

令和元年度 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：令和元年6月25日（火）10：00～12：00

2 会場：吹田市役所 中層棟4階 第4委員会室

3 出席委員

北詰恵一 委員長（関西大学 環境都市工学部都市システム工学科教授）

佐賀健太郎 副委員長（吹田商工会議所 青年部 周年事業部会長）

高田貴士 委員（吹田青年会議所）

伴晴香 委員（サンケイリビング新聞社北摂事業部 編集長）

松原寛樹 委員（ジェイコムウエスト 地域コミュニケーション統括部）

片岡誠 委員（市民ネットすいた 理事・事務局長）

内海美保 委員（近畿経済産業局 地域経済部 次長（頑張る自治体応援隊 大阪北部担当））

小松紫穂里 委員（市民委員）

4 出席職員

井田部長、原山理事、奥山次長、淵上参事、白澤主幹、高島主査、宮崎主査、四方主任

5 傍聴者

なし

6 案件

(1) 市民意識調査結果と今年度の方針

(2) シティプロモーションに関する取組の状況調査

(3) 昨年度と今年度のシティプロモーション事業の主な取組

7 委員長・副委員長の挨拶

（委員長）

シティプロモーションにはいろいろな観点がある。市長が主導して行うのもシティプロモーションだが、市民が主体となって行うやり方もある。市民が主体となることで、市民自身の自覚にもつながる。シティプロモーションは、最終的に市民のみなさんが幸せを感じられる、ということが目的だと思うので、いろいろな観点で皆様からたくさんのお話をいただき、ということが大切だと思っている。

（副委員長）

昨年から引き続き委員をすることになったが、普段出会わないいろいろな方と吹田について意

見を交わして、みんなで吹田のことを考えるということが重要だと考えている。今年も様々な視点から思考を深めていきたいと思う。

8 主な意見等

【案件（1）について】

（案件（1）について事務局から説明）

（委員長）

事務局から説明のあったことについて、自由に発言をお願いします。

（委員）

そもそもの話になるが、当初吹田市シティプロモーションビジョンを作った際に、人口が微増しているため、移住を目的としない考えだったと思うが、その考えは交流人口を増やすというよりも、安定したまちづくりをしていきたい、というものか。基本的な考えを再度確認させてほしい。

（事務局）

基本的には委員のおっしゃるとおり、吹田市は人口が増えてきており、今後もしばらくは増え続けるという推計も出ているため、移住を目的とするものではなく、まずは今住んでいる方にプロモーションを展開し、吹田のことを好きになってもらい、「ずっと住み続けたい」「離れても戻りたい」と思ってもらえるということを目指している。移住を目的とはしていないが、市民へのプロモーションを行うことが、結果的に他市の人へのプロモーションにもなると考えている。

（委員）

私は、吹田に住んで30年になるが、吹田のことが別に好きではない。なぜかと考えると、たまたま吹田に住んでいるだけで、他市と比較して選んだわけではないから。そういう市民は多いと思う。そういった中で、定住してほしい、吹田のことを好きになってほしいということの問題意識がどこにあるのか、明確にすべきと感じている。人口減少を食い止めたいのか、単に気分として好きになってもらえばいいのか。

ビジョンは5年間のものだが、20年、30年先を見通して考えておくべき。すいたんを使ってプロモーションをしているが、すいたんを好きな子供たちが、20年後に吹田に住んでいるかは分からない。例えば東京や九州に住んでいる人に吹田市に愛着を持ってもらうことが大切なのか、実際に戻って来てもらうことが大切なのか、そういった好きになる理由や定住の考え方があやふやなので、そこに時間と労力とお金をかけることがどうなのか、もう少し考えるべきではと思っている。

先ほどの市民意識調査については、分析をもっとしなければならない。30歳未満の人をターゲットにしたいという話だったが、30歳未満は微妙な年代。独身の人や子どもが生まれたばかりの人もある。その人達と同じ政策をうっても響かない。30歳未満の人たちにどのような傾向

があるのか、もっと考える必要があると思う。

(事務局)

前回のアドバイザー会議でも様々なご意見をいただいたが、小さい時に培ったイメージや思い出というのは市への愛着につながって、20年、30年経っても残るとのご意見もいただいた。今回の意識調査については分析をするが、10年後20年後には市の人口が減っていくことは確実だが、そんな中でも市民にとって愛着や誇りがもてるまちづくりをしていく、というのがビジョンの考え方。ビジョンのコンセプトは市民の全ての年代の人を対象としているが、今年度は特に30歳未満にポイントを当て、その年代に響くプロモーションをしていきたいと考えている。

(委員長)

シティプロモーションビジョンの見通す期間はどの程度と考えればいいのか。20年30年先まで見通すのか。あまり長期的に見通すと、この後の案件が具体的な取組についてなので、少し遠すぎるのかなと思う。

(事務局)

平成29年に作成したシティプロモーションビジョンは5年間を目途にしている。また次の見直しの際に目標値を変えていく予定。

(委員長)

先ほど意見のあった、政策ターゲティングについてのご意見はあるか。

(委員)

私は、小さいときから吹田に育ち、一時期高槻に住んでいたが、また吹田に住み続けている。なぜ吹田に戻ってきたかという点、暮らしやすさや安全面などの点があったから。今の家の近所に大きな公園があり、大学生や高齢者など様々な世代が利用しているが、地域の人が体操をする前に掃除をするなど、丁寧に公園を利用している。そうすると、大学生がサッカーをする時に全面使うのではなく、他の人に声をかけて、公園の一部を使ってするなどお互いに譲り合っている。まちを大事にするという意識は広がっていくと思う。その意識が広がっていくとまちが安定していき、安心できるまちになる。そういったところが定住意識を高めていくと考えている。

(委員)

関東から吹田に引っ越してきたが、関東で大阪の住みやすいエリアの情報収集をすると、まず北摂の吹田・豊中・箕面の3市が出てくる。その3市の中では吹田が一番印象が薄かった。豊中は伝統的に教育に力を入れている中学があって教育のイメージ、箕面は子育て世帯の誘致に力をいれていることや、マンションの建築規制をして1戸建てが多く住みやすさを重視しているところが良かった。子育てをしている世代としては、子供の教育環境・住環境・親を支える制度、の3つが重要だと考えているが、吹田はその点で強いメッセージを感じられなかった。たまたま吹

田にいい物件があったので住むことになった。以前は「母になるなら流山」という強烈なキャッチコピーを打ち出している流山市に住んでいたが、住んでみると実際はまだまだ制度が不十分だと感じた。それに比べ、吹田に住んでみると子育て制度の充実やみどりの豊かさ、小学校の先生のレベルの高さを感じていて、子育てのしやすさを実感している。

“suitable city”というコピーはほんやりしたメッセージだと思う。ビジョンは9つの暮らしの場をまんべんなく広げていこうという戦略だが、市民意識調査の同じ調査項目の中でも、20歳代の住み続けたいと思っている理由と、30歳代の理由は違うと思う。もっと細分化した調査を経て、「住み続けたい」と思っている人は子育て中なのか、独身なのか、DINKs（共働きで子供を持たない世帯）なのか、学生なのか、というところまで細分化して初めて戦略に落とせると思う。

（委員）

私の会社でもまちの住みやすさの調査を行っているが、吹田はいつも1位を取っていてすごいことだと思っている。仕事で紙面を作る上で、マイナスのことよりも、良いことを取り上げてどうすればもっと良くなるか、という観点で製作したほうが共感を得られやすいと実感している。市民意識調査で「住み続けたい」と思っている人達が何をもちて住み続けたいと思っているのか、が分かれば教えてほしい。

（事務局）

市民意識調査は市全体のことを調査するものなので、シティプロモーションに特化した細かい内容は調査できていない。ただシティプロモーションビジョンの作成時にアンケートを実施しており、吹田に住み続けたいと思っている人にその理由を聞いている。P33に結果が掲載されており、「交通の利便性」が50.7%、「買い物の利便性」が24.5%等となっている。こちらを参考にしてほしい。

【案件（2）について】

（案件（2）について事務局から説明）

（委員長）

先ほど委員から出た、“suitable city”というコピーはあいまいなメッセージで、いろんなテーマ全てに手を広げようとしているという意見については、重点取組という考えがあるというのが、一つの答えになると思う。また重点取組がどのようなプロセスで選定されたのかについては、先ほど委員から出た政策ターゲットがはっきりしないという意見につながる。そういったことにリンクしながら、案件2は更に議論できるかと思う。

（委員）

取組結果のところ「シティプロモーションの視点での評価」の項目があるが、平成30年度取組結果に対する評価なのか、取組自体への評価なのか、どちらか。また、所管室課が評価を

行っているが、評価軸が分からない。例えば No.1 のノルディックウォークについて、参加者が 350 人とあるが、この 350 人が評価の軸になるのかが分からない。

(事務局)

評価は平成 30 年度の取組について評価をしている。ただ、例えば吹田まつりは昨年度中止となったが、その存在自体がシティプロモーションにつながっていると考えているため、評価は A としている。

(委員)

A や B の評価軸の基準が明確でないというのがこの調査の問題だと思う。先ほどのノルディックウォークが、前年度から参加者が増えたから A なんだというようなことが分からないので、この評価が正しいかが分からない。B をつけている取組が、次年度どうすれば A になるのかが分からない。

(委員長)

吹田市のシティプロモーションが定住を促すものであるのなら、各取組が間接的でもいいので、吹田市に対する愛着や定住にどう関連するのか、語りでもいいので説明されていれば、その観点がシティプロモーションの視点での評価になる。極端な事と言うと、例えば No.1 のノルディックウォーキングの取組が文化スポーツの推進の観点からは B だが、シティプロモーションの観点からは A だ、ということがあってもよい。そういうことを委員はおっしゃったのだと思う。

ただ全ての取組についてその説明をするのは大変なので、重点取組だけでも評価基準を明確にして、評価をし、来年度にそれがどうなったのか、という表ができればいい、というご意見だと思う。

(事務局)

表の作り方について説明させていただくと、シティプロモーションの推進に関して、行政として何らかの評価をしながら取り組まないといけないので、このように表を作っている。先ほどのご意見はもっともだと思う。既に定着している事業をいかに良く工夫していくかという事業もあれば、新しく作っていく事業もあり、それぞれに評価のポイントが変わってくる。取組自体がシティプロモーションにどの程度貢献してくか、昨年度シティプロモーションに対してどの程度の取組ができたかというのは全く異なる視点だが、いろいろな事業がある中で個別にパターン分けをした表を作成するのが困難だったため、今回のような表にした上で、「評価の理由」という項目を設けて市民の反応や事業の性格を加味しながら所管に書いてもらうようにした。今年からこのような表にしたので、庁内の所管との共有が不十分だった。本日いただいた意見は非常に参考になった。一足飛びにはいかないが、いただいた意見を整理しながら、庁内の目指すものを共有して各事業を評価していきたい。

(委員)

気になったのは、費用対効果がどうなのかということと、来年度に続けるか続けないかというのはどのような基準でしているのか。

(委員長)

各所管がそれぞれの目的に向かって実施している取組について、シティプロモーション推進室がシティプロモーションの視点で横から評価しているものなので、費用対効果をシティプロモーション推進室の立場から示すことは難しいのではないかと。ただ、それぞれの所管がどれくらいの重みをもって取組を実施しているのかは見られるのではないかと。

(事務局)

庁内的には行政評価という仕組みの中で、費用対効果を見極めていくという評価を行っている。行政の取組は数値として評価することが難しい場合もあるが、費用対効果の視点も含めて、行政評価の中で評価をしている。

(委員)

この調査のすごいと思うところは、市役所の各所管がシティプロモーションの観点で取組を評価していることだと思う。この調査は全ての取組について、市民の目線で考えていこう、というものだ。市民がどれだけ喜んでいて、もしくはどれだけ定住意向に結びついているかという点で評価するものなので、市の各所管がこの調査に協力してシティプロモーションについて考えたことが、まず市役所として大きな成果だと思う。その次に評価軸、というものがあると思う。

(委員)

重点取組について、所管とどのように関わっているのか。

(事務局)

重点取組については、まずは、シティプロモーション推進室で情報発信を強化していく取組と考えている。昨年度重点取組に選んだものは、昨年度作成したシティプロモーション冊子に掲載した。今年度もシティプロモーション専用ホームページに掲載する等、情報発信を第一にする。また、重点取組の中でも特にシティプロモーション推進室が関わったほうがいいものについては、積極的に関わり、シティプロモーションの視点をより取り入れるようにしてもらおう。

(委員)

重点取組が掲載されているシティプロモーション冊子を読んだが、非常にわかりやすく、J:COMで放送しているコミュニティチャンネルでも、この冊子に載っている取組をほとんど紹介している。J:COMも市と一緒になぞっているのかなという風に思っている。

(委員)

76番目のアドバイザー会議の評価がBだが、どうすればAになるか。

(事務局)

昨年度のアドバイザー会議で、どのような視点からの意見が欲しいのか議題が明確ではない、というご意見をいただいている。事務局の議題の示し方の点で工夫の余地があったことから、Bという評価をしている。いただいた評価は参考にして事業に反映させてもらっている。

(委員長)

市役所も、意見をもらうことで前向きな行動がとれるようになったのならAという評価になる。そのような評価の仕方をすべきではないか、という委員のご意見だと思う。

(事務局)

昨年度、市民参加のワークショップを1回開催したが、周知が不十分で集まりが悪かった。集まってもらえるような仕掛け作りを考えるべきだった。市民のご意見をいただく場の周知が不十分だった点でもBという評価になっている。

(委員)

調査の評価基準で「本市への愛着や誇りをどれだけ醸成するかの度合い」を評価軸にしているが、主観的なもので図ることが難しいと思う。

私の個人的な意見として、いかにサービスが充実しているかというところが、愛着や誇りにはつながらないと思っている。安定した状態というのはそれが当たり前になってしまうので、そこに愛着や誇りを感じづらいのではないか。以前松戸市に住んでいて、子育てが充実していたが、住んでいるときにはそこに全く気付かなかった。流山市に引っ越してから、松戸市の子育て施策が充実していたのだと分かったが、それでも、個人的には、課題の多い流山市のほうが好きだと思う部分があった。

流山市は、子供の多さに比べて子育て施設が足りていないが、そのような課題に対して市民がアクションできる機会がたくさんあった。課題が共有されて、それに対して活動できるということが、まちづくりに関わり、自分たちでまちを良くしていると実感でき、愛着を持たれた。市役所の考えているサービスを充実させるということより、市民を巻き込むことに愛着や誇りを醸成するポイントがあると思う。

ワークショップで課題を共有してみんなで解決しようという場を増やしてもいいのでは。なかなか人が集まらないとのことだが、子育て世代なら、子育ての講演とセットにして託児も付け、子育て施設で実施してみるなどいろいろな工夫ができるのでは。そういう場がたくさんあればいいと思う。

【案件(3)について】

(案件(3)について事務局から説明)

(委員長)

より具体的な話で、シティプロモーション推進室が実施している取組についての案件だ。

(委員)

シティプロモーションのホームページについて、市のホームページとは別にページを作るのはもったいないと思う。吹田市を検索したらまずシティプロモーションのページが出てきて、その下に通常の市のページがあってもいいのではないか。また、シティプロモーションの冊子を昨年度作成しているが、転入者に配っていない。吹田の魅力を PR できるチャンス。豊中市では、転入した人に冊子などが入った転入セットを配っていると聞いている。

(事務局)

転入者に配るということは作成時に想定していなかったもので、そこを想定した作成方法もあったと思う。現状は、作成部数が 2 万部なので転入者に配布するのは数量的に難しい。転入の方に向けて、市民課で袋に入った転入セットのようなものは渡している。その中に「くらしの友」という市内の情報や市役所の各部署の連絡先等が掲載されている冊子を入れている。

(委員長)

冊子を入れられなくても、冊子をダウンロードできるホームページのアドレスを記載した紙をいれておくだけでもいい。

(委員)

せっかく良い物ができたのだから、予算の都合はあると思うが増刷できたらいいと思う。それと、ワークショップについてだが、世代やカテゴリー別の実施してはどうか。手間はかかるが子育て中の母親、高齢者の男性、といった人を対象にしたワークショップをそれぞれに実施してもいいと思う。対象者を絞るほうが、行きやすいし、コアな要望をいただけるのでは。

(副委員長)

enZINE の取組はおもしろいと思う。市の職員だけでやっているとのことだが、例えば映像を作るのならプロを講師として呼ぶとレベルアップにつながる。

(事務局)

enZINE は人事室の研修制度を利用した取組なので、研修費が少しある。研修費を利用して講師を呼ぶことも検討する。

(副委員長)

ワークショップについて、プロモーションの観点でいうと年齢層でカテゴリーを区切るのは、同じ年齢層でも考え方や生活環境が様々なので、難しいのでは。例えばすいたんが大好きですいたんのプロモーションと一緒に考えてくれる人、といった趣味趣向を絞った人の集め方をしてはどうか。

(委員)

シティプロモーションの取組を始めて数年が経っている。これまで、大きいテーマで広く意見をもらう機会はたくさんあった。次は、コアに課題を抽出して、深みをつけていくということをしてほしいと思った。

(委員)

シティプロモーションの冊子は吹田のいいところがまとまっていて見やすかったが、「吹田で生活する私」ということがイメージしづらかった。吹田で子育てをしながら生活する私、という視点で市民に語ってもらうコンテンツがあってもよかった。シニアや学生の視点でもいい。共感しやすいものがほしい。

(事務局)

今年度、ホームページを作成するので今のご意見を参考にして、ページ作成に反映できるか検討する。

(委員)

プロモーションの取組等の情報を、我々としても発信していきたい。

(委員)

最初の話に戻るが、定住意向70%以上にするとのことだが、調査方法について、分母(回答者数)が1236なのは少ないのではないかと。もっと分母を増やせたらいいと思う。

(委員長)

青年会議所だったら、個別のテーマを持っていると思うので、ワークショップのテーマをご提案いただけるのもいいのではないかと。

最後に私からまとめさせていただくと、シティプロモーションの狙いが、大きな流れとして、グッズ販売や SNS といった情報発信から、個々の課題に対して市民を巻き込みながら考えることがシティプロモーションだということに変化してきている。市民が吹田市のことを知る、ということをしてシティプロモーションの重点におくのなら、まちの課題を共有し、テーマを絞ってワークショップをするということにつながっていく。すぐには難しいかもしれないが、市民を巻き込む、といった方向に重きを置くことができれば、本日の話し合いの意味があると思う。