

令和6年度 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

令和7年2月5日(火)13:00～15:00

2 会場

吹田市役所 高層棟3階 災害対策本部会議室

3 出席委員

池田 千恵子氏(大阪公立大学大学院 都市経営研究科 准教授)

森 俊弥氏(一般社団法人 Creator Agency 理事長)

佐賀 健太郎氏(吹田商工会議所)

奥谷 康人氏(吹田青年会議所 理事長)

黒木 啓良氏(近畿経済産業局 地域経済部 地域連携推進課)

田邊 幹雄氏(市民委員)

4 欠席委員

伴 晴香氏(サンケイリビング新聞社 編集部 部長)

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)

5 出席職員

事務局:井田部長、脇寺室長、岡田参事、宮下主幹、坂井係員

障がい福祉室:日比参事

シティプロモーション推進室:田中参事、山下主幹、宮下主幹、坂井係員

健康まちづくり室:国本参事、佐野主幹、早川主査、渡辺主査、寺木係員

6 傍聴者

なし

7 報告事項

(1) 手話を含む多様なコミュニケーション手段の普及について

(2) 吹田市公式 YouTube チャンネル「吹ちゅ〜ぶ」について

(3) suitable city みんなで躍動プロジェクトについて

8 案件

(1)健都をもっとしてほしい！

9 主な質疑、意見等

【7（1）手話を含む多様なコミュニケーション手段の普及について】

発言者	発言内容
委員	すいたんを起用していることと、手話の掛け算が上手くいっていないと感じた。すいたんを窓口到手話を広げていくことがどの層に刺さるのか分からない、そもそも手話を学びたいと思っている人には課題を知りたいという欲求がある。それをどういう風にコンテンツに落とし込むかが1つの課題。動画のオープニングについて、ガンバの動画であれば、会場でオープニングを撮影した方が良かったのでは。視聴者にガンバとの動画だと直感的に最初に分からせてあげる方が長く見てもらえる。YouTube で拡散させるのに必要なのは視聴完了率が大事。アナリティクスデータを確認して、何%の人がどこで離脱しているのか確認する。学生を起用しているのであれば、オープニングを学生と一緒に撮影するなどしなければこれが何の動画か分からない。もっと伸ばせる可能性はある。
委員	前回の会議後、子供にすいたん手話トライを見せたところ、思ったより手話に興味を示した。ただ動画が探しづらい。再生リストを作れば何度も見てもらえると思う。吹ちゅ〜ぶ等他の動画とのサムネのクオリティに差がある。子供が手話に興味を示したのでオフラインのイベントも探したが、身近にはなかった。山田にあるこども未来館ですいたんと一緒に手話を学べるイベントもあればいいと思った。
委員	手話を広げるのにステージごとの目標などは定めているのか？
障がい福祉室	すいたん手話トライについては子供向けのコンテンツにしていきたいと考えているが、現状まだ先の取組については決めていない。
委員	行政としてこういった取組をする、子供たちが成長したときに小学校でこういった取組がしたいという目標があれば段階的に目標を定めることができる。今の段階の取組は再生回数も伸びているので良いと思った。
委員	喫茶店で使う手話の動画に出ている人は大学生か？
障がい福祉室	市の職員。
委員	動画のクオリティを改善する余地がまだまだある。台本とテロップと音源との組み合わせにより、動画の質が良くなるし、ウケねらいのようにもできると思う。
障がい福祉室	他業務もあり、人員が少ない中で今年度から取り組みだした。次年度はもう少し人員を用意して魅力的なものを考えていきたい。

【7（2）吹田市公式 YouTube チャンネル「吹ちゅ〜ぶ」について】

発言者	発言内容
委員	動画に出演している吹チューバーはタレントか？
シティプロ モーショ ン 推進室	タレントである。
委員	視聴回数を増やしたい、認知度を広げたいのであれば吹チューバーを募集してはどうか？例えば小学生の吹チューバーを募集して出演してもらい、最後に吹ちゅ〜ばー認定証などをプレゼントしてはどうか。一般層からも募集したら広まるのではないか。
シティプロ モーショ ン 推進室	広報課にも相談させていただき、検討させていただく。
委員	子供を巻き込めば親は必ず見る。地域を巻き込むことを念頭に取組んでいけば吹ちゅ〜ぶは広がっていくと思う。
シティプロ モーショ ン 推進室	前回会議で他委員から市内の光るものを取り上げたらどうかとアドバイスをいただいて、市内の小中学校を取り上げさせていただいた結果、校長会で紹介させていただき、今回佐井寺中学校から出演したいとのオファーをいただいた。次回小中学校で動画を作成する時にはその学校の生徒が出演するというイメージか。
シティプロ モーショ ン 推進室	その通り。
委員	話が少しそれてしまうが、別の仕事で地域の自動運転の課題について取り組んでいる。自動運転の取組がうまくいくかどうかは、自動運転のバスを買うことではなくて、住民の当事者意識で変わってくる。例として四條畷市や河内長野市では、地域の移動手段がなくならないよう自分たちでなんとかしなければならぬと考えている。このような地域は住民自らが車両の運転や広報活動をしており、市役所もサポートしている。吹ちゅ〜ぶも住民参加型となればさらに良い取組になると思う。今後の企画にあった中学校で市の政策を考える授業は良い企画。データに基づいた提案をした方がよりリアリティがあると思うので、「RESAS(地域経済分析システム)」をぜひ活用してほしい。
委員	ガンバ大阪との企画は公式からも広報してもらえるのか？
シティプロ モーショ ン 推進室	正式な回答はまだもらってはいないが、ガンバの担当の方には公式 SNS などでの告知の依頼はしている。この企画にはスタジアム MC も担当されている池田琴弥さん出演していただいております。ご本人からご自身の SNS など複数回に分けて告知していただけるとのご回答はいただいております。
委員	吹田市公式チャンネルにいろんな動画があがっており、吹ちゅ〜ぶが探しにくい。前

	回の会議でも誰か質問していたと思うが、やはり吹ちゅ〜ぶだけを独立させるのは難しいのか？
シティプロ モーション 推進室	広報課が管理しているチャンネルのため、難しいと思う。
委員	先ほどのすいたん手話トライや吹ちゅ〜ぶのサムネを統一化することは難しいか？ 動画ごとにサムネがバラバラで見づらい。
シティプロ モーション 推進室	動画のサムネは各所管の職員が作成している。吹ちゅ〜ぶは J:COM に制作委託しているので、クオリティが高い。広報課には再度せめて吹ちゅ〜ぶだけでもチャンネルを分けることができないか相談させていただく。
委員	サムネについては各所管が担当して作成していることは理解したが、視聴者からしたら関係のないことで、外に出すものだからサムネのクオリティ等の担保については広報課が責任を持つべきではないか。Canva などを使えば難しいものではないと思う。吹田市公式配信チャンネルと吹田市職員の 1 日というテーマの組み合わせが良いので、今回の動画は伸びたのでは。他委員の意見も良いと思うが、吹田市職員がいろんな良いところを紹介してまわるという企画も見ている人に納得感を与えることができると思う。SNSは納得感を与えることが大事。視聴者は投稿内容について考えさせられることを嫌う。気楽に見たい。トンマナを整えて取り組むことが重要。

【7(3) suitable city みんなで躍動プロジェクトについて】

発言者	発言内容
委員	昨年 12 月の鉄道まつりの吹田市ブースで吹田クロスのワークショップに参加させていただいた。掛け合わせるものをかなり考えないと思いつかなかった。考えるというすごく良い機会をいただいた。Instagramも始めたばかりだと思うが、吹ちゅ～ぶなど他の媒体でも発信したらよいのではないかと思う。
委員	吹田クロスについて自分も広げたい、参画したいという思いを持ってもらって始まる。Instagramのアカウントでそれが指標となるのは、タグ付けされている量だと思う。今現在3件のタグ付けで、まだ市民にとって自分のものになってない。雰囲気を作っていくためにも参加者にタグ付けをお願いし、そのルート作りをまずしていけないと思った。 市民にとってロゴの存在がどのような存在になってほしいと思っているのか。
シティプロモーション推進室	まだ細かいところまで検討が進んでいないが、コースターにクロスロゴを印刷してもらったり、居酒屋に名刺が貼られているように自由に店内に貼ってもらったり、みんな吹田市を盛り上げていくためのシンボルになれば良いなと思っている。また、吹田市の魅力を考えるきっかけになるためのシンボルにもなれば良いなと考えている。
委員	設定は重要だと思う。クロスロゴが広がったあとの世界や市民の生活への質的变化に向き合えないと成功しない。そこまでの間にまだできることがあると思う。クロスロゴを具体的に落とし込めるように試行錯誤してほしい。クロスロゴについて市役所が発信し続けると、発信をやめた瞬間にクロスロゴ自体が終わってしまう。クロスロゴ自体が広がっていくことに重要性は無いと思うが、そこにあった種が次に広がるということが重要だと思うのでその仕組みが重要。価値観に共感して自分もやりたいと思う人を増やさないとただやっただけで終わってしまう。
シティプロモーション推進室	市役所のホームページでもクロスロゴを使ってくださいということで、ロゴデザインのデータをダウンロードできるようにしているが、その点の PR ができていないと思う。今後みなさんにも使ってもらえるような取組を考えてしていきたい。
委員	八尾市も類似の取組をされている。 八尾市では撤退した百貨店跡地を活用し、地域企業や住民が集まる拠点を設置。運営は民間事業者が担っており、ワークショップやチャレンジショップを実施している。そういう取組も参考にしてほしい。
委員	ロゴを周知することが今一番重要なことか。
シティプロモーション推進室	現時点では最重要だと考えている。
委員	他委員がおっしゃったとおり、吹田市の魅力を考えるきっかけになる。考えたあとにどうするかが大事。ワークショップでもただ書いて考えるだけじゃなくて、その後に

	もっとこうしたらイメージに近づけられるみたいなことが大事。今回の万博と掛け合わせて吹田クロスをされているが、吹田市出身の自分でも今回の大阪・関西万博に何も思い入れが無い。せっかく大阪・関西万博が開催しているのであれば吹田クロスを使って、大阪・関西万博が終わった後にもこんなイベントがあるから参加してくださいみたいな、分かりやすいものができたら良いと思う。
委員	そもそもなぜ吹田クロスを作ったのか。
シティプロモーション推進室	目的は suitable city を広げるためのツールの1つとして作った。
委員	suitable city もようやく広がってきたところ。単純にロゴを認知してもらって展開するだけでは意味が無い。自分も昨年すいたフェスタで吹田クロスのワークショップを体験したが、自分が何を書いたかも覚えていない。理由はそこで説明が無かったから。そもそもの目的の部分をしっかり明確にした上で、だからこれが必要だという展開をしないと、吹田クロスが町中に展開されてもこれは何だろうで終わってしまう。名刺のデザインは掛け合わせるものを書くデザインになるのか。
事務局	既存のクロスロゴデザインを入れたもので、掛け合わせるものは書かない。
委員	職員がクロスロゴの横に文字を書くデザインの方が、相手にこれは何かと興味を持たせることができ、そこで説明することができる。
シティプロモーション推進室	公費負担名刺は予算的などころもあるので難しいが、私費名刺でクロスロゴのデザインを入れることができないか検討している。
委員	単純に手書きで良いと思う。むしろその方が目立つ。それぞれの文字で、それぞれの思いを書きつけていうところにもきっと意味がある。それぞれの職員さんが手書きで書いたらいいと思う。
委員	ロゴは使うツールにしかすぎず、能動的な市民活動を目指して取り組まれているのだろうと思った。ホームページではクロスロゴの使い方のマニュアルはあるが使ってみてこうだったみたいな事例集を置いておくといい。これをどうしたら使ってもらえるのか気になった。例えば高校の探究学習のところに使ってもらう、教育の一部で取り組んでみてもらう、要するに能動的な発想のところに注力して、特に若い人にターゲットを絞ると良いと思う。
委員	関係者以外からこの吹田クロスを使ってみたいという声は今のところあったか。
シティプロモーション推進室	庁内からは吹田クロスを使った広報や取組に使えないかという相談はあった。
委員	自分でやりたいという人や、問い合わせが来てからが始まりだと思う。相手にリーチしているのか、その具体的なアクションはまだできると思う。

【8（1）健都をもっとしてほしい！】

発言者	発言内容
委員	この資料に出ている市民はどこまでの市民を示しているのか。例えば吹田市で働いている他の地域の市民や吹田市の大学に通っている学生も市民として含むのか。また、地域実証事業について教えてほしい。
健康まちづくり室	市民の定義については、吹田市の企業や学校に通われている人も市民として含めている。なお、健都ヘルスサポーターは吹田市民以外も参加してもらえるため、吹田市に引っ越してもらわないと健都ヘルスサポーターになれないというわけではない。 地域実証事業とは企業や研究機関が開発している新製品などの有効性を確認すること等を、この吹田市と摂津市に跨る健都で行うという事業だが、必ずしもこの健都エリア内でないといけないというわけではない。
委員	そもそも健都を知ってもらいたい、人を呼び込みたい理由は何か。仕事関係で健都のことは知っているが、病院や医療系の企業が集まっているイメージから面白味を感じない。普段行くようなところの認識ではないが、そこにあえてイベントを開催し、人を呼び込みたいのはなぜか。
委員	他委員の質問に関連して。産業振興の企業誘致目線と市民目線で必ずしも利害が一致しない。市民にとってのベネフィットなどに特化して訴求していくことが大事。市民に向けては別の言い方がいいのではないか。
健康まちづくり室	健都の目的としては、健都で新たな商品開発をしてもらい、市民にも地域実証事業に参加してもらって健康への大きな気づきを得てもらうこと。吹田市民の健康寿命の延伸につなげたい。
委員	ヘルスサポーターの登録者数アップに向けてウォークラリーのイベントの中で、参加者に登録してくださいといった案内はしているのか。
健康まちづくり室	ゴールした人に対し、その流れで健都ヘルスサポーターにも登録してくださいという形で案内している。
委員	健都フェス以外でもすいたフェスタなどを活用して登録者を増やす手もあると思う。
委員	市民にとってのメリットと企業のメリットが釣り合っていないので、サポーターが増えていないと思う。健康に気づきを得てほしいという点が表現しきれていないのか、もしくは伝わっていないのか、そもそもニーズが無いのか、今どのように認識されているのか。
健康まちづくり室	市民の方に健康への気づきを得ていただくのが我々市職員としての役割だと思っているが、たくさんのサポーターがいないと企業にもここで実証事業を行いたいと思ってもらえない。サポーターを増やすのか先か、実証事業を実施してもらうのが先か、どちらが先になるのかは難しいが、まず企業や研究機関に魅力的に感じていただけるようなまちにしないといけないのかなと思う。

委員	まだ市民からの目線がクリアになっていない。本質的にヘルスサポーターに参加することのメリットの方が大きくないとヘルスサポーターに参加してもらえない。健都フェスのポスターも見たが、ワクワクしたり自分の 3 年後の未来に何か影響があったりするのかわ、そこら辺がある程度イメージできる素材がないと感じた。
委員	健都フェスに 2 万 3000 人来ているのがすごいと思った。
健康まちづくり室	各ブースに来た参加者の延べ人数になっている。
委員	12 月に健都のサポートもありながら吹田商工会議所青年部のイベントを開催したがその時で来場者が 900 人。集客に関してはきちんとされているのではないかと思う。ポスターを見せてもらったが、正直このイベントの楽しさや魅力は全然伝わってこない。その中でこれだけの人が来場されている理由を分析されたのか。
健康まちづくり室	今回イベントを知った方法についてのアンケートを取らせていただいたところ、吹田市報や折り込みチラシで知ったという回答が多かった。アナログではあるが市報やチラシでの広報は続けていきたいと思う。また、今年度は吹田市以外の関係機関にも積極的に PR してもらったのも要因と考えている。
健康まちづくり室	健康イベントは健康に関心のある方はリピーターとして、いろんなイベントに参加される。この健都フェスもその一部で関心のある方が来られている。我々が健都を知ってほしい理由は、健康に関心のない方にも健都を知ってもらい、健都フェスとかにも来ていただいて、健康への気づきになってもらえるようなところを目指したいと思っているから。その点をどうやって PR していったらいいのかわからないところの一つ課題だと感じている。
委員	市報や折り込みチラシにはどのようなことが書かれていたのか。
健康まちづくり室	健都フェスのポスターと同様の内容を掲載した。健都周辺以外の市内全域の人や市外の人にも、ポスターを見て楽しそうだなと思わせることが必要だと思っている。
委員	逆に言えば伸びしろしかないのだから、内容をどう伝えていくのか、例えば年齢層のターゲットで絞って狙っていくのであればこういうコンテンツが必要だという点は構築できるのではないかなと感じた。また健康に興味が無い人のペルソナを深掘してみると意外と興味深い何かが出てくるかもしれない。結果としてそういう人たちを呼ぶのは無理となったのであれば、もっと健康になりたいと思っている人たちにターゲットを変えたら良い。ヘルスサポーターは物がもらえるという部分で引っ張っていくには限界があると思うので、別の企画が必要。実証実験については、企業がどういことをしたらよいか分かっていないと思う。目的を達成するにはこのようなイベントをやって、このような人にリーチしてこのような人を呼びたいですみたいなところまで、普通の一般企業の方がそこまで設計できるのってなかなか難しいと思う。企業がこのようなイベントをやりたいと完成形を持って来るのではなく、こういうきっかけが作りたいたいですみたいな相談ベースの窓口を作ってあげて、企画を一緒に考えてあげる形にした方が企業のハードルが下がるのではないかな。

健康まちづくり室	まさにその役割を健都共創推進機構にお願いしており、市から委託料をお支払いしている。
委員	ホームページにシンプルな内容で健都に来たら何ができるのかという説明があった上で、詳細ガイドが載っているのであれば良いが、ホームページを見てもそもそもの目的がわからないと、健都に何を相談していいのかもわからない。我々が12月にイベントをした際には、すごく好意的に関係各所にいろんな協力いただき、全然認知がない、何か一緒にやらせてもらいたいみたいな内容のお話も言っていた。吹田商工会議所や吹田青年会議所とも一緒に何かできることがあるかもしれない。せっかくお金を出しているのであれば、機構にちゃんとホームページを作ってもらった方が良い。
健康まちづくり室	ホームページの件は機構にお伝えさせていただく。
委員	健都ヘルスサポーターの登録者の男女比について、3分の2が女性を占めているが何か理由があるのか。
健康まちづくり室	イベントを実施した際に健都ヘルスサポーターに登録していただくことが多く、イベント参加者には女性が多いので、登録者も女性の率が高くなっている印象。
委員	他の委員の意見にも出ていたが、健都ヘルスサポーターに登録するメリットがあまり感じられない。メリットがまだ作れていないのであれば、きちんとプロモーションに関する部分も予算化をして取り組まれた方が良いのではないかと。北千里に住んでいるが健都については、市民病院しか繋がりが無い。または健都ライブラリーの0系を見に行く程度。他にも健都フェスみたいに市民が馴染みを持てるような取組が必要。
委員	健都ヘルスサポーターに登録する人は健康に対する関心が高い人。健康チェック機能を導入したり、ウォークラリーの参加者に健都ヘルスサポーターにも参加してもらったりしてもらえるような入口を持った方が良い。市民が利用すべき、または利用した方が良いと思ってもらえるようなアプリと連携しても良いと思う。イベントについては、健康志向以外の人にも来てほしいとのことだが、いきなり健康志向以外の人へのアプローチは難しい。例えばオーガニックを使ったマルシェを開催するなどそこから数を増やし、身近なところから広がりを目指した方が良い。健都のホームページやイベントを見ると医学系の課題に関する記載があるので、クロスロゴを使って健康的な食なども掛け合わせても良いと思う。
委員	健都フェスについて、体験できるサービスについて見えない。会場に行ったら参加企業のサービスを受けられるというところだけであればエンタメ性に欠ける。もう少し踏み込んで非日常的な体験ができることを書けばイベントに行くことに価値が高まる。価値が高まらないと広がっていかない。企業にとって価値の無いものと思っていることが、市民にとっては価値があるものである可能性もある。健都に企業が集まっているからこそ何か提供できるエンタメが何かないのかという切り口を作

	<p>ることができれば、価値を生み出すことができると思う。</p>
健康まちづくり室	<p>健都フェスについては、上手くアピールできていないと感じている。各企業がブースで出している測定体験やイベントは面白いものが多いと思っているが、我々が主催として作っているポスターやチラシでは面白さを伝えきれていないと感じている。次年度は目玉イベントを分かりやすく書くなど、工夫をしたいと思う。</p>
委員	<p>SNS を起爆剤としてイベントが周知されることが多々ある。他の参加者が体験ブースで体験しているところを撮影したり、発信してくれる人の母数を増やせたりすると良い。また、お出かけ系のインフルエンサーにこれは楽しそうと思ってもらえるような仕掛けを作れると良い。そのインフルエンサーが投稿したものがバズれば何千人と参加者が増える可能性もある。面白いブースをどう見せるのか、他の人にも広げてもらえるような仕掛けは検討できると思う。</p>
健康まちづくり室	<p>広報のタイミングとしてはイベント前の方が良いか、それともイベント後の方がよいか。</p>
委員	<p>イベント後の方が良いと思う。行って良かったという感想の方が広がる。事前の広報として前回の様子と今回のバージョンアップしたところを広報できれば尚良い。</p>