロモーションに対する理解を深め、情報発信に関する意識を高めていきます。

また、町民の「郷土愛」を高めるとともに、さらに町の魅力を発信したいという「シビックプライド」につながるような取り組みも実施していきます。

○まつぶしPR 大使設置要綱

（目的）

第1条 松伏町の魅力を町内外に広く情報発信し、松伏町の認知度の向上を図るとともに、町への郷土愛の向上を図るため、まつぶしPR大使（以下大使という）を設置する。

（職務）

第2条 大使は、次に掲げる職務を行うものとする。

- （1）町内外に対して本町に関する情報発信をすること。
- （2）本町が主催、後援する事業等に協力すること。
- （3）町の情報発信に関する助言及び各種情報の提供に関すること。
- （4）その他、町長が必要と認める活動への協力に関すること。

（大使）

第3条 大使は次に掲げる者のうちから町長が委嘱する。

- （1）学術、芸術、産業、文化、芸能、著述、スポーツ等さまざまな分野で地域を越えて活躍する本町とゆかりのある者。
- （2）前号に掲げる者のほか、町長が特に適当であると認める者。

（任期）

第5条 大使の任期は、1年とする。ただし、再任は妨げないものとする。

（広報）

第6条 大使の活動を広く周知するため、町の広報媒体（広報紙、ホームページ、SNS）での周知、及び報道機関への情報提供に努める。

（解職）

第7条 町長は、大使本人の責に帰すべき行為により、著しく町の名誉を傷つけたと認めるとき、または大使にふさわしくない非行があると認めるときは、その職を解くことができる。

（庶務）

第8条 大使に関する庶務は、総務課において処理するものとする。

（委任）

第9条 この要綱に定めるもののほか、必要な事項は町長が別に定める。

附 則

この要綱は、平成30年4月1日から施行する。

○松伏町シティプロモーション推進員配置要綱

（趣旨）

第1条 松伏町シティプロモーション戦略（以下「戦略」という。）に基づき、効率的に情報発信を行っていくとともに、当町のシティプロモーションをオール松伏町で協力して展開していくため、松伏町シティプロモーション推進員（以下「推進員」という。）を配置し、その必要な事項について定めるものである。

（任命）

第2条 各課局室に推進員を1名以上配置するものとし、所属長から推薦のあった者を総務課長が任命する。

（業務）

第3条 推進員の業務は次のとおりとする。

- （1）所属する課等の情報発信素材を発見、発掘等し、SNS等を使い分け、積極的に情報発信すること。
- （2）戦略の策定、推進、見直し等に関すること。
- （3）その他松伏町のPRに関すること。

（任期）

第4条 推進員の任期は任命の日から翌年の3月31日までとする。

（委任）

第5条 この要綱に定めるもののほか、必要な事項は、町長が別に定めるものとする。

附 則

（施行期日）

この要綱は令和5年4月1日から施行する。

○まつぶし応援特派員設置要綱

1 目的

町の魅力を町内外に発信して町の認知度向上を図るとともに、町民との協働により新鮮で魅力ある地域情報や、町の魅力を再発見することでさらなる郷土愛の醸成を図るため、松伏町の魅力を全国に発信する「まつぶし応援特派員」を設置する。

2 構成

町の魅力を積極的に発信できる町内在住・在勤の方5人程度とする。

3 任期

任期は任命された日から当該年度の3月31日までとする。

4 報酬

無報酬とする。

5 実施内容

次のような地域の話題や出来事等を取材・撮影・発信するとともに、総務課総務秘書広報担当へ情報提供していただき、広報まつぶし、町公式SNS等で情報発信していくものとする。

(1) 松伏町内で発見した情報等

(2) 松伏町に関する情報で、広く周知したい情報等

(3) 「まつぶしベストランキング」(ご自身で見つけた松伏町のベストランキング(3位程度))

(4) その他町のPRにつながる情報等

6 注意事項

(1) 誹謗中傷や不快な思いを与えるような写真、文章等ではないこと。

(2) 発信時には次のハッシュタグをつけること。

#まつぶし応援団 #松伏 LOVE

(3) 写真については、撮影した写真内に写り込んでいる方の広報紙等への掲載を確認するとともに、私的所有物の撮影は所有者の了承を得ること。

(4) 町へ送付した写真等の著作権は特派員本人に帰属するが、松伏町として公式の情報発信媒体で使用する、町で実施する他の事業で使用する等に同意すること。

(5) 町の目的にそぐわない投稿があった場合は、当該投稿について内部で協議し、削除するとともに、速やかに任命を解くものとする。

まつぶし応援特派員の Instagram 投稿写真

