

ICT推進準備会設立 (2018年5月)

1. 目的

- エリアブランドの向上・・・立地企業、ワーカーや観光客の満足度向上を図る。
- 情報発信の統一プラットフォームの構築・・・「城まち」エリア（京橋、OBP、大阪城公園）における様々な情報の効果的な情報提供、サービス提供、コミュニティ形成を実現する。

2. 2018年度の活動状況

	計画	実施状況
活動目標	エリマネ活動が行われている地域での情報発信はエリア単位で行う傾向が顕著であり、OBPエリアにおいて地区内の企業、ワーカー、外来者の満足度を向上させるべく統一した情報発信のプラットフォームによる効果的・合理的な情報提供、コミュニティの醸成を進める。	1. 情報発信のプラットフォーム ・アカウント名「城まちosaka」の、Facebook、Instagram、Twitterを開設。 2. 情報発信数 ・2018年6月～2019年2月・・・193件（21.4／月平均） 3. 発信情報 ・OBP内及び周辺イベント、施設、店舗、災害対応、事業、季節、活動、連携、などについて発信した。
年度計画	①情報発信ツールの運用を実施するため、次の項目の検討を行い、検討項目の内容が整った段階で情報発信ツールの試行運用を開始し検証する。 <ul style="list-style-type: none"> ・情報発信マネジメントの基本方針 ・具体的メニューの抽出 ・情報収集・共有化のシステム検討 ・ニーズやシステム化の調査 ②OBP、協議会における会議体のペーパーレス化の検討など	①試行運用の開始 <ul style="list-style-type: none"> 1. SNS情報発信に係る運用体制を整備 2. 具体的掲載内容について毎月の編集会議において抽出。 3. OBP協議会の部会、分科会、準備会との情報連携を検討した。 4. 情報収集の多様化を図るために地域活性化分科会等と協議を進めている。 ②ペーパーレス化の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・協議会資料のペーパーレス化のための経費を見積もりしたもの、具体の実施内容について詳細な検討ができていない。
達成目標	2018年度中の準備会活動において、ワーカーに求められる情報やその情報の発信の仕方、活用の仕方を検討し、エリア情報発信の基盤づくりを目指す。 Facebookのいいね数「700人」を目標とする。 御堂筋ネットワーク 604→632 中之島エリア・エリア・エリア 663→639	・基本的な情報発信の基盤としてFacebook、Instagram、Twitterを開設し、情報発信を実施した。 ・結果として、目標としていたFacebookのいいね数は未達となったが、各SNSのフォロワー数合計は645まで伸ばすことができた。 Facebook いいね数：495、フォロワー数：512（2019年2月末） Instagram フォロワー数：77 Twitter フォロワー数：56 フォロワー数計：645

3. 2019年度の活動計画と達成目標

活動方針	<p>エリマネ活動が行われている地域での情報発信はエリア単位で行う傾向が顕著である中、OBPエリアにおいて、地区内の企業、ワーカー、外来者の満足度を向上させるべく統一した情報発信のプラットフォームによる効果的・合理的な情報提供、コミュニティの醸成を進める。</p>
年度計画	<p>① 2018年度から開始の情報発信ツール（Facebook、Instagram、Twitter）の運用をエリア内情報発信を継続していくとともに、OBP協議会事業と連携した情報発信ツールとしての位置づけを推進する。</p> <p>【検討項目】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ICT推進準備会（定例会議、編集会議） 2018年度の情報発信の基本方針を継続 ・情報プラットフォーム 2018年度と変わらずFacebook、Instagram、Twitterの3大SNS ・取り扱う情報の検討 <u>よりワーカー目線でほしい情報を提供</u> ・運用体制づくり、ルールを検討 <u>地域活性化やダイバーシティ等の部会と連動した特派員制を軌道に</u> <u>タイムリーかつ精力的に活動推進中の「まなれば」へ継続して委託を出したい</u> ・情報収集体制づくり ・<u>イベントでのSNS活用⇒夏イベントと連動</u>
達成目標	<ul style="list-style-type: none"> ・2019年度においては、<u>SNSに求められる情報や発信の仕方をさらに工夫</u>、SNSを活用したイベント実施等を検討推進し、目標も設定 ・広告等を活用していいね数を無理に押し上げるのではなく、地道に草の根として拡大させる <u>（月10～20人（年間120～240人）のフォロワー獲得）</u> ・リーチ数を伸ばし、OBPの情報を外部に拡散させる（<u>総リーチ数：80,000以上</u>）

3. 2019年度末の方針 (2020年度に向けて)

●ICT準備会については、これまで取り組んだ事業の成果を踏まえ、継続していく事項を他の部会や分科会へ移管して終了する。

名称	組織	所管事項	2019年度までの実績	評価	2020年度のあり方 (評価に基づいて)
ICT推進準備会	設立 2018年5月 構成 運営委員 3名 企画グループ 4名 その他 3名 SNS委託事業者 1名 <u>協議会事務局</u> 1名 合計 12名	ICTを活用したエリアの スマート化 ①情報プラットフォーム の検討 (情報発信シス テムの運用《SNS》SNS) 大阪城・京橋橋など	● 月例会議の開催 ①SNS実証実験の実施 ・2018年6月～2019年10月 (継 続中) 【成果目標と期中結果】 ・年間フォロワー数120人超を獲 得する ⇒ 142人獲得 (9月現在) ・SNSを活用したイベント実施 ⇒ 城まちSNSフォトコンテスト開催 し開催月のフォロワーは66人増加 など	①SNS実証実験 ・期中9月時点で目標達成。 今後も着実な増加を目指す。 ・SNSを活用したイベント は一定のフォロワー獲得効 果があった。今後も次のイ ベントを継続していく。	【結論】 ①SNSを活用した情報発信 に継続して取り組みたい。 ⇒ この分野を地域活性 化分科会に移管してOBPの エリアプロモーションとし て継続発展させる。 <u>ICT推進準備会は2019年度 をもって終了する。</u>

●2022年度 都市再生部会での検討に向けた課題整理（事務局案）

項目		現状	今後の方向性や検討課題
1. 事業目的の確認/再構築		<ul style="list-style-type: none"> ■ エリアブランドの向上 ■ OBPを城まちエリア一体（大阪城・京橋橋）でプロモーション 	<ul style="list-style-type: none"> □ 再検討又は再確認
2. ターゲット		<ul style="list-style-type: none"> ■ OBPワーカーを主としているが、来街者（ビジネス、観光）もターゲットとしている 	<ul style="list-style-type: none"> □ 目的と課題に応じて再検討又は再確認
3 検討すべき課題	① 達成目標（評価指標）と効果測定	<ul style="list-style-type: none"> ■ フォロワー数 ※他のエリアマネジメント団体とほぼ同数 ■ エンゲイジメント指標（「いいね」） ■ 2021年度にアンケート調査を実施 	<ul style="list-style-type: none"> □ 事業目的やターゲットを明確化し、それに応じた達成目標の設定を検討
	① 運営体制と情報収集	<ul style="list-style-type: none"> ■ 専用グループLINEで投稿すべき情報を共有（事務局2名、企画グループ1名、委託先2名） ※過去に特派員制度を検討するも各社のセキュリティがネックとなり実現できなかった 	<ul style="list-style-type: none"> □ グループLINEのメンバー拡充 □ LINE以外の効果的な運営体制の検討
	① 認知度	<ul style="list-style-type: none"> ■ 認知度は低い（アンケート結果：知らない/81%） ■ 紙媒体（オオサカビジネスパーク本）からwebへ誘導の施行的取組み ■ コロナを契機とした認知度向上の取組み（テイクアウト特集） ■ HPと城まちSNSの連携の仕組みを構築済み（フォトギャラリー） 	<ul style="list-style-type: none"> □ 認知度の向上の取組み検討 例：キャンペーンなど
	① 外部からの集客への効果（マーケティング分野など）	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「大阪中心」などの地域メディア連携により投稿をシェア/拡散 	<ul style="list-style-type: none"> □ インフルエンサーの活用などの検討 □ キャンペーンの可能性などの検討
	① エリアワーカーの認知度の向上	<ul style="list-style-type: none"> ■ 店舗情報、季節情報、ビル情報など、OBPでのワークライフに役立つ情報の投稿 	<ul style="list-style-type: none"> □ Z世代に共感を得る取組みの検討
	① 集客効果	<ul style="list-style-type: none"> ■ 事業目的に対応した投稿 	<ul style="list-style-type: none"> □ 集客を目標の1つとするのか
	① 情報発信プラットフォームの確立	<ul style="list-style-type: none"> ■ OBP協議会HPとのコンテンツ連携強化を目指している 	<ul style="list-style-type: none"> □ 城まちSNSの3ツールについて、事業目的から再評価が必要