

審議会等の会議結果報告

1. 会議名	第4回情報のかけ橋委員会
2. 開催日時	平成30年10月26日(金) 午後1時30分～3時30分
3. 開催場所	理事者控室
4. 出席者氏名	(委員) [敬称略] <small>副市長</small> 永作友寛 山守一徳 中北直子 川口正人 浅井榮二 (事務局) <small>危機管理特命理事</small> <small>課長</small> <small>広報広聴担当監</small> 鈴木政博 浅井嘉人 岡田久 勝田茂樹 松林良太郎
5. 公開及び非公開	公開
6. 傍聴者数	0人
7. 担当	松阪市 秘書広報課 広報広聴係 勝田 電話 0598-53-4312 FAX 0598-22-1119 メール kouhou@city.matsusaka.mie.jp

第4回情報のかけ橋委員会 議事録

【委員会 式次第】

1. あいさつ
2. SNS運用状況について
3. 子育てタウン「ママフレ」の存続について
4. 3000人アンケートの結果について
5. 来年度の新たな取り組み案について

1. あいさつ

委員長 お忙しいところ、いつもありがとうございます。新聞等でもありましたが、嬉野地域にスペインの企業を誘致し、その工場の開所式に参加させていただきました。新たに企業として誘致できたのは10年ぶりです。このときに、何故松阪市を選んでもらったのかという話をしたところ、三重県や松阪市の情報提供が大変スピーディであったということが一つの理由だったそうです。そのことにこの情報のかけ橋委員会を重ねるわけではないのですが、情報の集め方、発信の仕方の重要性を改めて感じました。本日もよろしくお願ひします。

2. SNS運用状況について

事務局 SNSの運用状況について報告です。まずFACEBOOK「ぎゅうつと松阪」は28人フォロワーが増えました。Twitterは69人、Instagramは98人増えました。1つの基準として今年度中にフォロワー1000人を目指したいということを掲げています。あと5ヶ月の中で、1000人をなんとか達成したいと考えています。これから祭りやイベントの多い時期となりますので、情報発信をしっかりしていきたいと思ひます。こちらは報告となります。

3. 子育てタウン「ママフレ」の存続について

事務局 子育てタウン「ママフレ」とは松阪市ホームページからリンクしている子育て情報を掲載しているホームページです。ママフレは2014年12月から運用してひいて、現在4年目です。ママフレを運営しているアスコエパートナーズがページに広告を表示することで、松阪市の金銭面の負担なく、運用してひいています。アクセス状況については、月ベースで概ね1600回くらいのアクセスがあり、700人程度の利用が見込めます。しかし、先日アスコエパートナーズの担当者から連絡があり、来年度以降、同サービスを続けていくとなると、有料化となるという旨の連絡をいただきました。必要になる費用は年間450000円程度です。松阪市のホームページについて導入時を振り返ると、ホームページに対する利用者の見づらさの指摘を一番受けていた時期であり、現在のような検索精度もありませんでした。そういう中で情報がひとまとめになっているママフレを導入したという経緯があります。ただ、現状はホームページを改装し、検索システムも変更した中で、今年度は子育てアプリも導入したという経緯があります。また、各情報を管理している課に確認したと

ころ、松阪市ホームページと情報が重なっている部分もあり、有料化してまでの必要性は感じないとの回答も得ました。そこで、これを契機に、ママフレホームページの廃止を検討しています。そこで、皆さんの意見も確認させていただければと思っています。

委 員 ママフレのホームページは普段から更新されているんですか？

事 務 局 松阪市の制度が変わったときや国の新規・廃止事業などがあった場合には更新しています。

委 員 ママフレがなくなってしまうたら、例えば、松阪市の予防接種情報が見えなくなる、というわけではありませんか？

事 務 局 そういうことではありません。概要はママフレに掲載されていますが、それはあくまで松阪市ホームページから情報を抽出したものですから、メインは松阪市ホームページです。あくまでママフレは子育て情報のポータルサイト、いわばリンク集のような扱いです。

委 員 4年前にこのママフレを導入するかの検討も、この委員会で話をした記憶があります。その当時は子育てに特化した情報をまとめるということで、その分野の情報発信に弱いことや無料で始められるということもあって導入したと記憶しています。

委 員 職場の若い子の話を聞いても、まとめてあるページから探すというよりは、自分の探したい情報をダイレクトに検索するという話を聞きます。それほど利用者がいないということであれば、この機会に有料化ということも含めて、廃止にしてもいいかもしれません。

委 員 ただし、廃止にするにしても利用者が一定数いたことが分かっているので、廃止する一定期間前にはそれをアナウンスするべきではあると思います。

事 務 局 契約は3月末なので、少なくとも1か月前から廃止するといった告知はできます。

事 務 局 では、松阪市ホームページの改装、子育てアプリの開始、ママフレの有料化などの理由から、この場では廃止するという方向でよろしいでしょうか？ありがとうございます。

4. 3000人アンケートの結果について

事務局 概要から説明していきます。今年8月21日から9月7日に、15歳以上の3000人を対象に、アンケートを行いました。回収率は44.3%です。アンケート結果によると、答えていただいた年齢層、移住地、家族構成などは大きな変化はありませんでしたから、対象としては、ほぼ同じであったということが分かります。続いてアンケートなのですが、今年は91問ありました。このうち、広報に特化した部分のみ説明をさせていただきます。まずは、「松阪市の情報をどのように得ていますか」という質問です。前提として、何ポイント以上の増減ならば変化があったかというのはなかなか難しい基準ですが、概ね良くなっていました。例えば「SNS」で2.0ポイント、「行政ch」は3.5ポイント、「ポスター・チラシ」は3.9ポイント上昇しています。下がっているものは「新聞」で1.4ポイント、「自治会などの回覧」で0.2ポイントという程度でした。続いて「広報まつさかを読んでいますか」です。これについてはほとんど増減がなく、概ね広報まつさかは変わらず読んでいただいているのかなという印象です。続いて「松阪市ホームページを利用していますか」という項目です。今年から「年1回以上」を「必要な時」という風に質問項目を変更した部分はありますが、ここが24.8ポイント上昇しています。ホームページは検索性がやはり長所でありますので、このような結果はある意味良いものと捉えています。続いて「行政チャンネルをご覧になったことはありますか？」の項目ですが、これについては「必要なとき」が5.1ポイント上昇しています。また、「見たことがない」は1.4ポイント下がっています。ほぼ昨年の結果と近似値かなと思っているのですが、次の項目「ご覧になった番組を聞かせてください」については、「アイウエーブまつさか」の認知度が53.6ポイント上昇、特集で20.8ポイント、特別番組も10.1ポイント、市議会も9.9%上がっています。行政チャンネルの認知度は変わっていないものの、番組そのものの認知度は高まってきているのかなという印象です。また、自由意見も100件以上ありましたので、これも参考にしたいと思っています。これらを受けて、皆さんからの感想や意見を伺えたらと思います、いかがでしょうか。

委員 自由意見に広報紙が必要ないという意見がありますが、これについてできる対応はあるのでしょうか？

事務局 この意見だけをもってはなかなか難しいのですが、広報まつさかの配布方法は自治会連合会に委託という形をとっています。つまり、松阪市は広報まつさかをデザイン・印刷・仕分けをしていて、それを自治会連合会にお送りして、各自治会で対応をしてもらっています。なので、例えば市民の方から、様々な理由で来月からは広報は必要ないよという申し出があれば、自治会長さんにはその旨を連絡するようにしています。

委員 先日ある新聞の読者投稿覧に、毎月広報まつさかを読むのが楽しみだという意見が掲載されていました。すごく読みやすくなったと書いてありました。こうやって委員をさせてもらう立場からも、それを読んで嬉しく思いました。若い人からするとアプリでいいのではないかという意見もあるかもしれないけれど、やっぱりお年寄りの皆さんにとっては紙で届くのはメリットが大きいと思います。

5. 来年度の新たな取り組み案について

事務局 まず、前回あげていただいた意見ですぐに実践できたものがありましたのでそれを報告します。放送日のお知らせを現場に行き撒いてきてはどうかという意見がありましたので、何度か撒きに行く機会を作りました。例えば、松阪弁ラジオ体操のお披露目の時や飯南高校設立70周年記念空撮、リフレッシュママの会の際に配布しました。放送日のお知らせだけでなく、SNSのPRチラシも配布しました。効果として、Youtubeの再生回数が配布したニュースに関しては一定回数以上ありました。今後も月に1・2回程度は引き続き放送日のお知らせを撒きに行こうと思っています。

事務局 続いて来年度の取り組みについてご意見をいただければと思います。お渡しした資料については、これまで皆さんからいただいていた意見をまとめたものです。これをより具体的にした意見、または新規の意見などをいただければと思いますので、よろしく願います。

委員 インスタグラムなどのSNSについてですが、観光資源をしっかりと持っているところなら良いと思いますが、松阪市はそこまであるかなと思うので、インスタグラム大賞みたいなコンテストをしてみるのもいいかもしれません。そうすることで、フォロワー数を増やしていくという戦略が必要ではないでしょうか？

事務局 例えば観光交流拠点が来年完成しますので、観光交流課などと協力

して行うというのはおもしろいかもしれません。

委員 観光情報センターがしていた「ちょこっと松阪牛」とかそういう観光や商工の取り組みとタイアップしてお店を紹介するのもおもしろいかもしれません。また、高校生とタイアップして、高校生にジャンパーとかを配布して、着てもらって行政c hをPRしてもらうというのはおもしろいかもしれません。

委員長 確かに松阪牛、松阪肉を副賞にするというのは大変一般の方にも人気ようで、これまでも副賞にするととても応募がありました。

委員 松阪市の強みは松阪牛です。これは何にしても活用すべきです。

委員 行政チャンネルのネーミング募集をすとしても、副賞は松阪牛が魅力的だと思います。

委員 高校の学園祭などの場で出店したり、公開収録をしたりするというのも行政c hのPRにもつながるし、おもしろいと思います。

委員 ライブカメラ設置の費用はいくらくらいを想定していますか？

事務局 調査中なので推測となりますが、形が色々あります。例えば、無線のもの、有線のもの、カメラの夜間撮影の感度具合などに違いがあります。金額的には500～1000万円程度はかかってくることを想定しています。そこから、ランニングコストが必要なものと不要なものにまた分かれていくと思います。

委員 そういうものを設置した場合、地震の時も速報も出せるのですか。

事務局 撮影と録画は違う機構が必要なので、また価格が変わってくるものとは思いますが、可能ではあると思います。

委員 ライブカメラは、街並みが見えるというものにしたら、松阪から出て行った人は見てもらえるでしょうか。また、観光目的にも活用できるのでしょうか。

事務局 設置場所によると思います。あとは価格と機能のバランスです。ただ、基本的には防災目的が大半だと思います。観光目的の一つとして、いなべ市が藤原岳という山を常にライブカメラで写し、登山客

のための映像での情報発信をしているという例もあります。

委員 このライブカメラが持ち出せたり、動かせたりするものならより良いです。例えば祭りごとに持ち出したりできると活用方法が広がります。観光でも防災でも使えるとなると魅力が増します。

委員 商工会議所では地元の高校から地元の会社に勤めることにした高校生を表彰する優良高校生表彰を2月にしていますが、そのような学生を紹介するという行政チャンネルの番組や広報まつさかでの特集をするというのもおもしろいかもかもしれません。

事務局 次回の情報のかけ橋委員会については1月31日（木）の13時30分から開催させていただきます、次回もよろしくお願いいたします。