

令和7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7年10月24日（金）14:00～16:00

2 会場

吹田市役所 中層棟4階 第4委員会室

3 出席委員

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）

岡田 賢晃氏（近畿経済産業局 地域経済部 地域連携推進課 課長）

中村 和久氏（株式会社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）

渡辺 裕美子氏（吹田青年会議所 副理事長）

井上 昌雄氏（市民委員）

4 欠席委員

なし

5 出席職員

事務局：脇寺部長、田中室長、木村参事、宮下主幹、渡邊係員

健康まちづくり室：大塚主査、松岡係員

地域経済振興室：大村主幹、鎌田主査、三浦主任

シティプロモーション推進室：山下参事、田邊主幹、永田係員

6 傍聴者

なし

7 報告事項

（1）シティプロモーションビジョンの進捗状況～シティプロモーションの全序化

8 案件

（1）【報告】健都をもっとしってほしい！-健康まちづくり室

（2）【報告】suitable city みんなで躍動プロジェクトについて-シティプロモーション推進室

（3）チャレンジショップ「ゆめちか」出店者募集の効果的な広報について-地域経済振興室

（4）#誇れよ吹田ハッシュタグキャンペーンの取組について-シティプロモーション推進室

9 主な質疑、意見等

【8（1）健都をもっとしってほしい！-健康まちづくり室】

発言者	発言内容
委員	前回の意見を受け、今後行う施策の説明を頂いたが、現在の状況・進捗・変化した点など報告できる部分があれば伺いたい。
健康まちづくり室	実績として対応したものは、「うちわの活用」と健都ヘルスサポーター制度登録者への体験型企画である「見学会」の実施である。見学会については、参加いただいた方には非常に好評だったが、応募者の中には当日キャンセルをする方も多くいたので、実施方法については引き続き、見直しを進めていく必要があると考えている。
委員	色々実施しようとしている中で、参加者等の部分での課題があり、インパクトのある効果は今のところ出せていないと感じた。
委員	うちわの現物を見せてほしい。
委員	色々と実証事業をやった中で、資料に参加者数は記載があるが、どういった効果があったか、参加企業・参加者からの意見やアンケートがあれば紹介してほしい。
健康まちづくり室	参加者へアンケートを実施した事業は限られているが、参加企業については令和4年度に実証事業を実施し、実際のサービスとして社会実装されたという実績がある。製品に繋がったものは現状この一件のみだが、製品化に至るのかという点について、課題の提供ができるだけでも、実証事業の意義が果たされていると思う。
委員	サービスが社会実装された件は、吹田市として対外的にPRは行ったか。
健康まちづくり室	ヘルスサポーター会員には案内を行った。サービスが終了しているので現在は広報を行っていない。
委員	効果があれば積極的にPRを行うことで登録者数は増えるが、具体的な効果は出でていない状況か。
健康まちづくり室	参加者数の新たな確保に、訴求できるような実績はまだ出でていない。
委員	ヘルスサポーター登録者数の規模を教えてほしい。
健康まちづくり室	規模は2500人以上の登録者がいる。
委員	健都フェスに関して2023年と比べて2024年で非常に人数が増えているが宣伝にどれくらい力を入れたのか。 2025年11月の規模感はどれくらいを想定しているのか目標値はあるのか。
健康まちづくり室	健都フェス参加者数増に関しては延べ人数になっているので、一つのイベント会場が増えると人数が引き上げられる。令和6年度については新たに市民病院が会場になったなどの事情が増に影響した。新しいイベントなので毎年の開催によって認知度が高まっていることも要因の一つと考えている。メディア等への情報提供は新聞の折込み等は毎年度実施しているが、昨年度において著しく大きく実施して、それが参加者数に繋がったという状況ではないと分析している。

	2025年度に関しては、広報の内容等が前年度と同じ方式で新聞折込み等の実施ができるか固まっていない状況だが、全体として3万人を目標として各機関において広報を実施している。
委員	ヘルスサポーターの登録者数アップに関して、どこを窓口として登録者数を増やしていったのか。
健康まちづくり室	実証事業に参加するためにヘルスサポーターに登録することがきっかけで多いと思う。
委員	ホームページやインスタなど健都フェスの SNS アカウントはあるのか。
健康まちづくり室	専用のアカウントは持っていない。
委員	なぜ新聞の折り込みなのか。反響が見込めるからなのか。SNS の広告も選択肢としてあると思うが。
健康まちづくり室	新聞の折込みを実施している背景は、健都レールサイド公園・健都ライブラリーの指定管理者に実施をしていただいている。健都フェスは様々な機関が広報を実施していて、本市として事業の広報予算を別で確保しているものではないので、市として直接的に実施しているのは市報、ホームページの広報、市の公式 LINE 等が中心になっている。
委員	ホームページを見ていると1ヵ月切っている状態で広報に予算をかける以前の問題で、概要が調べないと出ない状況だが、どういった事情があるのか。
健康まちづくり室	ホームページに詳細をあげられていない事情として、イベント企画内容について20近い機関が集まって決定しており、それらの情報集約で統一的に広報できる形に整理し、それを各機関に文言確認いただく流れで進めている。それらの情報が集まっているのが直近なので、本日時点で公表ができていない状況。
委員	個別でも広報がされていないと思う。整理ができないとどこも出せないのか。
健康まちづくり室	各機関において広報を実施されているところはある。本市としてとりまとめて広報というのは全体の機関の確認がとれた時点からとなっている。
委員	調べて去年や一昨年のしか出てこないというのは効果的な広報が現時点でどこの機関もできていないと思う。健都ヘルスサポーターの数値も爆発的に伸びていない。やり始めということもあるが、具体的に効果を出すために出来ることがあると思うので、まずはそこからだと思う。
委員	令和6年度までの実証の実績が入っているが、令和7年度はどういう予定なのか、いつどのくらいの規模で何をしたのか等の詳細を示してほしかった。
委員	広報物において、健康寿命の延伸が伝わらないのでは。オールターゲットだと思うが、誰に向けてやっているのかが伝わりづらく、行きたいとは思えない。住民に対しては健康寿命の延伸と書かれているので、ターゲットを絞ったほうがいい。子供向けなら、もっと可愛くしたらいいとは思う。
委員	ヘルスサポーターの登録者の推移について伺いたい。

健康まちづくり室	令和5年度4月運営開始すぐのタイミングでは1,400名まで加入が伸びた。そこから、令和5年度の3月時点で2,053名の加入。令和6年度の末時点で2,455名、現在2,500名強となっている。
委員	令和7年度は伸び悩んでいるということか。
健康まちづくり室	先行事例として、ほかの自治体等も似たような取り組みをしているが、3,000人規模くらいで頭打ちがみえている。本市としてもそこに至る前に早い段階からアクションを起こしていかないと認識している。

【8 (2) suitable city みんなで躍動プロジェクトについて-シティプロモーション推進室】

発言者	発言内容
委員	いくつか質問がある。 一点目、吹田クロスロゴはどれくらいダウンロードされたかについて。 二点目、廣瀬さんは動画以外に何かやっていただいたことがあるのか。 三点目、職員統一名刺と書かれているが、本日頂いた名刺にはどれもロゴが入っていない。 四点目、大阪・関西万博のタイミングで掛け合わせて色々なことをするというのは理解できるが、2年間限定のキャンペーンで何がしたくて何を残したかったのか。2年間は市の予算があり活動もできるが、その先は自発的に動いてもらえるような仕組みまで設計されているのか。
シティプロモーション推進室	1点目のダウンロード数については手元にデータがなく、確認する。
委員	自由にダウンロードして使ってもらっているものに関わらず、今の時点で見えていないというのはどうなのか。
シティプロモーション推進室	全てを把握しているわけではないが、学校の先生が授業やクラブ活動で吹田クロスを活用していただいている実績はある。
委員	それはあると思うが、どれだけ広まっているのか。予算はいくらだったか。
シティプロモーション推進室	2年間で約5,700万の予算となる。
委員	その予算が活かされているのかが大事だと思う。 前の日に「すいたフェスタ」があって、盛り上げたいという理由があっても、次の日にわざわざイベントをやる意味があったのか。そもそも目的の部分が見えにくい。2年間の後、その先どうするのか、今どれだけ使ってもらっているのか。自然に広まっているというのはあると思うが、ダウンロード数を把握できれば良いかどうかの判断ができるものであり、そのあたりは興味がないのかと感じてしまう。

シティプロモーション 推進室	令和6年度から始めたものであり、認知拡大強化期間としてどこまで強化できたのか反省する部分はあると思うが、これからだと思っており、今後継続的に取り組んでいくことが大事だと考えている。 吹田クロスロゴのダウンロード数の把握からだが、吹田クロスのホームページに能動的にアクセスしてもらえるよう、例えば、「吹田クロス万博」で繋がった方々から、別の方々との繋がりを広げていき、自分たちが地道に足を運びながら吹田クロスを知っていただく活動を、これからも継続的に行っていくことが大事と思っている。
委員	活動はあと1年ということか。
シティプロモーション 推進室	1年ではなく、この取り組みはそもそも「suitable city」というシティプロモーションの根幹の部分のプロジェクトとして位置付けている。 「suitable city」という言葉を作ったもののもっと発信を強化する必要があるという反省のもと、吹田クロスロゴを道具として、吹田は楽しいまち、私にもピッタリ、自分の想いを叶えることができるまちということを発信していく根幹をなすプロジェクトだと思っている。 ここで終わりではない。これから自立させて一人歩きさせ、皆様に使っていただき発展させたいと考えている。
委員	来年3月末で事業が終わる中、継続していくような仕組みや仕掛けを検討しているのか。今後の取り組みの予定があるとか別途予算をつけるとか。
シティプロモーション 推進室	「クロスびと」を基軸として、私たちがまちに出ていろんな人を発見していくことをしていきたい。少しずつ吹田クロスを浸透させていく、使っていただく人を増やしていくことを考えている。 廣瀬さんについては、資料に掲載しているが、11月に吹田クロスを活用したワークショップとして、デフラグビーの体験ワークショップを行っていただく予定である。本日説明したスライドの内容について、吹田クロスを活用したワークショップは、委託事業の中で行う部分ではあるが、全ての内容が今年度に限ったものということではない。
委員	ロゴマークについて、「クロスさせる」「コラボさせる」というのは理解できるが、具体的に、市民が参加しようとしたときにクロスする仕組みというのは、どういうものになるのか。
シティプロモーション 推進室	現状、仕組みとして持っているわけではない。 「吹田クロス万博」の際には「クロスびと」を通じてこういうことをしてみたいという申し出があったので、他の「クロスびと」と掛け合わせる形の取組が実現できた。 例えば、イベント等の相談をいただく際に、「クロスびと」の紹介やマッチングを行うことも検討している。
委員	現在は掛け声の状態で、市としては具体的な仕組みを持っていないということになる。
委員	仕組みというよりは、思考をもって皆様に取り組んでいただきたいという考え方を

	ワークショップなどで普及していると思う。仕組みまでというよりは、こういった掛け算はいいな、という考え方の部分を知っていただくための2年間の取り組みだったと思う。
シティプロモーション推進室	2年間に関してはその通り考えている。
委員	吹田クロスで掛け合わせるのは良いと思っている。色々なものを掛け合わせて、新しい価値を作り出すのは難しい中で、これまでの取り組みでどういった価値が生まれたのか。もし、そういう価値たくさん生まれたら、ホームページ等で紹介されるのか。
シティプロモーション推進室	吹田クロスを活用して魅力を発信するという点については、吹田クロスの SNS を立ち上げている。その媒体を用いて、「クロスびと」の現在の取組や今後への想い等を発信している。
委員	SNS で事例を貯めていき、どういったことが出来ているのか見ればわかる状態にあるのか。
シティプロモーション推進室	そういう形で発信しており、今後もより広げていかないといけないと思っている。
委員	ホームページを見てわからなかつたが、価値は生まれてきているということか。
シティプロモーション推進室	市民主体のシティプロモーションを推進していきたい、まちの担い手・応援団の輪を広げていきたいと考えている。新しい価値が生まれていくことを望んでいるが、価値ばかりに焦点を当ててハードルを上げるのではなく、皆でまちをより良くしていく、そういう仲間の輪を広げていくことが重要と思っている。 何か画期的な新たな魅力を生み出さないといけないと思われてしまうと、なかなか吹田クロスに参加するハードルも上がってくるのではと思っている。
委員	例えば、「くわい×フェス」でこんな波及効果がありました。そういう場合、それを市民が発信するのか。
シティプロモーション推進室	現状としては、市側でその取り組みをインタビュー等で伺い、それを SNS で発信する形をとっている。将来的には市民の方が吹田クロスを使って発信し、市がリアクションするなどして、どんどん広げていきたいと考えている。
委員	意見になるが、イベントに一万人規模集まる中で、吹田クロスの公式アカウントのフォロワーが 451 人は少ないと思う。フォロワーもまだ近場で収まっている状況かと思う。この SNS を見たときに、クロスをすることを体験したい人がいるというのは価値だと思うので凄く良い。ただ、その価値がどういう風な価値として、アウトプットすればいいのかという部分が摸索段階だと思う。 吹田クロス自体に価値はないと思う。コラボしたときに生まれる感動や出会いに価値があり共感性があると思う。次に、色々な人に共感してもらうための仕組みとし

	<p>て、どういう共感のポイントがあるのか？という材料が出てきた中で言語化の段階になると思う。</p> <p>市の職員がまちに出て、話をして、こういう所に共感があるのか、ということを取りまとめて発信していくことが必要不可欠だと思う。予算もかからないので先ずはそこをやってもらう。皆さん自身で SNS を使えばできると思うので、頑張ってもらえばと思う。</p>
--	---

【8（3）チャレンジショップ「ゆめちか」出店者募集の効果的な広報について-地域経済振興室】

発言者	発言内容
委員	本事業の対象は吹田市内在住や在勤の方か、それとも周辺地域も含めた方も対象に入るのか。
地域経済振興室	吹田市内で将来的に出店を考えている方であれば、吹田市在住というところにこだわりはない。
委員	うまくメディアミックスできれば効果が上がると思う。
委員	一年間出店していて、どれくらいの人が客としてくるのか、出店後に成功した方の声や取材も載せて PR すると響くと思うので検討頂ければ。
委員	スポットでの募集に対する告知と、プロセスや意味を知ってもらうために継続的に発信する二つがある。今までのやり方は前者だと思う。この取り組みは SNS と相性がいいと感じる。外部によるサポートも良いと思うが、当事者がどれだけ情報発信するかも重要。「ゆめちか」というアカウントを作り、クオリティにこだわらず発信し貯めていくことが大事。プロモーションの考え方で、刈り取りだけでなく種まきも大事。やっていることを広めていくという角度から検討していただければいいと思う。
委員	PR に関しては挙がった意見でやっていく方向で良いと思う。そもそも、2件しか開店していないという現状のブランド力が疑問。「チャレンジヤーを応援するという街のブランドを PR」というスタンスに疑問を感じる。特徴は良いと思うが、本気でここに来ると開業できて継続できている実績があれば、今後募集が来ると思う。月1回の中小企業診断士とか職員向け掲示板での掲示だけでなく、今後のこともやらないといけない。「ゆめちか」に出店すると成功している例を見せることが5年、10年後のブランドになっていくので、そこを強めるべき。広報的なメディアや SNS を使い、基本的な部分をもう一度見直したほうがいいと思う。
委員	1年間というよりはステップを踏めるように、ここを卒業して開業するなら事業者支援もくついてくる。工数を分けていくつか提示することで先が見えてくる。1人で1年間やるのが負担であるなら、シェアキッチンや週2日、半年の契約等のやり方を検討するのもありだと思う。1年間1人という負荷がだんだん厳しくなってきていく。あくまで実績だけで、広報的には開業の〇×が出せないのか。
地域経済振	×もついているところもあるが、例えば飲食店はしていなくても宿屋さんをしてい

興室	るとか、自分でやっている小さな飲食も提供して宿もやっているとか、異業種で出店しているとか、そういう方も含めるともう少しは継続されている。
委員	利用者を増やす取り組みの支援や、利用者の計測も今後できれば良いと思う。

【8(4) #誇れよ吹田ハッシュタグキャンペーンの取組について-シティプロモーション推進室】

発言者	発言内容
委員	ハッシュタグが多すぎるので5つぐらいまでに減らす。アルゴリズムが変わってきてるので、写真と直接関係ないものを出すと効果が出にくくなる。SNS運用だけで投稿者数を増やすためには、suitable city のアカウントの権威性を高めていく必要がある。そもそも、このアカウントに関わりたいという人を増やしていくことがとても重要。インサイトを見ていないので分からぬが、いいねの数もそんなに多くない。リールが画像ベースになっているので動画ベースに変えるだけでも反応が違う。リポストについては人が写っているのがとても良いので増やしたほうが良いと思う。アカウント自体が吹田のどういう良いところを出していきたいのかを前提に、もっとフォロワーを増やしていく。短期的な投稿者数よりも、参加したい・紹介されたい人を増やしたほうが本質的に多くなっていくので、またご相談いただければアドバイスさせていただく。
委員	そもそも、なぜ名称が「誇れよ」と命令形なのか。盛り上げて市民の愛着を育てるのはすごく良い取り組みだと思う。言葉が重要視される時代で、なぜこうなったのか気になる。僕からすると少し引っかかるてしまう。「誇ろう」なら一緒につないでいこうと伝わる。
委員	大学生がいくつかのチームでプレゼンしあって、採択された大学生らしいキャッチコピー。変えていくことが可能であるなら、そもそもこのハッシュタグ自体変更してもいいと思う。
委員	それであれば全面的に学生がやっている感を出さないといけない。市がやっているなら、苦情がくる可能性もある。学生の授業の一環であることを強調し、皆で盛り上げていこうという立て付けがわかれれば、「学生がやっているならしょうがない」となる。これが公式的な見え方すると違和感。
シティプロモーション推進室	今はどっちつかずなので名称を変えてもいいかと思う。2年ぐらいやったので、そういう意見を頂いたうえで「誇れよ」を「誇ろう」とか違うキャッチーに変えていくのはありだと思っている。
委員	皆さんを巻き込むために、フォントや名称もポップにしてもいいと思う。
委員	関西大学さんとの共同企画で始まったということであれば、関西大学さんの方にもっとご協力いただけないのかと思う。学生同士のSNSの繋がりは無視できないものがある。サークル、ゼミ、学生団体等で、企画者を拠点に関西大学さんで盛り上げてもらったら足がかりになるのかなと思う。

	2点目が、投稿したいとなる時はイベントがあったり何かがあったり時が多いと思うので、吹田フェスタとかクロス万博の時にイベントごとに投稿するテーマを寄せて今日来てそれを見てそこで投稿する人が増えればいいと思う。
シティプロモーション推進室	1つ目の関西大学さんにもっと協力してもらえばいいという点は、我々も一緒に盛り上げていきたいと思っている。各大学の広報部等へ市のアカウントで取り上げますとお願いしているが、反応しているのは大阪学院大学さんだけである。大阪大学さんも同じくインスタを持っているので4万人くらいフォロワーがいるので、何か一緒に投稿できれば、とお願いをしており、広報はのってくれているが、現状実現していない。しかし。そのアプローチは引き続きしていこうと思う。 もう一つ、イベントごとにやるというのはテーマをイベントごとに設定するイメージか。
委員	市のブース等が吹田フェスタとかにあると思うので、そういうときに投稿キャンペーンとして、撮った写真をタグ付けて今投稿しようと、いくつか市がやっていること一緒にできないかと思った。
シティプロモーション推進室	イベントでキャンペーンをして、フォロワーが右肩上がりで増えているのは現状である。ただ、投稿までを強制するとハードルが高いのかなと思ってやっていなかったので、一度やってみたい。
委員	今からでもできることとして、DM送付やフォロワーを持っている人をアンバサダーにし、その方に参加してもらったらフォロワーに訴求できる。フォロワー数を持っている人に応募させる手法もある。あと、入賞したら何かもらえるのか。
シティプロモーション推進室	今はクオカードが貰える。賞品の検討はした。
委員	9ページ目のテーマの再設定について。そもそもテーマは必要なのかと感じる。私はほぼ毎日なにかをアップする。見た瞬間、素敵なものをパッと撮ってパッとあげるので、テーマがないほうが良いと思う。
シティプロモーション推進室	テーマがないと、同じような写真ばかりになってしまうので、敢えてテーマを設定したという経過がある。ただ、入選を選ぶときにテーマに沿ってなくても良い写真だったら選ぶというのが本当のルールだけれど、テーマがあってそれに沿った投稿してくれている人を選んでいるのが現状。テーマがなくて投稿が増えるならテーマを辞めようと思う。できる改善は全部したい。
委員	8月にサマーといって、夏だからサマーはテーマなのかは疑問。テーマの有無については検討してほしい。
委員	根本的な話になるが、SNS のフォロワーの数を無理増やすと広がらなくなる。このアカウントを見ることによってメリットを享受する人を増やすことを中長期的に考えないといけない。何を採用して、何を採用しないかという基準を作ったほうが良いと思う。できることは何でもやってしまうと、ロイヤリティの低いフォロワーが増える

	かもしれない。いいね率も重要になってくる。
シティプロ モーション 推進室	ゴーストフォロワーが増えてしまうと、見栄えは良いかも知れないが、アカウントのロイヤリティが低くなるので、方法論の取捨選択が大事ということか。
委員	その通り。本来は指數関数的に増えていくべき。 どのようなアカウント運営をしていくのは設定を考えていかないといけない。
委員	いいね数よりコメントが増えたほうが良いのか。
委員	コメントというより維持率。動画に限らず写真でも、何秒見ているのかが重要。写真を見て2枚目見たいとかコメント見たいとか、次に良いアクションをさせること自体が視聴者にとって体験価値を高くしているのでメリット。どうやって見ている人へのポジティブを生むのかが重要。
シティプロ モーション 推進室	写真は1枚より2枚。2枚より3枚、4枚のほうが良いのか。
委員	その方が効果でやすい。1枚目がすごく重要になる。
委員	現在は、一発勝負のような投稿が多い印象。
シティプロ モーション 推進室	リポストなので1枚の写真しかないので、視聴時間でいうと極端に短いと思う。キャンペーンとして1枚しかやらない事になっているので、そこは見直す余地がある。
委員	普段の投稿でもっと改善していけるのかなと思う。
委員	ハッシュタグで調べた時に一覧で済む。中々クリックして見に行こうとまでは思わない。