

令和5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5年8月8日(火) 13:00~15:00

2 会場

吹田市役所 中層棟4階 特別会議室

3 出席委員

池田 千恵子氏(兵庫県公立大学法人 芸術文化観光専門職大学 芸術文化・観光学部 准教授)

森田 耕司氏(大阪府立江之子島文化芸術創造センター 館長)

黒木 啓良氏(近畿経済産業局 地域経済部 地域連携推進課 課長)

八木 浩子氏(ジェイコムウエスト 北大阪局 地域プロデューサー)

伴 晴香氏(サンケイリビング新聞社 編集部 部長)

佐賀 健太郎氏(吹田商工会議所)

大枝 拓人氏(吹田青年会議所 副理事長)

寺中 久登氏(市民委員)

長谷部 仁志氏(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、脇寺室長、岡田参事、宮崎主幹、梶屋主任、吉川係員

下水道部：伊藤参事、坂野主幹、伊丹主査、長谷川主査、竹嶋主任、加納係員

6 傍聴者

なし

7 報告事項

(1) 吹田市シティプロモーションビジョンの進捗状況

8 案件

(1) 令和5年度シティプロモーション推進室の重点テーマについて

(2) 下水道部の広報活動について

9 主な質疑、意見等

【7（1）について】

発言者	発言内容
委員	SNS の案件(ハッシュタグキャンペーン)は関西大学と一緒に考えて作ったものか？
事務局	課題解決型授業というものがあり、市から課題を提示して学生から提案を受けるという授業の中での取組です。
委員	ハッシュタグキャンペーンはまだ始めていない？
事務局	まだです。7 月の下旬にご提案をいただき、そこから市としてどのような形で事業化をしようか検討しているところです。
委員	「シティプロモーションの全庁化に対するご意見」と「研修についての課題」は非常に大切なことだと思う。これに関する取組は資料 2 で説明していただけるということでしょうか。
事務局	資料 2 で説明させていただきます。

【8（2）について】

発言者	発言内容
委員	職員統一名刺の作成について、デザインが凝っていて非常に魅力的だと感じた。効果として利用人数が 400 人と書かれているが、効果は何人が名刺を持ったかではなく、どれだけの枚数を配ったかの総数で判断すべきだと思う。実態の数字は何枚か。
事務局	正確な枚数はわからないが、1 回の発注枚数が 100 枚なので、一旦 100 枚ずつ持って配っている。都市魅力部の中だと年度間で最高 300 枚配っているという現状はあるが全庁的な数は把握できていない。また、400 人の内訳や他部署に関しても把握できていない。
委員	名刺を配る相手というのは、来客なのか会議に来た人なのか、例えば窓口に来て相談や手続きに来られる市民など、市民に深く浸透するところまで配っているのか。
事務局	一番多いのは、来客対応時とこちらからの訪問時に一般的なご挨拶の際、名刺交換の際に配っている。市民が手続きに来られた際にはおそらく配っていない現状。
委員	ということは、一般市民の方にはこれだけ優れたデザインのユニークな名刺があるという意識はまだ浸透していないということか。
事務局	事業を行っていない一般市民となると、貰う機会の方が少ないという現状です。
委員	渡すところの制約も当然あるかと思う。ただ、やはり市の職員たるもの市民の顔にあるので窓口に来られた人に対してもなるべくお渡しして、誠意のある姿勢を見せるとともに、名刺のデザインも示すことができれば色々な意味で効果が高まると思う。
事務局	そもそも職員の名刺は自費で買う必要があるため、それぞれが好きな名刺を作って配っていた。市として統一感がないことから職員統一名刺を作り、やっとここまで

	<p>(民間に)追いついてきた状況。</p> <p>これから機会があれば配っていき、また、今まで自費であったところもある程度公費で賄おうという動きになっているため、おっしゃられたことをさらに加速して行うことができると思っている。</p>
委員	<p>こういうものはコストという考え方ではなくて、まちのプロモーションへの投資という考え方を市長に入れていただきたい。費用という形で計上するのではなく、まちへのプロモーションの投資、未来への投資だという考え方を持って、それに応えるべく職員の方々も名刺を配ることで、機運が醸成されるだけでも意識が変わってくるのではと思う。</p>
委員長	<p>今の会話で気になった点がある。</p> <p>名刺を作ったことは、そもそも市の職員の方々が自分の市の魅力ツールを使って関係者に説明できることを目的にしていたのではないかと思って拝見していた。</p> <p>また、本当に市民の方に配るのかというところに疑問が残っている。毎日大勢の方々がいらっしゃる中、撒いても撒いても尽きないことだと思う。個人の名前や所属、メールが記載されている中、今の話だと「配る」という話になっているが、本当に配るのか。大元の目的はなんだったのか。</p>
事務局	<p>名刺は元々配ること、これをきっかけにして吹田市を知っていただくためのものなので、当然配るために作成したもので、ただ、あくまでも密な接点がある方、企業や市民団体、自治会の方々にお配りするもの。住民票を取りに来た方、税金を払いに来た方等にお配りするつもりはない。</p>
委員長	<p>今の回答と質問のおっしゃっているところは一緒か。</p>
委員	<p>窓口によっても濃淡があると思う。住民票のような簡単に手続きが終わるところではなく、手続きに時間を要したり色々な相談を受けるような窓口では一般市民にも名刺を配ることはあり得るのではないかと思う。</p>
委員	<p>利用人数 400 人は他やっていたものの中で一番多いように思う。正直、市の魅力を伝えるきっかけというよりも、インナーモチベーションが上がっているのではないかと思う。今まで自分のお金でお堅いものを作っていた中で、このようなデザインを市役所でも選べるというところで、他が 10～20 人という実績の中で、400 人集まっている。まずそっちの方が結果として高いと感じている。</p> <p>誰がやっているか調べたら面白いと思う。どれだけそういうことに興味を持っているのかということから、インナーの心理やパーソナルのペルソナが意外と見えてくる。次はこの 400 名という一番参加しやすい部分で参加してくれた人に次何かする時の呼びかけをいち早くリーチすると、参加率がもう少し上がってくるかも。一回参加するともう一回参加しやすくなる。そういうことを進めていったらいいと思う。</p> <p>また、名前を上にして渡すとデザインが見えないので渡し方を考えるとか、SNS で今年のデザインやデザインになっている場所を紹介するときっかけになると思う。</p>
事務局	<p>実際、名刺から会話が生まれることが 1 つのきっかけになっている。また、インナー</p>

	モチベーションがどのくらい上がっているのか興味深い。良い名刺だと思ってくれる職員が増えれば訴求力が上がるので、今のご意見については名刺の使いやすさ等を検討する上で活かしていきたい。
委員	強みを伸ばすという点に関して、「強み」は共通化しているのか。決めるか決めないかは両方にメリット・デメリットがあると思うが、一定共通化した方が発信効果は高まると思う。これまで徹底的に議論したことはあるのか。
事務局	シティプロモーションビジョン策定時に一定以上の議論があり、「バランスよく揃っている」と打ち出している。それを全庁の職員があまねく知っているかという自信がない。都市魅力部内であればビジョン冊子を配ることで触れるきっかけを作っている。また、新規採用職員や部長級会議の際には説明を行っている。
委員	現状としては、各要素のどこかを突出させるというのではなく全方位でということですね。
事務局	補足として、ビジョン策定時にアンケートを取っており、その結果が表れている。ただ、その結果が経年劣化しているので、今後実施するアンケートの結果については可視化できるようにしていきたい。 また、スーモさんの「住みたいまちランキング」の結果を見ると、世代によって評価するところが違う。その部分の集計をしないといけないという問題意識を持ったままできていないという現状があり、今後課題感をもって取り組んでいきたい。
委員	市の職員として何を外の人に伝えるのかわかっていたほうがいいが、おっしゃる通り世代や男女など全然ペルソナが違うため難しい点だと思う。
委員	今日の議論を聞いて、中身がないと思った。令和5年度の取組案が6項目あるが、吹田市の何を訴求するのか何をプロモーションするのか。 結論から言うと、サブ指標がある。各部局に定着させるためには、既存の情報のPRとこれから頑張りたいこと、サブ指標を各部局に考えてもらい、そのテーマに応じて研修をするべき。 部局全体をスクラップするということを首長が施策として出すべき。それをお手伝いするのがシティプロモーション推進室の仕事だと思う。 既存のものではなくて、新しいものを入れて3年後5年後はこうしたい、こういう施策も打ち出すという風にしたらいいと思う。 次に、SNSの活用について、新たなツールとしてYouTubeの活用を考えたいと思う。これからYouTubeや生成AIの時代になる。
委員長	今のご質問、ご意見について、まずご質問に対して、どのような研修をしているのかの説明が必要だと感じた。次に各部局のサブ指標、何を訴求するのか、現状を伝えていって今後のことも大切だ、というご意見をいただいた。この部分についてまずご回答いただければと思う。
事務局	まず研修について、総論的にする研修とターゲットを絞った研修を考えている。去年でいうと、1つ目は、大きくシティプロモーションとはという考え方・大切さについ

	<p>での研修で、その組織のキーマンになる課長代理級以上を対象に行った。2 つ目は、発信を具体的にするためのポイントに絞った研修を全庁的に特に関連業務に携わる人をターゲットに行った。</p> <p>次に各部局の将来像については非常に大事だと思っている。ここを司る行政経営部の総合計画で、各部局に役割を振り分けた後、10 年後の目標を立て現在中間見直しを行っている。我々としてお手伝いできるとしたら、庁内の議論の内容を市民に対して効果的に若しくはワクワクするような伝え方をすること。今年は、将来像を見据えながら一緒に何かできないか全庁で進めていければと思っている。</p>
委員	<p>ぜひサブ指標を。また、スタートアップ企業のベンチャーが足りていない。部局任せじゃなくて本当に市民に感動を与えるような中身がシティプロモーション推進室がアドバイスしてあげたらどうか。</p>
委員長	<p>いいご意見ですね。今年度は連携して進めていくと言っていたので、今の意見を受けて今後進めていただければと思う。</p>
委員	<p>全庁化に向けた取組に苦労しているという印象。作成してきた提案内容を説明させていただくので、意見をいただければと思う。(提案書の配布)</p> <p>提案書の縦数字 1 について、行政は市民向けのサービス業であるため、能動的かつタイムリーな情報発信をしてほしい。今回の取組案に実行性を持たせるためには各部署が主体性と当事者意識を持って、自らの施策とシティプロモーションを結び付けて行動を起こす必要がある。</p> <p>縦数字 2 について、シティプロモーション推進室が各部署に働きかけるボトムアップの動きは当然必要だが、シティプロモーションは概念的なもののため、各部署への浸透や広がり十分か疑わしい。そのため、市長や副市長がシティプロモーションの意義を説明して積極的なメッセージを全庁的に発信することが大事だと思う。</p> <p>縦数字 3 について、前述の内容を組み合わせるための取組として、市長表彰制度を実施してはどうか。各部署がシティプロモーションの意識向上を図り、自部署の業務意識を再認識することを目的に、シティプロモーションのアイデアや活動内容を募集する。応募された取組は全職員に紹介、優秀な取組に関しては市長から表彰し、予算を付け来年度実施する。若い人達が自分の考えた案に予算が付けられ実施されとなれば仕事のモチベーションになるし、今の自分の業務が市民の生活にどのような関わり方をしているのか再認識をする機会にもなる。</p> <p>皆さんの意見をいただければと思う。</p>
事務局	<p>提案書の作成ありがとうございます。</p> <p>提案書の縦数字 1 について、民間の事業者であるサンケイリビングのプラットフォームをお借りして、当室の職員がブログ形式で各所管の事業を取り上げている。</p> <p>縦数字 2 について、副市長をトップとした部長級が参加するシティプロモーション推進会議を、頑張っている部署に対して副市長からお言葉をいただけるような場として活用しようと思っている。</p>

	縦数字3について、若手から中間の職員が自分のやりたい施策をプレゼンして予算を獲得できることで次も頑張れるという枠組みは良いと思うが、できるかどうかは内部調整が必要。
委員	うちの会社では、8 部署から応募があり、最優秀賞、優秀賞、佳作ごとに賞金を渡している。こういうことをやってみても面白いと思う。副市長だけでなく市長にも関心を持ってほしいと思う。
委員	2点意見がある。1点目が、吹田青年会議所の活動として講演等をしており、各学校にチラシを配っているが、児童は全員タブレットを支給されている。タブレットにデータを送れるようになれば余計な費用を捻出しなくて済みし周知も高まる。ぜひ整備を検討してほしい 2点目が、補助金等について、コロナ禍に弊社で補助金や助成金を使わせていただいた際に、こちらから調べて相談しながら使わせていただいた。市民が聞いてきてからではなく、市からの事業者や対象者への発信を強化した方がより良くなると思う。色々やっているものから見つけ出すのが難しく、実際困っている人達に届いているのかという疑問を感じる。
委員長	対象の部局に、シティプロモーション推進室から伝えて、ご検討いただくという形でよろしくをお願いします。

【8（2）について】

発言者	発言内容
委員	最先端のことをやっていたら、おのずと企業と学者は集まってくる。いかに最先端のことをやって頑張っているのか見せるべき。大阪大学などの下水道のプロと研究したら、企業はいやというほど来る。中身のある将来像があるなら見せればいいし、無いなら2、3年後に作らないといけない。大阪市や東京都、横浜市でもやっていること。
委員長	今日の主旨は、「下水道の見せる化戦略案」において、下水道が日常を支えていることやどこにお金がかかっているか等をまず市民に知ってもらいたいという目的に向けての広報活動をどうすべきかというもの。委員の戦略的な内容も大切だが、今回は今の業務や目的に焦点を当てていただきたい。
下水道部	我々としても大学連携は進めていかなければいけないと思っているが、まだそこまでは至っていない。
委員	要するに、一番苦勞しているのはお金の問題か。
委員長	資料を見ると、「下水道の見せる化戦略」といって、認知度が低い下水道の活動を知ってもらいたいということが一番の目的で今日の議題。議題に対してご意見をいただきたい。
下水道部	広報や説明をしていても水道施設と混同されることが多い。認知度が低い中、もっと役割を知ってもらいたい。

委員	水道部と一緒に説明すればよくわかるのではないか。
下水道部	水道部は20年ほど前から広報活動をしていて確立されている。そこを見習いながら、できたら一緒にやれたらと思っている。 我々は5年ほど前から始めたが、まだまだ知られておらず、もっとダイレクトに伝わる方法を探さないと未来のことも語れない状態。
委員	去年、水道部の施設見学ツアーのドローン映像をうちで制作させていただいた。水道部さんも下水道部さんと同じように悩みをかかえていた。他とタッグを組んだ面の展開でやってみてはどうかと思う。 キャラクターについては、色々いるのもどうかと思う。
委員	先ほど話に出た当社の「まちっと北摂」というプラットフォームで、吹田市以外もマンホールの記事を書いたり興味を持っていると感じている。施設見学等があることを知らないかもしれないので、お話をいただけたら「まちっと北摂」だけでなく、コラムで取り上げることもできる。情報を発信される側がうまく連携していただけたらマスコミも動くので、ぜひご活用ください。
委員	先ほどおっしゃっていたことは正しいやり方ではあるが、すごく時間がかかるし、やり続けると効果が出ない。マンホールがいい例で、マンホール自体は人気だが下水道には繋がらない。 例えば、水道部は色々やっているということを手逆に取って「水道部 VS」をテーマに動画を撮ったりすると面白いし目立っていくと思う。まず、自分たちの今の思いを吐き出して、じゃあ何が一番効果的なのかを考える。水道部と一緒にのこともやっても意味がないので、皆さんは皆さんなりの手法を考えると逆に目立っていくと思う。面白そうなのでぜひ参加させてほしい。
委員	下水処理場で働いている人の苦勞や努力は市民の方は知らないと思う。シティプロモーション推進室が、見えないけど人の心に響くような歴史や過程、人にフォーカスした記事等を市報に載せるのはどうか。 長崎県大村市の取組で、小学校や中学校のトイレ施設に、流れた水がどこに行くのか示したシールを貼っている。浜松市では、子供向けホームページを作っている。子供が興味をもつようなことをしてはどうか。
委員	「下水マニア」というものをやっている市がある。 下水道に関する学習は、小学校のカリキュラムに社会見学として入っているがこの歳になると何も残っていない。中学校、高校でもカリキュラムに入れて、より詰まった内容を学ぶのもありだと思う。小学生に響くものはたくさんあると思う。
下水道部	キャラクターについて、絞った方がいいということであればもう少し見直していきたいと思う。 歴史等へのフォーカスについて、下水道年報等をホームページに掲載しているが単純な歴史の紹介なので、苦勞の話や困ったことについてフォーカスした内容を載せるのは面白い取組だと思った。

他市との連携について、大阪府と大阪市が立ち上げた「下水道ビジョン」において、大阪府のホームページに本市の取組を載せて発信できる機会があり、色々進めているところ。全国的なところについても知見を深めたい。
水道部のコラボについて、もう少し踏み込んだ形で取り組めたらいいと思っている。