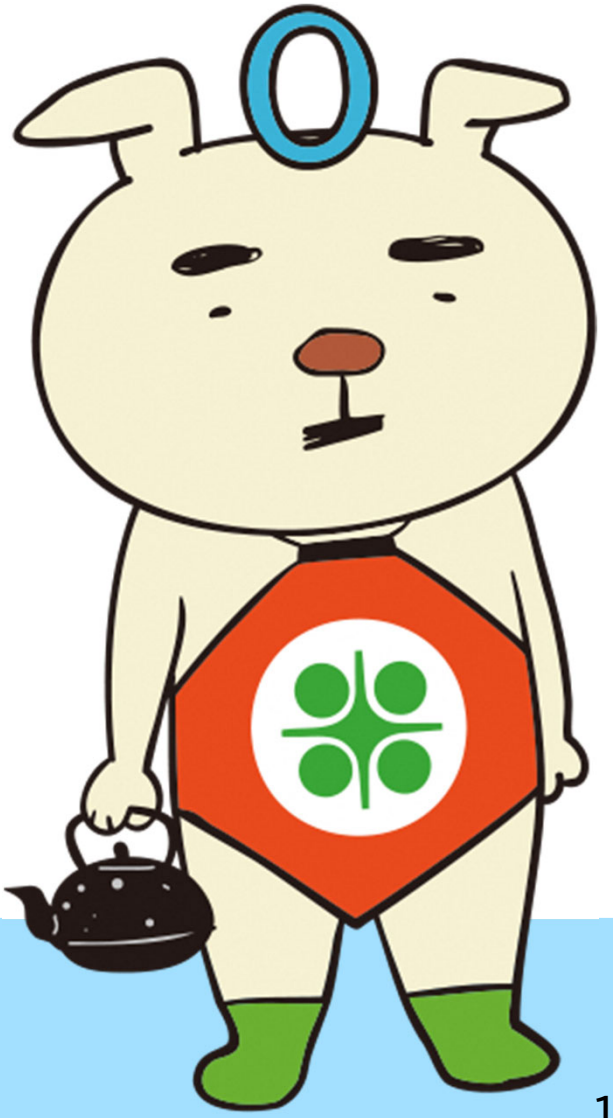
シティプロモーションアワード2024　審査員ご担当者　様

《　岩手県奥州市役所　提出資料　》

市民と一緒に育てる市公式マスコットキャラクター

おうしゅうたろうの大躍進



【提出】

岩手県奥州市役所 政策企画部 未来羅針盤課

1

おうしゅうたろうを活用したシティプロモーションの効果

令和6年10月末時点で通算申請164件

（うち、庁舎外からの申請65件）

【行政事業】公式SNSの活用

- **おうしゅうたろうを活用した軟らかい情報発信が可能に**

キャラクター発表後は、各SNSのアイコンを市章からおうしゅうたろうの顔写真に変更。約3カ月間は、投稿の約半数をおうしゅうたろう自身がお知らせしているような内容に変更しました。（現在は定期的におうしゅうたろうが投稿するように変更）

その結果、**おうしゅうたろうの口調（～ビン）を使うことで文章が堅くならず、市が目指していた軟らかい情報発信をすることにつながりました。**また、キャラクターを使った新しい情報発信をしたことで、これまでの投稿と比較すると、**いいね数や閲覧数が約20%上昇しました。**

おうしゅうたろうを活用したXの投稿

【行政事業】公式SNSの活用

- **来庁者におうしゅうたろうを紹介してもらう**

表敬訪問などで来た方に、**おうしゅうたろうのぬいぐるみを渡して記念撮影し、相手のアカウントをタグ付けして投稿**しています。そうすることで、相手の紹介をしてフォロワーの興味を引けるほか、相手のSNSでも同様の写真を投稿することで、ファン(フォロワー)が市やおうしゅうたろうに興味を持ってくれています。

市出身で元AKB48、現在タレントの佐藤七海氏が来庁した際、撮影した写真を互いに投稿したところ、**どちらもフォロワーが増加**しました。また、これをきっかけに佐藤氏が**おうしゅうたろうのファンとなり、別投稿で何度も紹介**してくれています。

佐藤七海氏のインスタグラムの投稿

【行政事業】市役所内での活用

- 各課におうしゅうたろうのぬいぐるみを配付（＃たろ活）

来庁者におうしゅうたろうをPRするため、**庁内にぬいぐるみを計55体配付**しました。各課で目につきやすい場所へ配置し、より興味を持ってもらうために、**目を引く見せ方や業務内容に合わせた見せ方などを職員が自発的に考えています。**

保育こども園課

税務課

教育総務課

農業委員会

福祉課

農政課

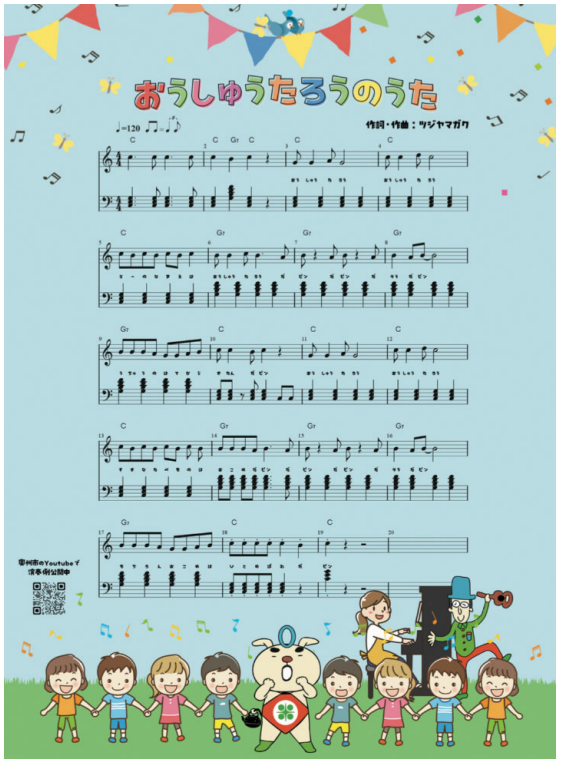
【市民自発】活用事例　1

おうしゅうたろうの歌が誕生

県内で活躍するウクレレシンガーのツジヤマガク氏が、広報誌の特集記事に感激し、**自発的に「おうしゅうたろうの歌」を作って、SNSに投稿**してくれました。

その歌をきっかけに、市内保育園の園児たちと一緒に合唱するイベントを開催し、約70人の子供たちと一緒におうしゅうたろうの歌を歌いました。その様子を撮影した動画は、市と園のSNSで合計1万回以上再生されています。

また、教育機関から**「ぜひ楽譜にして欲しい」と要望があり、市ホームページで楽譜化したデータを配布**しました。



おうしゅうたろうの歌の楽譜

【市民自発】活用事例　２

▶ 学校行事でおうしゅうたろうが活躍!?

市立水沢小学校では、毎年秋に学習発表会を開催しています。今年の5年生は、SDGsの取り組みを演劇で紹介。その中で、今話題になっている**おうしゅうたろうに扮した児童が登場し、会場を沸かせました。**

このほか、市内の保育施設では、**おうしゅうたろうをプリントしたシャツを着て園内で遊んでいる**ほか、貸し出し用ぬいぐるみを使って**「大人気のおうしゅうたろうが園に遊びに来た！」旨の内容を園のSNSに投稿**してくれました。

水沢小学校5年生が取り組んだ劇

【事業者自発】活用事例　1

▶ **事業者同士のコラボレーションに発展**

市内のコーヒー店が、**おうしゅうたろうをパッケージにしたドリップコーヒーを販売**したほか、冷凍菓子を自動販売機で発売する事業者が、**おうしゅうたろうをデザインしたアイシングクッキーを販売**しました。

秋に開催された産業まつりで、おうしゅうたろうの縁で繋がった事業者が**コーヒーとクッキーをセットで売り出し**、来場者から好評を得ました。

セット販売したドリップコーヒーとクッキー

【事業者自発】活用事例　2

- **グッズ作成を通した障がい者の就労支援**

市内の障がい者福祉施設では、利用者と施設職員が協働して、Tシャツやハンカチなどのおうしゅうたろうグッズを作成しています。**これが、障がい者の就労支援に繋がっています。**

市内のまちの駅や観光施設で常時販売をしているほか、地元のスーパーマーケットで出張販売もしていますが、販売開始から1ヶ月も立たずに全品在庫切れになりました。利用者からは**「自分たちのグッズがテレビで紹介された」「思った以上の反響があって嬉しい」**など喜びの声が届いています。

（現在は増産してグッズ作成に取り組まれています）

販売するグッズと梱包作業をする施設利用者

2

シティプロモーションの成果

SNSフォロワー数の増加

重要目標達成指標を市公式Xのフォロワー数11,005人(総合計画後期基本計画・令和8年までの目標値)としていましたが、**令和6年10月末時点で11,019人**を記録し、**重要目標達成指標に到達**しました。また、直近5年間の年間平均フォロワー増加数が541.8人に対して、**令和6年4月～10月でフォロワー数が764人増加**しており、**この半年間で年間平均増加数を大きく上回る結果**となりました。これは、おうしゅうたろうを中心に展開してきたシティプロモーション事業の成果といえます。

また、インスタグラム運用開始からの年間平均フォロワー数は614.7人でしたが、**令和6年4月から10月末まで1,335人増加**する結果となり、こちらも大きな成果を上げています。

令和6年4月～10月の
市公式Xフォロワー数推移

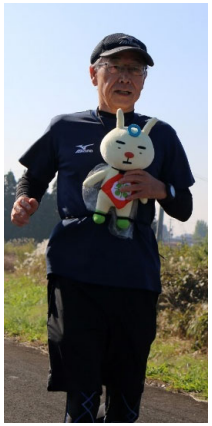
月　数	フォロワー数	増加数
4月	10,255	―
5月	10,391	136
6月	10,501	110
7月	10,603	102
8月	10,683	80
9月	10,888	205
10月	11,019	131

毎月80人以上フォロワーが増加している

おうしゅうたろうを活用する環境

当初は重要目標達成指標にした公式SNSのフォロワー数を増加させることを目的に展開していたシティプロモーション事業でしたが、SNSを中心にした活動が進む中で、おうしゅうたろうが巻き起こす協働の輪が段々と大きくなっていきました。その結果、**市民や事業者がおうしゅうたろうをツールにし、自発的に活用する環境**ができました。当初は想定していない副産物的なものにはなりますが、**キャラクターに愛着を持ち、自分たちで考えて行動してくれていることが、市の大きな財産**になっています。

この流れを一過性のものにしないために、引き続き市民と一緒になって、おうしゅうたろうを育て上げていくシティプロモーション事業に取り組んでいきます。



おうしゅうたろうの活動に引き続き取り組みます