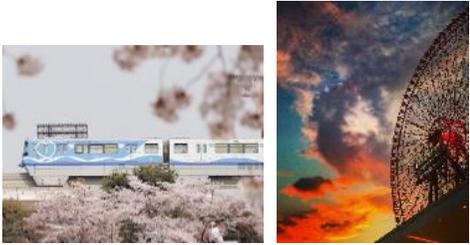


## 令和4年度までの具体的な取組

取組方針	項目	狙い	取組内容	結果、効果
1 方針 1  強 み を 伸 ば す	研修の実施	シティプロモーションの基礎的 概念の浸透。施策特徴と対象市 民が明確化された施策展開の 意識づけ。施策を対象市民に届 ける工夫をする担当者の増加。	令和4年度実施研修 1 動画作成研修 2 シティプロ研修	参加人数 1:71人 2:118人 主な意見 普段の業務でもシティプロモーションを 意識したい。 市民が魅力を発信できる機会をつくる ことが必要だと学んだ。 直接的に業務に活かせるか不明だが、 意識をもって取り組みたい。
	すいたん SNS の各 室課活用促進	すいたん SNS の 積極的な活用の促進。 また、普段から市の発信する SNS に興味を向けてもらうた めのきっかけ作り。	すいたんの Twitter・Facebook の活用 について、年3回程度全庁に通知。	SNS 投稿月平均 各室依頼(全体) 令和2年度:8.4件(27.3件) 令和3年度:13.5件(32.5件) 令和4年度:17.6件(38.3件)
	すいたん SNS 投稿 のお知らせ		ハロウィン等の季節に合わせた特徴的な 投稿について、全庁にお知らせ。	
	すいたん SNS 投稿 内容アイデア募集		すいたんの SNS 投稿内容アイデアを職 員に広く募集。(R4.5.17~R4.7.14)	応募数 13件
	ロビープロジェク ター動画		放映機会を作ることにより、事 業周知動画の作成時にシティプ ロモーションの観点を持つ意識 の向上。	来庁者の興味関心を引き、楽しませよう とするもので、本市のシティプロモーシ ョンに資する動画を1階ロビーのプロジェク ターで放映。

## 令和4年度までの具体的な取組

	取組方針	項目	狙い	取組内容	結果、効果
6	方針1 強みを伸ばす	すいたんデザインの活用促進	事業や取組を周知する、チラシ等の作成の際に、目を引いてもらえるようなツールを周知することで、工夫するきっかけ作り。	<p>着ぐるみ写真や、イラスト、スタンプ等のすいたんの画像データを全庁に公開し、使用を促進。また、図柄を定期的に追加し、全庁に通知。</p> <p>6.1時点 デザイン件数:143件</p>	<p>庁内のデザイン申請数</p> <p>令和2年:66件</p> <p>令和3年:100件</p> <p>令和4年:122件</p>
7		Suitable Design Stock の活用促進		<p>吹田市インスタグラムにてリポストした、吹田市内の写真を無料で提供してもらい、全庁的に使用できる素材として整備。</p>  <p>6.1時点 デザイン件数:130件</p>	<p>以前から声があった、市内の魅力的な画像を提供してほしいとの要望に応えることができた。</p> <p>フリー素材についても、様々なツールを全庁に周知できた。</p>
8		情報発信やデザインに役立つフリー素材等の紹介		<p>5と合わせて、年に4回、使用できるフリー素材の紹介を全庁に通知。(令和5年3月から開始)</p>	

## 令和4年度までの具体的な取組

	取組方針	項目	狙い	取組内容	結果、効果
9	方針2 多様な連携	各部連携事業	庁内の各室課が抱えるシティプロモーションに関する課題に対し、シティプロモーション推進室と各室課が連携し、多様な感性と柔軟な発想をもって解決を図る。	各室課が抱えるシティプロモーションに関する課題を、事前相談、ヒアリングにより把握し、その課題解決のための企画、調査、提案を、室課とシティプロモーション推進室で連携して行う。また事業実施後は広報等によるフォローも実施している。	<p>好事例:投票済票のリニューアル</p>  <p>令和2年度実績:6件 令和3年度実績:14件 令和4年度実績:6件</p>
10		北摂まち本を媒体とした各室課の取組発信をコーディネート	各室所管の市の魅力発信のための新たな媒体の提供。	秘書課、健康まちづくり室、公園みどり室、道路室、経営室、水再生室等、複数の室課と連携し、市の魅力を発信。	<p>市で3000冊配布。 (書店での販売もあり)</p>
11		北摂まち本の配布		各室課での配布も依頼。水道、教育総務室等。	

## 令和4年度までの具体的な取組

取組方針	項目	狙い	取組内容	結果、効果	
12	方針3 魅力が広がる仕掛け	シティプログッズの購入、ノベルティグッズの活用の呼びかけ	市の魅力発信に目を向けるきっかけ作り。ノベルティの活用により、市民に目を向けてもらう方法の提供。	<p>新商品が出た際、その商品内容、価格等を全庁にお知らせ。また、シティプロモーション室で作成したノベルティの活用について情報提供。</p> 	<p>全庁に新商品の周知ができ、購入に来てくれる職員もいた。 ノベルティについても必要に応じて提供し、活用してもらうことができた。</p>
	13	職員統一名刺の作成	名刺を渡す際に、市の魅力を語るきっかけを作り、市の魅力のPR及び向上と一緒に取り組んでもらう。	<p>H29 デザイン 10 種類 R2 80周年記念デザイン6種追加。 R5 万博デザイン5種追加。</p> 	<p>利用人数:約 400 人</p>
14	市内ロケテレビ番組の周知	市の魅力に目を向け、話題にするきっかけ作り。	市で取材を受けた市内ロケテレビ番組を全庁にお知らせ。	感想の声もあり一定市の魅力に目を向ける機会になっている。	