

○議 事 日 程

平成29年8月31日(木) 午前10時開会

○出 席 委 員 (10名)

委員長	眞 鍋 昇	委員
	瀧 川 光 治	委員
	赤 堀 彰 則	委員
	大 森 康 二	委員
	近 藤 彰 彦	委員
	谷 本 直 貴	委員
	岩 佐 聖 二	委員
	長谷川 敦 子	委員
	川 上 博 文	委員
	吉 岡 典 昭	委員

○事務局

企 画 財 政 部 部 長	工 藤 恵 司
企 画 財 政 部 行 財 政 管 理 監	今 西 麻 之
企 画 課 長	尾 崎 剛
広 報 広 聴 課 長	宇 都 宮 功
企 画 課 主 任	平 祐 徳
企 画 課	西 田 奈 緒

~~~~~

◇ 午前10時00分 開会

○委員長 どうも、おはようございます。

皆さんおそろいようですし、定刻になりましたので、平成29年度、本年度の第2回になりますが、守口市のまち・ひと・しごと創生委員会を開催させていただきます。委員の方々、それから今日御講演いただく先生方にも何かと御多忙の中お集まりいただきましてまことにありがとうございます。

今日は議事次第にありますように、御講演いただく先生方に、まずはいろいろと御提案いただき、その後、できるだけ時間が残れば議論を深めさせていただきたいというふうに思います。

まず、議事に入ります前に皆様にお願ひがあります。会議の議事録をとるため、発言の前に手を挙げていただいて、自分が誰であるかということ、一言言っていただいてから御発言をお願いしたいと思います。

事務局から本日の出席委員の数、報告を受けたいと思います。事務局お願いいたします。

○事務局 御報告申し上げます。本日の出席委員は、定数13名中10名でございます。

○委員長 ありがとうございます。これは条例に従ってこの会は成立であります。

それではまず、前回の議事録についてお手元に配布させていただいておりますが、これについてあらかじめコメント等をお伺いしまして、今のところ特段の御意見がないということで、これでよろしいでしょうか。

それでは、前回お願いしましたように、委員と委員に署名委員をお願いして、後でまた署名をお願いいたします。

それでは、議事次第に沿って進めてまいります。

今日は、外部アドバイザーとして、御講演をお願いしています。

では、外部アドバイザーの御経歴は手元の資料で確認いただいて、自己紹介もあわせて講義のほうをよろしくお願ひいたします。

○外部アドバイザー よろしくお願ひいたします。

大阪府の文化課で、私、学芸員、専門職なんですけれども、過去6年でい

ろんな業績課題を、社会課題等をプラットフォーム形成支援事業というわかりにくい名前なんですけれども、多様なステークホルダーが寄って、解決していくという事業の中で、市町村さんのいろんな課題解決を過去一緒にお手伝いしてきた経歴から、今の市町村さんの状況ですとか、あるいは我々が取り組んだ事例につきまして、今回、皆さん御議論にお役立ていただければということで呼んでいただきました。少しスライドを見ながら御説明させていただきます。

今申し上げました、従来行政というものは評議会のようなものをつくって、有識者を集めて、一定の施策をつくって、それを皆さんいろんな方々に実行していただくというような形で施策を進めてきたというのが本来の進め方というようなところがございますけれども、近年そういった従来のやり方だけではなかなか事態が前に進まない。違う方法で前に一歩進めるというような取り組みが非常に必要とされてきたというところがございます。

そこで、我々のほうでプラットフォーム形成支援事業というのを立ち上げておまして、こちらはまず、課題とか目的、理念を真ん中に置いて、それに関係するステークホルダー、また行政も一ステークホルダーとして対等な立場で、市民の方や企業の方、あるいはNPO、大学といった方々と、この課題についてともに一緒に対話を通じて考えて、ワークショップ等々合意形成の手法を用いながら、その課題を前に進める。一歩、違う展開を見出していく。これが自立的に、右の仕組みですね、これが自立的に回っていくのをお手伝いするというような事業になっております。

文化芸術創造センターといたしまして、アートやデザインを手法にして、行政課題を解決していこうという組織になっておりますので、そういった都市課題、行政課題でアートやデザインのツールを生かしながら、いろいろな分野の課題を前に進め、解決していこうという事業になっております。

いろんな分野で課題がございまして、江之子島文化芸術創造センター、長いのでe n o c oというふうに略させていただきますが、こちらにはまちづくりとか、建築都市計画のような、いろんな分野の専門家がネットワークでつながっていますので、その課題ごとにプロジェクトとして専門のチームを組んで、我々と一緒に取り組んでいただいているという形です。

近年、市町村さんからの御相談が増えてきているのがシティプロモーション。今回も守口市の皆様が取り組んでおられるシティプロモーションについて、相談として寄せられるのが非常に多くなってございます。

最近、壇蜜さんを起用したプロモーションビデオが話題になって、もう削除されたとかいうお話がありましたけれども、特に近年、記憶に残るようなプロモーション、個性を發揮するのにこうした広報を採用する自治体も増えております。

また、第1回の委員会では、先進事例の御紹介を市のほうからされたというふうに伺っておりますけれども、今、かなり多くの自治体が同じような広報戦略をとっておりますので、少し飽和状態になっている感もございまして、前回、委員の方々からも、キャッチフレーズ合戦になっているのではないかとといったような御指摘があったと、議事録から受け取っております。

またこのような状態から同じプロモーション合戦に入っていくのはどうなのかという御指摘があったりですとか、そういったことも踏まえまして、若い世代を中心に、守口のよいところについてワールドカフェのような形で意見を求めたり、あるいは実際にプロジェクトを動かしていくといったような、実践的なアイデアを前回、皆さんでお話し合いされたということで伺っております。

そこで、本日は私のほうから、府内の市町村さんとこれまでのプラットフォーム形成支援事業で取り組みました事業、特に、シティプロモーションに関する事業で、どのような経過をたどっているかというようなところをお話しさせていただきまして、本日の皆様の議論の一助にさせていただければと思っております。

まず交野市さんですけれども、交野市さんの当初の課題はシティプロモーション、中でもどんどん交野市に人に入ってもらう、交流人口を増やすにはどうしたらいいかという御相談でした。そこで、我々はe n o c oと一緒に、行政と市民のコアのメンバーの方がいらっしゃいましたし、今度、市民大学を立ち上げる当初の予定でしたので、市民の方々と我々とお話し合いをいろいろとしました。

今の交野市にとって何が必要なのか。本当に人に来てもらうこと、交流人

口を増やすということが今の取り組みに一番必要なことなのかという部分、いろいろと議論していくとですね、交流人口ではなくて、滞留人口をいかにふやすか、いかに住んでもらう人をふやすかということをもまずは取り組むべきだというようなことに結論として至りまして、その結果、どういうことをやっていけばいいかというところで、まずは市民のシビックプライドを高めよう、交野市のことを好きになって、活動できるような人を増やしていこうということで、そこを組んでいこうということになりました。

市の活性化には何が一番必要かということをも、まずは議論したということです。その結果、我々のほうで御提案しましたのが、市民の皆さんが自分たちで企画をして、その企画を実現させていくというプロセスを皆さんに体験してもらって、それで何らかの成功体験をイベントの中で感じていただくということとともに、チームビルディングですね。こちらのほうでチームワーク、自分たちの企画をいかに皆さんの、市民のスキルを生かしながら形にしていくかといったところに、チームビルディングのお手伝いもいたしました。

写真で見ていただいているのは、これは市民のワークショップの様子です。こういったイベントにしていこうとか、交野市として何を発信していくべきなのかってところを皆さんでワークショップで抽出しているところです。

市大の研究所の植物園がございまして、皆さんそこをぜひ使いたいということでしたので、そこで森のクリスマスパーティーということで、市民の方々の作品、演劇、アートとかの発表ですとか、あるいは交野市特産の農作物を生かしたピザを、自分たちでピザ窯から手づくりをしてやろうというアイデアを出されてまして、実際、植物園の中で、市民の方々一人一人、チームのリーダーになっていただいて、自分たちでチームをつくってます。例えば、ピザ窯班とかピザのメニューの材料調達班とか、あるいは植物園のしつらえを考えるおもてなし班。いろんなチームをつくっていただいて、その市民のリーダーの方たちが、自分たちのチームでやることをみんなで考えて実行に移していくということをやりました。

これは、そのピザの焼き方を皆さんで習得しているところであったりですとか、どういうことをすればさらに会が盛り上がるかと、クリスマスパーティーが盛り上がるかというようなワークショップを自分たちでされている様

子です。

当日は、チームに分かれてやっているのと、興味を持つ市民の方がどんどん増えてきまして、最終的には350人ぐらいの市民の方々が集まられて、実際にこのクリスマスパーティーを組織されたということになりました。当日は3,000人近い方々が植物園に来られまして、園始まって以来の人出だったんですけども、市民の方の、学生の方もたくさん来られまして、一緒にピザを焼いて市民の方々に提供したり、自分たちの演劇を発表したりとかというようなことやったということで、非常に成功のうちに終わることができました。

我々の目的はイベントの成功ではなくて、いかに市民の方々が交野市に興味を持つか、自分たちで何ができるかということを考えて、チームとなって、ネットワークにつながって、次につなげていく仕組みをつくっていくという、こういうことをお手伝いしたということになります。

その後、市民の方々の、市民大学というのを、同じ年にできたんですけども「交野おりひめ大学」というのを、ほんとに熱心に取り組まれまして、今では、そば学科とか森のアート学科とかおさけ学科とか、学科ごとに交野の特産を生かしながら、郷土の交野を盛り上げていこうというふうな活動をされておられます。

現在は、従来のように行政の深いかわりにはなくなっただんですけど、今でも市民の方々が強いネットワークで活動を続けておられまして、おさけ学科の会、皆さんで、まずは稲を育てて、米をとって、百天満天というお酒もつくって、これはやっとな販売1年目になりまして、販売したんですけど、もっと農業法人とかと協力しながら全国で発売できるような、おりひめ大学の資金としてきちんと事業化できるようなほうにもっていこうというようなところでされておられます。

何が言いたかったかといいますと、自分たちにとって今、何が必要かというふうなところを市民が議論して、打ち出して行って、自分たちでちゃんと形にしていけるというふうなところを、イベントづくりを通して学んで行って、自分たちの基礎としていくというようなことをきっちりされた結果、今も活動がずっと続いているというふうな事例でございます。

こういった、交野を世界に自慢できる500人会議というものもされまして、どんどんと今ネットワークを広げておられるところです。

それから、河内長野市さんの事例は、もともと奥河内というところをブランディングされて、こちらはプロの広告代理店が入って、奥河内のブランディングをされていたんですけども、河内長野市さんとしてどうやってPRしていこうかと。河内材の活用なんかもしていきたいというようなブランディング、組織プロモーション、どうしていこうかという御相談がございました。

この場合も、行政の方々とほんとにけんけんがくがく議論しまして、まずは、河内長野を愛する市民をふやすことが必要なのではないかというような結論になりました。

やっぱり河内長野市民であることをもっと楽しむ。河内長野市のいいところを見つけて、もっと河内長野に住んで楽しいところだということをまずは市民の方々が実感する。外へのプロモーションではなくて、まずはそこから始めるべきじゃないかという結論になりまして、まずは市民の方々に集まっていただいて、100人会議をするということで、皆さんフェイスブックで呼びかけたけど、ほんとに100人の方が、老若男女、子供たちからお年寄りまで集まってくださって。

キーワードにしたのが奥河内。河内長野でどうやって楽しむかと、河内長野のいいところと自分たちがやりたいことを掛け合わせて河内長野を楽しみ尽そう、遊び尽そうというワークショップをやりました。

「奥河内100遊び」と銘を打ちまして、あなたの何げない日常が誰かの素晴らしい非日常になる。奥河内、河内長野のいいところを見つけていこうというところで。これがそのワークショップのときのシートですけども、河内長野だからこそその魅力に、どんな遊びをするかを掛け合わせて、そこから活動を生み出していこうと。

例えば、自転車で河内長野を遊び尽くすというところだったら、自分のアイデアを書いて、いろんなアイデアを交換していくということをやった結果、ごく一部、ほんとに100アイデアが出てきたんですけども、河内長野の山や森と音楽を掛けて、河内長野にしかできない音楽を森で奏でようとか。

登山の帰りに一杯ということで、おいしいものと山を掛けて、町できっちりと河内長野、山おりてすぐ帰っちゃうんじゃないくて、町で楽しむものをちゃんときっちりつくって発信していこうですか。妖怪と食というものを掛け合わせて、いろんな意見が出ました。

こういう冊子にもまとめられまして、皆さんほんとにたくさんのアイデアが出て、行政の方も驚いておられたんです。ここまでのいろんな世代の方が興味を持って河内長野を考えてくれるとは思わなかったと。今も活動がずっと続いておりまして、これサキタハヂメさんという有名なのこぎりアーティストの方ですけど、その方が河内長野の山に入って、河内材を使ってオリジナルの楽器をつくる。この楽器を市民と一緒に演奏するというようなワークショップを通じて、河内長野を発信していく。これは市民と一緒に発表した様子ですけども、こういった活動もされています。

いろんな活動が立ち上がってしまっていて、今この「奥河内暮楽部」という形で、市民がいろんな河内長野を楽しむ企画を自分たちで実践してるというふうになっています。

それと最後、茨木市さんですけど、茨木市さんの場合は市の都市部ではなくて特に北部、里山の豊かなエリアがあるんですけども、そこをどうやってプロモーションすればいいかという課題がございました。今ちょっと回らせていただいているんですけども、まずは里山の魅力を外に向けて、人に来てもらうということではなくて、これも茨木市さんと市民のコアメンバーの方といろんな議論をしまして、まずはそこに住んでる人たちに魅力を伝えるというところから始めようということで、まずツールは自転車。

自転車で回りながら、新しく農業をされてる若い方がいらっしやったり、ピザ屋さんがあったりとか、里山の御飯を提供されているところとか、いろんな施設、あるいは住民の方がおられますので、自転車でそこを回るようなツアーを組んでみるとか。あるいは人を紹介するような冊子ですか。今、黄色い冊子は、そこに住んでおられる人々の紹介の冊子ですけども、あくまでも観光という形じゃなくて、住んでる方の魅力を伝えるという目線で、こういう材料をいろいろと市民の方と一緒につくって、それで発信していこうというところで、まずは関心を持って担い手になるような人を増やすとい



うところからやろうと。外向けの、来てねという発信じゃなくて、まずはそこに住んでる人の魅力を自分たちでわかって、そこでつながりながら外に発信していくと、やっていこうというのを試みて実践されておられます。

その活動は今も続いておりまして、茨木市さんのホームページで動画もやっています。自転車に乗って茨木市の北部の魅力を伝えるような動画も、いわゆる観光ビデオではない形で作っておられまして、そういう形で発信していこうということでございます。

最後、結論ですけれども、何のためにシティプロモーションをするのかというところをやはり突き詰めた議論というのが必要だなと。この事業、今までいろんな市町村の方々と一緒にやらせていただいて感じているところがございます、その何をするのかという戦術の部分は後、まずは目的、コンセプト、それからその後の戦略ですね、そこをまずははっきりさせることが重要なのではないかと感じている次第でございます。

例えばその目的でしたら、交流人口を増やしたいのか、愛着を持つ市民を増やしてシビックプライドを醸成するのか、あるいは交流人口、もっと外から人が来てほしいということなのか。それとプラス、キーとなる施策ですね。子育てとか教育とか農業とか、過去のプロモーション、いろんな施策の重点取り組み、あると思いますけれども、そのキーとなる施策を何にするのかというところで、まずは目的と戦略をはっきり定める。そこから初めて戦術、こういう手法がいいんじゃないか、それはPRプロモーションなのか、あるいは市民会議なのか、そういったところで初めて戦術が導き出せるということですので、まずは市民の参画性と公正性をいかに高めながら、できた目的、戦略をつくっていくのかというのが、皆さんの委員会の場がその1つだとも思っております。

では、海士町の場合。皆さん御存じの成功事例ですけれども、総合計画を市民と一緒につくっちゃおうと。総合計画というのは行政がつくるというのが当たり前なんですけれども、そういった難しい総合計画ではなくて、市民と一緒に総合計画をつくるというようなところで、ほんとに町が生き残りをかけた、全町民の取り組みというのがされてまして、非常に成功しているというところですよ。

ですので、シティプロモーションといっても、表面的な広報戦略という方向ではかなり限界がきてるとするのは皆様、前回の議論でも御指摘があったとおりですので、今、その市、あるいはエリアならではの何をどうやって起こしていくのか、どういった資源を発掘して発信していくのかと。それをつないで市民と協働していく、事業化していくというような取り組みが求められているのではないかとといったところが、やっぱり私どものこれまでの取り組みの中で感じているところでございます。

では次に、私と一緒に活動いただいております外部アドバイザーのほうに、市民と行政が協働してチャレンジをかなえるというようなところ、発信力を高めていこうとする取り組みを御紹介いただきたいと思います。

○外部アドバイザー　よろしくお願いたします。enocoは大阪市の西区に位置してありますが、府立のアートセンターになっていまして、その指定管理をさせていただいております、業務として大きく3つございまして、大阪府が所蔵する作品を管理させていただくというのと、アートに関するプログラムをいろいろ展開していく、3つ目が地域へ出ていって地域の課題を解決するというお仕事がありまして、その3つ目を担当しているのが僕となっております。よろしくお願いたします。

プロモーションということですが、1つの切り口というふうに見ていただければと思いますが、「市民のチャレンジが叶うまち」というフレーズなんかもプロモーションの1つの切り口になるんじゃないかなというふうに思っております、ちょっと今日はそういう事例をお持ちさせていただいております。

4つぐらい。水都大阪、豊能町、安威川ダム、エノコクラブを紹介させていただきます。

水都大阪は、このラバーダックというんですけども、大きなアヒルが有名ですが、これを見ていただければちょっと認識もされるかなと思います。大阪市内の道頓堀とか木津川とか中之島あたりをエリアにして、すごく水がある、都市内にあるところです。その再生をしていこうというプロジェクトになっておりまして、そこでいろんな取り組みを水都大阪としてやってきてるんですけども、特に僕が担当してきたのが、市民のチャレンジをい

ろいろ支えていく仕組みをつくっていこうということをやっております。

1つ目が、市民のチャレンジを支える、公共空間の開放ということで、市民の方々がいろいろ活動する場所というものがまず必要なんですけども、例えば、河川空間を開放していきましようということで、これ土佐堀川なんですけれども、特別にこういうところもあるんですけども、おりてはいけない護岸におりてゴルフをしております、普通のゴルフではなくて、EM団子という、いい菌が入っていて、河川の環境をよくするという団子になりまして、それをゴルフに見立てて打っていこうというプロジェクトになっております。これも市民の方々からこういうプロジェクトをやりたいということが上がっていて、実現したものになっておりますが、これは河川を開放できたからできたという1つのプロジェクトになっています。

次が都市公園の開放ということで、震災のときに結婚式を挙げたかったが、震災が起こって挙式が挙げられなかったという方が関西に避難して来られておりまして、挙げられなかったのでどこかで挙げたいということで、こちらとしては中之島公園でどうでしょうかということを持ちかけさせていただいて、市民の方々みんなで結婚式を応援するというプロジェクトをさせていただいて、公園を使わせていただいたというプログラムになっております。

次が道路空間の開放です。これはマルシェをやっているんですけども、産直の野菜なんかを売って都心の方々にも食べていただきたいという市民の方々の声がありましたので、そういう方々を集めて販売するというときに、道路空間をお借りしてマルシェをやったという事例になっておりまして、この場所は大阪市役所の南側の道路空間になります。

次が、市民のチャレンジを支える、組織体制づくりというものです。今の公共空間の開放というのは、一市民がそこを使いたいと言ってもなかなかかなわないところがありますので、それを支える中間組織というものを我々が作りまして、行政と市民の間に立って、公共空間を活用できる役割を果たそうということで、水都大阪パートナーズというものができました。

水都大阪パートナーズがいろんな責任をとる形で行政さんと約束させていただいて、その場所を占用するというやり方をさせていただきまして、だから先ほどの道路とか河川とか公園を借りられるという仕組みになっていまし

て、このパートナーズがすごく大きな役割を果たしたということになっております。

あと、窓口の一本化ということで、こういうことをしたい、ああいうことをしたいというさまざまな市民の申し出があるんですけれども、それが直接行政さんに行くと大変ですので、水都大阪パートナーズが取りまとめて、この期間にはこの団体が使いますというようなことを整理させていただくということと、許認可の代行ということで、直接市民が借りるんじゃなくて、水都大阪パートナーズが借りて、市民の方に使っていただきますという手はずをとらせていただきます。

あと、1つずつの市民さんの活動というのはやはりちょっと小さかったりもしますので、ほかの住民の方々に広まっていかないということもありますので、ちょっとずつその活動を束ねて、大きく見せて広報するという役割もさせていただいております。

あと、人的支援ですね。市民のチャレンジを支える人的支援ということで、水都サポーターの育成というものをさせていただきました。これは、こんな活動をしたいというときに、自分だけではできないという方がすごく多くいらっしやいまして、ちょっとマンパワーを手伝っていただければ、ちょっとアイデアをくれたら、一緒に考えてくれたらという要望がすごくありましたので、それを支えるボランティアの団体というものを育成しまして、要望があればそこへ派遣というか一緒に出向いて考える、あるいはイベントの当日のお手伝いをするというようなサポーターを育成いたします。

サポーターは青いTシャツを着ており、一緒に入って、プログラムを実行したり楽しんだりということになっています。

小さなチャレンジを集めて、大きく見せるということで、水都大阪パートナーズがやっていることはフェスをつくるということをやっております、1年間の中でいろんな活動団体さんがいろんなことを繰り広げるんですけれども、どこかで集約してあげないと散漫になってしまうということで、期間を決めて、その期間についてはパートナーズが市民団体さんの活動を広報してあげます。それをフェスと呼んでるんですけれども、秋に1カ月ぐらいその期間を設けさせていただいて、市民団体さんもちろん広報するんですけ

ども、我々も広報をお手伝いするというやり方で1日3万人ぐらい来るイベントに成長いたしました。

よくイベントではキラコンテンツと呼ばれるんですけども、お金をかけて目立つようなイベントを持って来て集客するというやり方をしがちですけども、それもすごくお金がかかることがありますので、そういうやり方はやめて、市民の活動をたくさん集めるだけでもすごく大きなイベントができるんだということを実証できたかなと思っています。

先ほどのこの公園、中之島公園の絵ですけども、42団体の市民の方々が活動されていまして、実は300団体の方から応募がありました。これはいろんな支援メニューを水都大阪パートナーズが整えたからだと思っておりますけれども、300団体の方から全員は発表できませんので、しぶしぶ42団体さんに絞らせていただいたということになっております。

これが42個ですけども、紙芝居をしたりとかブランコをしたりとかチューブを流したり、いろんなプログラムがございます。

次が、安威川ダムのファンづくり会というものですけれども、安威川ダムは茨木市に今、工事中、計画中のダムということでして、ダムができることによって、もともとあった集落のコミュニティーとかが、ちょっと既存のものとは違うことになったりとかということ、もう一回コミュニティーづくりを支える、あるいは地域を盛り上げるということをお手伝いした事業になっておりまして、ここのポイントは市民のチャレンジを支える、中間組織づくりの支援ということになっております。

ダムができるところが山間部になっておりますので、地域を盛り上げるといってもちょっと人が少ないということもありますので、茨木市の市街地の方々に協力していただいて、どんどん山間部に来てくださいという取り組みをしておりまして、それがファンづくり会になっております。

1つの団体ではできない多様なアクションを、いろんな団体から成る中間組織があればいろんなことが実現できるんじゃないかなということで、いろんな団体さんに入っていただいて、そのダム周辺を活性化するというのをさせていただいております。

ファンづくり会は、組織になっておりまして、ファンづくり会を一番大き

な会として、そこに部会がこのときは3つ、今4つできておりまして、プロモーション部会とか環境部会とかアート・文化・教育部会、あと運営部会というのが今できつつあります。

これは全部市民の方々が自分の意思でつくった会、あるいは部会となりまして、活性化するためには何をすべきなのかというのを自分たちで話し合っていたいたもの。場所だけは安威川ダムの建設事務所さんに場所をお借りしてやっております。

話し合う中で、やっぱり、自分たちの活動を発表する場を1日設けて、そのダムの周辺でやるのが活性化にとって一番いいんじゃないかなという結論に達しまして、安威川フェスというのを開催しております。今3回だったかな、3年やりまして、ことしで4年目という取り組みの1つでして、初めは300人ぐらいの集客だったんですけど、今1,500人ぐらいまで増えてどんどん人気が出てきてるというフェスになっております。

次が、トヨノレポーターですね。今お配りしてますチラシ、フライヤーがトヨノレポーターのフライヤーですが、町民自身がシティプロモーション発信の主役へということで、町民自身がどんどん豊能町のいいところを発見して、発信していこうというプロジェクトになりまして、豊能の魅力は自分たちが発見し、自分たちが編集し、発信するというので、町がもちろんやるんですけども、町だけじゃなくて、町民が豊能のよさをどんどん発信していくべきじゃないかということで今取り組んでる事業になっております。

今お配りしてるのは今年度やる取り組みで、この9月から始まるものになっておりますが、前年度に実はワークショップをやっております、それがこの写真で出ている方々ですけども、全員豊能町民になっております。前年度は、豊能町のブランディングメッセージを考えるというワークショップを数回重ねられておりまして、3回ぐらい重ねる中で、豊能町のよさなんか自分たちで探りながら、こういうキャッチフレーズがいいんじゃないかなということを一応3つぐらい今できておりますが、できたものの、そのブランディングメッセージをどう活用していけばいいのかというところに悩んでおられまして、そこで今ちょっと止まっている状況です。それを打開するため

に、自分たちで豊能の魅力を発信していく、どんどんブログ的に発信していくのがいいんじゃないかな。その中でキャッチフレーズなんかもどんどんブラッシュアップされていくんじゃないかなという中で、そのトヨノレポーターという講座を今、立ち上げている状況になっております。

8回ぐらいの講座で、プロのキャッチコピーのコピーライターとか、編集マンとか、雑誌の編集者とか、ウェブ制作所なんかに入ってください。

最後エノコクラブ。これは、これから取り組む内容になっておりますが、e n o c oの中で地域と一緒にやろうと計画しておりますけれども、地域の課題ややりたいことを集めてみんなで解決しよう。地域の課題や、やりたいことを集めて、みんなで解決します。やりたいことを応援するサポーターを地域で共有しましょう。アドバイスをもらい、専門家を派遣したり、資金をみんなで調達しますというクラブを立ち上げて、地域の課題をどんどん解決していこうということを今、進めようとしておりますが、e n o c oが中心になって、そのe n o c oの周辺にいろんな施設があるんですけども、共同で、例えばボランティアの人とかを抱えて、自分たちだけでそのボランティアを活用していくんじゃなくて、地域でこんなこと困ってるということがあれば、ボランティアを派遣したりだとかそういう制度なんかも整えていきたいなと思っております。

まとめですけれども、市民のチャンレンジが叶うまち、という特徴づくりもシティプロモーションの切り口の1つになるんじゃないかなと思っております。市民の夢や、自主的な活動を応援するまちのメニューを整えれば、いろんなことができてくるんじゃないかなと思っております。

1つは公共空間の弾力的な開放であるとか、活動を支援する中間組織の育成。小さな活動をミックスして大きく広報するだとか、あるいは、中間組織を初動期だけ行政が支援して、育ったときに育てていくというようなことだとか、市民自身によるプロモーション活動を支援する、あるいは、地域内の相互扶助の仕組みづくりを整える。こういうことをつくっていけば、市民のチャレンジがどんどんかなっていく。このこと自身もプロモーションの1つの切り口になっていくんじゃないかなと思っております。

ありがとうございます。

○委員長 どうもありがとうございました。

非常に多様で、僕はもうついていくのが精いっぱいのような感じではあったんですけども、一応この後、事務局から守口の考え方というのは説明いただきたいとは思いますが、ここでちょっと、今、講師の先生方に話していただいたことについて、一まとめにして恐縮ですけども、委員の方から質問とかあるいはちょっと教えていただきたい、そういったこと何かございませんか。

○外部アドバイザー すみません。ほんと大阪というのは、市町村の方が今シティプロモーション、ほんとに必死に取り組んでおられまして、守口さんもその1つですけれども、そのトライアルっていういろんな方法がありますし、やはり市民の方といかに協働して発信していくか、効果的にされながら発信していくかと。そのやり方も今、外部アドバイザーの事例にもありました、いろんなやり方があるので、守口市さんが何を目的に何を戦略としてやっていくのか。戦術はいっぱいありますので、まずはその上位の部分です。そちらのところをこのコアのメンバーの方と行政がしっかりと話し合って、煮詰めて行かれるといったことが、過去いろいろ経験した中では非常に大事なんじゃないかなと思っているところです。

○委員長 委員、何か御質問ございますか。

○委員 私ふだんハローワークのほうで仕事をやっております。もちろん、それぞれの業務とかそこは非常に、広報とかPRということで、市さんから見れば市民、僕らから見たら地域の住民の方にとということで、先ほど若干、そういうサポーターであるとか御意見お持ちの方を集めるのが、フェイスブックとかそういう広報の媒体を使っておられるようにお聞きしたんですけど、幾つかそういう媒体というのは、LINEであったりフェイスブックであったりというのはありますけど、そこのチョイスというのは、ある程度幾つかのものを議論して選んでいかれたのか、それか逆に、並行して幾つか総合的に、市の広報であるとか、LINEであるとか、回覧板であるとか、いろんなものをお使いになったのかというのは、ある程度、絞り込んでやられたんでしょうか。

○外部アドバイザー 市町村さんの一番強みのあるツールを使われている場



合が非常に多くて、フェイスブックは非常に有効です。特に行政の方が、常々フェイスブックで発信されている方、結構、市町村さんたくさんおられまして、それを使って発信して市民の方々に発信された場合、もちろん広報紙、市・町の広報紙の活用はもちろんベーシックにあるんですけども、今のSNSの活用はやっぱり必須かなというところもございますし、あとは市民自らが紙の媒体、高校生とか含めて自分たちのイラストとかマップとかそういうものをつくりながら広報していくというようなところも、合わせ技でやっていく、より広く、いろんな人に興味を持ってもらえるような工夫はされておられます。

○委員 最終的にそれぞれの方が情報を受けとって、今度はそれが口コミになって、ある程度、集団になっていただけたらというのは、思いといたしましては強いですけど、集まった人数を拝見させていただくと、かなりやっぱり効果的に実践されたんだなという、ちょっと感想を持ちながらお聞きしていました。ありがとうございました。

○外部アドバイザー 口コミは多いです。楽しいほど口コミ力ってどんどん波及力があって、河内長野市さんとか交野市さんとか、口コミでどんどん活動に巻き込まれる方が増えていったというのはあります。

○外部アドバイザー SNSの特徴として、書いてある文章とかが事務的な内容ってあんまりみんな結構見してくれないです。個人的感想とかこんなところがよかったとか、そういうところに反応してどんどん拡散していく特性があって、行政の方がどうしても発信する内容って個人的感想を載せられないというところがあったりするので、市民の方々とそれができるので、発信力が高まるということで、発信する主体によって宣伝する内容、告知の内容を変えていくという戦略もとっています。

○委員 ありがとうございます。

○委員長 委員、いかがですか。

○委員 実はちょっと私が聞きたいなと思っていたことを、今お答えいただいていたんですけど。

まさにこういう市民参加型のイベントを企画するということは、いい取り組みだなと。例えば、行政なり自治体が何かイベントを企画して、集まって

くださいと言ってもなかなか集まらないものを、自らがそういった企画なんかに参画して、自分たちが出したアイデアが具現化されるとなると、企画だけにとどまらず、それを何とか成功したいという思いで、あとの活動までずっと続いていくと思うんです。それが非常にいいやり方だなと思いました。

ただ、きっかけとして同志で集まる。いろいろPRしてもなかなか一歩踏み出しにくいのではないかなと思っていましたら、最初は少人数であっても、口コミでどんどん広がっていく。今、SNSとかフェイスブックやツイッターで、自分はこういうイベントに参加しましたってことで、楽しかったみたいなことがばっと広がるような時代ですから、非常にそういったことで言うと、PRしなくても自然発生的に広がっていくというぐらいのことがうまく回っていくんだなと感心いたしました。

○委員長 委員と委員、いかがですか。

○委員 年齢もいろいろだと思うんですけど、若い方だったらSNSとかよくしてて、情報とか収集も早いと思うんですけど、お年寄り世代に関してはどんなふう to 広報されてたのか。口コミでって先ほどおっしゃってましたけど、今、核家族が多いじゃないですか。どんなふう to 広がっていったかすごく関心がありまして。

○外部アドバイザー 例えば、イベントに特化して申し上げますと、それをお知らせしないといけないですけども、プロモーションの媒体というのはやっぱり幅広く持つことに努力しております、府政だより、市政だよりなんかを通じて高齢者の方々とか、ちょっとスマホとか見られない方のための広報をさせていただいて、SNSなんかはそれが得意とされる方、そういう形でいろいろ媒体を分けてやらせてはいただいています。

例えば、広報媒体を使うときに、紙芝居をやりたいという団体さんを広報に載せてほしいというのはなかなか難しいので、そこは先ほど申し上げました、フェスなんかをこちらでつくらせていただいて、1つの大きな取り組みにすれば、載せてもらえる可能性が上がるというような取り組みかなと。

○委員長 委員、いかがですか。

○委員 非常にいい取り組みをしていただいているなどお聞きしました。ただ、その中で、これから一回一回、数回だったら可能性等あるんですけど、継続

性ですよ。継続性とか、あとはそれを続けるための資金。それがちょっと疑問に感じました。市民からなのか、寄附になるのか、行政からの支援、そういうもの、どこからなのかという点です。

守口、14万何千人かいますけど、赤ちゃんまでは必要ないかもしれませんが、やっぱり14万市民全員がこのような守口の現状を、5年後、10年後、30年後のことを考えて、ここで話し合われる会議、このようなことを今取り組んでいるんだよということが、まず知ることが必要なと。そういうことで私も前回ワークショップとかいろいろ、やっぱり行政の今のやってほしいことあって、市民全員に今の現状を伝えてほしいな。そして、一人一人が他人事じゃなく、一人一人が自分のこととして、子供を守る世代のために考えていく方向に何か仕組みを考えてほしいなと、ちょっと今思いました。

そしてあと一番ちょっと、資金の面で申しますと、水都大阪パートナーズという組織はやっぱり人・物・お金が動かないとだめだと思うんです。資金はどのようなところから出ているのかをちょっとお聞きしたいなと思います。

**○外部アドバイザー**　そうですね、水都大阪パートナーズ自身も、初動期、展開期、発展期という計画を立てておまして、今ちょっと組織編制があつて違う組織になっているところがあるんですけども、初動期の部分についてはちょっと行政支援が必要な時期。展開期になったら民間企業のお金なんかをいただきながら回していく。発展期になれば自立して、自分たちのお金で回していくというような計画を立てております。

初動期の事例ですけれども、ある種、行政からの支援をいただいておりますが、そこから脱却しようということで、パークマネジメント、あるいはエリアマネジメントということにチャレンジしてきまして、水都というイベントをやるときに、民間企業の事業と市民活動というのを必ずセットでやるということをやっております。

民間企業の事業は、ビアガーデンを公園でやっています、その中で3カ月ぐらいやるんですけれども、1,000万円ぐらいをパートナーとしてくださいという契約にしています。そのいただいた1,000万円で市民活動を支援するという循環の形をとります。でもまた1,000万円で足りない。

で、どんどんこの収益の部分を大きくしながら、市民を支えるという中間組織としての体制をつくろうという計画になっております。

**○外部アドバイザー**　　そういう公園でお金もうけ、普通はできないので、そこをお金もうけできるようにこの仕組みを支えるのが行政の役割です。規制緩和なり、いろいろと今使えるルールが変わってきたりしておりまして、国のほうもルールを大分緩和してますので、そのあたりを行政がしっかりと、公共空間を市民に使ってもらえるような、まずは規制緩和なり、ルール作りをした上で、ここをパートナーズのような中間組織が使って、そこから収益を上げていくんですね。それを活動に再投資すると。そういう仕組みづくりが行政と中間組織と市民、それぞれに今、役割でお金が回っていく仕組みというのが、どんどん成功事例が出てきてますので、そういうふうにかいつくっていくかというのが重要になると思います。

安威川ダムの場合も、最初は安威川の事務所からの資金でずっとやって、ファンづくり会もやってるんですけども、今、市側のほうでも、安威川ダムができると広大なダム湖と自然ができますので、そこに例えばスポーツ関係とかアウトドア関係の企業を誘致して、こちらのほうの地代とか収益をバックしてもらうことで市民の活動を支えるとか、ファンづくりに還元してもらおうとか、そういった仕組みってできないかということも議論してまして、そこには行政的な役割、市民とどういうふうにお金を回していくのかということ、行政の制度設計、大きな役割があって、そこに中間組織なり何なりの仕組みづくりというのを一緒に考えていくということが、今後お金の循環ということを考えてみると必要になってくると思っています。

**○委員長**　　今の状態の理解としては、たくさん小さなユニットというか市民の方が、いろんな団体をつくって、おもしろいことをやってる。そこにダイレクトに企業、いわゆる、よく産官学と言うんですけども、企業からお金がサポートしてもらえる。それは今のところは難しいということですね。

**○外部アドバイザー**　　単なる協賛というのは、やはり継続性も難しいですし、企業も企業の活動をしながら、その収益をきちんと返していくという、単なる寄附とか協賛ではない形で、企業活動したその収益を市民活動に回していくという仕組みがやはり重要だと思います。

○委員長　今の現状としての理解としては、一応、大阪府の府なり外郭団体がまとめてお金をいただいて、それを分配していく。そういうスタイルですか。

○外部アドバイザー　構図としてはそうです。で、ちょっと水都の先進的なところは、その中間組織が外郭団体ではなくて民間組織です。民間組織となると、何でそこなんやという話が出てきますので、公募という型をとって、そういう中間組織になりたい人を募集ということで何社か出てきて、1等賞になったところがさせていただいている。

○委員長　ちょっと違うかと思うんですけど、例えばNPO法人とかで、これは民間のような民間でないような感じかと思うんですけども、そういったところが仲介してるというケースもあるんですか。

今回、大阪府としてかなり大きいまとまりの活動の御紹介をいただいたんですけども、一方で河内長野市とか、多分あれは市の単位だと思うんです。先ほど、委員からも御質問あったように、やっぱり何かやるというと、人・物・金となって。最近ちょっとお金については結構厳しい、いろんなのが厳しくなったなと思ってんですけど、変な使い方の方がたまに出るからでしょうけど、府のような組織の場合はよくわかったんですけど、今回、紹介いただいたような市の単位の場合はどういう感じでしょうか。

○外部アドバイザー　交野市さんの場合は、最初は行政ががつつり入られて、資金ももちろん提供されて、活動をサポートされて、仕組みを整えられたのですが、市長が交代になり、行政のほうはこの段階で、おりひめ大学、市民活動を支えないというような結論を出された。ということで、市民は自分たちで何とか活動をしていかないといけないということで、ここは企業協賛とかですね。

先ほどの500人会議とかありましたけども、そこで理事の方々、理事に企業のトップの方々を市民の人たちがお声をかけて来ていただいて、理事会をつくって、その企業の協賛金だったりとか、先ほどのお酒、ああいったものを売り上げていく。今はそんな大きな額にはなってませんが、ああいった特産物をつくって、その販売の収益で自分たちの活動を支えていくとか、今まさに資金の循環、どうつくっていけばいいかということを探さ

れておられまして、お酒も1年目は1,700本ぐらいしかできなくて、それではまだまだ収益としては足りないので、農業法人と組んでもっと大規模にお酒をつくるような仕組みづくりを今進めておられる。

河内長野市さんでは全くお金はなくて、行政のほうも予算がない中、どうしようと、ほんとに手弁当ですね、皆さんでアイデアを持ち寄って、ただでできることをやると。茶がゆでピクニックをして、山登りの人たちをもてなすとか、ほんとに手弁当でできることで、自分たちで楽しむ。その中からもしかしたら何か出てくるのではないかと。今はまだ、市民自らがお金をかけずに楽しんで、クラブ活動をされているという段階で、まずはそれで、自分たちの力とかネットワークとかそういうものを上げていこう。今その段階ですね。資金繰りまではまだいってはいないです。

○委員長 なるほど。

委員、いかがですか。企業も入って。

○委員 企業が入ってというのはちょっとどうかなと思うんですけど、今おっしゃられたのはクラウドファンディングの、クラウドファンディングは、資金は不特定多数でファンから集める形のことだと思うんですが、その市民バージョンみたいなイメージですか。

○外部アドバイザー そうですね。クラウドファンディングで集めた事例ももちろんございまして、自分たちの里山の森林保全活動をされてる方々が、活動を子供たちにも衛生的にやってもらうために、水を引きたい。そのときにクラウドファンディングでお金を集められて、無事に目標額達成されて水を引けたというような事例がございまして。今おっしゃるようにクラウドでお金を集めるというのも有効な1つの方法で、お金を出して、それが目標に達すればこんなリワードがあると。そこを設定すれば、必ずたくさんお金が集まるような仕組みというのを支える。大阪の場合、FAAVO大阪というローカルのクラウドファンディングの事業者さんもしっかり活動されておられまして、そういったところの地域活動を支える、クラウドで支えるということもされておられるので、クラウドファンディングという1つ有効な手段だなとは私も思っています。

○委員 ありがとうございます。

○委員長　ほかに何か、今、御質問とかございますか。

比較的、広報にお詳しいと思う、委員、何かありませんか。

○委員　気になるところはいっぱいあったんですけど。話が素敵なお話過ぎて、どう聞いたらいいかちょっとわかんないですけど、やっぱりボランティアを活用するということになってくるので、そのボランティアのクオリティとかそういうのにすごく影響されると思うんです。当然、すんなりいくこともあれば、時間がかかったりとかトラブルになったりとかそういうことも考えられると思うんですけども、その辺とか。

あと、多分プロのディレクターさんがボランティアを面倒見られるわけですよ。すると、もっと、議論がくがくやってるよりも、もっとこうやったほうがばって簡単に答え出るん違うんって思われることとかすごくたくさんあると思うんですけど、そういう部分の対応であるとか。

あとは、実際これを広報していくとなると、すごく、お金のかけ方もいろいろやと思うんですけども、お金はどこまでかけるんかとか。さっきも言われたように、お金かけてないのに、どこまで魅力を乗せられるのか。あとお金、継続性の問題ですよ。そういうのが気になるっちゃ気になるかな。

○外部アドバイザー　ありがとうございます。ボランティアにつきましては、階層を分けておまして、コアメンバー、クラブメンバー、ビジターメンバーというような3階層ぐらいのボランティアの階層でやっています。

コアメンバーの人は、一緒に企画したりとか、どんどん出張って行っている人をお手伝いしたりとか、あるいはリーダー格ですので、養成講座みたいなこともやっておまして、ボランティアの方に対してこういう素養が必要だよとか、こういうことを学びましょうということまでやっています。

クラブメンバーの方はそこまでなくて、イベントをやるときにコアメンバーの方が来るので一緒にお手伝いくださいという形で、コアメンバーが牽引するという形をとります。

ビジターメンバーさんなんかは、現地に来るときもあるし来ないときもあるけれども、情報だけいただければ「いいね」だけ押すとか。ファンクラブ的な形をとっております。

その3階層の中で、上へ行けば行くほどしっかりしてくださいというよう

なやり方をとっています。全員に対してしっかりしてくださいというやり方、難しいですので、そういう意思のある方に対して教育をするというやり方をさせていただいています。

クラブメンバーだった人もコアメンバーの動きを見て、来年は僕がコアメンバーになりたいという方もいらっしゃいますので、そういう方がどんどん上へ上がって行くというような仕組みになって動いてるというところ

です。

○外部アドバイザー 広報の件ですけれども、何のために広報するかというところで、例えば交野市さんのイベントの場合、人が来るのが目的ではないところをコアのメンバーがしっかりと共有すると。人が来るのが成功ではなくて、何がこのイベントの成功かという、市民が企画したものが市民の手で実現される。チームビルディングがしっかりとできているという目的をしっかりと共有するということにあると、結果的に人が来なくても、自分たちが楽しんで自分たちの企画が実現できればいいという、そこがございまして、人集めがほんとに目的なのか、そうじゃなくて自分たちの何らかに向けてやるのかとか、そのあたりによって、広報の基準というのがそのイベントで変わってくると思っています。

こういう我々今お手伝いしてる市民協働的なイベントの場合は、人集めが目的なのはほぼなくて、もちろん来てもらうのにこしたことはないですけども、そうではなくて、自分たちのスキルを上げるとか、自分たちがつながるとか、困ってる人とやりたいことがつながって次の活動が生まれるとか、そういうことが目的になってくる場合に、単なる広報費、チラシをつくってとかテレビCMをつくってとかいうところにはいかない。必ずとその軸を持った上で、必要な広報を打っていくということ。だから、何を目的にそのイベントをやるのかというところから発想していくという部分を、計画段階で市民の方々とつくっていく、そのあたりが重要なというふうに考えております。

○委員 そのコア、クラブ、ビジターのメンバーの分類はどのようになさってるんですか。

○外部アドバイザー それは募集のときには。



○委員 自分で、自分はコアのメンバーになりたいとかということで応募してもらうんですか。

○外部アドバイザー そうです。コアのメンバーになる人は、教育サービスを受けるかわりに、こんな役割を担っていただかないといけないということが織り込み済みですので、自分がコアメンバーになった暁にはそれをしないといけないという意味のもと参加いただいています。

○外部アドバイザー スキルも得られるので、じゃあ頑張ろうかという方々が多くて、講師なんか割と有名な方でしたりとか、そういうコミュニティーデザインの技術学びたいなというような人も結構、今増えてきてます。そういう専門の方を講師に招いたりすることで、自分たちも学べるし、市民活動の役にも立つというところでモチベーションも得られるかなと思ってます。

○委員 それぞれのメンバーはどういう人が多くいらっしゃるんでしょうね。

○外部アドバイザー 今、ちょっと若目ですね。学生から、高校生もかなりいますけれど、40代ぐらいまでの方が多いです。学生の方は結構日数来てくれますけど、働いていらっしゃる方は土日だけとか、そういう方もおられます。

お配りしてますトヨノレポーターのフライヤーの中に、プロモーションのコアメンバーを集めるという企画になっておりまして、これ無料なんです。無料でプロの講師の方々の教育を受けられるかわりに、修了したらちゃんと活動してくださいねと。自分の意思ではあるんですけども、活動してくださいねということを決めてるという感じかな。

○委員長 ほかに委員の方々、何か御質問とか。

○委員 よろしくお願ひします。市民バンドというか、市民の方が自立的に1チーム、メンバーというところは、目的に活動したということなんだけど、目的は多分、最終目的ではないんですよ。活動においても、じゃあ、市民満足というか達成感、その一番最終的な目標というのは、この中ではいまいちぴんと来てなくて。例えば、市民の方が、全員が元気になるとか活動的になるのが目的なのか、そうではなくて魅力的な市になることによってほかから人口が移ってくる。それによって、そこまでの展開を想定された中の途中段階なんじゃないかな。

○外部アドバイザー　そうですね。まずは、行政と我々が議論するときには、行政目的を何にするのかというところははっきり明確にすると。そこをぶれさせてしまうと、手段がどんどんと拡散していつてしまいますので、交野市さんの場合は、やはり滞留人口。どうしても住む人をふやしたいというところが出てきましたので、そうすると、外向けの発信じゃないよね。まずは、市民活動を意欲的にすること。それで、人口を増やしていこう、住む人を増やしていこうというところでブレークダウンできますので、まずはその目的を設定するということです。これが、市民さんの活動だけの場合は、楽しんでやれたらいいよねということになりますし、行政がかかわる場合、行政目的、必ずコアに確認した上で、市民とどこを協働していくのかということを考えていきます。

○委員　それは、先ほどの話ですけれども行政が、人口を増やしたいということで、市民の方が行う活動を支援しないということはどうなんでしょうか。行政が、支援はしないということは、ほかに何かそういったことも考えて支援しないというのがあってか。ちょっと何か、市長が変わったことによって方針も変わって支援しないって。それは、市民さんはすごい活動されて頑張ってるなと思うんですけど、その行政のじゃあほかの人口増加に対する施策というのは、議員さんほんとに納得されているのかなとかいろいろ思いますけど。

○外部アドバイザー　そこは行政がその場で、市長さんが変わられたことで、市の重点施策もいろいろと変えられた中で、やはりそれではなくて、今、交野市はこういうことをするというふうに市長自らが変えられたというところなので、そこで市民協働もバックアップではない、市の施策というふうに考えておられて。市民の方々は仕方がないので、自分たちで楽しむ活動を続けていこうと。そこでそばつくったりお酒つくったりというところで、交野がいいところになったらいいなでずっと続けておられる。

○委員　そういう活動をしていく中で、その評価をする方って一旦活動を振り返って、その活動報告と最終目的に対しての効果というのもその時点で測れるのか。どういう形でそういうのをチェックつけてもらうか。最終的な目標が人口増加であれば、むしろこういった活動を続けてきたことによって、

今後こういうふうになっていくはずだとか、そういう1個1個チェックして  
いかなきゃいけないのか。そういうことは何か行っているのか。

○外部アドバイザー　確かにそこは非常に難しいところで、数値的に評価つて、おっしゃるように非常に難しいんですね。ただ、行政が何もかもできる時代ではもうないというところで、今のプラットフォーム形成支援というのは、市民あるいはいろんなステークホルダーが1つのプラットフォームを自立的に回して行って課題を解決していく。行政が何かお金を入れて、施策をつくって、皆さんにやってもらうということではなくて、自分たちで仕組みをつくって、自分たちで解決していく仕組みをいろんなところに増やしていくことで、できるだけ行政の負担も減らしながら、行政が本来やらなきゃいけない仕組みづくりだったり制度設計なんていうところと役割分担しながらやれていける方向が一番いいんじゃないかなと考えているんです。

なので、こういう手法で市民の方々も市政に大きくかかわっていく、行政の動きをバックアップしていくというふうな仕組みづくりをすることで、少しずつ行政の負担も減らしながら、人的、お金の負担も減らしながらやっていく仕組みがないかと。

明確にお金が幾ら減りましたとかいうことは今の段階で出すのは難しいんですけれども、例えば我々、このプラットフォーム形成支援事業で遊歩道の設計・施工の事業もやったんです。そこも今までは、都市整備部がすごく安いお金で入札をして、大手の設計コンサルさんが非常に機能的な、歩けるだけの遊歩道をつくってきたと。ただ、それでは市民の方々は愛着をもって使おうと思わないので、じゃあそれを変えましょうということで、市民の方が最初からワークショップで、どんな遊歩道であれば誇りに思えるか、親しんでそこを通りたいと思えるかというようなワークショップをして、そこでコンペをして、若いデザイナーの方に今度は設計をしてもらったんです。そうすると市民が最初から自分たちの思いを行政に伝えて、行政がする形にしてるところがあるので、自分たちで使いたくなる。そうするとそこでの活動をどんどん求めていくと。

例えばそこで今までだったら、行政がある程度お金を入れて、草を刈ったりとかメンテナンスをしなきゃいけなかったんですけど、今は市民の方が自

分たちで花を植えたりとか水やりをしていくような形で、協働で負担も減らしながら楽しい公共空間をつくっていく。そういった活動の仕組みづくり、そういった形で協働して負担を減らしていく、楽しみながら前に進んでいくということが必要なんじゃないかな。今の段階で幾ら減ったとか言えないんですけども、確実にそういった形で負担を減らしていかないと、行政もパンクしていく時代だと思っています。

○委員 ありがとうございます。

○委員長 どうもありがとうございます。それじゃあ、こういった勉強をしたことを守口市にどのようにフィードバックしていくのか、たたき台のようなものを、事務局のほうから紹介していただいて、その後また、ディスカッションさせていただきたいと思います。

○事務局 よろしくお願いたします。

今日はこの議題、シティプロモーションということを取り上げていただきまして、外部のアドバイザーの先生方に来ていただき、これからの守口市でシティプロモーションに進むべく御意見をいただきまして、それと私たちに勉強する場をいただきありがとうございます

それでは早速でございますが、守口市広報広聴課が進めさせていただいておりますシティプロモーションの方向性について説明させていただきます。

まず、簡単に守口市の現状についてでございますが、この総合戦略の中でも示されておられるとおり、近年は転出が転入者数を上回る社会減、死亡数が出生数を上回る自然減による人口の減少が続いております。その中でも表で示されておりますとおり、30歳代前後のファミリー層の市外への転居が顕著に見受けられております。転居のタイミングとしましては、就職、結婚、出産、育児、マイホームの購入などで挙げられまして、それらのタイミング全てに結びつく世代が、まさしくこの30歳代前後であると考えております。

また、守口市の主要な政策としまして、本年度より実施しています保育料の無償化を初め、働き方改革の一環としてテレワークオフィスの開設など子育て世代をターゲットにした政策が進められております。

そこで、この世代、市外転出抑制を図るとともに、この世代の人たちを守口市へ来てもらうための仕掛けづくりを中心として進めていくことが、守口

市の定住人口の維持、獲得につながり、行政だけの力ではなくて市民の力もおかりさせていただきまして、一緒になって守口市の魅力を発掘し、市民や市外の人たちに向けて発信できれば、よりよい広がりのあるものができるかと考えております。

市民の皆さんにはこのまちのよさを再認識、再発見していただくことで、守口市に誇り、愛着を持つ。先ほどもおっしゃっていただいていたんですけれども、シビックプライドを育てていただき、守口市をよりよいものにするために積極的にかかわっていただけるものと考えております。

転居先を思案しておられる市外の人には、この世代のニーズに合った施策や守口市が持つ長所を発信することで、守口市を選択肢の1つとして取り上げてもらえるよう、いろいろ周知を図ってまいりたいと考えております。

その情報の発信ツールといたしまして、この世代において効率よく集中できるSNSで、守口市では現在もインスタグラム、フェイスブック、ツイッターを有効に活用しております。広い地域や不特定多数の人たちに守口市の魅力を届けることができるのではと考えまして、課員だけではなくて、庁内各課からの発信を含め、普及に取り組んでいるところでございます。

なお、現在、当課が進めておりますシティプロモーションということにつきましては、今ある守口市の中にある人・場所・物など市の財産をいかにPR、プロモーションしていくかで進めております。今後は、先ほど講師の先生からもありましたけれども、目的、施策、戦略、そして戦術を改めてもう一度積み上げまして、新しい守口、生まれ変わる守口と各課と連携し、また市民の方、企業の方、団体の方に参加、協力していただくことで、広い意味でのシティプロモーションにつながっていければと考えております。

具体的な内容につきましては、また報告の中で示させていただきます。

方向性としては以上でございます。

**○委員長** どうもありがとうございます。この件につきまして、何かコメント等ございますか。

もし、よろしければ、今後の取り組み案、資料3ですけれども、それを話していただいて、最後、総合的に講師の先生からの御意見もいただきながら取りまとめたいと思います。よろしく申し上げます。

○事務局 今、報告させていただいたことも、先ほど議論させていただいたことを取り入れてのことになっていると思います。

今、守口市、現状やっておる事業について、それでは説明させていただきます。

市民カレンダー「もりタイム」でございますが、守口市内で撮影された人や町をSNSを活用して募りまして、市内外に発信し、市民には守口市の魅力の再発見、市外の人には守口市のいいところを知ってもらう。認知獲得を目指した事業でございます。ここで投稿のありました写真につきましては、リアクション数、いいねの数が多いものの中から、ホームページや広報紙、デジタルサイネージ、また今後、募っております賛同企業への管理施設などで掲載する二次利用にもつなげてまいりたいと考えております。

また、守口市が任命しております、もりぐち夢・未来大使にも共感をいただいております、投稿や、市民からの投稿に対してのコメント、リアクションにも参加してもらうことで、投稿者の意欲を高めるとともに、話題性、流通性においても多くの方に周知できるものと考えております。現在のところは、阪神タイガースの岩田選手と、U.K.さんのマネジャーを通じ、賛同をいただいております。

また、投稿された写真でリアクションの多いものの中から選出した作品を、市民カレンダーとしてホームページ、まだ作成中でございますが、利用して掲載を考えております。

この事業は広報広聴課で活用しています、SNSのフェイスブック、インスタグラム、ツイッターのどれからでも参加できるようにしております。

市のPRを目的としているものでございますので、企業や団体のPRに特化したものや、公序良俗など誹謗中傷などに当たるものについては掲載を削除させていただきます。

8月中旬より、各SNSで周知を図っているところでございますが、まだ投稿は少ない状況でございます。今後SNSだけではなく、広報紙などを通じて一層周知を図り、職員のほうも積極的な参加を、掲示板などを通じて促してまいりたいと思います。

続きまして、市民モデル事業の「もりドラ」というものについてござい

ます。この事業は守口市、「守口で生きる」をドラマチックにをコンセプトに、SNSを通じて募集した市民モデルを起用して、広報誌で「もりぐち街あるき」や守口市役所の業務をわかりやすくテーマとして取り上げていこうとするものです。

市民がモデルとなって広報の取材に参画していただき、市民目線での発見や意見を取り入れ、情報ツールの多様化により広報紙離れの進む現在におきまして、主に若年層をターゲットにその世代をモデルとして起用することで、同年代の読者の獲得につなげてまいりたいと考えております。

起用されたモデルにつきましては、この事業の趣旨に賛同していただいている市内の美容室等のスタイリストによりまして、ヘアメイクを提供していただくことで、モデル自身にも大いに楽しんでもらえるという形を打ち出しております。多くの市民にかかわっていただきたいと考えております。モデルにつきましては、本事業が本市の魅力を拡散することを目的としている事業でありますことから、SNS上でのみ募集しております。現在女性1名、男性2名の応募があり、11月号の広報誌より順次掲載を考えております。

続きまして、現在までに行いました、プロモーション等のイベントについての報告をさせていただきます。

8月15日。お盆の期間の上がグランフロント、パナソニックセンターにおきまして、大阪府主催の移住・定住促進イベントに参加してまいりました。ここでは、市のいいとこのプロモーションの動画を放映したり、観光ガイドや各種事業案内の配布を行ったほか、市内の和菓子屋さんにより、お菓子、お煎餅の提供を受けまして、集客の一策として観覧者にお配りさせていただきました。この食品提供は大好評を得まして、120セットがイベント途中で品切れとなり、今後の集客の手段としても大いに参考となることとなりました。

また、ゆるキャラの「もり吉」をイベント全般にわたり登場させており、大阪府の「もずやん」とジョイントすることで幅広い層の集客にもつながったと考えております。

続いて19日には、吹田サッカースタジアムにおきまして、ガンバ大阪守口市市民応援デーでの北河内の各自治体との自治体PRにも参加してまいり

ました。四條畷、枚方、交野の各ゆるキャラが集結いたしました。また、ガンバのマスコット「ガンバボーイ」とも共演し、写真撮影会などを実施。多くの子供たちの笑顔を見ることができております。ここでも観光ガイドや施策の案内、また、ゆるキャラグランプリに出場しておりますので、その応援の依頼のティッシュなどを配布いたしまして、市外の方への守口市の認知の獲得に努めております。

両イベントともやはりゆるキャラ「もり吉」の存在は大きくて、今後イベントなどでのシティプロモーションを盛り上げるためには欠かせない存在であることを再認識しております。今後も市内で行われるイベント、地元のイベントですが、守口市民まつり、いい夫婦フェスタなどにおきましても、市内外の方に守口市を知ってもらうことをテーマとした催しを今後は展開していきたいと考えております。

以上、今年度における現在までの市のシティプロモーション事業につきましての報告とさせていただきます。

○委員長 どうもありがとうございます。

事務局からの御説明が終わったんですけども、何か委員の方から御質問とか。それから今日せっかく来ていただいた講師の先生方から、ここはもうちょっとうちのほうがいいんじゃないとか、もしありましたら御意見を頂戴できたら。

○事務局 いろんな段階が先ほどからも出てますので、予算をかけずに進めている事業となっておりますので、民間の協力ということで、ヘアメイクということで美容院、市内の美容室さんなどが協力はしていただいて、これを広げていきたい。お金をかけずに広げていきたいというふうには考えております。

○委員長 途中で御紹介いただいた、例えば「もりタイム」とか結構投稿数って、今、どういう状態でしょうか。

○事務局 まだ8月の中旬から案内をしているところでございまして、投稿数に関しましては、インスタグラムで多少あるという程度にとどまっております。

○委員長 なるほど。これは「もりドラ」のほうも主にインスタグラムを中



心にされている。

○事務局 「もりドラ」のほうは、募集のほうはSNSでさせていただいてるんですけども、その方からの発信はSNSでしていただくということになってるんですけども、これを使うというのが広報誌のほう。広報誌の充実を含めまして広報誌で展開していきたいというふうには考えております。

○委員長 僕らおじいさんは割合、フェイスブック。個人名がちゃんとわかるものでないと安心できないんですけども、学生さんたちはフェイスブックなんて使ったことないとか言うので、全部の学生さんとの連絡はLINEで。LINEって嫌だよなとか思うんですけど仕方ないです。結構、世代によって使ってるものが違ったりするんですよね。割合フェイスブックとかは僕らぐらいのおじいさんおばあさんがよく使ってると思うんですけど、若い人は、どうなのかな。

○事務局 守口市でも去年、フェイスブックは以前、最初に始めたんですけども、インスタグラムはことしの3月から初めて、ツイッターを6月の終わり、7月から続いているんですけども、インスタグラムのフォロワー数の取得が早い。これだけ期間が違っておりますけど、インスタグラムとフェイスブックのフォロワー数がもう一緒ぐらいになってる。

○委員長 よく百聞は一見にしかずということで、細かい説明は読みませんが、いい写真だったら今の若い人たちもおもしろいなと思って見る傾向があるので。

委員、何か、このアイデアとかありますか。

○委員 私もゆるキャラグランプリには毎日できるだけ1ポツするようにしています。頑張ってください。

これシティプロモーションですけども、とりあえず今の取り組みちょっと拝見させていただいて、これは主に段階的には認知獲得の段階というような感じのイメージでしょうか。

○事務局 まさしくその段階でございます。まだ、先ほどから講師の先生が説明していただいているシティプロモーションという内容にまではたどり着いてないと。ここから大きな形で、私らがやってるのは今、広報の部分です。周知の部分をやっているところであるというふうに考えていただければと思

います。

○委員 今後のことになるかと思うんですけど、やっぱり子育てに優しいまちであるとかそういったようなことを今、目標を立てて推進しているところかと思うんですけど、そうした面でのシティプロモーションを推進ができればなというように思う。

この間いろいろな事例を拝見させていただいて、ワンショットでいろいろキャッチーなところ、キャッチコピー、これもどうかという御意見もあったかとは思っています。「たかい、たかい、たかーい市」は、もうあの一言でわかるな。

そんな、市民が参加して話し合いができて、そうやって盛り上がっていくようなものができればなというところなんで、今の段階では広報の段階だろうというふうに思いますので、先ほどの事例なんかを踏まえて進めていくぐらひの考え方でいいかと思えます。

○委員長 委員、何か。

○委員 例えば「もりドラ」なんかを、今回、若年層モデルというふうなことで考えていらっしゃるんですけども、例えば、子育て層でとかいうふうなこととか、幼児とかいうふうに、幾つかのドラマがあれば、守口って子育てに優しいまちなんやなというふうなことなんかイメージ戦略としてはできるのかなとも思います。

その一方で、やっぱりプラットフォーム型、プラットフォーム形成支援というふうなことから考えていったときに、これまで取り組んできてることと、次の時代をどうプロモーションしていくのかというふうなことなんかで、ステークホルダーとしての子育て家庭というふうなことをどう取り入れていくのかということなんか、多分、今後の検討課題になっていくのかなということを感じながらお聞きしておりました。

実際のところ、交野市さんとかいろんなところでは、子育て世代の方々というのは、結構、参加率って高いものなんでしょうか。

○外部アドバイザー すごく高いですね。交野市さんは子供連れの親子、若いお母さんが非常に多くて。

○委員 ありがとうございます。

○委員長 市が管理してる公園とか小学校の一部とか、今日、お話も伺っていて、グリーンマーケットとかマルシェ。これとは別に、国の食品安全委員会で仕事をしてて、いろいろとこう、東京だけじゃなくて全国のいろんな世代の方にアンケートをとると、やっぱり子供を育ててる方は食べ物に対して、値段が安いほうがいいんですけども、特に安全性とか、それから生産者の顔が見えるとかそういうことをすごく気にされているんです。だから、こういう守口市も、もうちょっと広げてもいいんでしょうけども、結構まだ畑とかで野菜とかつくられてる方もいるし、そういう人に対して、勝手にやってちょうだい、そのかわりここ使ってもいいよとか。毎週何曜日はいいよとか。そういうのができるだけお金もかけずに、でもそういうのをちゃんと、それこそLINEとかフェイスブックで写真も見ると、結構若い世代の方は、遊びがてらに来てくれるかななんて、甘いこと思うんですけどね。値段がちょっと安ければもっといいんですけども。

ちなみに、大阪府というのは無農薬野菜とか有機栽培の野菜だとかちょっと高くしたら売れない、全国で唯一のそこなんです。これは不思議なぐらい売れないですね、大阪府は。ほかのところは、これは安全ですよとか言うちょっと高くして売れるのに、なぜか売れない。それなのにアンケートとると安全が欲しいと出る。だから、不思議な土地ではあるんです。そういうことをやってる人たちの中では、47都道府県のビッグクエスト。

そういうことも、こういうプラットフォームができてくると、そこから発信していくと、そこに農家の方とかもそこで金もうけしてくれたらいいんだろうと思うんですけど。

○事務局 守口市は農家が少ないことは確かですけども、朝市とかいう形でこの庁舎の前でも年に何回か、農業委員会さん都市農研さんが主体となってやっていただいていることあるんですけども、それはあくまでも、その課と農業委員会さんという。委員長のほうがおっしゃっていただいております、今までも出てきておりますプラットフォーム型という形の中で組織としてそういう形でできていければというのが広がりにつながっていくかなというのをちょっと聞いててそういうのを感じました。

子育て世代について。今まさしくおっしゃっていただいたんですけど、今モ

デルとして3人。男性の内1人の方がファミリーとしてという形で応募されました。一番最初そういう形で子育て世代、おっしゃるように活用させていただいて、皆さんに出ていただきたいというふうには進めていこうとは思っております。

**○委員長** これもまたとつぴもない話で恐縮なんですけど、何の参考にもならないかもしれないですけど、僕2年ほど前まで、中央競馬会って、競馬の組織の理事をしてたんですけども、競馬の売り上げがずっと下がってきて。子供を連れてる人たちが、競馬場というとか何かいかにもばくちの場というイメージなんだけど、そこに来て、子供も一日遊べるような施設つくったらということをつくると、実はぎゅっと売り上げが、バブルのころのようには上がってないですけど、じわじわ上がる。だから、子育て世代の方、特に今の若い方は、僕らの時代と違って、お父さんと一緒に行ける場所があると結構楽しむんですよね。ただ、守口市が一番最初の委員会の第1年目にアンケートとると、やっぱりものすごく交通の便がいいですから、30歳ぐらいまでの方は住まれるんです。地下鉄にしても何にしても。ところが、子供ができたらちょっと出て行っちゃう。そのときの1つはイメージというか、子供を育てて子供と一緒に手近で楽しめるとか、そういうものがあれば、随分、まちのイメージが変わっていくと。

何かイメージが悪いというアンケートが結構ありましたですよ。だから、イメージというのはなかなか難しく、ジャンニーズじゃないですけど、イメージなんでしょうけど、やっぱりそういうことにつながっていくと、プロモーションにつながっていくと、住んでる人も楽しいでしょうし、あそこだったら自分たちも住みたいと思うんじゃないかなと。

前もこの委員会で話が出たんですが、この市役所で働いてる人でどのくらい守口市民がいるのか。その方たちで、こうなったら守口市に住みたいなどという意見も、市民、市民と言わずに、まずは聞いてみるのもいいんじゃないですかと申し上げたんですけど。

委員、どうぞ。

**○委員** 今回シティプロモーションが議題ということで、ちょっと何かいろいろ考えてきたんですけど、何かアニメのタイアップとかはやってたりとか

して、ガイドモデルとかそういうところの舞台に使ってもらうとか、アニメの舞台に使ってもらうとか、何かそういうのが、学生さんの脚本とか声優さんと一緒にやったらおもしろいん違うかなと。お金があるんじゃないんか関係なしに、そんなこと考えたり、映像コンテストなんか、駅前で何かいろんなちよっとしたピンポン玉がカップに入るような映像を撮るような集合イベントをやったらどうなんかとか。赤ちゃんをテーマにしたイベントであったりとか、はいはいコンテストみたいなんとか。

あと、カップルをつくるというか、そういう結婚とか意識した。例えば、長時間キスし続けるようなギネス記録に挑戦するとか、何かそういうのを市がバックアップしながら一緒にやるとか。あと、ハートをいっぱい町中に飾るようなアートギャラリーのようなイベントであるとか、SNS映えするような超巨大なハートを、とりあえず市役所に飾るとか、学校、みんなに写真を撮ってもらえるような、そういうものを飾るとか、駅前に飾るとか。

そんなんがいいんかなと思って考えてみたんですけど、話聞いてたら、やっぱりとりあえずは、そういうシティプロモーションのための市民会議のような、市民の方がアイデアを出して盛り上がるようなイベントというか、そういう会議を立ち上げるというのが最重要なのかなというふうには思いました。そこからいろんな楽しいアイデアが出てくる可能性は高いかなと非常に思いました。

○委員長 委員、いかがですか。市民として、住んでおられるから十分これでええんやと言うんかもしれないですが。

○委員 いいと感じたことは全然なくて、ほんとに辛口の意見で申しわけないんですけど、関心がやっぱり薄いと思うんです、守口の方って。市政に対してとか。私たちの世代でもほとんど関心がないのに、下の世代の人、もっと関心がないんじゃないかって、すごく心配した時期もありますし、私自身もこういろいろ子育て支援センターにいたり、委員になってみて、立候補で委員になったんですけども、多分応募者数というのがすごく少なかったんじゃないかなというので前もお聞きしたことがあって、それほど関心がないんですよ。

多分、批判とかはたくさん出るんだと思うんですけど、面と向かって、じ

やあとと言うと、なかなか皆さんそういう場で発言するのはおっくうだったりとか、それはすごく残念なことで、まず市に対して、自分の住んでるところに対してすごく関心がないとよくもならないと思いますし、他市の方は多分それくらいの力をもともと持ってて、今からやろうとしてることで、いろいろ力を発揮されていくと思うんですけど、もう一度やっぱり原点に戻らないと守口はいきなりこう、これでステップしますと言っても、そういったところで市政に対しての関心とか理解とか、そういうのがまだまだ足りないような気がして。

それとやっぱりお年寄りが多い地域なので、若い人の獲得もすごく大事なんですけど、老人会とかもほとんど老老でお世話されてることが多いし、市民のイベントとかでも、私もあんまり参加したことないんですけど、多分お世話する方って同じ方ですよ。募集しても多分皆さんあんまり来られないというのがありますし、長いこと同じことで経験されてる方が委員としても来られるケースが多いので、そういう方たちはもうほとんどのこと把握しておられますし、60代、70代の年いった方がすごいしっかりされてて、そういう方の力ってすごいやっぱり大きいなと会議に出ても思うんです。だからうまくそういう方の力も借りつつ、若い世代の方、これからどんどん若い力も定住してほしいですし、そうやっぱりしていただくには問題点というのをまず解決していかないと、広報の力もそうですし、でも大分広報とかも、私もちょっと最近ずっと見てるんですけども、ホームページもよくなりましたし、広報誌も前は新聞みたいな形だったんですけど、それもカラーになって、すごくよくなってきたので、ほんとに徐々に進化してるなというところもありますので、そのあとの市民の関心をどう向けるかという。

あと、子育てに関しても無償化もしていただけてますし、待機児童もほんとに少ないんですね、他市に比べたら。保育所も幼稚園も多いです。それでこっちに来たいという人の話も聞いたことがあるので、家賃が高いからというんで結局やめはったんですけども、そういった話もちらほら聞いてますので、今できてることはそのまま続けていただいて、あとできてない部分というんですか、今お母さん方が一番困ってるのは、働くお母さんが一番困ってるのは病児保育とか障害者の方のサポートとか虐待の問題とかもまだ多分

起こっておられると思うので、そういったところもちょっと前に出して、これだけ子育て支援しますという形でこれからも支援していかれたらもっとよくなるだろうと私は思ってるんですけども。

○委員長 ありがとうございます。

委員、いかがですか。

○委員 ありがとうございます。

皆さんの御意見をお聞きして、今さまざま、今、頭の中いっぱいなんですけど。非常に市庁舎がきれいになって、大きくイメージが変わったなど去年思いました。御存じですか昔の守口市の市役所。やっぱり顔ですから。市民として四十数年ですけど、仕事も守口市でしてますけども、非常にイメージが変わった。路上喫煙防止の条例もできて、ようやく他市並に、そういうあたりも気にされるようになったなど思ってる。

そして、全国に先駆けて幼児無償化。これもこの委員でも発言させてもらったとおり、何かここでの話聞いてくださったかのように決めていただいて、ほんとに頑張っていらっしゃるな、行政の方、取り組んでいただいているなど思う。委員に参加させてもらって特に感じられます。ありがとうございます。

今、やっぱり何か市についてイメージをと言ったとき、やっぱり出るのは否定的な意見ばかりです、きっと。結婚についてどうですかと言われたときにも、いいよという話なんかそう出るわけじゃなくて、やっぱり否定的なことが出るのと同じように。確かに守口いろいろ全国平均からすると犯罪率、そして健康状態、生活習慣病、結核、ひったくり、そのあたり、あんまり楽しくないことが上位を占めますけども、けど、私は守口を出ようとは思いません。やっぱり家族がいる、そして友達がいる仲間がいる、近所のおじさんお婆さんがいる。やっぱりそういう人のつながりが非常に強い地域であると思います。昔の状態が残っている地域、まだまだあります。高齢化率高くなってもそれは今、地域で若手が頑張って地域の行事を盛り上げていってるところがあります。ですので、もうこれからも私は出るつもりはないです。むしろ伸び代があると思っております。守口市にはまだ。

話はガラッと変わりますけども、11月5日には何がこの守口市であるかというのは、どうでしょう、皆さん御存じでしょうか。11月5日、守口市

で。これは委員はピンと来られたかなとは思うんですけど。守口市民まつりというのが大々的に京阪百貨店であります。別に私、中心となってやっている人物じゃなくて、別に頼まれてもいないんですけども、そういう場で、こういうプロモーションを何か掛け算でかかわっていくと、場所もかからず費用もかからずうまくできるんじゃないかなと思いました。

皆さんのお話をお聞きすると、やっぱりちょっと行政を、縦割りをちょっと頑張って崩して、横の連携をとっているいろいろなイベントと効率よく進めていってほしいなともちょっと考えました。

どうでしょう、委員。急に振ることになりますけど、市民まつりでこういうあたり、来られるのは市民の方がほとんどですけども、近隣の京阪百貨店に買い物に来られた方もぶらっと寄る場でもありますし、今までこういう守口市のアピールとかそういうのは、私は数回しか出たことないですけど、長年FMで取材されていらっしゃる委員ならそのあたり御存じだと思うんですけど。どうでしょう。何か行政の方が守口のアピールとか、そのあたりは今までされたようなこととか。

○委員 行政の方に聞いていただけたら一番いいかなと思うんですけど、いろいろパレードなんかも周年のときはされてましたし、最近の前夜祭なんかもされてたりとか、イルミネーションなんかもされたりとかされてて、非常に少ない予算ではありますけど努力されてるのは我々も感じてます。

我々も当然、一緒に参加しているわけですから、参加してステージもさせていただけますので、より盛り上げるようにしていきたいなと思ってますけれども、なかなか最近で言う、ぱっと注目されるようなところがないのがちょっと残念ではあるんですけども、また我々も後援会の一員ですのでそういう話もさせていただけたらなと思ってます。

すみません。中途半端な答えで、申しわけない。

○委員 最後にすみません。ちょっとまた話変わるところなんですけど、たまたま寝屋川の公民館に行ったときに、寝屋川の広報紙を手に入れたときにぱっと目についたのが、「ねやがわ若者会議」というのが8月10日に、これ今は終わってるんですけども、対象は市民、在学されてる方、在勤されてる方、中学生以上、30歳未満の人70名で、若者視点から市のこれまでや



これからの意見として意見交換などを行う「ねやがわ若者会議」の参加者を募集しますというのをされてるのが広報紙に載ってましたので、わかる範囲で結構ですので、この後どうなったかというのを行政の方にちょっと調べてほしいなと思います。この結果、どれほどの成果があって、どのように進んでいくのかを、もしわかる範囲で結構ですのでまた教えてください。

以上です。ありがとうございます。

○委員長 どうもありがとうございました。

そのほかに何か御意見とかございますか。

今日はどうもありがとうございました。いきなり締めちゃって恐縮ですけど。

次回のスケジュール等につきましては、まだ事務局と委員長のほうで相談させていただいて、その後、皆さんに日程の御都合をお伺いしたいと思えます。

今日の議事録の署名委員ですけども、いきなりで恐縮ですけども、委員と委員にお願いできたらと思います。どうぞよろしく願います。

今日は私、実は82年から88年まで河内長野に住んで、目からうろこの話を伺って。河内長野というのはほとんど地元の方が当時はいなくて、よそ者ばかり。僕もそこに住んでたんですけども、最近、何か郷土愛が出てきて盛り上がってるんだなと思って。やっぱりこの30年ぐらいで随分変わるもんだな。やっぱり30年住むと、ずっと住んでなくてもやっぱりそこそこ郷土愛出るんだなと思いながら、楽しく話を聞かせてもらいました。

今日のいろんなお話をぜひ参考にさせていただいて、守口市、実際に例えば若いお子さん、子供に対するサポートとか非常に立派なものがあるんですけども、それがなかなか伝わってない部分があるし、そういったことも含めて広報とか、金の話で恐縮ですけど、できるだけ伝えていただけたらと思います。どうぞよろしく。

最近ですと、やはり一番守口がぱっと出てきたのは、職員の方の選抜で1,000人ぐらい来たというのは、なかなか盛り上がるかなと。でもやっぱりそういうふうに向きに、できるだけ、やってみないとわからない部分もあるけども、やってみようという姿勢はほんと頼もしいなと思いまし

た。ぜひよろしく申し上げます。

どうもありがとうございました。

◇ 午後0時00分 閉会

~~~~~