

令和5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6年2月5日（月）15：30～17：00

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）

長谷部 仁志氏（市民委員）

4 欠席委員

寺中 久登氏（市民委員）

※事務局から事前説明のうえ、意見提出有り。

5 出席職員

事務局：岡田参事、田中参事、宮崎主幹、梶屋主任、吉川係員、坂井係員

下水道部：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 案件

（1）前回御意見からの下水道部の広報活動について（下水道部）

（2）前回御意見からの対応状況（シティプロモーション推進室）

（3）シティプロモーション推進室の取組状況

9 主な質疑、意見等

【7（1）について】

発言者	発言内容
委員	下水道処理で生まれる副産物を活かしたプロモーション事業に取り組んで見てほしい。また、市民もワクワクするようなプロモーション活動を実施して欲しい。
下水道部	下水道部では副産物で生まれたものを「肥料化」する取組を行っている。それを活かしたプロモーション事業ができないか検討する。
委員	下水道見学会で実施したアンケートの内容を教えて欲しい
下水道部	総勢 900 名の参加者のうち、4 分の 3 が 40 代以下であった。どこでこのイベントを知ったのかというアンケートに関しては 58%の人が市報で知ったとのこと。どのコーナーが良かったかというアンケートでは、セグメントの絵描きコーナーと坑内ツアーが人気であった。今回実施したイベント内容を考えると子供連れの人たちにとっても楽しめるものであったと考える。
委員	啓発シール等作成する際は、配付するターゲットの特性を踏まえつつ、何を伝えたいのかも精査してこれからも取り組んでほしい。
下水道部	今後参考にさせていただく。

【8（2）について】

発言者	発言内容
委員	中小企業が独自で研修を実施するという事はなかなか難しい。そこで、市独自で行っている研修に関して、市のルールに乗っ取ったうえで、中小企業からの参加希望者も募り、異業種交流の場として行政と民間の繋がりを作る場として活かしてみてはどうか。
事務局	市職員向けのシティプロモーション研修目線で考えていたため、とても気づきのあるご意見だと感じた。地域経済振興室では事業者向けのセミナーなどは行っているが、民間と行政と一緒に取り組める研修は無いので、検討していきたいと思う。
委員	茨木市のいばらき童子は、茨木青年会議所でステッカーとして活用されているなど、デザインを使用するうえでルールが厳しくなく、とても使いやすい。著作権の問題で難しいこともあるかもしれないが、すいたんも他の団体でも簡単にデザインが使いやすい形にして欲しい。
事務局	市としてもすいたんをたくさん使ってほしい思いもあるが、ある団体や企業を市が推しているような見え方にも気を付けている。その線引きをクリアできるような整理をしていきたい。
委員	拡張万博の経済効果は何兆円と言われている。吹田市は 1970 年大阪万博の開催地ということもあり、大阪・関西万博と連動した企画を考え、相乗効果も検討して欲しい。

事務局	吹田市としても万博は PR のチャンスだと考えている。万博開催時に吹田にも来てもらい、魅力を知ってもらえるよう、どんな取り組みができるか検討する。
事務局	市と民間のコラボは大事だと考えている。ただマッチすることがなかなか難しい。情報は集めながらもそこを動かすもう一方はどうやっていったらいいか、アイデアをいただきたい。
委員	ある程度リアルで具体的なペルソナ作って、ターゲットを絞るべき。また、SNS 研修を 1 回実施して終わりではなく、それを切り口として市と民間の交流の場とし、バラバラで行っている集会を整理して棲み分けをすれば繋がりと企画の幅が広がるのでは。何を目的に、どんな人を巻き込んでいくのかっていうところをさらなる絞っていくと効果が出やすいのではないかな。
委員長	目的のあるところに人は集まるし、動きがあるという意見が出た。行政が目指す目的を達成するために地域のキーマンに行政から声掛けをしてプロジェクト化してはどうか。実際に動くのは地域の人たち。そこから繋がりと成功経験を積み、仕組みを作ってはどうか。実際にそういう仕組みは現状あるのか、今後検討の余地があるのか。
事務局	来年度以降大阪府の事業にはなるが、「大阪デスティネーションキャンペーン」という地域のお店に観光客を誘導できないかというプロジェクトがある。同プロジェクトにはシティプロモーション推進室から職員 3 名と総合車両所、アサヒビール、ニフレル、万博記念公園が一緒に参加する。
委員	アサヒビールの工場見学は市民でも予約がとれないぐらい人気である。吹田の魅力としてアサヒビールや万博記念公園に頼りきると新しい魅力を見つけられなくなってしまう。吹田市は交通が便利だが、吹田で遊んでもらえても、新大阪などで宿泊されることが多い。どうしたら吹田で宿泊して次の日も吹田で遊んでもらえるか検討が必要。 万博関連では、産業フェアで何か一緒にできないかという話が商工会議所のでるので、市と連携できたらと思う。 吹ちゅ〜ぶの視聴者数を増やすにはまず市の職員を巻き込む必要がある。少しずつ知ってもらう活動が大事。
委員	市が取り組んでいく事業がどんな未来に向けた事業なのか、どのように市民に伝えたらワクワクしてもらえるのか広報展開を工夫して欲しい。
事務局	今後の課題として検討していく。
委員	吹田は昔のイメージとは大きく変わり、高級住宅街もあり人口も増え続けている。しかし、現状維持の施策を続けていると将来停滞してしまう。点ではなく面で拡がっていく取組に努めて欲しい。

委員長	<p>前回の会議では様々な意見が出された。それに対し、市が一生懸命実際に取り組んでいるのを見て、個人的にとってもありがたいと思う。</p> <p>事務局より委員からの意見を予め受け取っているとのことで、紹介をお願いする。</p>
事務局	<p>本日委員から予めご意見を頂戴しているため一部ご紹介させていただく。</p> <p>名刺活用について公費負担とされたこと感謝すると同時に、名刺活用に係る運用責任が従来以上に生じるため、全庁的に活用に係る運用を決める必要があると考える。シティプロモーション推進室で細かなルールを定めてしまうと各方面から様々な意見や問い合わせが出てきてしまい、非効率なものになってしまう。そこで各部署が自主独立的に名刺活用の意義や考え方、方針等の大原則を定め、それを基に各部署が責任を持って運用を決める形にしてはどうか。</p> <p>大阪関西万博に向けて 1970 年と 2024、2025 年の社会や世相、国際社会の中での日本や大阪そして吹田市、万博の開催意義、パビリオンの形や組み立て、組み立て方など、様々対比された形で発信すると、面白みと関心を引くと思う</p>
事務局	<p>名刺の件について、委員の意見と同じようなことをシティプロモーション推進室としては考えており、意義や考え方についてはシティプロモーションの一環であるという大原則はきちり伝えさせていただき、無理のない形で使ってもらえるよう考えている。</p>
委員	<p>弊社の新聞で各自治体の SNS などを紹介する仕組みを考えている。吹田市では SNS や YouTube など様々な活動をされているが、一番知ってもらいたい媒体はどれか？</p>
事務局	<p>かたい内容からゆるい内容まで幅広く発信しているすいたん X(旧 Twitter)</p>
委員	<p>人それぞれ使う SNS や YouTube は違う。</p> <p>必要な物、不要な物を精査し不要なものは切るという感覚が必要。</p>
委員	<p>費用対効果見て整理し、切るところは切る。残すものは残す整理が必要。</p>