



11月 NPO法人らら音楽アトリエ主催の「親子・多世代向けコンサートらら」で主催者の丹家さん、遠藤県議、関係者の皆さんと



11月 NPO法人ドット・ジェイピー主催議員交流会 大学生との意見交換



11月 スケートパークの視察



12月 新規購入された35m級(11階建物相当)はしご車内観会



12月 議会一般質問 トップバッターです！



12月 石岡市議会と笠間市議会の代表議員による大井川知事、常井県議会議長へ道祖神峠トンネル化の要望



12月 かさま陶芸の里ハーフマラソン大会ボランティアスタッフ(交通誘導)



1月 こうのす道路里親の会 23人で道路清掃活動！



1月 議員インターンシップの面談。2～3月で15日程度受入



1月 修士論文の口述試験。Zoomで教授からアドバイスを受ける



1月 大洗の神磯の鳥居の前で！



1月 大洗磯前神社へ関口広子さん作製の大絵馬を見て、御守りを受けてきました



1月 「惣菜かじま」で買い物。大森さん、小池さんと！



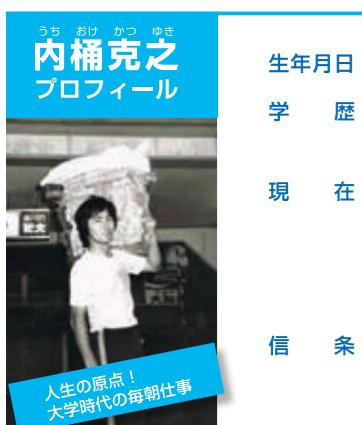
2月 大学院同期GIGAスクール構想の勉強会。つくば市、笠間市の状況確認



2月 冬の草刈り。ひと休み



2月 日本遺産を活用したラーニングページ～みんなで「かさましこ」のストーリーをつくってみよう～



生年月日 昭和35年（1960年）10月1日生まれ（60歳）

Facebook Instagram
にて活動更新中！

学歴 日本大学農獸医学部卒業

※勤労学生：東京で寮生活。朝3時に起床し、新聞・雑誌を私鉄の駅の売店に運ぶ

現 在 法政大学大学院政策創造研究科修士課程に在学

ともべ幼稚園理事、NPO法人グラウンドワーク笠間顧問、笠間市ドッジボール協会理事長、茨城県ドッジボール協会顧問、日本ゴルフツアー選手権森ビルカップ大会役員

信 条 「他人と過去は変えられないが自分と未来は変えられる」「一途一心」



「笠間の栗」で染色したマスクをつけて活動



内桶克之オフィシャルHP

HP <http://uchioke.com>
f [katsuyuki.uchiok](https://www.facebook.com/katsuyuki.uchiok)
o [okeok19601001](https://www.instagram.com/okeok19601001)

ともに歩む

皆さん、こんにちは、内桶克之です。

日頃から応援をいただき、ありがとうございます。

新型コロナ感染症については、年末から1月初旬にかけて全国の新規陽性者数がかなり多くなったことから、1都2府7県で緊急事態宣言の発令となりました。茨城県も年末からの2週間で新規陽性者数が2.9倍(638人)となり、県独自の緊急事態宣言を県内全域で1月18日～2月7日まで発令し、営業時間短縮要請やイベント等の開催制限などの対策を実施しました。しかし、病床稼働数の判断指標(185床)以下にならないことなどから2月28日まで延長となっています。笠間市での陽性者数は2月15日現在、91人となっています。そうした中、2月1日付けで「新型コロナワイルスワクチン接種プロジェクトチーム」が発足し、2月12日には医師、看護師、保健師などが参加し、ワクチン接種シミュレーションが行われ、課題を抽出し本番に備えています。4月初旬から順次ワクチン接種を予定していますので、今後どのようにすればよいかなどをお答えさせていただきます。



会派「かさま未来」として、山口市長と来年度予算について協議



1. 笠間市の広報戦略



内桶克之vs市長公室長



Q. 広報が担う役割は何なのか

- A. 市民向けには政策や災害等の暮らしに直結した情報を迅速に発信するほか、市の歴史を通じて郷土愛を育む情報を提供する。市外の方には笠間の良さや特徴の認識につながる観光情報、移住促進に役立つ情報を提供する重要な役割を担う。

Q. 広報媒体の活用はどのようにになっているのか

- A. 広報かさまは読みやすさを心がけて構成している。お知らせ版は発行頻度も多く、各課からの生活密着情報を掲載している。ホームページは欲しい情報をすぐに探せる見やすさを重視し、市民への情報提供とともに県外の方へは、市へ誘うコンセプトで編集し、SNSは即時性を重視する内容で発信している。

Q. SNSの活用方法はどのようにになっているのか

- A. プラットフォームの機能的特徴と主な利用者を考えて運用している。ベースは文の長さや写真の枚数に制限がなく、40代が多く使うフェイスブックで、連動してツイッターにも掲載している。ツイッターは140字以内という制限があるが、10代、20代が好み、拡散のスピードが速い。インスタグラムは30代利用者が多く、インスタ映えする写真を選んで掲載している。LINEは利用者最多的のアプリで、特に広く伝えたい情報の掲載をしている。

SNSのフォロワー数は、第二次総合計画の令和3年度までの目標として、1万人を目指しているが、令和2年11月末現在、フェイスブックは4,329人、ツイッターは、4,121人、インスタグラムは2,819人で、合計1万1,269人となっている。LINEは、11月2日から開始し、約1か月で1,500人の方に登録があった。トータル的には目標を上回っている。

Q. シティプロモーションはどのようなテーマで実施しているのか

- A. 第2次総合計画に掲げた観光客の増加、定住人口の獲得、企業誘致等に向けて地域イメージを高め、知名度を向上させるために行う広報活動全般と捉えて実施している。

Q. 今後の広報戦略について

- A. コロナ禍によってSNSによる情報発信の重要性が増した。まちの魅力発見や地域資源の価値向上を目指した有効な広報発信としてSNSによる発信力を強化するが、情報格差を生まないよう配慮も必要である。

広報の役割・戦略とは「だれに」「どのように伝えるか」だと思います。その中で①市民向け②市外の方々向けとなります。基本は①市民向けで、行政情報の伝達周知、案内、お知らせが主たる情報になり、広報紙、ホームページ、新聞折込（今年度は、新型コロナ情報と笠間市の対応・対策等）②市外の方々には、笠間のPR、イベントや催事の情報、観光情報、笠間市の重点政策の情報提供などを、ホームページ、SNS、動画などで紹介しています。

シティプロモーションは、地方自治体によって行われる地域のイメージを向上させるために行われる活動の総称です。地方自治体による「地域活性化のためのすべての活動」を意味します。具体的には、地方自治体による「広報活動」あるいは「営業活動」で、その目的は「自治体を維持していくこと」になります。

2. 笠間市の魅力向上

Q. 市の魅力度

- A. ブランド総合研究所の調査では、2009年の魅力度は1.6点で755位だったが、2020年4.6点、1000自治体中648位、県内35自治体中14位で緩やかに上昇している。

笠間市の魅力度（順位）の推移

	地域ブランド調査 全国1,000市町村の順位							今までの最高順位
	2010 平成22年	2013 平成25年	2016 平成28年	2017 平成29年	2018 平成30年	2019 令和元年	2020 令和2年	
魅力度	661	584	513	660	805	651	648	
認知度	655	651	583	692	688	538	648	
情報接触度	617	536	552	647	778	537	661	
観光意欲度	642	646	665	876	886	870	965	
居住意欲度	754	817	603	994	809	976	977	
產品購入意欲度	374	352	384	579	952	702	842	
食品想起率	754	842	575	550	742	794	646	
食品外想起率	88	43	41	75	48	55	39	

内桶克之vs産業経済部長



Q. 栗のブランド化の取り組みについて

- A. 本年度は「るるぶ」やJR東日本と連携したホテルでの笠間フェア、山手線の車内広告などPRに努めた。県のアンテナショップ、東京駅内で栗マルシェ、フェアなどを開催し、ウェブ版かさま新栗まつりには4万件超のアクセスがあった。こうした種々の取り組みがブランド化、栗農家の所得向上につながると考えている。

※栗専門の加工販売会社「笠間栗ファクトリー」の今後のスケジュールについて

現在、国の補助金を受けるため農水省と折衝中の段階。補助が採択になれば法人設立、その後、工場の建設を進める。まだ明確なスケジュールは、内示、交付決定後と考えている。「笠間栗ファクトリー」の補助金は、令和2年度予算に計上予定で、工場の竣工を令和4年3月末予定。令和4年の秋から栗ペーストの生産を開始予定となっている。「笠間栗ファクトリー」の仕組みづくりは、熊本や岐阜などモデルケースとして成功した会社の協力を得たいと考えている。その会社（機械加工メーカー）の協力を得て、長野県小布施町、岐阜県恵那市など成功している事例を参考にしながら、事業を展開していく考えである。

Q. ウィズコロナにおける今後のイベントのあり方

- A. つつじの動画配信、笠間焼のウェブ販売、ウェブ版新栗まつりを開催するなど、市と主催者が工夫し新たな取り組みを行った。イベント開催は観光集客、市のPRに欠かせない事業であり、笠間ならではの観光資源を生かした映像を取り入れた四季折々のネット配信、ネットでの物販など、集客イベントと同時にSNSを活用した映像イベントを実施している。

Q. 広域連携、公民連携による魅力向上の状況について

- A. 水戸・笠間・大洗・ひたちなか市観光協議会ではいち早く台湾からの誘客推進を図っており、今年度は4市の観光地や施設を結ぶ周遊バスの運行等を行っている。9市町村で構成する茨城県央地域観光協議会は、9市町村の観光資源を集めた観光PR用の動画撮影を行った。笠間市と益子町で構成するかさましこ観光協議会は、日本遺産に認定された文化遺産をめぐるツアーや開催するなど他自治体との広域連携は新たな魅力創出、誘客につながると考えている。公民連携は、（株）マップルと（株）オマツリジャパンと包括連携協定を結び、観光振興を図っている。民間活力による旧スカイロッジのイノベーションは、1月末までほぼ満室の状況である。今後は、笠間クライニンガルテン、北山公園の公民連携の検討を進め、サービスと質の向上、施設の魅力向上を図る。

内桶克之vs都市建設部長



Q. スケートパークの活用と魅力向上

- A. 3月末のスケートパークオープンイベントとして、笠間アウトドア＆アート×アクションスポーツフェスを開催する。民間事業者を中心に実行委員会を組織し、市も参画して詳細な検討を行っている。スケートボード、BMXのデモンストレーションや体験会に加え、光と音のデジタルアートやアクションスポーツを融合した新たなショー、陶芸体験やアウトドア体験、御当地グルメ、物産などの出店を計画している。県内外の子育て世帯のファミリー層や流行に敏感な若者の来場を期待しており、市のスケートパークを広くPRする絶好の機会と捉えている。

毎年、茨城県の魅力度ランキング（2019年まで7年連続最下位、2020年42位）が話題になりますが、全国1,000市町村の魅力度ランキングも同時に公表されています。2020年の笠間市の魅力度ランキングは648位です。また、観光意欲度は965位、居住意欲度は977位です。

皆さん、この順位をどのように感じますか？あまり順位にこだわる必要はないですが、観光交流都市を目指す笠間市としてとても残念な順位だと感じています。なぜ、このような順位なのかしっかり検証して、観光事業等を開拓することが必要です。食品想起率は646位ですが、「笠間の栗」のPR・販売事業を拡大していることから順位は上がると思います。また、食品外想起率39位は過去最高順位となりました。この部分は「笠間焼」の知名度向上がポイントとなることから、日本遺産「かさましこ」の取り組みによってさらに順位は上昇すると考えています。

笠間市は茨城県を牽引する観光都市であると同時に、交通の要衝です。全国の多くの方に笠間市を知っていただき、イベント時だけでなく、普段から観察や観光で笠間市に訪れてもらいたいと思います。