

## 令和4年度第2回 恵庭市シティセールス推進委員会議事録

企画振興部企画課主任主事 山本 匠

### 1 日 時

令和5年3月22日(水) 14:00～15:20

### 2 会 場

恵庭市役所3階 301・302会議室

### 3 出席者

- 委員 ～ 有我委員長、酒井副委員長、永浦委員、三浦（真）委員、沼倉委員  
三浦（由）委員、松田委員  
（欠席：平井委員、徳家委員）
- 事務局 ～ 高橋企画振興部次長、吉成企画課主査、川尻企画課主査、篠尾企画課主任主事、山本企画課主任主事
- 関係課 ～ 加地まちづくり推進課主査、宮川花と緑・観光課主査

### 4. 内容

（委員長挨拶）

今日は年度末の開催ということで、今年度実施した事業の取組の報告と次年度の取組とあった内容となっております。出席者が若干少ないですが、忌憚ないご意見を頂戴できればと思っておりますのでよろしくお願いします。

#### 【報告：令和4年度シティセールス事業の取組報告について】

##### ①恵庭市公式アプリについて

（※事務局より資料①に基づき説明）

#### ○E 委員

公式アプリは現在進行形で開発中ですか？

#### ●事務局

ポイント機能については方向性が決まっているので、事業者と調整し進めていきたい。一方で、ウォーキング機能について距離の計測方法やアプリが強制終了した場合等の仕様を検討調整中です。

○E 委員

アプリのメインのターゲットは全世代ですか？

●事務局

そうです。例えば歩くイベントでいうと、現在、健康スポーツ課でスタンプラリーをするイベントを開催しているが、紙に3か所ハンコを集める必要があるが、途中でやめた場合や年齢、性別の把握まで至っていないため、アプリを活用しつつ分析につなげていきたい。

○E 委員

説明を聞いていて、楽しかったり、わかりやすく使いやすかったりしないと使わないと思う。私はインストールしたが、その後、起動していないため、楽しくて毎日でも開きたいなと思える機能ができるとダウンロード数が増えていくと思います。

もう一つ、他市のタイアップとかを企画し、自分で買うと高価な電動自転車を安く借りられるようにしてFビレッジといったところを回れるようにしたりして、市内だけではなく他市も含めてみんなで盛り上げていければいいと思っている。

●事務局

楽しさやわかりやすさは一番大事だと思っており、アプリを毎日開いてもらえることがベストと感じているため、そういった仕掛けをポイント機能の中に盛り込んでいきたい。広域連携事業についてもすぐにはいかないが、企画課内でさっぽろ連携中枢都市圏や千歳市と連携事業があるためその中で検討していきたい。

○F 委員

ダウンロード数の目標や設定はありますか？ アプリを知ってもらいダウンロード数が少なければ中身を拡充しても意味がない。

気づいてもらえるように「ちゃんと」への掲載やイベントを通じた仕掛けはしているのか？ 何回も繰り返すことで地道な努力による市民周知が必要と思う。

広域連携についても必要だと思う。既存に囚われず南幌町や長沼町との連携でもいいと思う。

●事務局

アプリは地方創生推進交付金対象事業であり、その中でダウンロード数の目標は1,750としている。他市の動向も含め人口規模の3%として設定しているため同様の設定とした。

今は3,075回ダウンロードされている。地方創生推進交付金が特例措置を受けて令和7年度まで延長されたため目標数を上方修正したいと考えている。

全国都市緑化北海道フェアの際もダウンロードキャンペーンを行った。

今のアプリでは情報発信機能しかなく、ポイント機能が実装されてからが本番と考えているため、令和5年度は出前講座も新設したので更なる情報発信に努めていく。

他市との連携事業も必要と感じているため検討を行っていく。

#### ○A 委員

資料を見る限り何にでもポイントをつくように感じる。歩いた距離に応じてポイント付与は民間会社でも似たような事業を展開しており、自分のランキングが社内でわかるようになっているため、自分が頑張っているかどうかわかるような仕掛けがあるため活用されている。

ただポイント機能を付与するだけでは、ダウンロード数は伸びないと思うしポイント機能についてよくわからないため、どのような仕掛けを考えているか具体的に聞きたい。

#### ●事務局

他市のアプリ等の動向も踏まえ、個人ではなく、団体や集団で取り組めた方がいいのは理解している。しかし当初からそこまでの実装が追い付かないためまずはウォーキング機能の実装を行い、その後の追加実装部分としたい。

#### ○A 委員

アプリはいつ完成するのか？

#### ●事務局

令和5年中にポイント機能の実装が完成のめど。交付金事業が2年間延長できたため、皆様の意見を伺いながら更なる機能強化に取り組んでいきたい。

#### ○A 委員

前回の会議時にアプリの話があったためダウンロードし、イベントカレンダー等を見てみたが、表示の問題で見づらいが、そういうのは気にしているのか？

この問題を解決するためには大元から手を加える必要があるが、それは誰も気にならないのか、もし自分の会社ではあればかなりの問題だと思う。

リンクを貼っているだけだからこのようになる。それが数か月経っても改善されていないため、これで完成している状況だと思ってしまう。

#### ●事務局

イベント情報に限らず、廃棄物管理課のゴミカレンダーとかもリンクを掲出している。リンク先の表示について確認していく作業は時間がかかるものの必要と認識している。

#### ○A 委員

細かいことを言いたいわけではなく、皆様に見てもらい使ってもらいたいと考えていて、また市のお知らせを見ることによりポイントを付与するとするなら、真剣に見たい人は広報誌や議会だよりを見ると思うから、プラスアルファでこれをする理由を考えていかないといけない。

若い人でも気軽に見られるようにするならもっとポップにするとか、ポイントを本当にお得にするとかしないと開かない。ただそれではアプリを開くだけになり、内容までは見ない。健康機能にしても、もし実施するなら例えばお年寄りには Google Fit とスマホを連動させるとかはできないと思うから、機能をもっと揉む必要がある。

どうしてもこの資料と説明だけでは実装しました、で終わってしまうように感じてしまうのは個人的に残念だと思う。

#### ●事務局

色々進めていく中で、改善していく点はでてくる。例えば、ホームページもそうだし、他の機能が必要になってくるはずなので、アプリの完成形はないと思っている。

いただいた意見を踏まえ、改善を進めていく。特にホームページはスマホでみる前提の作りをしていないので、更なる改善が必要と感じている。

#### ○A 委員

ホームページがスマホで見る前提の作りをしていないのにスマホからホームページのリンクを貼って終わりという話にはならないと思う。

#### ○E 委員

アプリの開発期間はいつまでですか？

#### ●事務局

当初は令和 3、4、5 年の 3 ヶ年。ただし令和 4 年度に地方創生推進交付金の特例申請を行い、2 年延長になっている。また事業費についてもアプリだけではなく、シティセールスや観光事業を含んだものとなっている。

ホームページの見やすさは個々人の環境によって左右されるが、更なる改善を行ってきたい。

#### ○A 委員

わざわざホームページのリンクを張らず、アプリ内で同一の情報を作った方が早く改善できると思う。

○委員長

アプリに関して色んな意見がでていますが、まだ改良の余地があるのと市民が使うという目線が抜けているように感じていて、各課の情報を寄せ集めているように見える。

本当に市民の方に使って欲しいのであれば、便利とか楽しいと思えるような視点を入れていく必要がある。

そのために市の関係各者と作るだけではなく、市民と意見交換していく必要もあると思う。地方創生推進交付金の対象になり、お金があるからアプリを作ったように感じられないようにする必要がある。

○C 委員

ダウンロード数は報告にあったが、閲覧数はわかりますか。ダウンロード数より閲覧数が大切だと思う。ダウンロード数だけではダウンロードしてその後見ていない人をカウントしてしまい、現在使っているユーザー数がわからなくなる。

閲覧数を管理しながら、ユーザビリティの向上を図り、もしできるのであればユーザーからのフィードバックを受けた方がいい。またどのような導線で周知していくかが重要だと思う。

●事務局

欠席しているH委員からの意見を紹介します。

Instagram といった SNS でアプリの PR を行いつつ、使い方も動画にして周知した方がいいと思うというご意見をいただきました。

○委員長

次に行ってよろしいでしょうか。報告②恵庭市【公式】Instagram について説明願います。

②恵庭市【公式】Instagram について

(資料②を用い説明)

○委員長

今の報告に質問はありますか？

○E 委員

Instagram で発信している理由は恵庭市に興味を持つ人を増やしたいからですか。

市からだけの発信だけではなく、例えば他の投稿している人にハッシュタグをつけてもらえるような取り組みをした方が更なる発信につながると思う。

●事務局

以前からご意見をいただいていますので、ハッシュタグをつけるお願いの発信をしたり、広報誌に載せたり、文教大学写真部の学生にも写真の提供をお願いしている。恵庭市の投稿の中には恵庭市のハッシュタグをつけた方に個別にダイレクトメッセージを送り写真の提供をもらって掲載する取組も行っている。

○OC 委員

Instagram のリーチ数が伸び悩んでいるとのことだが、Twitter は Instagram と運営会社が違うため、自動連係ではなく、Twitter 用の記事を書いて投稿すればそちら経由でも伸びていくと思う。情報を繰り返していくと陳腐化するので、常に新しいものを取り入れていかないといけないと思う。

●事務局

いいアイデアと思うので実践していきます。

○委員長

次は③ふるさとの誇りづくり「勝手に20選」(下半期)についてです。

③ふるさとの誇りづくり「勝手に20選」(下半期)について

(資料③を用い説明)

○委員長

質問やご意見はありますか。

○OA 委員

Instagram はかなり頑張っていると思うが、Instagram 担当とアプリ担当は違うのか。またシティセールスの担当は誰なのか？

●事務局

どちらの業務も企画課で行っています。シティセールス担当と Instagram 担当は同じですが、アプリ担当は別の者が行っています。

○OA 委員

Instagram とアプリの熱量にかなりの差を感じてしまう。Instagram は見てもらう工夫を感じるが、アプリにはそれが感じられない。

○E 委員

アプリに関して、外に発信する前に職員等の内部でもっと揉んでみた方がいいのでは。例えば今週末どこに遊びに行こうかなと悩むときに活用できるものになって欲しい。

○委員長

他はよろしいでしょうか。次に④その他各種事業についてお願いします。

#### ④その他各種事業について

(資料④を用い説明)

○委員長

令和4年度事業全体を通して何かありますか。

●事務局

H委員から意見がありましたので紹介します。

Instagramの周知の部分で開催後にイベントの紹介している投稿が多かったのですが、事前の告知が欲しいとのコメントもありましたので、そういったことを踏まえて事前告知を行っていけるようにしていければいいと思う、とのことでした。

○委員長

他に無ければ次の議題に移りたいと思います。議題(1)令和5年度シティセールス事業の取組について説明願います。

#### 議題(1)令和5年度シティセールス事業の取組について

(資料⑤を用い説明)

○委員長

新年度の大きく分けて4つの取組についてのそれぞれ改善案や注意点、他にもこんなことがやってみればいいのかといったアイデアをお願いします。

○C 委員

動画は初めての取組といったところでどのようになるかイメージはつかないが、PRの方向性がバラバラにならないように導線を意識して実施した方がいいと思います。

○B 委員

フォトコンテストは年に1回だけの開催ですか。もし花の時期といった季節に応じて実

施した方が色々な恵庭を知ってもらえる機会になると思う。

●事務局

素晴らしい意見で実際できた方がいいが、予算の兼ね合いがあるため、できる範囲で実施していきたい。例えば今年は花の時期に実施し、次年度は別の時期に実施する等の工夫を考えていきたい。

○A 委員

商工会議所との連携については？

●事務局

この前の委員会で A 委員からご指摘いただいたおり、今年度は予算のかからない形で商工会議所主体のハロウィンイベントにて連動し、「#ガーデンシティえにわ」をつけてもらえるような取組を行った。他の団体との連携を考えていきたい。

○E 委員

連携と言えば商工会議所もそうだが、若者を集めるのなら商工会議所青年部等と連携していければいいと思う。

フォトコンテストについて、実施するだけで景品とか用意しなければそんなに予算がかからないので、移住を考えていたりする人のために例えば恵庭の冬の景色やアクティビティの紹介を行うことでイメージもつきやすくなるため、四季で行った方がいいと思う。

○F 委員

文教大学で令和 5 年度から地域の魅力の伝え方を学ぶ地域未来学科が設置される。フォトコンテスト等はボランティアの確保が問題になるため大学と連携して地域未来学科のカリキュラムに組み込めば単位として認定し、人手不足が解決できると思う。私の権限でそこまで決定できないが、大学としてはそういったことで協力できると思う。

行政だけではマンパワーが足りないと思うので、動画制作やフォトコンテスト等のイベントについて今年度すぐは難しいが、令和 6 年度ぐらいから協力できると思う。

○D 委員

観光協会として、シティセールス活動についても市と協働したいということを常々申し上げている。

動画制作をご検討されているということで、昨年恵庭の観光 PR 動画を制作いただいたクリエイターチームをご紹介できるのでぜひ内容検討段階から協力させていただきたい。

最近常々思うことは、観光を推し進めていくうえでシビックプライドの醸成が両輪とし



て重要だということ。

人が主役の恵庭市であればこそ、誇りや愛着の自覚浸透が進むとまちの魅力がより向上することになる。

恵庭に愛着を持つ方々に恵庭を宣伝していただければ、それは費用の掛からないPRとなつて、住民や通学生、移住定住者などを巻き込みながらどんどん恵庭を好きになっていく気付きや自覚の連鎖を生み出すことに繋がると考える。

では、愛着や誇りを持っていただくためにはどういった素材や機会を提供できるかだが、最近、ある花の関係団体は近年外へのアピールと外からの注目・呼び込みにウェイトを置いていたが、この頃一度立ち止まって花のまちづくり活動を振り返るオープンな機会を設けた。

これも恵庭らしい花や緑を介したシビックプライドの醸成に繋がる活動だと思う。

シティセールスはその範囲が広範にわたるため、シビックプライドの分野を企画課自体が執り行うのは難しいと思うが、庁内の連携を活かすなどシティセールスの自走的広がりのために頭の片隅においていただければと思う。

※シビックプライド：都市や地域に対する市民の誇り

○委員長

ありがとうございます。次に移りたいと思います。(2)恵庭市シティセールスプラン「成果指標」の見直しについて説明願います。

## (2) 恵庭市シティセールスプラン「成果指標」の見直しについて

(資料⑥を用い説明)

○委員長

何かご意見やご質問はありますか。

○C 委員

項目4のガーデンシティサイトの閲覧数の考え方をもう一度確認したい。

●事務局

当初、ガーデンシティサイトはトップページにぶら下がるページがあり、そこも含めてカウントしていたが、現在、トップページにぶら下がるページがなくなったため、トップページの閲覧数のみ再計算した。

○C 委員

確かにわかりやすくなったが、閲覧数が少なく感じたため、様々なPRの導線を意識して

閲覧数を増やす取組をした方がいいと思う。

○E 委員

個人的な興味ですが、ふるさと納税の件数も目標に入っており、今後も増やしたいのですか。

●事務局

シティセールスプランの中でふるさと納税は関係人口の増加の手段としているため件数の目標値を設定しているが、ふるさと納税事業そのものについては委員会で諮る予定はありません。

○E 委員

ちなみに全道で何番目とかわかりますか。

●事務局

令和3年度実績にて全道で10番目ぐらいであり、寄附受入額18億ぐらい。

●事務局

今回、欠席しているG委員からご提案をもらっております。

一つの指標として「#ガーデンシティ」をつけて投稿された回数を目標に加えてもいいのでは、といただいております。現時点では5,300程度確認できておりますが、そのような意見が委員から出ておりますが、いかがでしょうか。

○E 委員

委員会内で報告として成果指標とはしなくて良いと思います。

○委員長

全体を通して何か言い忘れたこと等ありますか。

○E 委員

フォトコンテストについて投稿してくれた人に景品等ありましたか？

●事務局

今回実施したフォトコンテストは景品を渡している。事業者に委託を行い、運営や周知、景品調達を実施した。それぞれ5人程度に景品を渡したが、渡す人の選定は事務局にて行った。

○E 委員

実はフォトコンテストの実施を知らなかったが、どこでPRしていたか？

●事務局

Instagram 内やチラシ、ポスターの配布、新聞記事等で PR を行っていた。結果は Instagram 内での発表のみだが、今後はホームページ等でも公表していきたいと思う。

○E 委員

人によって見る媒体が違うので、色々な媒体で告知して欲しいと思う。

○委員長

最後は(3)その他ですが、何かありますか。

●事務局

次回の会議の開催は 9 月頃を目途に行いたい。近くなったら日程調整を行うのでよろしくをお願いします。

○委員長

これで今日の議題は終わりましたので、これにて第 2 回の委員会を終わりたいと思います。