

藤沢市 民間複業人材活用実証実験 最終報告会

日時：
2025年1月23日（木）
午後1時30分から



次 第

1 開会

2 市長挨拶

3 プロジェクト報告

- ・ 郷土歴史課 × ミュージアムのSNS活用アドバイザー 宮部 早紀 様
- ・ 郷土歴史課 × ミュージアムのマーケティングアドバイザー 今井 清臣 様
- ・ 防災政策課 × 防災計画の“見える化”アドバイザー 古川 園子 様
- ・ 市民自治推進課 × コミュニティ設計アドバイザー 山根 堯 様
- ・ 観光課 × 観光SNSアドバイザー 小笠原 由多 様
- ・ 西北部総合整備事務所 × 産学公連携推進アドバイザー 村松 功規 様
- ・ 下水道総務課 × 下水道のPRアドバイザー 岩澤 康一 様
- ・ 職員課 × 人材育成基本方針の策定アドバイザー 浦川 貴史 様

4 株式会社Another Works様 感想

5 写真撮影

6 閉会

藤沢市複業人材活用の実証実験 最終報告会

ミュージアムのSNS活用アドバイザー

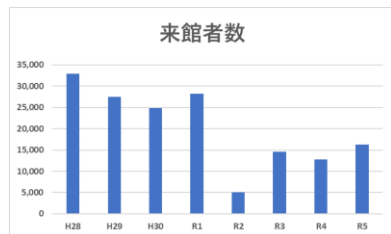
生涯学習部 郷土歴史課 藤澤浮世絵館

藤澤浮世絵館の来館者増を目的に、 ミュージアムのSNS活用アドバイザーを登用！

抱えていた課題

来館者の減少

- ・コロナ後の回復伸び悩み
- ・令和5年度は約1.6万人



SNSの苦戦

- ・Instagramフォロワー 167人

もっとたくさんの人に、浮世絵を通じて
地域の魅力や歴史を知ってもらいたい！

17エントリー獲得！



SNSマーケティング 17エントリー

【芸術で地域の可能性を広げる！】ミュージアムのSNS
活用アドバイザー

登用した複業アドバイザー



宮部 早紀さん
(みやべ さき)

- ・企業のInstagram運営経験あり
- ・記者としての経験を活かしたメディア戦略に精通
- ・取材経験から藤澤浮世絵館のことをよく知っている

(プロフィール)

日本放送協会 記者

株式会社ジェイコム ディレクター、記者、アナウンサー
フリーランス受注業績

株式会社カヤック ライター、映像制作

株式会社銀の鈴社 ライター、映像ディレクター、広報

アナン株式会社 企画、制作、広報

合同会社TURNER ライター

Instagramの投稿・周知に取り組んだ結果、 フォロワー+53.3%（256人）という成果を得ました！

取組1 マニュアルを作成

マニュアルを作成し、
SNS業務の簡素化・
負担軽減を実現！

- ・SNS業務の負担を軽減するため、作業をマニュアルに落とし込みました。
- ・業務の伝達をシンプル化し、引継ぎがしやすい環境を作りました。



▲SNSマニュアルの一部

取組2 新規コンテンツの開発・投稿

新規コンテンツを開発し、投稿回数の大幅アップを実現！

- ・「作品投稿」として、週2回の所蔵作品の紹介を開始しました。
- ・さらに、広報CP課が運営するフォロワー1.6万人のfujisawakyunと共同投稿を実施しました。

取組3 アカウントの周知

Instagramの周知を
オンラインとオフラインで

- ・X、Facebook、ホームページでアカウントを周知し、既存フォロワーをInstagramに誘導しました。
- ・二次元コードを掲載したポップを作り、藤澤浮世絵館や出張イベント会場に設置することで、フォローしやすい環境を作りました。



Instagramポップ▶

成果

Before

投稿不定期
フォロワー約150人

After

投稿頻度週2～4回
フォロワー+53.3%（256人）

プロフィールのアクティビティ+268%（672）
プロフィールへのアクセス+272%（663）
外部リンクへのタップ+120%（11）

藤沢市複業人材活用の実証実験 最終報告会

ミュージアムのマーケティングアドバイザー

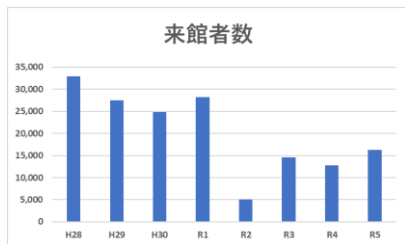
生涯学習部 郷土歴史課 藤澤浮世絵館

藤澤浮世絵館の来館者増を目的に、 ミュージアムのマーケティングアドバイザーを登用！

抱えていた課題

来館者の減少

- ・ 2016年7月の開館から約8年が経過。
- ・ コロナ禍の低迷を経験。
- ・ 令和5年度は約1.6万人



もっとたくさんの人に、浮世絵を通じて
地域の魅力や歴史を知ってもらいたい！

19エントリー獲得！



マーケティング 19エントリー

【来場者数が増える体験型の仕掛け】ミュージアムのマ
ーケティングアドバイザー

登用した複業アドバイザー

今井 清臣さん
(いまい きよとみ)



- ・ BtoC分野でのマーケティング経験が豊富
- ・ 旭山動物園などコンテンツを活かしたマーケティングに精通

1995.10 - 2004.1 カネボウ株式会社
プロダクトマーケティング

2004.2 - 2013.5 アディダスジャパン株式会社
ヘッドオブビジネスユニット

2014.4 - 2024.7 ソニーピクチャーズエンターテインメント
マーケティング本部長

来館者アンケートの分析を行った結果、これまで気づかなかったニーズを把握！来館者のニーズに合わせた新規講座を実施することで、新たなリピーターの獲得をめざす！

取組1 来館者アンケートの分析

来館者アンケートについて詳細な分析を行いました。

【分析結果】

- ・市外在住、50歳代の来館者は、**浮世絵に関する深い知識を得たいニーズ**がある。
- ・来館者は、**自分の知識欲を満たす内容を浮世絵館に求めている。**

取組2 来館者のニーズにあったイベントの創設

アドバイスを受けて、新規講座の創設！！

「浮世絵館プレゼンツ 30人のための特別講義」

- ・アンケート分析結果を踏まえた企画立案。知識欲を満たす講座
- ・5W1H「なぜ？」「どうして？」を講座内容とする。
- ・リピーターを刺激する、5か月間にわたる連続講座
- ・2025年3月～実施予定

「浮世絵館プレゼンツ 30人のための特別講義」

- 第1回 写楽のナゾってなんだろう？
- 第2回 なぜ空が赤いのか？～明治浮世絵とみる色の種類～
- 第3回 広重はどんな藤沢宿を描いたか？～東海道五十三次シリーズに描かれた藤沢宿～
- 第4回 江戸の粋とは？江戸のファッション追跡！
- 第5回 なぜ外国に大量の浮世絵が？～海外浮世絵コレクション～

成果

Before

来館者アンケートなどの数値的根拠をもとにした、来館者増加施策を具体的に考えられていなかった。

After

来館者のニーズを知ることでき、来館者の増加につなげる新規事業を計画することができた。

2025.1.23 藤沢市複業人材活用の実証実験 最終報告会

防災計画の “見える化” アドバイザー



防災安全部 防災政策課





防災政策課としての課題・公募の背景①

対象事業

藤沢市国土強靱化地域計画の改定

事業概要

本市において、防災及び減災の施策を客観的に分析・整理し、更なる充実を図ることを目的として、令和4年3月に策定された計画を令和7年度に向けて改定するもの

改定のポイント

職員だけでは効果的な
解決が困難なポイント

(1)周知啓発に向けた工夫

(2)目標・リスクシナリオの再設定

(3)施策の展開に向けた実施計画の策定



防災政策課としての課題・公募の背景②

抱えていた課題

本計画が広く認知されていない

- ・ 膨大な情報量（93ページ）
- ・ ほかの防災関連諸計画に共通する内容の掲載（本市の概況など）
- ・ 文字主体の構成



分かりやすく親しみやすいデザインの採用
やスリム化により、多くの市民や事業者
に一層の浸透を図る必要性がある



防災政策課としての課題・公募の背景③

求めた人材像

- (1)災害時の対処方法や防災活動に関する知識のある方
- (2)業務マニュアル、報告書、仕様書、技術解説書などのドキュメント作成に携わったことのある方



11件のエントリー
うち5人と面談選考
を実施して
アドバイザー1人を決定！



テクニカルライター 7エントリー

【ライティングや防災知識でまちを守る】防災計画の”見える化”アドバイザー



ご協力いただいたアドバイザー

プロフィール

- ・ 古川 園子さん
- ・ 現在、編集者/広報PR担当として活動しており
各種ライティングや業務マニュアルの構築等を行っている
- ・ これまで10年以上にわたり記者・編集者として災害報道に
携わった実績や専門用語を解りやすくしてきた経験あり



選考したポイント

- ・ “見える化”という課題に対しデザインの知見・実績に期待
- ・ 市外在住ながらも、藤沢市の防災計画の改定を広い目で自分事としてとらえていただいた熱意
- ・ 面談時のお人柄



協働に係る取組の内容・成果

取組

- ・ 見づらさの解消を目的としたデザインを活用や既存の文字情報の見易さの工夫
- ・ 分かりやすさの向上を目的とした配色の工夫

成果

- ・ 現計画には示されていなかった計画の体系の明確化・イラストやデザインを活用したことによる分かりやすさと親しみやすさの向上
- ・ 現計画と比較して大規模なスリム化（93→19ページ）



協働に係る取組の内容・成果②

成果(計画の体系の明確化)

- ・ 基本目標
- ・ 事前に備えるべき目標
- ・ 起きてはならない最悪の事態
(リスクシナリオ)
- ・ 施策
- ・ 事業

上記の文字主体の内容を

第2節 計画の体系

持続可能で強靱な地域と質の高いインフラの整備といった、「強さ」「しなやかさ」を持った安全・安心な社会の実現に向け、基本計画に定める4つの「基本目標」、6つの「事前に備えるべき目標」、35の「起きてはならない最悪の事態(リスクシナリオ)」を踏襲しつつ、本市独自の施策を講じていく体系とします。

■国の基本計画を踏まえたうえで市独自の施策を定める



図の活用とと配色の工夫
で1ページにまとめて分
かりやすい体系図とした



協働に係る取組の内容・成果③

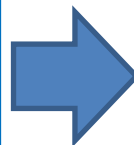
成果(イラストの活用による分かりやすさの向上)

第1節 想定する災害

あらゆる大規模自然災害に備えるという国土強靱化の趣旨を踏まえて、次の自然災害を想定リスクとします。

【想定リスク】

地震、地震による津波、地震による火災、浸水（洪水、雨水出水、高潮）による被害、崖崩れ、噴火などの自然災害全般



第1節 想定する災害

あらゆる大規模自然災害に備えるという国土強靱化の趣旨を踏まえて、次の自然災害を想定リスクとします。

【想定リスク】

地震災害
(それに伴う火災を含む)



津波災害



洪水・雨水出水・
高潮等の浸水害・
土砂災害



火山噴火に伴う降灰



…などの自然災害全般



協働に係る取組の内容・成果④

成果(イラストの活用による分かりやすさの向上②)

1 基本目標

自然災害発生時は人命の保護が最優先事項となります。また、国土強靱化の本質が強さとしなやかさであることから、被害の最小化に向けた強さを備え、さらには被災後の迅速な復旧復興を目指した、しなやかさも備えることが重要です。

以上を踏まえ、本市の強靱化を推進するに当たり、基本計画に掲げられた基本目標及び地方自治体としての役割等を踏まえ、次の4つの「基本目標」を設定します。なお、設定する基本目標は基本計画と同一のものです。

- ① 人命の保護が最大限図られること
- ② 市域の重要な機能が致命的な障害を受けず維持されること
- ③ 市民の財産及び公共施設に係る被害の最小化
- ④ 迅速な復旧復興

2 事前に備えるべき目標

上記の基本目標の実現に向け、基本計画を踏まえつつ、地方自治体である本市の地域特性や近年の災害において新たに認識された課題等を考慮し、様々な自然災害を想定して、達成すべき、より具体的な目標として、次の8つの「事前に備えるべき目標」を設定します。

事前に備えるべき目標	
1	直接死を最大限防ぐ
2	消火、救助、救急、医療活動が迅速に行われるとともに、被災者等の健康・避難生活環境を確実に確保する
3	必要不可欠な行政機能は確保する
4	必要不可欠な情報通信機能・情報サービスは確保する
5	経済活動を機能不全に陥らせない
6	ライフライン、燃料供給関連施設、交通ネットワーク等の被害を最小限に留めるとともに、早期に復旧させる

第2節 基本目標の設定

自然災害発生時は人命の保護が最優先事項となります。また、国土強靱化の本質が強さとしなやかさであることから、被害の最小化に向けた強さを備え、さらには被災後の迅速な復旧復興をめざした、しなやかさも備えることが重要です。

以上を踏まえ、本市の強靱化を推進するに当たり、基本計画に掲げられた基本目標及び地方自治体としての役割等を踏まえ、次の4つの「基本目標」を設定します。なお、設定する基本目標は基本計画を踏襲しています。

本計画の基本目標	
I	人命被害を限りなく減らし、風水害からの逃げ遅れをゼロにすること
II	市域の重要な機能が致命的な障害を受けず維持されること
III	市民の財産及び公共施設に係る被害の最小化
IV	迅速な復旧復興

第3節 事前に備えるべき目標の設定

上記の基本目標の実現に向け、基本計画を踏まえ、様々な自然災害を想定して、達成すべき、より具体的な目標として、次の6つの「事前に備えるべき目標」を設定します。

事前に備えるべき目標	
(1)	あらゆる自然災害に対し、 直接死 を最大限防ぐ
(2)	迅速な救助・救急、避難生活の環境改善により、 関連死 を最大限防ぐ
(3)	必要不可欠な 行政機能 は確保する
(4)	経済活動 を機能不全に陥らせない
(5)	通信、交通、エネルギー等 ライフライン の被害を最小化し、早期に復旧する
(6)	社会・経済が迅速かつ従前より強靱な姿で 復旧・復興 できる条件を整備する



協働に係る取組の内容・成果⑤

成果（現計画と比較したスリム化の達成）

目 次	
第1章 総論	1
第1節 策定の趣旨	1
第2節 地域計画の位置付け	2
第3節 期間と見直し	3
第2章 本市の概況	4
第1節 位置・面積	4
第2節 地形・地質	4
第3節 交通網	6
第4節 気象	7
第5節 人口	8
第6節 土地・建物	10
第7節 既存地域防災計画において想定する災害等	12
第3章 基本的な考え方	15
第1節 想定する災害	15
第2節 基本目標・事前に備えるべき目標の設定	15
第3節 リスクシナリオ等の設定	16
第4章 リスクシナリオ別の脆弱性の分析及び整理	19
1 直接死を最大限防ぐ	20
2 消火、救助、救急、医療活動が迅速に行われるとともに、被災者等の健康・避難生活環境を確実に確保する	24
3 必要不可欠な行政機能は確保する	26
4 必要不可欠な情報通信機能・情報サービスは確保する	27
5 経済活動を機能不全に陥らせない	28
6 ライフライン、燃料供給関連施設、交通ネットワーク等の被害を最小限に留めるとともに、早期に復旧させる	30
7 制御不能な集合災害・二次災害を発生させない	32
8 社会、経済が迅速かつ従前より強靱な姿で復旧・復興できる条件を整備する	33
第5章 リスクシナリオへの対応策	35
1 直接死を最大限防ぐ	36
2 消火、救助、救急、医療活動が迅速に行われるとともに、被災者等の健康・避難生活環境を確実に確保する	55
3 必要不可欠な行政機能は確保する	63
4 必要不可欠な情報通信機能・情報サービスは確保する	66
5 経済活動を機能不全に陥らせない	70
6 ライフライン、燃料供給関連施設、交通ネットワーク等の被害を最小限に留めるとともに、早期に復旧させる	74
7 制御不能な集合災害・二次災害を発生させない	82
8 社会、経済が迅速かつ従前より強靱な姿で復旧・復興できる条件を整備する	84
第6章 推進体制及び進捗管理	93
第1節 推進体制	93
第2節 進捗管理	93

他の計画と重複する
“概況”の省略

掲載内容の
スリム化



目 次	
第1章 総論	1
第1節 策定の趣旨	1
第2節 地域計画の位置付け	2
第3節 計画の体系	3
第4節 計画期間	3
第2章 基本的な考え方	4
第1節 想定する災害	4
第2節 基本目標の設定	7
第3節 事前に備えるべき目標の設定	7
第4節 起きてはならない最悪の事態（リスクシナリオ）の設定	8
第5節 施策の設定	10
第3章 リスクに対応する施策の展開	13
施策 柱1 防災知識の普及啓発	13
施策 柱2 住宅等の耐震化	13
施策 柱3 地域防災力の向上	14
施策 柱4 緊急情報伝達システムの構築	14
施策 柱5 避難対策の強化	15
施策 柱6 防災資機材の増強	15
施策 柱7 自然災害（津波、風水害）への備え	16
施策 柱8 拠点施設の再整備	16
施策 柱9 防災都市づくり	17
施策 柱10 迅速な復旧・復興	18
第4章 推進体制及び進捗管理	19
第1節 推進体制	19
第2節 進捗管理	19

“本市の概況”の省略とリスクに対する対応・施策の展開の項目をスリム化したことにより、全体の大幅なスリム化を達成

藤沢複業人材活用の実証実験 最終報告会

コミュニティ設計アドバイザー

市民自治部 市民自治推進課

自治会・町内会の担い手不足回復を目的に、 コミュニティ設計アドバイザーを登用！

抱えていた課題

加入率の低下と担い手不足が顕著になり、自治会・町内会の存続が危機的状況となるなか、役員の高齢化が進み、世代交代もままならない状況で、若い世代の参加をどのように促すべきか、現場の自治会・町内会も行政も抜本的な解決策を見いだせていない。

17エントリー獲得！



17エントリー

カスタマーサクセス

【まちづくりのプレイヤーを増やすには？】

コミュニティ設計アドバイザー

コミュニケーションデザイン, コミュニティマネージャー, コミュニティデザイン

登用した複業アドバイザー



山根 堯さん

- ・コミュニティ設計・運営の実績多数！！
- ・鎌倉市に在住。藤沢市も大好き！！

プロフィール

- ・株式会社アマナとNTTコミュニケーションズの2社で活動中
- ・OPENHUBという日本最大規模の事業共想の場の運営

市民のカスタマージャーニー設定、新アクションプランの立案！

取組み1 カスタマージャーニーの設定

住民が自治会・町内会を認知し、関心を持ち、加入し、継続的に参加するまでの一連の行動や接点を可視化する。

- ・単に「担い手不足」と捉えるのではなく、フェーズ毎にボトルネック的な課題があるか「問い」の設定を行う。
- ・潜在的なニーズの深堀

取組み2 新たな価値提案の立案

時代・価値観が変化する中、自治会の価値提案が不変で、求められない組織になっている。

自治会の価値提案をしめす新たな“コンセプト”を模索中！

- ・カスタマージャーニーを用いて深掘りした課題から導き出した解決のための問い設定と具体案の検討

取組み3 アクションプランの作成

自治会・町内会に対し、運営の参考書を作成。新たな思考を住民のほか、職員に周知

- ・アクションプランの職員及び団体に対する浸透方法を検討中！！

成果

Before

「担い手が足りない」「若い世代が参加しない」など、課題の捉え方がざっくりしており、具体的な対応策も十分に深掘りされていませんでした。

After

課題を深掘りして細分化することで、自治会・町内会にとって変革のきっかけとなる新たなアイデアやツールを手に入れることができました。

藤沢市複業人材活用の実証実験 最終報告会

観光SNSアドバイザー

経済部観光課

「フォロワー1万人達成」を目標に SNSマーケティングアドバイザーを登用！

抱えていた課題

公式Instagramを運用している
ものの活用できておらず・・・

- ・ 投稿するときの文章・投稿画像作成に対する職員の負担感
- ・ そもそもフォロワーを獲得するためのノウハウが分からない
- ・ 投稿への効果測定方法が分からず実際に効果ある投稿が来ているのか分からない

43エントリー獲得！



SNSマーケティング 43エントリー

【湘南江の島のポテンシャルを最大限に引き出す】観光
SNSアドバイザー

登用した複業アドバイザー



小笠原 由多

《実績》

- ・ 千葉県の自治体でふるさと納税支援開始後、寄付金額昨年対比180%を達成
- ・ 宮崎県の自治体でLINE登録者数月間約750人～1,200人獲得

《経歴》

2020年11月～2022年12月（2020年11月～2021年3月インターン期間）

株式会社chipper

2023年1月～2023年12月 AnyMind Japan株式会社

2021年10月～2024年2月 個人事業主

2024年3月～ 株式会社HAMON 代表取締役

複業人材とのやり取りで得たもの

インフルエンサー型投稿

投稿の見直しに取り組みました！

取組み1 投稿ルールの見直し

随時投稿だったものを
週3回投稿へ！

- ・その時々投稿を作成していたものを1か月周期で投稿スケジュールを作成
- ・①イベント紹介②スポット紹介③フォロワーの投稿紹介で週3回の投稿というルールを設定
- ・職場での決裁確認の負担減

取組み2 投稿デザインの見直し

投稿デザインを共通化！

- ・デザインツールアプリ「canva」を使用し、3種類の投稿のひな型を作成
- ・投稿文章作成時には「ChatGPT」を活用し文章に統一性をもたせる
- ・他者の投稿を紹介し投稿数を減らすことでの負担減

取組み3 目標、効果測定方法を明確化

「フォロワー1万人達成」のために毎月の「フォロワー」を確認

- ・効果測定方法は毎月のフォロワーを確認
- ・今後は「#ビジフジ」をメインに投稿しフォトコンテストなども実施できるようになることを目標にする

成果

Before

Instagram運用の不安定感

After

明確な運用ルールや目標設定
をしたことでの安心感



投稿の見直しに取り組みました！

取組み1 投稿ルールの見直し

随時投稿だったものを
週3回投稿へ！

- ・その時々投稿を作成していたものを1か月周期で投稿スケジュールを作成
- ・①イベント紹介②スポット紹介③フォロワーの投稿紹介で週3回の投稿というルールを設定
- ・職場での決裁確認の負担減

取組み2 投稿デザインの見直し

投稿デザインを共通化！

- ・デザインツールアプリ「canva」を使用し、3種類の投稿のひな型を作成
- ・投稿文章作成時には「ChatGPT」を活用し文章に統一性をもたせる
- ・他者の投稿を紹介し投稿数を減らすことでの負担減

取組み3 目標、効果測定方法を明確化

「フォロワー1万人達成」のために毎月の「フォロワー」を確認

- ・効果測定方法は毎月のフォロワーを確認
- ・今後は「#ビジフジ」をメインに投稿しフォトコンテストなども実施できるようになることを目標にする

成果

Before

Instagram運用の不安定感

After

明確な運用ルールや目標設定
をしたことでの安心感



投稿ルールの見直し

以前の投稿形式

10/23	ブランディング	▼	エノシマセブンシーキャンドル	https://drive.google.com/...
10/27	知ってる？シリーズ	▼	エノシマセブンえのすい	https://drive.google.com/...
10/20	まとめ	▼	花火大会 中止	https://drive.google.com/...
10/27	ブランディング	▼	竹灯籠	https://drive.google.com/...
11/7	知ってる？シリーズ	▼	イルミネーションアワード	https://drive.google.com/...
11/16	まとめ	▼	コンシェルジュ	https://drive.google.com/...
11/17	ブランディング	▼	外泊募集	
11/24	知ってる？シリーズ	▼	湘南の宝石	
11/30	まとめ	▼	フジサワトレジャー	https://drive.google.com/...
12/1	ブランディング	▼	湘南の宝石デジタルスタンプラリー開催！	
12/18				
12/19				
12/20				
12/28				

投稿の管理はしていたが

概要とキャプションが別々

一目で内容までわからない

今回は藤沢市役所観光課のインターンシップ生の
大学生が本イベントに参加してきました！
今回も含めた2回の投稿にて
イベントに参加した大学生たちが
魅力を発信していきますので、
温かい目でご覧ください😊

さて、このキャンドル
点灯されているのを
インターンシップ生
着火ボランティアのみなさんと一緒に
点灯のお手伝いをさせていただきました！
チャッカマンとカメラを手配、

現在の投稿形式

上覧権限	FALSE	FALSE	FALSE	FALSE
タグ	イベント	スポット	イベント	イベント
サムネイル				
投稿文書	湘南の魅力を伝える 湘南の魅力を伝える 湘南の魅力を伝える 湘南の魅力を伝える	湘南の魅力を伝える 湘南の魅力を伝える 湘南の魅力を伝える 湘南の魅力を伝える	湘南の魅力を伝える 湘南の魅力を伝える 湘南の魅力を伝える 湘南の魅力を伝える	湘南の魅力を伝える 湘南の魅力を伝える 湘南の魅力を伝える 湘南の魅力を伝える
ハッシュタグ	#ビシワジ #藤沢市 #湘南 #湘南の魅力を伝える #湘南の魅力を伝える #湘南の魅力を伝える #湘南の魅力を伝える	#ビシワジ #藤沢市 #湘南 #湘南の魅力を伝える #湘南の魅力を伝える #湘南の魅力を伝える #湘南の魅力を伝える	#ビシワジ #藤沢市 #湘南 #湘南の魅力を伝える #湘南の魅力を伝える #湘南の魅力を伝える #湘南の魅力を伝える	#ビシワジ #藤沢市 #湘南 #湘南の魅力を伝える #湘南の魅力を伝える #湘南の魅力を伝える #湘南の魅力を伝える

投稿のサムネイル・

キャプション・ハッシュタグを

ひと月分一元管理

投稿回数も週3回投稿で固定

投稿の見直しに取り組みました！

取組み1 投稿ルールの見直し

随時投稿だったものを
週3回投稿へ！

- ・その時々投稿を作成していたものを1か月周期で投稿スケジュールを作成
- ・①イベント紹介②スポット紹介③フォロワーの投稿紹介で週3回の投稿というルールを設定
- ・職場での決裁確認の負担減

取組み2 投稿デザインの見直し

投稿デザインを共通化！

- ・デザインツールアプリ「canva」を使用し、3種類の投稿のひな型を作成
- ・投稿文章作成時には「ChatGPT」を活用し文章に統一性をもたせる
- ・他者の投稿を紹介し投稿数を減らすことでの負担減

取組み3 目標、効果測定方法を明確化

「フォロワー1万人達成」のために毎月の「フォロワー」を確認

- ・効果測定方法は毎月のフォロワーを確認
- ・今後は「#ビジフジ」をメインに投稿しフォトコンテストなども実施できるようになることを目標にする

成果

Before

Instagram運用の不安定感

After

明確な運用ルールや目標設定
をしたことでの安心感



投稿デザインを一新！

以前の投稿形式



現在の投稿形式



<統一感で洗練されたデザイン>

縦の統一感



<どんな内容か気になる！>

スポット紹介

現在の投稿形式



<どんな内容か気になる！>

遠藤笹窪谷公園

(えんどうさくぼやとこうえん)

市内にいながらも豊かな緑や
様々な生態系を観察する
ことができる公園です。

芝生広場、

多様な環境に
多くの生き物が生息しています

「令和6年度第40回都市公園等コンク
管理運営部門の国土交通大臣賞
を受賞しました！」

最後まで読みたくなるように工夫！

photo spot

展望デッキからの眺め

Swipe
>>

住所・アクセス

Swipe
>>

投稿滞在時間が伸び、エンゲージメント増👉

廣応大学ロータリーより、徒歩約8分
一般無料駐車場12台あり（園外徒歩2分）

※詳しくは「遠藤笹窪谷公園」のHPをチェック✔

<どんな内容か気になる！>

↓
L字に配置することで

目に入りやすい写真と内容に！



<目的が明確に>

／誰と行きたい？／



／どのエリア開催？／

誰に届けたいか、何を伝えたいかがはっきりわかる

キャプションにも工夫を！



いいね！: chougokun、他 38 人
visit_fujisawa 【遠藤笹窪谷公園】

みなさん、藤沢市遠藤にある「遠藤笹窪谷公園（えんどうささくぼやとこうえん）」をご存知ですか？
ここは、藤沢市の三大谷戸の一つで、
貴重な自然環境が守られている特別な公園です🌿🌸
令和4年7月に開園し、「令和6年度 第40回都市公園等コンクール」で国土交通大臣賞も受賞しました🏆

場所
神奈川県藤沢市遠藤字中尾4840

アクセス
小田急江ノ島線「湘南台駅」から「慶応大学行き」バスで「慶応大学」下車、徒歩約8分

見どころ
公園中央を流れる川のせせらぎが心地よく、
四季折々の植物や生き物が楽しめます🌿
展望デッキからの眺めも抜群！
「生物多様性サテライトセンター」では、
今咲いている花や鳥の情報、鳥の巣や植物標本も展示されています🐦🌸
ゆったりと自然の豊かさに浸る時間を過ごしてみてください😊

#ビジフジ

#藤沢市

#キュンとするまち藤沢

#湘南

#江ノ島

#VisitFujisawa

#藤沢ハルニシ

#遠藤笹窪谷公園

#第40回都市公園等コンクール

#国土交通大臣賞

👉 投稿内容

👉 場所

👉 アクセス

👉 見どころ

投稿した職員の
想いがそのまま
伝わる一言を追加し、
親近感が湧く投稿に！

絵文字も多用し、読みやすいキャプションに！

投稿の見直しに取り組みました！

取組み1 投稿ルールの見直し

随時投稿だったものを
週3回投稿へ！

- ・ その時々により投稿を作成していたものを1か月周期で投稿スケジュールを作成
- ・ ①イベント紹介②スポット紹介③フォロワーの投稿紹介で週3回の投稿というルールを設定
- ・ 職場での決裁確認の負担減

取組み2 投稿デザインの見直し

投稿デザインを共通化！

- ・ デザインツールアプリ「canva」を使用し、3種類の投稿のひな型を作成
- ・ 投稿文章作成時には「ChatGPT」を活用し文章に統一性をもたせる
- ・ 他者の投稿を紹介し投稿数を減らすことでの負担減

取組み3 目標、効果測定方法を明確化

「フォロワー1万人達成」の
ために毎月の「フォロワー」
を確認

- ・ 効果測定方法は毎月のフォロワーを確認
- ・ 今後は「#ビジフジ」をメインに投稿しフォトコンテストなども実施できるようになることを目標にする

成果

Before

Instagram運用の不安定感

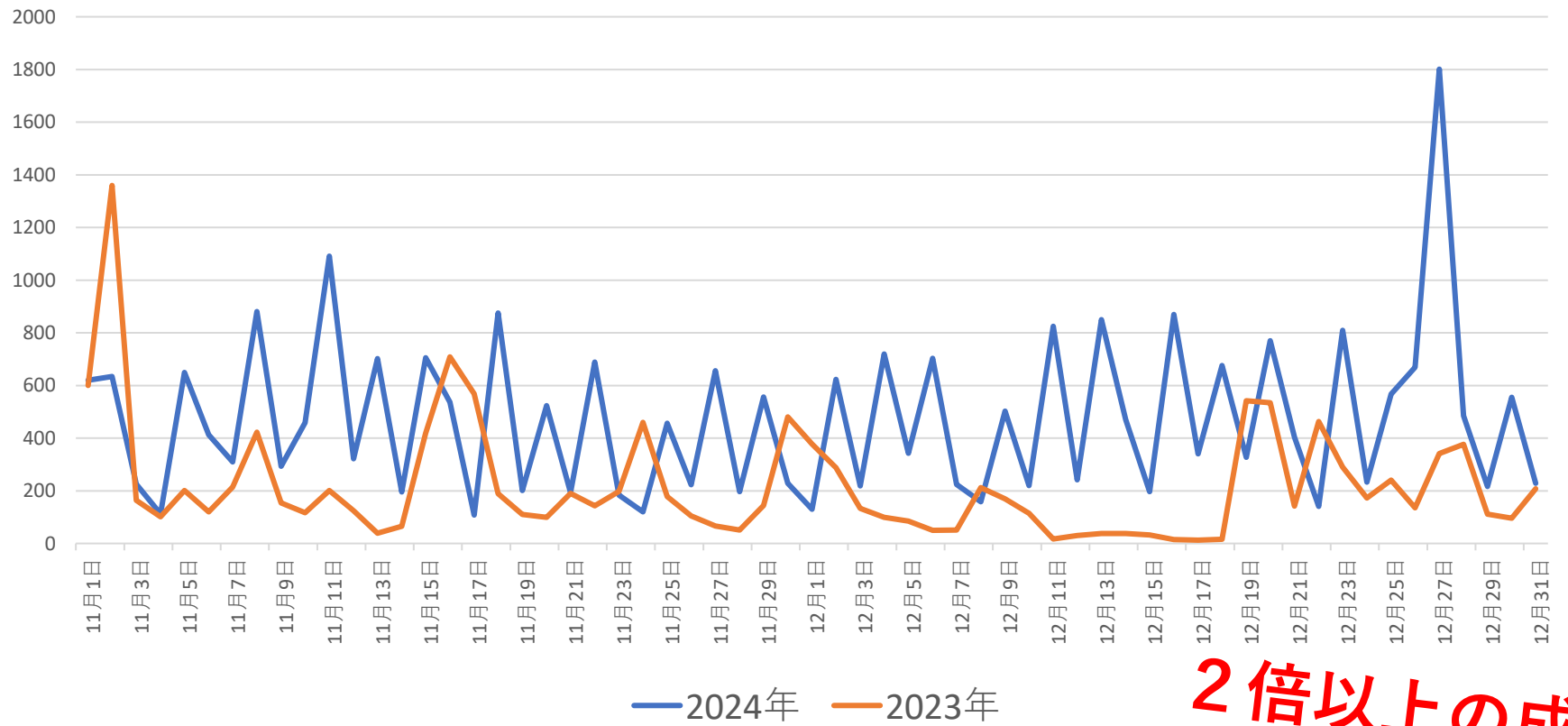
After

明確な運用ルールや目標設定
をしたことでの安心感



取り組み前後比較

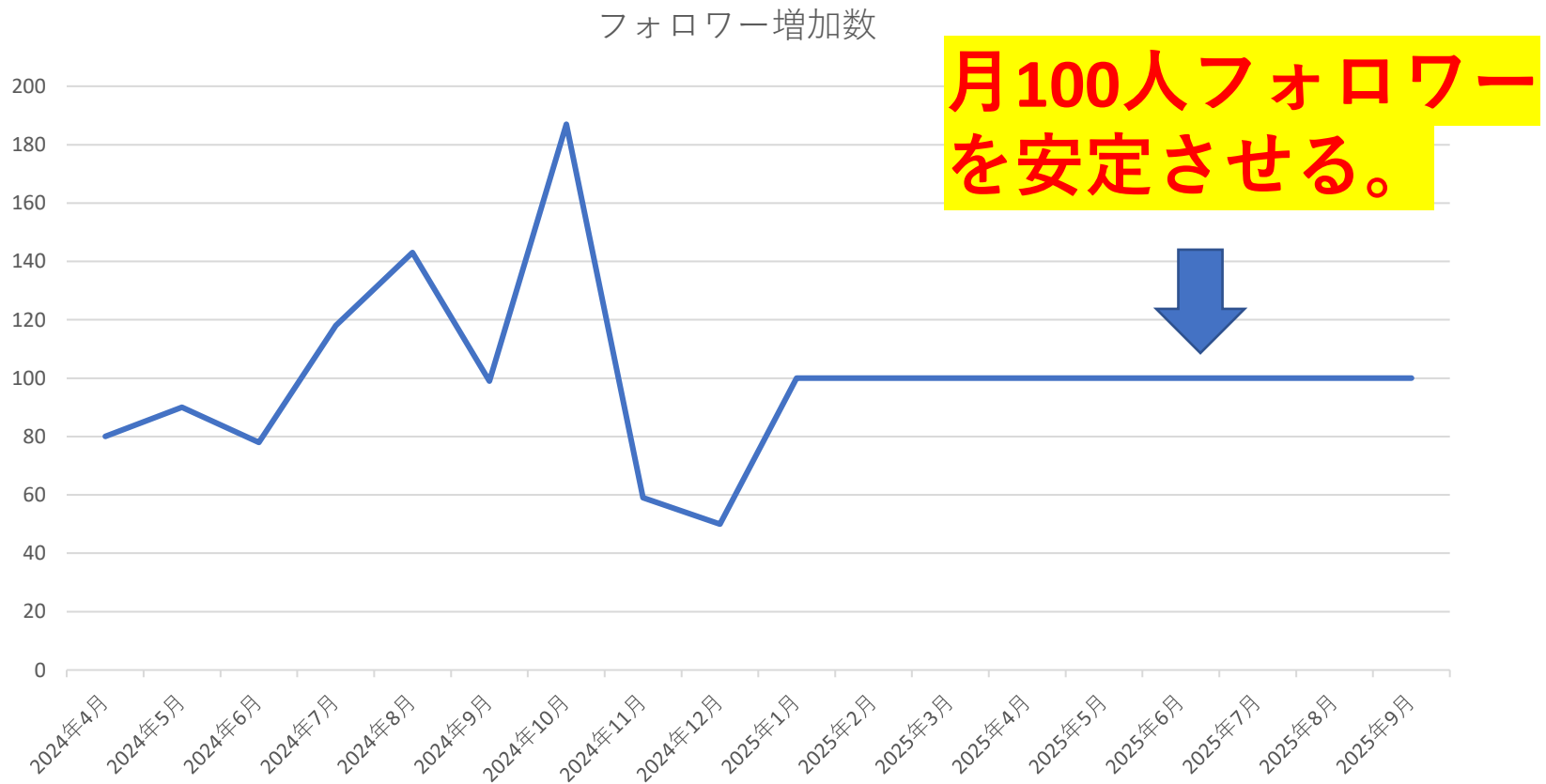
リーチ数昨年比較



2倍以上の成果

合計：昨年 1 3 4 5 2 → 今年 2 8 8 9 7

今後は...



フォロワー 1 万人を目指して観光情報を発信します

補足) フォロワー増加のためイベントも実施中



インサイトを見る

投稿を宣伝



いいね!: fujisawakyun、他 84 人

visit_fujisawa 「湘南の宝石」点灯権が当たる Instagram キャンペーンを行います！

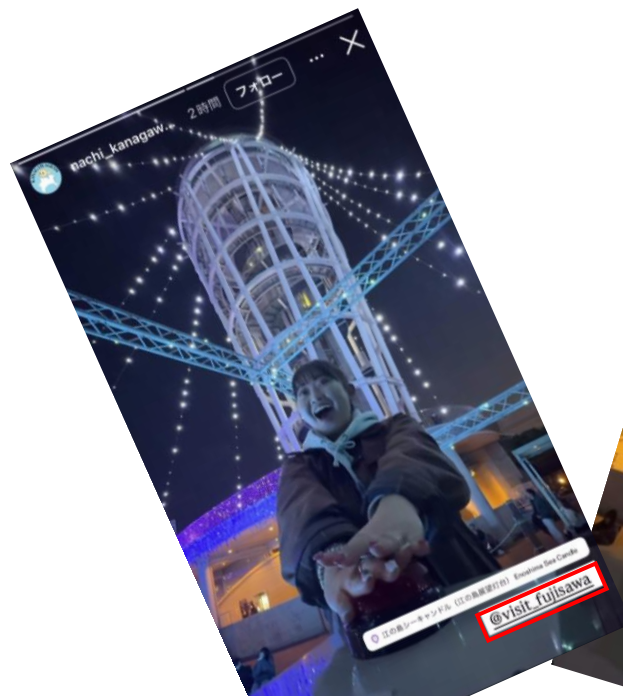
あなたの手で冬の湘南を輝かせよう... 続きを読む

2024 年 12 月 23 日

👉 キャンペーンを開催し、
フォロワー増加につなげる

👉 インフルエンサーにDMを送り、
体験の様子をPRしてもらうことに

今後に期待！！！！



観光SNSアドバイザー
最終報告会

ご清聴
ありがとうございました

藤沢市複業人材活用の実証実験 最終報告会

産学公連携推進アドバイザー

都市整備部西北部総合整備事務所・企画政策部企画政策課・経済部産業労働課

産学公連携が根付くまちづくりの実現を目指し、 産学公連携推進アドバイザーを登用！

抱えていた課題

産学公連携の具体像が明らかになっ
ておらず、推進することが困難

- ・ 連携（マッチング・コーディネート）に関する
ノウハウがないためシナリオが描けない
- ・ 行政に求められる役割が不明
- ・ 大学のシーズ、企業のニーズが把握できていない
- ・ 大学隣接地であるメリットに訴求できていない

29エントリー
獲得！

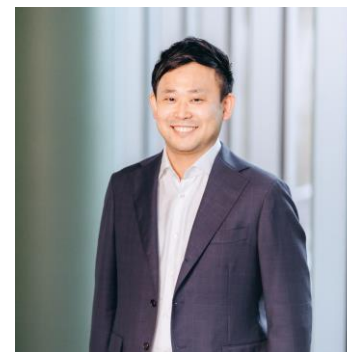


プロジェクトマネージャー 29エントリー

【「学術文化新産業拠点」を目指したまちづくり】産学
公連携推進アドバイザー

プロジェクトマネジメント、事業戦略、新規事業開発

登用した複業アドバイザー



村松 功規さん

- ・ Amazonジャパンにて、大学営業の責任者
- ・ 全国の幅広い大学との付き合い
- ・ 起業後も学校法人向けのDXコンサルタントを実施

【採用理由】

- ・ 大学連携に対する課題の捉え方が最も近かった。
- ・ 大学の事情を熟知し、学に対する解像度が高い
- ・ 方向性の検討にあたり「引戻せる意思決定」「失敗から学ぶ」など行政と異なる視点を取り込むことができると感じた。

産学公連携の推進に取り組んだ結果、 まちの課題感と理想の把握という成果を得ました！

取組1 あり方の検討

産学公連携のあり方を検討する場のファシリテーションやアドバイス

- ・関係者からの意見に対する評価・整理
 - ・実現に向けて行政が取り組むべき内容の提言
- ※計10回以上の打合せ

取組2 ヒアリングの実施

産学公連携の推進に向けた関係者とのヒアリング

- ・大学・企業のニーズや課題を把握するため、ヒアリングやアンケートの補助
- ・企業、大学視点を把握するためのヒアリングの設定

取組3 エコシステムの検討

産学公連携がまちで活動しやすくなるためのエコシステムの検討

- ・産学公連携のエコシステムの提案
(コミュニティの形成や運営に関する提案及び実現に向けたロードマップの提案)

⇒これらの取組によって、産学公連携の推進により、地域と大学の壁を除去することや学生が活動する場が求められていることが分かった。

成果

Before

健康と文化の森地区では、どのような産学公連携が求められているか、明確でなかったため、協議会での検討のシナリオが作成できていなかった。そのため関係者の巻き込みが不十分だった。

After

協議会に産学公連携のあり方を示す事ができ、関係者を深く巻き込み多面的に討議するための場になった。

藤沢市複業人材活用の実証実験 最終報告会

藤沢市下水道PRアドバイザー

下水道部下水道総務課



藤沢市下水道マスコットキャラクター
「ふじまる」

下水道の見える化を目的に、下水道PRアドバイザーを登用！

抱えていた課題



ターゲットの明確化



伝える内容の具体化



広報手法の多様化と活用

16 エントリー獲得！



広報・PR

【くらしを支える下水道の「見える化」の推進！】下水道のPRアドバイザー募集

登用した複業アドバイザー



岩澤 康一さん

- ・株式会社 Key Message International 代表（2020.3 -）
- ・東京国際映画祭 スーパーバイザー就任（2023.4 -）
- ・外務省在シリア大使館（2005.1 - 2007.1）

日本語、英語、フランス語に堪能。スペイン語、アラビア語も使用。40以上の資格・免許を保有。趣味は映画鑑賞・制作、TVゲーム、マンガ、数学、SF、トライアスロン、アコースティックギターなど。

モットーは「おもしろく、遊びながら、良い加減で」

下水道PRの課題解決へのアドバイスと気づき

ターゲットの明確化

- ・必要とされる情報に焦点を当てることを意識する。
- ・イベントによる広報効果を適切に振り返るため、アンケート項目の見直しを図った。

伝える内容の具体化

- ・情報発信の目的と相手の求めているもののとのバランスを取ることが重要。
- ・硬い組織文化を残しつつ、柔軟かさも取り入れた情報発信を行う。

広報手法の多様化と活用

- ・InstagramやLINEなど、さまざまなSNSを組み合わせ活用する。
- ・ハッシュタグやQRコードを使用し、情報発信の露出を増やす。



気づき

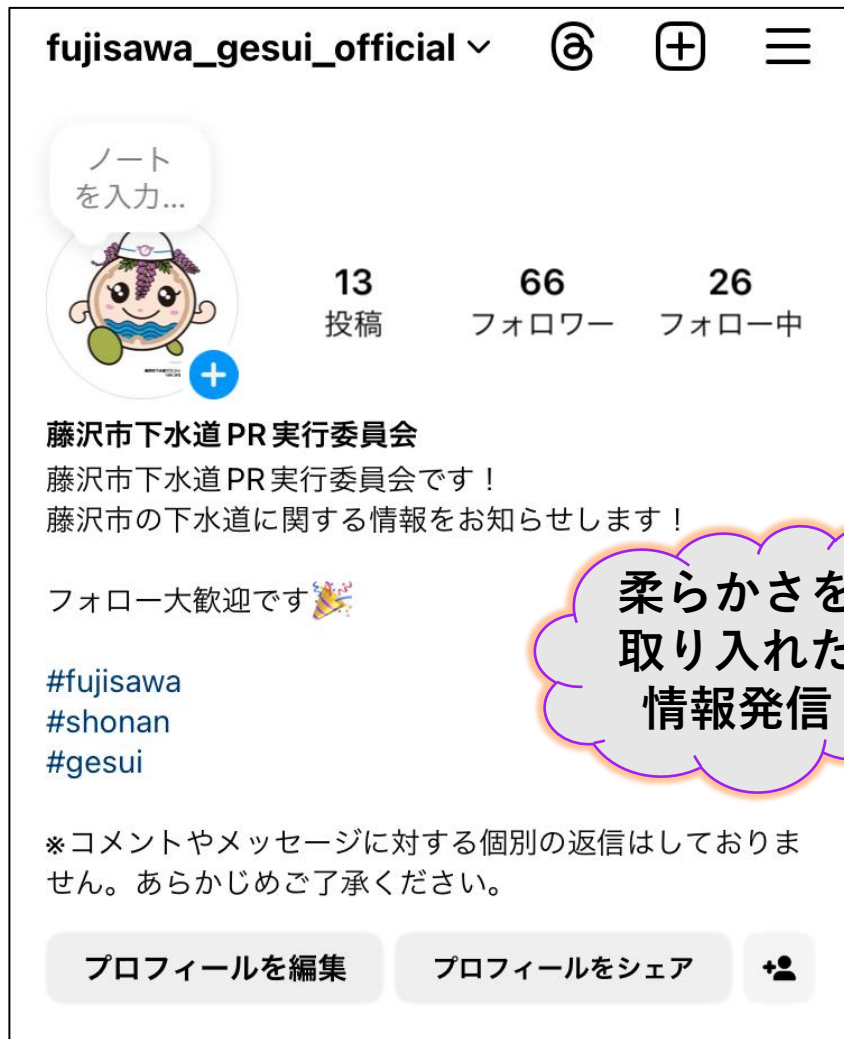
Before

- ◆ ターゲットの明確化ができておらず、情報が広範囲に散漫になっていた。
- ◆ 広報手法が限定的で、特にSNSの活用が不足していたため、若い世代への情報発信が不十分だった。

After

- ◆ ターゲットを明確にし、必要な情報に焦点を当てることで、効果的な情報を伝達することができるようになった。
- ◆ Instagram等のSNSを積極的に活用し広報手法を拡大する必要性を学ぶことができた。

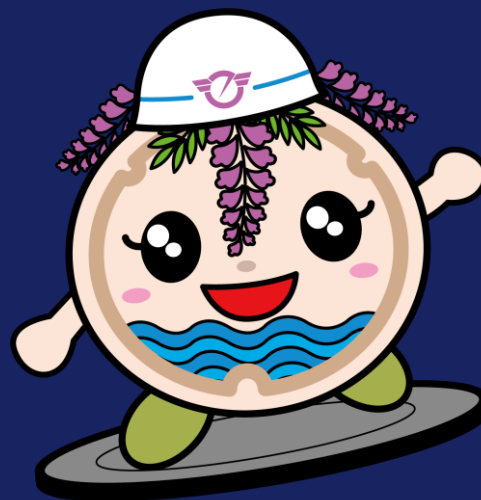
今後はInstagramで積極的な情報発信を！



柔らかさを
取り入れた
情報発信



ご清聴ありがとうございました。



藤沢市下水道マスコットキャラクター
「ふじまる」

藤沢市複業人材活用の実証実験 最終報告会

人材育成基本方針の策定アドバイザー

総務部職員課

課題整理、大手民間企業のノウハウの活用を目的に、 人材育成基本方針の策定アドバイザーを登用！

抱えていた課題

「職員人材育成基本方針」の形骸化

- ・当該方針が職員に浸透していなかった
- ・業務における個人の具体的な行動や現場レベルでの積極的なOJTに結びつかなかった



27エントリー獲得！



人事 27エントリー

【市が目指す”人物像”の明確化】人材育成基本方針の策定アドバイザー

登用した複業アドバイザー



浦川 貴史 さん

- ・関西電力（株）組織風土改革室 所属
- ・人材育成（キャリア開発）、組織開発に強み
- ・人事労務・組織開発を10年以上経験

本社組織にて、全社（約2万人）人材育成方針の策定や、キャリア開発施策を新規企画・実行。組織風土改革、エンゲージメント向上（サーベイトールの運用）、働き方改革、社長以下の役員と従業員の対話活動、心理的安全性研修の企画等に従事

課題の深掘り、人材育成の手法研究に取り組み、 藤沢市独自の組織風土の考え方にたどりつきました！

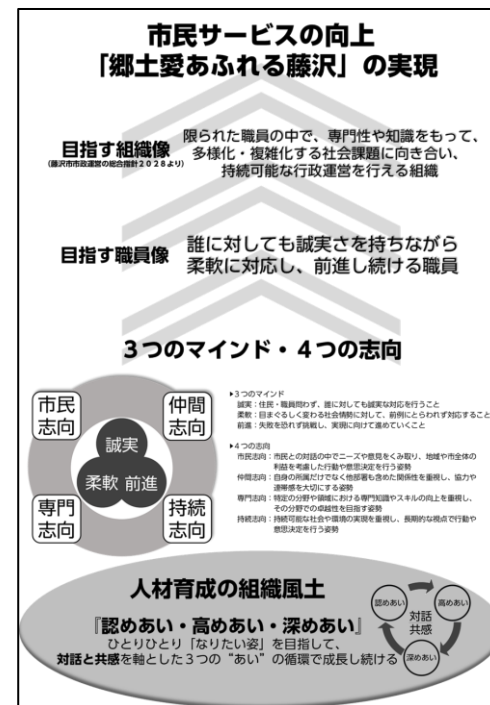
取組1 課題分析

- ・ 第三者の視点で、現
方針の課題分析
⇒ トップの関与の必要
性など

- ・ 新しい方針の方向性
を明確化するための壁
打ち
⇒ 課題への質問だけで
なく、担当者の悩みを
共有

取組2 人材育成の手法研究

- ・ 民間企業等で採択し
ているノウハウや、民
間企業の活力を研究
⇒ 1on1ツールなど
- ・ 陥りやすい状況や馴
染まない状況の助言を
もとに採択を検討
⇒ 心理的安全性の確保



成果

Before

職場ごとに業務内容が異なり、
「求める職員像」を当てはめ難かった

After

あらゆる職種において、
自分事として捉えられる
「職員像」「組織風土」を設定