

令和4年度 第1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

令和4年8月3日（水）14：00～16：00

2 会場

吹田市役所 中層棟 4階 全員協議会室

3 出席委員

池田 千恵子 委員長（大阪成蹊大学 経営学部 准教授）

佐賀 健太郎 副委員長（吹田商工会議所）

上野 公嗣 委員（大阪府立江之子島文化芸術創造センター 館長）

大平 昌幸 委員（近畿経済産業局 地域経済部 地域開発室 室長）

八木 浩子 委員（ジェイコムウエスト 北大阪局 地域プロデューサー）

伴 晴香 委員（サンケイリビング新聞社 編集部 大阪エリア編集長）

森 俊弥 委員（吹田青年会議所）

藤井 一成 委員（市民委員）

4 欠席委員

なし

5 出席職員（事務局）

井田部長、橋本次長、薬師川室長、岡田参事、宮崎主幹、船越主査、吉川係員、杉田係員

6 傍聴者

なし

7 案件

(1) 吹田市シティプロモーションビジョンの進捗状況

(2) 令和5年度シティプロモーションの取組（案）の検討

8 主な質疑、意見等

【7（1）について】

発言者	発言内容
委員	根本的に、吹田市はどうしたいのかが見えない。住みやすいという意味がわからない。
事務局	年代や家族構成、居住年数等によって住みやすさの答えは違う。各企画や事業ごとにターゲットを決める必要があり、様々な層に対してアプローチをしている。
委員	魅力の情報発信が中心と言われているが、そもそも魅力とは何か。
事務局	シティプロモーションビジョンでは、育児も健康も教育も仕事も公園など、本市にはたくさんの魅力があるとしている。
委員	全庁的な取組ができているか。
事務局	全庁的な取組を目指しているところ。どのようにやっていくか課題はある。
委員	SNS の発信回数について、リーチ数から投稿の分析はしているか。おすすめがどれくらいか、フォロワーが何人増加したかなどが指標としては重要。
事務局	分析はしており、バックデータとしては持っている。投稿1つに対してどれくらいの反応があったかという視点はこれから持って取り組みたい。 フォロワーは、1年間で Twitter500 人増。Facebook20 人増。インスタ 500 人増。
委員	Twitter は自分も事業者としてやっているが、フォロワー数ではなく、投稿による効果が大事だ。Twitter 投稿で目標に対する効果はあったか。
事務局	すいたん Twitter では市政情報の発信がメイン。市政情報を多くの人に届けたいという目的があり、すいたんが発信することならちょっと見てみようと思っていた。たくさんを届けたい、おもしろいと思っていただけるような投稿も実施するとともに、フォロワー数増加も狙っている。
委員	SNS ではリーチ数が大事。本当に届けたい人に届けるには、多くの人に見てもらうことが重要。SNS には、例えば、A さんに届けたいことが B さん C さん D さんに届いていると A さんにも届くという特徴がある。
委員	アカウントがいくつか必要なのでは。市民は欲しい情報しか見ない。
事務局	市では、他にも広報、消防、図書館など様々なアカウントがある。

【7（2）について】

発言者	発言内容
委員	葉加瀬太郎さんのプロモーション楽曲を Youtube や TikTok で使いたい放題にするのはどうか。素敵なコンテンツをたくさん持っているので、引き続き活用すると良いと思った。
事務局	楽曲の著作権は葉加瀬さんにあるが、本市は使用許諾契約を結んでいるので、市の施設での放送、動画やイベントのBGM・演奏での使用、HP での無料ダウンロードなど、活用しているところ。一方、さらに楽曲を広める手法について悩んでいる。
委員	それは市の PR ではなく葉加瀬さんのPRになるのでは。
委員	発信する魅力がはっきりしていない。すいたんを推したからといって、最終目標の定住意向が増えるのか。もっと定住意向が増えるには、吹田に住んでもらえるためには何をすべきかを考えないといけないのでは。地方創生とか人口が減る地域とかの特徴的な取組が色々あるので参考にできれば良いと思う。 市の魅力としては、大きな企業がある、サッカースタジアムがある、大学が多く最先端の取り組みがある、そこからベンチャー企業が起る、学生が多くにぎわいがある、健都もある。そういうことが定住意向につながる魅力なのではないか。
事務局	魅力がいくつもあり、あらゆる暮らしの場面の水準が高いということを発信していくのが、本市のシティプロモーションビジョンの考え方。それゆえにどこを推しているかわかりづらい面がある。全ての面でそろっているまち、ということをうまくまとめてパッケージ化して伝えられていない。スイタブルライフという冊子、HP ではまとめて紹介もしている。ただ、全庁的な取組になかなかできていない状況。
委員	魅力として挙げられているものがあるのなら、それをどう要点を絞って発信するかをよく検討して、コンテンツ作りをしなければならぬと思う。すいたんを推すだけでは、魅力発信ではないし定住意向は増えない。
委員長	どのように具現化していくのかについて、事務局は持ち帰って検討を。
事務局	シティプロモーション推進室としても、すいたんはツールのひとつであると認識している。子育てや教育、介護など各所管が良い取組を実施しており、それをどの層にどのように届けていくかを検討する必要があり、次回の会議で検討内容をお示ししたい。
委員	ひとつずつ、ターゲットを決めた方がいいのでは。
委員長	資料について、取組は書いているが、目的やターゲットが書いていないのでわかりづらい。誰に向けて何を目的にやると書いていただくと委員の方々にもわかりやすい資料になる。
副委員長	毎年、同じ話をしている。前年度何を言われて、持ち帰って検討した内容を含めて説明していただかないと、常に同じ議論になる。
事務局	前年度の振り返りをすると、ターゲットやペルソナ設定のことなどに時間を割いて議論いただいた。庁内ではビジョン改訂までしなくても、ビジョンに沿ってしっかり

	企画をやっていくという方向になった。昨年度から始めた「まちっと北摂」へのブログでは、どの層に向けた発信なのかを意識して文章を書いて投稿している。
委員長	ここで出た宿題は持ち帰って検討したのち、委員に回答いただく必要がある。全部実施できるわけではないと考えるができないものも含めて回答を。
委員	必ずしも吹田市がプロモーションしないといけないのか。市の魅力(大学、スタジアム、企業、子育てなど)と各課の施策というのは別物なので、1つのチャンネルだけで発信するには限界がある。鯖江市の JK 課みたいに、インフルエンサー課みたいなのをにおいて、その方たちに何らかの動機付けをして発信してもらうとか。属性の合う人が発信したことがその属性に合う人たちに届く。吹田市が取り組むのなら1つだけに決めて、ペルソナも決めてやるほうが良い。吹田にはおもしろい形のマンションがあると発信し、多くのフォロワーがいる人もいる。そういう方に発信してもらうと届くのではないか。生活の中の魅力と、制度的な魅力と分けて発信することを提案する。
事務局	インフルエンサー課はすぐには難しいかもしれないが、インフルエンサーの方に発信をしてもらえるような環境を整えることをぜひやってみたい。
委員	得意な市民と一緒に発信をするというのはとてもいいと思う。
委員長	吹田市は学生も多いので、学生を使ってできることもあるかもしれない。
委員	吹田市内でも地域性がある。エリア分けをして、その地域に詳しい人を使うと良いのでは。
事務局	他室課の施策でもエリア分けの考え方をしているものがあるので、検討する。
委員	吹田市は、住んでいる人に向けて住みたいまちアンケートをするといつも1位。住民は市の魅力をそれなりに分かっているのではないか。転入してくる人も吹田市の良さを調べてから来ている。 今回の取組案で大学生の方と一緒にやると書いてあるが狙いは何か。
事務局	大学の専門性を活かすことと、大学生に吹田市に興味を持ってもらいたいという思いもある。市との関わりを持ってもらい卒業後も住んでもらいたい、あるいは関心を持ち続けて欲しいと考えている。
委員	どういった学生と連携するのか。
事務局	場合による。ボランティアはサークル関係、すいたんの衣装考案に関しては芸術系の学部、専門性を活かしたい場合はゼミの先生と協力するなど。
委員	大阪府内で見ると、吹田市はNPO等の組織が多い。ただ、そういう団体もPR力があまりないので、市がPR力を上げたらそちらのPR力も上げていけるように、どんどん公開して行ってほしい。 また、東京の MIYASHITA PARK では、再開発に成功している。人が少なく危ないイメージの場所だったのが、若者が集まる情報発信の拠点になった。人の集まってくる動機付け、イメージ付けがあってもいいのではと思う。江坂公園もこれから変わるようなので、チャンスと捉えて何かしら集まる拠点になればいいと思う。

委員長	事例をもとに事務局で検討を。
委員	神崎川でなにかイベントをしてはどうか。歴史もある。
事務局	過去に神崎川でイベントをやったことはあるが、集客などに課題があった。また、事業者団体さんでイベントをされている。地域で頑張られている団体さんの発信など検討したい。
委員	京都の伏見が川のイベントをやっていた。ろうそくを使って写真映えするようなことをやっていたと思う。
副委員長	<p>イベントの企画はいろいろできるが市民が一緒になってやらないと続かない。吹田にはツーリズムの観光は限界があるし不要だと思う。Inforest すいたの壁面アートは誰に向けての発信なのか、色々錯綜していると感じる。今吹田が目指しているのは、アートなまち、〇〇なまち、という一個集中ではない。快適なまちを PR しても、今住んでいる市民にとってその快適さは当たり前。地味だけどもっと快適になるような、例えばすべての駅で住民票が発行できるとか、市民のことを考えた取組をやった方が愛着がわくと思う。</p> <p>何があるともっと良いのかという意見を聞くことも必要なのではないか。</p> <p>すいたんの愛着から市への愛着へどうシフトするのかという課題もある。学生との連携は、学生側にはメリットがあるが、市に残る学生は全体の何人いるのか。結果を発信して誰が見ているのか。税金を使って市がやることなのかどうかははっきりした方が良い。</p>
委員	音楽関係も、吹田市ではこんなことができるという発信の方法もある。
委員長	発信方法には色々な側面があり、音楽もテーマになるのでは、ということ。誰に対して何をするのかを事務局で整理してもらいたいと思う。