

## 第2回吹田市シティプロモーションアドバイザー会議 議事要旨

1 日時：平成29年12月15日（金）10：00～12：00

2 会場：吹田市役所 高層棟4階 特別会議室

### 3 出席委員

田中委員長（大阪学院大学商学部教授）

森副委員長（吹田青年会議所）

内海委員（近畿経済産業局通商部国際化企画調整官（頑張る自治体応援隊 大阪北部担当））

大林委員（ジュピターテレコム 関西メディアセンターアシスタントマネージャー）

菅原委員（サンケイリビング新聞社編集部デスク）

春貴委員（NPO法人市民ネットすいた理事）

東山委員（吹田商工会議所青年部事務局長）

大塚委員（市民委員）

村上委員（市民委員）

### 4 出席職員

原山理事・熱田次長・田中参事・佐納主幹・白澤主査・堀主任・立岡係員  
（傍聴者なし）

### 5 案件

- (1) シティプロモーションに関連する事業について
- (2) 直近の実施事業について
- (3) 吹田まつりについて

### 6 主な意見等

【案件1・2について】

（委員長）

通常こういった会議で資料として市の考え方を示していただけるとは少ない。こういったやり取りの中から本日もより進んだご意見をいただきたいと思う。

（委員）

資料を拝見して、市では本当にいろいろやっていると改めて感じた。こうした様々な部署が取り組んでいる事業についてシティプロモーション推進室が束ねていくものと思われるが、もっとダイナミックに、厚みを増していくことができないかと感じている。市役所は縦割りの部分も多いが、全てをシティプロモーション推進室に委ねてもいいくらいでは。最近市報すいたをよく読むようになった。情報が多いのはいいことだが、特にお知らせしたいことを束ねていくとか、そうしたことを進めてもらいたい。シティプロモーション推進室が知らないことあることは良くな

い。こういったことはトップダウンで号令がなければなかなか動かないと思う。

(委員長)

めりはりのきいたアプローチが必要だということかと思う。市報は3行くらいでポイントを絞っている。

(委員)

最近の市報はずいぶん変わった印象があるが、細部に至るまでは見ていない。

(委員長)

何事も初めての取組については時間がかかってしまうが、部局を超えた人事異動によってインフォーマルな関係が積み重なっていく。意思の共有を図る上で情報の集約は大切となる。

(委員)

すいたんファンクラブ設立についてはある程度の市のサポートを受けながら好きな人たちが自主的に立ち上げる形が面白いと思う。インスタグラムの活用についても既に茨木市が取り組んでいる。SNSには情報の発信の面と収集の面がある。吹田市は発信の面についてはいろいろとされていることを知っているが、収集の面ではどのように考えているのか知りたい。4人のPR大使がいることを初めて知った。ネット検索をしてもPR大使に関する情報はヒットしないがどのような活動をされているのか。

(事務局)

SNSは情報の発信、収集において効果的なツールであると認識している。収集の面では、我々が把握しきれていない部分をフォローする面で重要である。まだ構想段階だが特派員制度については市民の方々が自由に投稿できるような仕組みを考えている。毎日の通勤途上での桜や紅葉等の自然に関する情報や、新しいお店など、市民の方々に広く共感していただけるような情報を集約していきたいと考えている。集約した情報をどのように発信していくかについては新たな課題であるが、より広く市民と情報を共有することで、更なる広がりにつなげていきたいと考えている。PR大使については、矢部美幸さん、斉藤雪乃さん、宮本慎也さん、泉史映さんの4人に就任いただいている。それぞれが活躍されている場所で吹田のPRに努めていただいているが、まだまだPR大使そのもののPRも不十分であり、PR大使以外にも吹田にゆかりのある第一線で活躍されている方々との連携により吹田のプロモーションに絡めていきたいと考えている。

(委員長)

やはり情報発信で強いのはロコミ。4人のPR大使以外にも一部上場企業の社長など特定の分野でインパクトのある方がたくさんいるはず。

(委員)

少し地味だと思う。葉加瀬太郎など世界的に有名な人も多い。市長の息子とか。

(委員長)

PR大使となると色々と権利関係も複雑になってくる。ただ、有名な人を集めて語ってもらうような場があればPRにつながるのではないか。

(委員)

様々なコンテンツはあるものの、吹田の名物と言えるものがなかなかでてこない。それならば今から新たな名物を作り上げていくことはどうかと考える。例えばすいたんに関連づけた新たな

食べ物とか。ふるさと納税の仕組みとつなげることで新たに出てくるのではないか。無いのであれば作っていくことが必要なのではと考えている。広報面で不足している部分もあるが、効果的な連携が必要。吹田とは？という原点に立ち戻ると、なかなか出てこない。今からでもその部分の作り上げが大切なのではと思う。

(委員長)

吹田市でのふるさと納税の取組は？

(事務局)

他市においては地域経済の活性化の趣旨で実施されているところが多いが、吹田市ではお礼の品を送付するような取組はない。サッカースタジアムの建設費用や、マクドナルドハウス移転に係る費用の募金についてはふるさと納税の仕組みが利用することができた。

(委員)

前回の意見に対して市の考え方をいただけたことはありがたい。すいたんのファンクラブ設立についてはやり方はいろいろだろうが可能性を感じている。いろいろなところに相談してみようかと思う。特派員制度について、既に様々な情報発信の媒体があるが、プラットフォームのようなイメージなのか、どのような仕組みをイメージしているのかが気になるところ。

(委員長)

新たな情報発信媒体を作っていくことは難しく、全部の情報を集約すれば階層性ができてよくわからなくなってしまうかもしれない。何か最初のきっかけのような役割を担うことができればと思う。

(委員)

情報発信についてはやはりメディアにとりあげてもらうことが効果的であると思う。広報戦略とのリンクがうまくいくようになればいいと思う。また、PR大使の活用についても、シティプロモーションの充実に合わせて、PR大使自身にご説明いただき、よりよい方向に進めていただきたいと思う。

(委員長)

スター的な部分を担う人だけでなく、ある分野で先進的な人を集めるような手法も考えられる。スポットで有名な人が語ったり、地道な部分を語ったりといろいろなパターンがあると思う。

(委員)

Instagramの活用については影響力の高い有名人が発信することでたくさんの方がそれを知るもので、ただ単に始めるだけでは少し不安。その意味でもフォロワーの多いPR大使にその役割を担ってもらうことは一つのやり方だと思う。茨木市もイバスタグラムを実施していて、その取組を番組で紹介したことで万のフォロワーを獲得できた。やはりメディアで取り上げられる仕掛けづくりに尽きるのでは。PR大使にどれだけ力があるのかは疑問だが、AKBの白間美瑠さんは42万人、麒麟の田村さんで14万人フォロワーがいるので、そこ絡めていくのもありなのでは。すいたんは人気だと思うが、いやらしく展開できていないのでは。くわいのメニューが食べられるレストランをすいたんが紹介したりするか。ふるさと納税についても大半の人は本来の趣旨は分かっているが、ただ品物がほしいという理由からだと思う。お礼の品として太陽の塔のフィギュアをプレゼントするか、市立吹田サッカースタジアムのフィギュアをプレゼ

ントしてもよいのでは。前回、吹田検定の実施について提案させていただいたが、今回検討されている特派員制度の中でSNSを通じて日々吹田の雑学を市民がアップしていくとか、特別な内容でなくてもよいので、毎日面白いものを発表されていく。それらが積み重なって吹田検定につながっていくことで、プロモーションに関する連動性が高まれば良いと思う。大きいメディアで取り上げられるする賢さは絶対に必要だと思う。例えば在阪のワイドショーとかで取り上げられることでPR力はすごく上がると思う。その面で市長のPR力も重要だと思う。新春特番の市長対談で、市長が地域の人から昔話などでいじられているがそれがすごく面白い。地域の人がいじることができるのが市長のキャラクターなので、そこは存分に活用して、吹田のプロモーション大使＝市長という感じのイメージがあってもよいのではと思う。

（委員長）

すいたんのストーリーについてもPRがまだまだ不十分なのは。尼崎では「ディープ尼崎」を売りにしてストーリーを重視している。

（委員）

吹田検定ネタを市民がアップしていくのは面白い。私に関わる媒体でも地域の主婦が特派員となって、自分がいいと思ったものをアップしてもらって地域特派員コーナーを開設している。見ていて楽しいグルメ情報など地元密着の内容なので人気のコーナーである。どんなネタでやっていくかをもう少し絞った方が良くもしいない。発信力がある人が核になって発信しないと、誰も見ないサイトになってしまいがち。他の自治体で地域の素敵な写真をアップして盛り上がっているケースもある。投稿したくなるようなテーマがあると自分の写真を見てもらうために投稿するというきっかけになる。吹田ネタで盛り上がるができるSNSが一つあれば、地道な吹田のPRにつながっていくと思う。SNSを通じてみんなで盛り上げられる企画が実施できれば良いのではと思う。市内外に強かにPRすることと、地域が盛り上がることを同時進行で実施し、全国的にも話題になるような取組があれば良いのではと思う。

（委員長）

特派員から地域で埋もれている情報をアップしてもらいたいということだと思うが、SNSで何か提言をしていい形での炎上で盛り上がる活用も考えられる。

（委員）

色々な写真がアップされることは良いと思うが、人が殺到することで問題になるケースもある。十分な配慮が必要だと思う。

（委員）

吹田市が取り組んでいるシティプロモーションの主なターゲットは市外でなく、市内にある。爆発的なPRによって定住意向が高まることも考えられないことはないが、吹田にそれが当てはまるのかどうかは難しい部分があると思う。

（委員長）

吹田市のシティプロモーションはまず市民に向いている。やり方はいろいろとあるが、他市でも様々なコンテンツを実施することで多くのメディアに取り上げられるようになり、周囲から「最近うちのまちは元気だ」といわれるようになり、その時に初めて市民がうちは何か良いらしいよという話になっていく。自分たちではなかなか気づかない。人口が37万の自治体なので、すぐ

に全体の意識が変化することは難しいが、市民の人に認知をしてもらう段階の考え方も必要となる。

（副委員長）

全体的にPR手法の話が多いが、そもそものシティプロモーションのコンセプトである市民にとって誇りや愛着が醸成されることを考えた時、市民ワークショップの参加者の少なさや今回の会議の傍聴者が少ないことについても見直さなければいけないと思う。自分が主体となって参加できることを知らない市民も多いのではないかと。特派員制度について、何を目的としていくかを考えていかなければならない。主体と主体がどう連携していくかも。先日鯖江市の新山直弘さんに会いに行って吹田にも何か還元できないかという話をしている中で原田祐馬さんという建築家の話題になった。活躍している人の周りには、また別の活躍している人がいるもので、そういった人たちと具体的なテーマについて連携できれば良いのでは。どのように研究を重ねていくかをしっかりと考えていただきたい。

（委員長）

活躍している人は活躍している人に人脈があるもので、そういった情報を行政がキャッチしていくことも大切。人脈の大切さについてもしっかり考えてほしい

【案件3について】

（委員）

吹田まつりには市の予算も使われているのか？

（事務局）

市の補助金と協賛金をあわせて約3,000万円の予算規模で実施している。

（委員）

ニュータウン地域に住んでいて前夜祭には行ったことがあるが、本祭りには行ったことがない。吹田は広いので一体感を出すことはなかなか難しい。前夜祭と本祭りは別物という感じがする。

（委員）

世代によって祭りへの考え方は変わると思う。吹田まつりには第1回目から地域団体の一員として参加している。大学生くらいになって前夜祭と本祭り両方に行っている。大人になってからはパレードも楽しんでいる。マンネリ化といっても50回近く開催されていることはすごいことだと思う。予算ももっとかかっていると思っていた。50年も続いていることはもっと誇りに思ってもいいと思う。もっとそこをPRしても良いのでは。見方の違いでマンネリと捉えるのか、継続と捉えるのかが分かれてくる。

（委員）

今年から吹田商工会議所青年部の立場でまつりに関わらせていただいているが、どの会場でもどんな内容で実施していくかについて知恵を絞っていきたいと考えている。

（副委員長）

スプラッシュパーティのような新しい取組が実施されていくことはやはりいいと思う。パレードはやはり観覧人数が少ない。参加している人は楽しそうだが、続けていかなければならないものと、より多くの人に楽しんでもらえるようなコンテンツの精査はどうしても必要。江坂会場は

どうしても食べ物の店が少ない。祭りに来る人が何を求めているかを考えたときやはり露店ではないかと思う。参加した人が全員十分に楽しめているわけではないと思う。大きな祭りが万博で開催されていて、それ以外は各地域の神社等で小さな祭りがあったらよいと思う。

(委員)

北摂の祭りで元気があるのは茨木と吹田だと思う。全てにおいて言えることだが、誰をターゲットにしているかを考えたとき、高槻では出演者をターゲットにしている、茨木は来場者をターゲットにしている。ステージに有名人を呼んだり、高槻は延々と子どもがステージで踊っている。豊中は沖縄と姉妹都市なので沖縄のミュージシャンが参加していて、豊中の市民性とは何かという議論が続いており、過渡期にある。スプラッシュパーティはとてもよかった。初めての実施であれだけ盛り上がったことにとっても可能性を感じた。20分程の時間だったが1回だけの実施だったのですぐに帰った人も多かった。パレードの合間で1時間ごとに5分実施とかの仕掛けにしても良いのでは。吹田まつりの生中継は視聴者からの反応が関西の中でも大きい。吹田まつりバージョンのすいたんマスコットがあっても面白いかも。子どもたちからずっと吹田で育っている人たちが来やすい仕掛け作りが大切。パレードのスタートも毎回同じ場所である必要はないのでは。

(委員長)

運営手法によってマンネリ化はかなり防げるということか。

(委員)

出場する人を減らさずに、スムーズにやる方法があるのでは。スプラッシュパーティもオープニングで1回だけというのはやはりもったいない。ただ20分は長かった。

(委員)

大阪城の周辺で「大阪グレートサンタラン」というイベントが実施されている。プレミアム缶バッジが配布されていて、参加者は缶バッジをいくつ付けて走るかを楽しみにしている。すいたんの缶バッジなどがあれば毎年ファンが増えてくると思うので、売り上げは運営資金に活用すれば良い。コレクターがいると思う。

(委員)

市民の立場からすると3,000万円の予算を使っているのであれば何らかの目的を達成してほしい。吹田まつり冊子の開催目的を見るとどれも別々の内容なので、全部を達成するのは難しいが、今年は何をテーマにするかというような狙いを定めていくやり方もあるのでは。テーマを絞り込む議論を深めていくことが良い方向につながっていくのでは。

(委員)

転入者にとって地縁団体に加入していない人が、神社等の祭りへの参加がしにくいというような状況がある。スプラッシュパーティは誰でも参加できることにとっても意義があったと思う。こういった取組が増えればいろんな人が参加できる人が増えると思う。50周年企画で飛行機で市内を回る企画があれば面白い。市がどんな形をしているかなどを知ることができて面白いと思う。花火も面白いと思う。

(委員)

すいたんのコスプレをして参加してもらうのも楽しいのでは。

(委員)

コスプレは非日常な気分を味わえて楽しい。

(委員長)

地域ごとの競いのコンテンツの部分があっても面白いのでは。水かけまつりは誰で参加できて自己主張のような面も持ちながら海外でも広く実施されている。色々な要素を組み合わせることを考えてもらいたい。だんじりはもともと神社の行事だが、そういった伝統と現在を結び付けていく努力も必要だと思う。マンネリ化に対しては変化をインプットしていく仕掛けについて、長期の企画をたくさん持っていれば、時期に応じたことが実施できるはず。いまから 50 回目のことをしっかり考えていくことが重要である。

