

## 平成30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：平成30年11月1日（木）10：00～12：00

2 会場：吹田市役所 高層棟4階 特別会議室

### 3 出席委員

北詰 委員長（関西大学 環境都市工学部都市システム工学科教授）

森 副委員長（吹田青年会議所 副専務理事）

佐賀 委員（吹田商工会議所 青年部専務理事）

伴 委員（サンケイリビング新聞社北摂事業部編集長）

春貴 委員（市民ネットすいた 理事）

内海 委員（近畿経済産業局 通商部国際化調整企画官（頑張る自治体応援隊 大阪北部担当））

長谷部 委員（市民委員）

### 4 出席職員

畑澤部長、原山理事、熱田次長、田中参事、白澤主幹、高島主査、船越主査、四方係員

### 5 傍聴者

2名

### 6 案件

(1) 前回いただいた意見と市の考え方

(2) シティプロモーションに関連する事業の進捗状況調べについて

(3) 平成30年度シティプロモーション冊子について

(4) SNSの活用について

### 7 主な意見等

（委員長）

この時期はお祭りやイベント等がたくさんあり、市民のみなさんが活動を通して吹田市について考える機会でもあり、外部の人も多く来る季節である。そんな時期の第2回目のアドバイザー会議だが、これからの吹田市のシティプロモーションについてみなさんと一緒に考えたい。本日は広告媒体についてご議論いただく会になるかと思う。それぞれの委員のみなさまの知識や経験をご披露いただいて、良い議論をしたいと思う。

【案件（1）について】

（委員長）

前回の意見のうち、7つ目の意見で「シティプロモーション事業については単発に終わらず継

続的に取り組む視点と、外部からの視点が必要」とありますが、ちょうど本日、冊子やSNSといった結果的に外部への発信にもつながる取組が案件にあがっているので、継続的な視点や、「市内と市外」等の対象者を明確にして議論を進めたいと思う。

【案件（2）について】

（委員）

評価は誰が評価したものになるのか。また、評価の基準は取組の進捗度なのか、内容の良さを評価したものなのか。

（事務局）

取組の貢献度を評価したもので、その取組が完成していなくてもシティプロモーションに貢献していると判断できるものは「貢献している」という評価となる。

（委員）

毎年調査を実施して、更新していくのか。またそれを議会に報告していくのか。

（事務局）

調査は毎年行い、新しい取組があれば追加するなど情報は更新していく。報告は議会に行うのではなく、市のホームページで公開している。

（委員）

調査を行い、それぞれの取組が市のシティプロモーションの成果と結びついているか、大きな方向性に合致しているか等の評価をしていかないといけないのでは。各部署の取組をまとめるだけでなく、課題は何か、今後の展開はどうするのかをまとめて公開しないと、市民にはわかりづらい。

（委員長）

各部署が行った評価をシティプロモーション推進室として再評価しているのか。

（事務局）

各部署が行った評価をシティプロモーション推進室で確認し、適当でないと思われるものについては評価を改めてもらう等を実施している。

吹田市のシティプロモーションの目標は4年に1度実施している市民意識調査で、定住意向が70%以上となることとしている。その大きな目標に向けて、各部署の事業でシティプロモーションに貢献している取組はどのようなものがあるかを取りまとめ、ホームページで公開している。

（委員）

1年間の取組や課題などを毎年振り返り、市報すいた等で紹介してもいいのでは。4年に1度の

調査だけでは市民にも伝わりにくい。

（委員）

シティプロモーションは効果が測りにくい。数字で測ることができるのは今のところ4年に1度しかない。先ほどの意見のように実施内容について毎年レビューを行い、広報媒体でまとめたものを公表してもいいのでは。

（副委員長）

自分が市政に関わっていくことがシビックプライドの醸成につながると思う。企画段階等から市民が関わっている事業はあるのか。

（委員）

先日、シビックパワーバトル（シティプロモーションのイベント）を見学した。参加している自治体が市民と一緒にプレゼンをして競うもので、市民が企画から参加し、市民目線で実施されていて非常に面白かった。市民が自治体のパートナーとして取り組むこのようなイベントは、シビックプライドの点で参考になると思う。

（委員長）

4年に1度の市民意識調査は定量的なアウトカム指標として出るが、それにつながっていく毎年の評価が作り上げられればいいと思う。シビックパワーバトルの評価の方法が参考になるかもしれない。良いところを取り入れて、吹田市オリジナルの評価体系を作り上げればよいのでは。

（委員）

オープンデータの活用についても考えてほしい。部署が違うかもしれないが、シティプロモーションにも関わる話だと思う。

（委員）

オープンデータでいうと、自治体はリーサス（地域経済分析システム）を使うことができる。客観的なデータに基づいて自治体が産業政策を打ち出せるように経済産業省が作成したシステム。このシステムも活用できる。

（委員長）

シティプロモーションの観点から市の組織に横串をさすのがシティプロモーション推進室の役割なので、リーサスという便利なシステムがあるということを庁内にお知らせすることがシティプロモーション推進室の役目であるとともに、ただ知らせるだけでは誰も使わないので、1例ぐらい実際に使ってみて示して見せた方がわかりやすい。このアドバイザー会議で実例を作ってもいいのでは。

(委員)

SWOT分析(現状を把握し、今後の戦略方針や改善策などを立案するために行う診断手法)を行って、どのような強みと弱みを持っているのか知っておくべき。その上で、「シティプロモーションに関連する事業の進捗状況調べ」の取組が今後どうなっていくべきかを考えないといけない。

(委員長)

「シティプロモーションに関連する事業の進捗状況調べ」には、市の総合計画にどうつながっているのかという評価はあるのか。総合計画にどうつながっているのかという観点で見えていくと新たな取組が見つかると思う。進捗状況調べでは、重点取組に選定した取組はこの観点で選んでいるはずだが、それがわかりづらい。「健」「住」などの9つの場面をシティプロモーションの方針にしている、それぞれの場面にあたる取組を分析した結果、14の重点取組を選定した、という説明が必要だ。市民にもわかりやすいし、もしかしたら重点取組に漏れている取組を見つけることができるかもしれない。

(委員)

現在第4次総合計画を作成しているところなので、総合計画と整合性をとるチャンスだと思う。

(委員長)

事務事業評価を各部署が行う際にシティプロモーションの観点は入らないので、「シティプロモーションに関連する事業の進捗状況調べ」の評価は、事務事業評価とは関係していない。シティプロモーション推進室の事務事業評価に「シティプロモーションに関連する事業の進捗状況調べ」を入れておくべきと思う。

【案件(3)について】

(副委員長)

どういう人たちにどのような暮らしをしてもらいたいのか、イメージの理想となる家族のモデルを掲載する予定はあるのか。

(事務局)

吹田市のシティプロモーションは市内に住んでいる市民全般を対象としているので、現時点では冊子全体を通しての特定の家族モデル、例えば子育て世代を対象を絞ってPRすることなどは考えていない。ただ、「健」「育」等の暮らしの場面ごとにページを割くので、それぞれの暮らしの場面に合う家族モデルは掲載できると思う。「育」のページに子育て世代のイメージを掲載する等が考えられる。

(副委員長)

自分が暮らすということに対してリアルなイメージが持てるような内容をいれてほしい。

（事務局）

「健」「育」「住」に関しては、それぞれのページで実際に暮らしておられる市民のインタビューも掲載したいと考えている。具体的な声はインタビューで掲載できると思う。

（委員）

誰に向けて情報を発信するのか、対象者を絞ってページを作成しないと全体のイメージが散漫になる。対象を市内にお住いの若い方や子育て世代を中心に絞ったほうがいいのでは。

（事務局）

これまでは市勢要覧があって吹田市の概要を紹介する冊子があったが、事務の見直し等ではなくなった。吹田市ってこんな街だよ、と紹介するためのツールとしてビジョンに沿って冊子を作成していきたい。

（委員）

ジェトロ（日本貿易振興機構）がそれぞれの国の街の紹介をしている冊子がある。「パリスタイル」や「バンコクスタイル」といったもの。その街の人がどんな暮らしをしていて、どんなファッションをしているのかまで紹介していて、非常に面白い。是非参考にしてほしい。

（委員）

冊子を2年おきに作成する予定とのことだが、来年度作成予定のホームページでは毎月市民を紹介するなどして更新して行ってほしい。別の話だが、2万部は市民に配るとすぐになくなる。市民は存在すら知らないことになるのでは。

（事務局）

全世帯に配布している市報すいた等でお知らせしていく。観光情報誌の「別冊吹田本」は年間で3万部作成しているので、それくらいの部数を参考に今回2万部とした。また今後も市報すいたでシティプロモーションの記事を掲載できるように努力していく。市報すいたへの掲載は各部署が取り合いとなっていて、毎月掲載するようなことは難しい面もあるが。

（委員）

デザインを重視してお洒落に情報発信をしていく流れがあってそれでいいと思うが、文字が見づらいなど利用者に不便がないよう、ユニバーサルデザインに配慮したデザインにしてほしい。また、資料3-2を見ていると学力についてのデータを掲載することになっていて、シビックプライドの醸成を目的としているのだと思うが、ランキング形式や比較をして吹田市

の良い点を見せて市民のプライドを高める反面、ある意味変な方向にプライドを高めてしまうことに繋がる恐れがある。個人の能力である学力を比較するようなデータをあえて市の魅力として掲載することで市民がどう感じるか。市内の起業率や暮らしやすいと感じている人の割合のデータとは違うので、見せ方を慎重にしなければならないと思う。

（事務局）

例えば、吹田市は水泳に力を入れていて、泳力の高さに転入されてきた方は驚く。そのようなことも盛り込みながら、学力だけの比較にならないような見せ方もあるので検討していく。

（委員長）

市の良いところだけを見せると場合によっては間違った方向に誘導してしまう恐れがある、ということと、学力は一人一人の話なのに市全体のプロモーションとして掲載するとミスジャッジが起こる可能性がある、という2点を委員は指摘された。

（委員）

吹田市に憧れを持ってもらうということが趣旨なので、市外の人へ向けての情報発信なら学力が高いということはプロモーションになるのでは。

（委員）

学力が高いということも市の強みで、住み続けたいと思ってもらえることに繋がると思うので掲載してもいいのでは。

（委員）

学力が高い街が魅力的な街だとすると、学力が低い街は魅力のない街だという印象を与えてしまいかねない。学力によって街の魅力を判断するのはいろんなリスクがあると思う。教育環境が整っているということもPRしたいのであれば、市の特徴的な教育施策を紹介するほうがいいと思う。

（委員）

逆の意見になるが、少しでも良い環境、学力の高い環境に住みたいというのは親として当然の心理。市内の地域間で学力の差はあるかもしれないが、トータルでみたら吹田市は学力が他市と比べて高いというのは、市民が誇りに感じているのでは。

（委員）

学力の高さを誇るの民間の企業が行うべきことで、市があえてやる必要はないと思う。吹田市は大阪府と合同で実態調査を行っているが、他市と比べて市民の収入が高いという結果が出ている。反面、子どもの貧困も存在しているがその実態が見えづらくなっている。行政

は単に良いところだけを取り上げるのではなく、市民の暮らしがより豊かになるような施策を考えていかなければならない。市の学力が高い、裕福な市というイメージだけを先行させて発信してしまうと、埋もれてしまう課題が出てくる。

（委員）

そういった教育や貧困についての課題については、担当の部署がある。シティプロモーション推進室は市の良いところをPRしていく部署なので、冊子では強みを掲載すればいいと思う。ただ一定の配慮は必要なので、他の部署と連携をしっかりとって配慮しながら発信していくべきで、様々な課題の解決については担当の部署に任せればいいと思う。

（委員長）

さきほどの指摘のような意見は必ず出ると思う。ある1か所が問題となって冊子全体に影響を受けるとすることも考えられるので、十分な配慮が必要。

（委員）

吹田市も地域によって違いがあるが、街全体を底上げする、という視点でシティプロモーションを考えることができるかもしれない。

（委員）

シティプロモーションのコンセプトの部分で、地域による格差を良しとするのではなく、街全体で底上げをしていくという視点があればいいと思う。

（委員長）

街づくりで「ゲーティッド（閉鎖的な）コミュニティは永続的ではない」という考えがある。閉鎖的なエリアだけでいい環境を作っても長く続かないといわれている。格差が生まれて不満が蓄積され、守られていたコミュニティまで守れなくなってしまうからだ。ただシティプロモーションの冊子にすべての要素を盛り込むことはできないので、市の良いところを広報するためのものとして作成し、底上げをする部分については、「配慮はするが担わない」という方針で進めれば整理できるのではないか。

（委員）

みんなの意見を取り入れると個性がなくなって面白みがなくなるので、メリハリのあるものを作ってほしい。また、名刺にQRコードを入れてホームページへ飛べるようにしておけば冊子がなくなっても見てもらえるようになる。ホームページを充実させると便利だ。

（委員）

対象が限定されているのならそれでいいが、冊子は市民全体を包括するというコンセプトなので紙媒体も必要と思う。

(委員長)

紙とホームページ、両方とも併存させながらも、どちらに重点を置くかをはっきりさせるということが大切。

(委員)

写真を紙で見るほうが、端末の画面で見るよりもきれいだと感じる。紙のファッション雑誌がなぜなくならないかという、きれいなものを見たいと読者が思っているからだと思う。

(委員)

電子媒体は外国語翻訳のページを作っておけば外国人にも見てもらえるし、音声化もされるので視覚障がい者の人にもやさしいというメリットがある。

(委員)

読者がアプローチできる方法を作ってもいいのでは。アンケート等が考えられるが、声を聴ける仕組みを作っておけば、後で分析できる。

【案件（4）について】

(副委員長)

投稿について、ハッシュタグのつけ方をもっと工夫した方がいい。「吹田」等のハッシュタグだけでは投稿に触れる人の数が限られてしまう。フォロワーの多いアカウントを研究したほうがよい。SNSの種類によって投稿の内容を変えてもいいのでは。

(委員)

ハッシュタグは31個までつけることができるので、たくさんつけた方がよい。文面にハッシュタグを入れることが邪魔になるのであれば、コメント欄に入れるという手法もある。また、全体の雰囲気も統一したほうがよい。市役所のツイッターで災害情報を発信しているのはいいと思った。

(委員長)

若い人だけではないとは思いますが、SNSをよく使っている人の意見がスムーズに通しやすい、意見の出やすい職場の雰囲気づくりも大切だ。

(委員)

自治体で紹介するのは難しいかもしれないが、グルメ情報はよく見られている。また太陽の塔を出すとかかなり見られると思う。

(委員)

ホームページとSNSの連動は考えているのか。

（事務局）

シティプロモーションのホームページでは、インスタグラムでハッシュタグをつけて投稿いただいた写真をピックアップして紹介する等を考えている。

（委員）

アプリを作れば市の情報がプッシュ型で通知されて便利。いろいろな媒体のアクセス方法を多く持つ方が良い。

（委員）

市のSNSの広告を出せないか。今年、社会福祉協議会が災害ボランティアセンターのフェイスブックを立ち上げ、広告をSNSで出したら効果があった。クレジット決済しかできないので、難しいかもしれないが。

（委員長）

広告を出すことについて壁は高いかもしれないが、検討してみる価値があるのでは。

（副委員長）

「すいたんといっしょ」の企画はもっと認知されるようなやり方を考えて、広がれば良いと思う。