

第2回 吹田市健都オープンイベント等企画・運営業務  
委託事業者選定会議 部会 議事要旨

1 日時

平成30年7月10日（火）12時40分～14時20分

2 場所

吹田市役所 低層棟3階 入札室

3 出席者

平野部会長、松永委員、森岡委員、大森委員

4 案件

- (1) 第2次審査（提案内容に関する審査）について
- (2) その他

5 議事概要

(1) 次第及び資料に基づき、事務局から説明した。

(2) A社の提案内容に関するプレゼンテーション及び質疑応答を行った。質疑応答のやりとりは以下のとおり。

【委員】

事業終了後、モザイクアートを業者で処分してもらったり市へ譲渡してもらったりすることは対応可能か。

【事業者】

モザイクアートはシートに出力して貼り付けるもの。丸めて保管することができる。吹田市の意向に合わせて処分も譲渡も可能。

【委員】

市民参加型イベントについて、事業終了後も継続性を持たせるための仕掛けはどのようなものを考えているか。

【事業者】

イベント実施後に「見直し会」を行う。各イベントで聴取したアンケートも含めて内容を振り返り、今後の事業実施に活かしてもらう考え。

【委員】

オープンイベント当日は多数の来訪者が集まる。配置人数などの体制は充実させておく必要があると感じるが問題はないか。

【事業者】

病院講堂はスペースが手狭なので工夫が必要。式典は基本的に屋外で行う。警備を含めた運営は自社内でまかなえるため、招待者数などに合わせた調整が可能。

【委員】

体力測定だけでは健都のPRにつながらないと思う。周知の具体的なイメージは。

【事業者】

まず関心をもってもらうことが必要。大阪駅で行うイベントでは生活習慣病予防の指導が必要なビジネス世代に足を止めてもらい、健都をPRしたい。

【委員】

スポーツ色が強い印象。単なる「健康・スポーツイベント」とならないための違いは。ターゲット層をどこに置いているか。

【事業者】

まずはスポーツをきっかけに分かりやすいものを入口にしたい。それを機に新しいライフスタイルを考えてもらいたい。

【委員】

イベントの継続性の観点から、著名人や講師などが吹田市との接点が薄いと感じる。講師と吹田市との接点をこの事業を機に作ることはできないのか。

【事業者】

現在の案は、自社で既にネットワークのある方から候補を挙げた。吹田市と関係のある人・市内大学は今後調整できる。体力測定の企画は今後のリピーター率が上がる傾向にあるため採用しようとしている。

【委員】

当日の来場者数を増やす工夫だけでなく、メディアへの発信も重要。メディア取材を呼び込むための工夫はあるか。

【事業者】

メディアへの発信をはじめ、広報については吹田市と連携をとって進めたい。

【委員】

市民参加型イベントについて、雨天時対応の想定は。

【事業者】

天候に関わらず大型テントを設営する予定。なお、ランニング講座は雨対応の想定は今後検討する必要がある。

(3) B社の提案内容に関するプレゼンテーション及び質疑応答を行った。質疑応答のやりとりは以下のとおり。

【委員】

市民参加型イベントについて、事業終了後も継続性を持たせるための仕掛け

はどのようなものを考えているか。

【事業者】

継続した健康づくりも、まずは楽しんでもらうことから始まる。参加者が楽しみ、健康を考えるきっかけとする企画としたい。

【委員】

無関心層へのアプローチに力を入れるとあるが、web広告を通じたPRでターゲットにどのような働きかけができると想定しているのか。簡単にはイベントに参加してもらえないと思うが。

【事業者】

健康関連のキーワードを検索すると広告がヒットするように設定する。健康にあまり関心がない人の目に留まることで、参加してみようと思わせることを考えている。

【委員】

web広告を約3か月打つには、35万円のコストで見合わないと思うが。

【事業者】

北摂エリアに限定する予定。確かに費用はぎりぎりでもう少し広くアプローチした方がよいと思う。バランスをどうとるか、実施に当たっては吹田市とも相談して進めたい。

【委員】

web広告から貴社の申込システムに直接つなげることができるのか。

【事業者】

直接アプローチはできない。

【委員】

ウォーキングやマルシェ、健康器具の紹介など企画したイベントの規模に対して警備体制が足りないのではと感じる。過去の経験や実績を踏まえたものなのか。細かく見ると確実に人手が足りていない箇所もある。どのように体制を検討し、人員を見積もっているか。

【事業者】

ウォーキングイベントは歩車分離の道を自由に歩いてもらうので、交差点などポイントにのみ配置し、警備用の人手は多く必要としないと見込んでいる。マルシェは業者が入ってくる想定で、運営側の人員は必要数足りていると思うが、詰め切れていない面もある。実施に当たっては吹田市とも相談したい。ボランティアも活用する予定。

【委員】

ボランティアの活用も予定しているとのことだが、イベント後の継続性を踏まえた方策があった上で募るのか。経費を浮かせるだけになっていないか。初めからボランティアまかせは危険。

【事業者】

継続性の観点での検討は十分でなかったので、今後吹田市とも相談して詰めた。

【委員】

著名人の講演について具体的なイメージを補足してほしい。

【事業者】

候補者に当たって確約をとっているわけではない。リストの中から1名出演してもらう想定。具体的な調整は今後吹田市とも相談して進めたい。

(4) C社の提案内容に関するプレゼンテーション及び質疑応答を行った。質疑応答のやりとりは以下のとおり。

【委員】

市民参加型イベントについて、事業終了後も継続性を持たせるための仕掛けはどのようなものを考えているか。

【事業者】

年度内に繰り返しイベントを実施する。将来的にずっと委託事業ができるわけではないので、自社メディア等を通じた周知・啓発には協力できると思う。

【委員】

活用するメディアの視聴率はどれほどか。

【事業者】

自社調べでは、地上波のU局（ネットワーク系列に属さない独立放送局）と同等程度を見込んでいる。

【委員】

ドローンを飛ばしての空撮を提案しているが、線路に隣接する健都内で撮影の許可は下りるものなのか、実績はあるか。

【事業者】

過去には茨木市で線路そばの公園内で許可を得て撮影したことがある。吹田市協力のもと許可を得たいと考えている。

【委員】

AR（拡張現実）体験イベントについて、ちゃんと利用した人にポイントをつけられるように、人が配置されることが望ましい。また、詳細について補足してほしい。

【事業者】

公園内の健康遊具を使用して写真をとれば、AR体験できる。園内にポイントを設けて楽しみながら利用を促すことを考えている。

【委員】

スポーツ色が非常に強い印象。既に関心のある人がさらに集まることになら

ないか。例として吹田市が事業終了後にイベントを引き継げる余地はあるか。

【事業者】

費用面などは要相談となるが、出来る範囲での協力は可能だと考えている。

【委員】

メディア活用で知見があることは分かったが、イベントの実施体制は。自社で担当部門を構えているのか、外注するのか。

【事業者】

イベント企画できるグループがあり、担当するセクションで連携する。自社で対応可能。

【委員】

発信している番組の企画で一定の催しを行うだけではない、この委託事業ならではの付加価値はどこにあるのか。

【事業者】

受託事業の中で実施するからこそ、自社を挙げて健都PRに注力することができる企画となっている。委託事業でなかった場合はここまでのイベントを打てない。

【委員】

健康を切り口とした企画は理解できたが、医療関係の企画は案があるのか。

【事業者】

現時点で具体的なものを持ち合わせているわけではない。講演会で医療をテーマにするなど、希望がある場合は、今後吹田市とも相談して進めたい。

(5) 事業者のプレゼンテーション及び質疑応答を終え、各委員から提案について、優れている点や留意すべき点などについて、意見交換を行った。

【委員】

- ・ A社の提案はスポーツ系の企画で強みを持っている印象。大阪駅など都心部でのPRや発信力には期待が持てる。
- ・ B社の提案はマルシェなど主婦向けの発信力が期待できる。駅前複合施設との競合がなければ、よい企画だと感じる。
- ・ C社の提案はメディアを持つ強みを活かしたものだと感じる。地元吹田との連携を活かした北摂への発信力に期待が持てる。

【委員】

- ・ 全事業者に市民参加型イベントに関する「継続性」への考えを尋ねたが、明快な返答のあった事業者はなかったと感じる。どの事業者になっても、単発のイベントに終わらせない工夫は求めるべき。
- ・ A社の提案は今まで接点の少ないビジネス世代への周知に対してアイデアを持っていることが評価できる。

- ・ B社の提案は市民参加型イベントが多世代の関心を喚起できるのではと感じる。行政や地域にも引き継いでいける企画ではと期待が持てる。
- ・ C社の提案は吹田色がよく出ていて、地域密着であることがよく伝わった。

【委員】

- ・ A社の提案は全体的に不安要素があるのではと感じた。スポーツ色が強い印象を受けた。
- ・ B社の提案はボランティアの継続性を考えてくれているのであればよい企画だと感じる。無関心層に焦点を当てているのは分かりやすい。
- ・ C社の提案は吹田が地元であることを活かした具体的な検討をしていることが評価できる。イベントはスポーツ色が強すぎる印象。既に地域にある今までの企画に埋没しないかが心配。AR体験はSNSを活用したPRにつなげることも可能だと感じるので、単発に終わらせない工夫が必要。

【委員】

- ・ A社の提案は企画内容が一般的でベタな印象。一方で現場の経験も多い様子が伺えたことから企画の実現性が高いと感じた。
- ・ B社の提案は企画内容が興味深いものだった。一方で詰めが十分でない箇所が多い印象で実現性に不安を感じた。
- ・ C社の提案はメディアならではの強みが出ていた。一方でU局同等の視聴率や訴求力がどこまで本当にあるか不透明な印象。イベント現場の実現性が気になったが、自社体制を持っていることは評価できる。

(6) 各委員の採点・評価を踏まえ、その結果を事務局が集計し、事業者選定会議に報告することについて、異議なく了承された。

以上