

## 審議会等の会議結果報告

1. 会 議 名	第 2 回情報のかけ橋委員会
2. 開 催 日 時	令和 4 年 8 月 8 日（月） 午後 1 時 30 分～午後 3 時 30 分
3. 開 催 場 所	松阪市役所 5 階特別会議室
4. 出席者氏名	<p>（委員） ※敬称略</p> <p><small>副市長</small> 永作友寛、山守一徳、川口正人、酒井由美、中北直子、中谷仁志</p> <p>（事務局）</p> <p><small>危機管理特命理事</small> <small>広報広聴課 課長</small> 船木精二、武田誉利子、小林祐規</p> <p>（福泉株式会社） 福泉秀人、荻原信彦、今井庸介</p>
5. 公開及び非公開	公 開
6. 傍 聴 者 数	0 人
7. 担 当	<p>松阪市 秘書広報局 広報広聴課</p> <p>TFL 0598-53-4312</p> <p>FAX 0598-22-1119</p> <p>e-mail kouhou.div@city.matsusaka.mie.jp</p>

### 議題

1. 委員長あいさつ
2. SNS 等の運用状況について
3. 市ホームページのリニューアルについて
4. 市ホームページ委託業者意見交換会
5. その他（今後のスケジュール等）

### 議事録

別紙

## 第 2 回情報のかけ橋委員会 議事録

### 1. 委員長あいさつ

委員長 お忙しいところお集まりいただきありがとうございます。先月の 11 日には、ホームページリニューアルプロポーザルの二次審査も終了しました。皆さまのご協力もあり、落札事業者が福泉株式会社に決定しました。誠にありがとうございます。後ほどその業者の方が本委員会に来ていただきますので、こういうところはどうかなどご意見をいただければと思います。よろしくお祈いします。また、余談ではございますが、甲子園では明日三重高校が第一試合ということになっておりますので、皆さまも応援よろしくお祈いいたします。

### 2. SNS 運用状況についての報告

事務局 8 月 1 日現在の、市 SNS 等のフォロワー数を報告します。FACEBOOK のフォロワー数 2,257 人、Twitter のフォロワー数 3,562 人、インスタグラムのフォロワー数 4,182 人、YouTube のチャンネル登録者数 2,330 人、松阪ナビのダウンロード数 21,185 となっております。

事務局 また、SNS 関係で 8 月 1 日から 26 日まで松阪市公式インスタグラム企画として、高校生がインスタを乗っ取るという企画をしました。ちょうど夏休み期間になりますので松阪市の 5 つの高校で毎週曜日を決め、月曜日は松阪高校、火曜日は松阪商業高校、水曜日は松阪工業高校、木曜日は三重高校、金曜日は飯南高校という形で高校生に松阪市公式インスタグラムに投稿をしていただくというようなものです。参加する高校生を「ええなあ松阪 PR 大使」ということで任命させていただき、この企画を始めさせていただきました。この企画を始めたのは、インスタグラムの運用開始から 4 年が経過し、フォロワー数が伸び悩んでいます。フォロワーの内訳をみますと 10 代から 20 代の若年層の世代のフォロー率が低い状況が確認できたので、若い方の力を借りて、企画参加者の友達など身近な方にフォローしていただければと思い実施しました。

事務局 次に行政チャンネルについてです。まず、ウチの逸品について現在第 7 弾ということでお寿司の店を対象とした店舗の紹介をしております。こちら別紙 1 にあります通り、現在収録を行っておりまして、10 月に公開予定となっております。取材は現時点で 7 店舗程了承を

得ているのですが、まだ交渉も行っていない店舗もありますので 7 店舗から 10 店舗程にはなってくるのかなと思っております。こちらについては 10 月公開ということで、ウチの逸品を掲載している店舗は、松阪市のクーポンプランというクーポンを配った宿泊プランの対象店になってきますので、そのために参加したいというような事業者の方や店舗もございます

事務局 もう一点、松阪市の公式 YouTube の収益化を開始しました。こちらは 6 月 15 日より収益化を開始しております。公式 YouTube 自体は松阪市の行政チャンネルで放送したものを基本としております。収益化の条件はチャンネル登録者数が 1,000 人以上、直近一年間の総再生時間が 4,000 時間以上です。この条件を満たしていたため収益化を行いました。8 月 1 日時点の収益予定総額はおよそ 1 万円程度で、これはまだ予定額ですので変動はあります。金額のみを考えると大きな額ではないとも考えられますが、今回は県内では初ということもあり、多少なりとも収益となることから進めさせていただきました。今後も YouTube につきましては充実を図りながら収益も伸ばし、市民の皆さんに情報をしっかり伝えていくということを大前提に進めていきます。

### 3. 市ホームページのリニューアルについて

事務局 プロポーサル審査会の結果を報告させていただきます。まずは、審査会の際には皆さまご協力いただきありがとうございました。得点につきましては、二次審査の結果、福泉株式会社が 100 点中 85.07 点でした。

事務局 総括といたしましては、適任性及び業務工程評価点、CMS 機能等要件評価点、見積評価点について、福泉株式会社が 1 番高得点となっており、価格につきましても最安値という形になっております。また皆様に採点いただきました企画・提案評価点につきましては、全 14 項目中 8 項目で福泉株式会社が 1 位となっております。ただ、見やすさなどで 2 位や 3 位となっている部分もありますので、よりよいデザイン、見やすいデザインになるように進めていきたいと思っております。

委員 費用評価点で 1.89 点というのがあるのですが、これはどのように採点されたのですか。また、福泉株式会社の価格はいくらだったのでしょうか。

- 事務局 福泉株式会社の価格は保守とリニューアルを合わせて 33,852,585 円となっております。評価点については費用評価点計算式にて計算しています。
- 委員 費用評価点 1.89 点の業者は提案上限額ぎりぎりだった感じですか。
- 事務局 提案上限額にかなり近い金額でした。
- 事務局 この業者については機能的には良いものであるとは感じました。しかし、福泉株式会社はサブサイトをつけるなどの独自提案や手続きナビをいれるなどの付加価値に加えて、価格面でも最安値となりました。
- 委員 桐生市のホームページを見ていただいてよろしいか。トップページに YouTube のページがあります。松阪市は収益化をしてということなので、このような掲載も考えても良いかもしれません。YouTube は見に行ってもらわないことには、見れないと思うのですが、この桐生市の手法をすることによって結構見に行きやすいかなと思います。
- 事務局 まだトップページのデザインについては、検討段階なのですが事務局としてこのような掲載方法にすべきかという点をしっかりと検討する必要があると考えます。この掲載方法では大きなスペースが必要なこともあり、他の SNS と並列したアイコンでも良いのかなと考えています。
- 委員 収益化という部分を考えるのであれば、こういった工夫は必要かとおもいます。このページ構成が可能かどうかということも確認する必要があるとは思いますが、これは収益化に対しての近道かなと思います。
- 事務局 技術的な可否のみで考えると、可能だと思います。桐生市のものはおそらく動画ページを埋め込んでいるのではなく、YouTube のキャプチャ画像のようなものをリンクとして貼り付けていると思います。
- 委員 うまくできていますね。
- 事務局 動画風の画像を貼り付けて動画が再生されているように見せかけて

いるのだと思います。これについては恐らく技術的には問題なくできると思うのですが、iframe を使って動画を埋め込むという形になるとアクセシビリティの確認や業者に技術的にできるかの確認が必要になります。また、動画を埋め込んだ時に自動再生がされると容量的な問題で逆にあまりよくないと思っています。スマホなどで見たときに容量を大幅に使用してしまうことも懸念されます。

委員 動画が自動で流れて通信容量を使用してしまうということですか。

事務局 機種や構成にもよるかもしれませんが、基本的にはそのようになると考えられます。松阪市としても、YouTube での広告収益を増やすというのはもちろんですが、見やすさを含めた情報発信をしっかりとすることが最優先だと考えています。その上で YouTube による収益があると考えています。

委員 極端に収益化をしていくという感じではないということですか。

事務局 そうです。HP の見やすさを失ったり、情報がうまく伝わらなかったりということがあってはいけないと思うので、それらをしっかりと確保した上での収益だと考えています。現時点では、収益は年間数万円の見込みとなっています。

委員 市民に公開はするのですか。収益はこのくらいありましたなど。

事務局 現時点ではそれを特化して公開することは予定していません。

委員 一市民として、収益化したお金がどのように還元されていくのかという疑問はでないのでしょうか。

事務局 収益化の発表時には、入ったお金はどうするのかという点で、例えば行政番組の事業の中で使っていく予算になりますということを伝えさせていただいています。収益額の公開についてはホームページでの公開などを今後検討していきたいと思っています。

#### 4. 市ホームページ委託業者意見交換会

事務局 それでは事項書に沿って、ホームページリニューアル業務の落札事業者である福泉株式会社様との意見交換会を始めさせていただきたいと思っています。本日は委員の皆さまから様々なご意見をいただき、そ

のご意見をこれからのホームページ作りに活かしていけたらなと思っております。ただ、いただきましたご意見の中でも行政的に難しいものや内容的に難しいものもございますので、ひとまずご意見として頂戴するという形でご理解いただければと思います。

委員 プレゼンで様々な業者の意見を聞かさせていただきました。福泉株式会社様は現状のホームページの管理業者さんでもありますよね。プレゼンでは現在のホームページについてカテゴリの分類分けの部分が綺麗に整理されていないなどの様々な指摘がありました。現状のホームページの悪い点が他の業者から指摘があり、審査採点表の項目によっては他の業者の方が高いところもあります。今後指摘されないように、リニューアルする際には綺麗に直していただけたらと思います。

事業者 今回はやはり探しやすさというのが仕様書の中では書かれていた部分ではありましたので、目立つ位置に検索窓というのを意識しました。中央に牛のアイコンがあると思いますが、これはどこで画面スクロールをしてもついてくるようになっております。要するにどの部分を見ても必ずそこを押せば、他のページの検索ができるというのは意識した部分になります。その他、中身としましてもイベントカレンダーに関しても探しやすさというのが仕様書の中でも期待されておりましたので、「カレンダーで探す」というような部分を配置するというのをしております。さらにカレンダーの話で申し上げますとトップページの中段あたりに「イベント」という項目を用意しています。ここに関してもイベントカレンダーと連動する形をとらせていただいております。カレンダーに掲載したページの中で開催日が早い、もうすぐ開催されますよというイベントを自動で抽出して出す形にしております。そのほか、比較的シンプルなデザインというのをご提案させていただいております。というのも、今の松阪市のデザインは結構つまっているようなデザインになっているのかなというのがありまして、そういった意味で縦長にはなりませんが、昨今はスマートフォンで閲覧することがほとんどなので、縦長スクロールというのはある程度許容していただいて、少しスペースを広めに取っておき見やすさ重視というようなデザインにさせていただいております。スマートフォン版におきましては、使いやすさというのを考えておきまして、1番考えたのは、下の部分にメニューを配置するというところです。昨今のスマートフォンはサイズが大きくなってきているというのもあり、上にボタンを配置するとなかなか片手では届かないということになります。そういうこと

もあって下の方によく使うボタン、先程申し上げた検索ボタンやイベントカレンダー、メニューなどを配置しました。このあたりのよく使うものを下に配置することによって使いやすいページになると思います。もちろん、このデモ画面ではスクロールできないのですがスクロールと同時に下の部分を常に表示するようにしておりますので現状よりはかなり使えるようになるという風に思います。

事務局 ありがとうございます。先程の説明と前回のプレゼンの内容も含めてご意見、ご質問をいただけたらと思います。

委員 トップページのデザインはその時の時流というのもあると思うのですが、トップページを開いてすぐに情報を探すという検索があるほうが良いのかなと思います。このデモ画面では牛のキャラクターで探すとなっているのですが、なかなかそれが直感的にわかりづらいのかと思います。特に年配の方がそれをクリックして開くかどうかというのがあります。コンクールなどで賞をもらっている他市のページのように、すぐに情報が探せるという部分での組み立てというのはどうなのでしょうか。

事業者 これもひとつの正解かと思っております。これのデメリットを、コメントをさせていただくと、スクロールをした際に結局検索を探すというのが隠れてしまっているというのが少しネックなのかなと思っております。ただ、今のような発想は私も当然もっておりまして、確かに高齢者の方であればこれが押せるというのが分からない方もいらっしゃると思います。そういう意味では最初から出しておくというのが高齢者にとっては優しいと思います。ただ、現代の人たちは、昔からパソコンはなかった人と既に生まれたときからパソコンがある人、そして途中から出てきた人がいまして、時代が進むにつれてパソコンを触りなれている人が人口として増えていきます。そういう意味では時代を先取るまではいきませんが、高齢者の方も結構スマートフォンを使われているのでタップで何かが開くというのはある程度イメージが残っていたりします。ただ、自治体になりますのでどうしても住まわれている高齢者の方が一定数は探しづらくなるということを考慮するのであれば、それはある意味自治体のあるべき姿ではあると思うので、どちらも正解だと思います。弊社としてはどちらも技術的に対応できる内容になります。

事業者 補足させていただきますと、先ほどいただきましたご意見のとおり、想起させるのではなく認識させるというように、まずは直感的に出

していた方が私も見やすいと思います。弊社で今回ご提案させていただいたのはモバイルファーストという考え方で提案させていただいておまして、恐らく他者様ではこのデザインのまますmartフォンの方で表示されるというのは難しいと思います。モバイルファーストの考えで作成したページをパソコンの方にも展開させていくとこのような形が最適かと考えています。私どももアクセス解析をやっているのですが、コロナの影響もあって若年層の方が自治体のホームページを見るが多くなっています。多いところでは70%がモバイルという自治体様もいらっしゃるし、どうしても弊社の方もモバイルを中心とした設計で、それをパソコン版の方という形で考えております。そのあたりについてはご指導いただきましたことを踏まえて、ユーザーニーズとしてはこうではないかというような提案をさせていただき、協議の上決めさせていただければと思います。

委員 そこまでしっかりした情報というところでも結構なのですが、もう少し分かりやすい形というのはトップページにあってもいいのではないかなと思います。逆に今の時流であまりバックの写真がトップに来て、掲載情報を見せるというようなイメージよりは開いたときから情報があるというような指向の方がいいのではないかと思います。

事業者 今後の制作の中で議論をさせていただきたいと思います。現在では、実際のトップページの役割というのが大きく変わりつつあるのではないかなと思っておまして、トップページはインデックスと言われるのですが、インデックスというのは目次という意味なので、目次の役割をトップページはこれまで果たしていたと思います。しかしながら、今トップページを使うユーザーがかなり激減しております。そうしますとユーザーはどうやって情報にたどり着くのかというと、検索サイトの利用者が相当数いることとなり、それはアクセス分析の結果が確かに裏付けているところでもあります。ただ、これは慎重に見ていかないといけないことだと思っておまして、まだトップページはアクセス数が一番多いページであることに変わりはありません。そのため、目次や検索としての役割は確かに持たせるべきだと思います。

事業者 最初にご意見いただきましたプレゼンテーションでの現ホームページへのご指摘というのは、私どもからすると恥ずかしいかぎりです。これについては社内でも大きく反省しないといけないところだと思



います。今回のリニューアル後には、年に1回ですと間隔が空きすぎますので、それこそ毎月は少し難しいですが定期的に分析を行いその度ごとに、問題の発見をし、改善をお手伝いさせていただきたいと思います。また、CMSのバージョンが上がるので、少しそれで改善される部分もあるとは思いますが、やはり最後は人がしっかり見てやっていかないといけないと思うので、前回よりもまたうちを選んでよかったと思っていただけるようにやっていきたいと思っています。

委員 他市ページの検索窓下部にある組織から探す、よくある質問や館内案内など、結構ここから色々なところへ派生しているというのは少しおもしろいかなと思います。

事業者 以前にユーザー評価というのをさせていただいたことがあります。利用者の方に今のサイトで「大型型ごみの出し方などを探してください」とお願いします。そうすると、その時は若い方が6名、高齢の方が6名で分けましたが、検索の仕方や選び方が全く違いました。若い方は検索を割と多用します。そして高齢の方はナビゲーションに沿って選んでいきました。そのため、クリックして進んでいくというのも有効だと思います。高齢者の方は検索をするのが苦手というか、キーワード検索で探すのが苦手でして、割とナビゲーションで検索していくという方が多いです。そこに関しても注意して検索を作らせていただきたいなと思います。

委員 ありがとうございます。

事務局 技術的にはこのような表記は可能ですか。

事業者 可能です。

事務局 事務局としましても検索窓自体はある程度広いところで見つかるようにしたいというのは、アンケートなどでもありましたので、スペースなどの話はもちろんあるのですが、そのあたりは検討しながら進めたいと思います。

事業者 検索窓を大きく配置するという意味では、過去の事例でもあります。ページを開いた後ろには魅力的な写真が流れるようになっておまして、それとは別にキーワード検索というのが大きく表示されます。Googleサイトなどは、真ん中にありますよね。ただ、それだけです

と味気ないなというところもあるので、後ろの画像を流して、画像の方はクリックするとそのサイトにとぶという様なことができる仕組みになっています。ここだけでトップページが完結していそうだなとみえる感じですが、実は下にも情報がたくさんあるというような形です。こういったデザインもさせてはいただいておりますのでその判断は事務局の方とご相談させていただいて、最終的なデザインを決めていければと思います。

委員 Google のところへキーワードを入れるというのが欲しいというわけではなくて、下に色々なところから入口があるという様な方がいいかなと思います。

事務局 このような検索要件を入れるということは可能でしょうか。

事業者 可能です。

事務局 この辺りのページは協議をしながら進んでいくという形、要検討とさせていただきます。

委員 例えば今の話ですと色々検索するところのカテゴリを、松阪市では沢山出てくる項目を入れてもらえればそういう形でできると思うのですが。本日、特定のページにたどり着くか行ってみたところ、なかなかたどり着かなかったのです。今の松阪市のホームページでまずどこから入っていけばいいのかわかりませんでした。Google 検索をしても俗称みたいな形で入ると入ってこなかったりなどするので、検索でよく知られた関連キーワード打ってでてきたらいいなと思います。検索のジャンルの部分というのを松阪市の独自の項目があったり、そういうのができるのであればいいのではないかと思います。

事業者 カスタム検索のところのバージョンアップのお話をさせていただくと、検索システムはどうしても Google が強いのでそこを活用させていただく形にはなるのですが、Google 検索且つ暮らしの手続きで絞るというようなことができるようになっております。後は、ページや PDF だけで抽出することや、検索してみて沢山出てきてしまって違うということもありますので、その絞り込みもできるなど、こういったオプション機能というのも組み合わせで行うこともできます。

委員 プレゼンの際に、既存のホームページについて今までに改善ができた部分もあったのかなということを確認させていただきました。そういう意味では、私は他社にごろっと変えるケースもありと思っていました。結果的には御社になったということで、これから見やすくしてく、検索しやすくしてくというのは当然やっていただけたらと思うのですが、過去の悪い部分が残ってしまうという様なことがないようにすべきだと思います。そのあたりをどの様にして検証しながら行っていくのかなと気になりました。

事業者 我々も今回のプレゼンでは、もう1回チャンスを得たという感覚でいくべきだと考えておりました。今のご質問なのですが、基本的に他社であれば全部見直して、全て新しくなるということになりますが、うちですと土台を使いますので、古いものが残ってしまうということがないようにしたいと思います。確かに変えたらきっと新しくなっただろうねというようなものが残ってしまうと。チャンスを得た意味がなくなってしまうので、見積りの中にも、全ページ人がチェックをし、改善をする項目を入れておりますので、そこは悪い部分が残るといったようなことはなく、頑張らせていただきます。

委員 できるかというよりも、実際に見てみないと本当に使いやすくなったかどうかはなかなか判定できないですし、やはり違った目線を見た時にもう少しここはの方がいいということがいくらか出てきますので、その部分も含めた時にこの何年間かこのシステムでいくわけですから、そこをどうメンテしていくのかというのを重要点に置いていただいてもraitたいです。

事業者 もちろん今回の構築の時に、分類の見直しですとか現状のアクセシビリティのところの問題がありそうところの手直しというのは今回の作業管理に入れておりますので、そういう意味では今私たちが分かる部分は見直していきます。実際に公開してみても使えるのかどうかというのは、使ってみないと分からないということもあり、そういう意味では、年に3回保守が訪問するような形になりますので、その時は当然手ぶらでいくわけではございませんので、その際に私ども目線でこういうところが使いにくくなっていますよという簡易的な資料を持参しつつ改善を一緒にしていくということは考えております。構築費で全部とは少し言いづらい部分ではあるのですが、改善できるところは改善し、そのまま残っているもの、また新規で出てくるものについては3回の訪問の際に一緒にブラッシュアップ

していくという形を想定しております。

事務局 リンク切れページの自動削除という機能はないですか

事業者 まずあるないでいうとないです。

事務局 今のリンク切れチェックに近いものですか。警告をあげるところとかはあるのですか。

事業者 それに近いものではありません。実はその機能は便利そうだなと思い、弊社でも開発を一度考えました。しかし、実は問題もあるなど思っております。というのも、下記のリンクから資料を取得していただきみたいなの文章があり、リンクがある場合にこれがリンク切れになると、このページが非公開で消えてしまいます。それは、利用者の方は下記のリンクってどれ？とわからなくなってしまいます。そういう意味では実は勝手に消えてしまったり、リンクがテキストになるというのが一見便利そうで、理論上リンク切れがないという風を感じるのですが、課題もあります。むしろそれによってリンクが「下のリンクからとあるのにリンクがないじゃないか」というようなクレームの方が大きいかなということも思っています。相変わらずといたらその言葉通りになるのですが、あえてリンク切れが起きてしまう。起きてしまった方が気づきやすいというのはあるかもしれないです。

事業者 私も 98 年からホームページに関する仕事をしており、多分業界の中では、最も長く自治体のホームページをサポートさせていただいていると思うのですが、自治体のサイトは相当なマンモスサイトなのですね。民間の企業、大企業のホームページと比べても、まったく話にならないぐらいマンモスサイトなのです。自治体サイトは、さらに専門性が多岐にわたっています。ゆりかごから墓場までというわけではないですが、本当にそれに近いぐらい様々なことがありまして、更には課の数が 80 以上ありますね。そうすると大卒で例えば入庁をされたとして、3 年に一度転勤をしたとしても、定年までに 12 件か 13 件の課しか経験しないんです。そうすると 80 以上ある課すべてを経験して、定年退職しましたという方はおそらく存在しない状態なので、役所の仕事を全部理解している方っていうのは多分なかなかいらっしゃらないと思います。また、部署ごとに独立性があったりするので、隣の部署がやっていることになかなか気がつきにくいというところなんです。これで一体どういう問題が生じるの

かという、以前あった話ですと、子供向けのイベントの情報を観光課が発信します。そうすると、農業系の部署が、田植えのイベントとかやるのですよ。しかしながらそれは農業系の部署の人しか知らない話なので、それを知らないと、リンクの張りようがないじゃないかというのがあったりします。そこをどう解決していくのだろうか。つまり、市民からすれば、子どもをどこか連れて行ってみたいな、何かやっているのかなと思って検索をすると、おそらくトップページやカレンダーページからいく人は、そこに一覧で載っていますから、気がつくと思います。ところが、Google でいきなり、観光課さんが出している子どものイベントのページに入ってしまうと、そこはもう階層の深いところにいきなり Google から入ったことになるので、農業系のところが出している田植えのイベントにここからいけないんですね。そして戻るボタンを押すと Google のページに戻るのですが、上の階層に戻れません。なので、やはりそういう点では、私どもは横移動というのを、何とかこれを実現していく必要があると今考えておまして、そういう意味でも、サイトの構造というのを、最初にしっかりと協議させていただきたいと思います。

事務局 事務局から追記させていただきますと、カテゴリについては協議させていただきながら、もちろん土台というところはあるのですが、名称も含めてもう 1 回見直しをさせていただく予定です。また、リンク切れが数か所あったという話があったと思うのですが、今の CMS の機能でいいますと、リンク切れのページというのは、内側で確認が可能です。そこについては月 1 回程度直してはおりますが、リンクがうまく直し切れていないところが正直あります。もう 1 点、既存ホームページではサブサイトを多く使っており、恐らくこの左側にあるメニューのリンク先を消してしまうと、一気に数十ページリンク切れが発生します。この左側のメニューが 1 か所リンク切れを修正することで多数のページのリンク切れが解消されます。実際に、リンク切れチェックというのを毎月行っているのですが、ページ数では 30 ページくらいです。それで修正をかけて、また翌月となるようにはしています。その辺りは、運用面でも先程のお話でもあった通り、自動で消すという善し悪しはもちろんあると思いますので、その運用面は私たちも改善すべきことかなと思っております。

委員 個人的な意見なのですが、結構今もシンプルになっているのですが、松阪市のアンケートが非常に各ページで目立っています。大体皆さんシンプルにそれほど目立たないようにしてみえると思いますので、

少しこのアンケートのデザイン的な表現の仕方も変えていただければと思います。

事務局 これについては市側の意見も多く入っているので、検討させていただきます。

委員 これをもう少しシンプルで二つぐらいの項目であったりしたほうがよいのではないかと思います。

事業者 他市のホームページでもアンケート機能は一応実装しております。ただ市の意思で出す、出さないという設定ができますので、そこは市の気持ちといいますか、思いで出していくというものになります

事務局 松阪市も現状としては選べます。ただ、初期の運用から基本出すようにということにしているのです、今出ているというのが実情です。

委員 内容が少ないのにアンケートがあるのはおかしいかなと。

事業者 小さく置いておくというのはひとつだと思います。

委員 別になくてもいいのかなとも思いますが、どうしても入れなくてはいけないのであれば、もう少し内容やデザインを変えてみてはどうですか。

事務局 そこは私たちの方の検討も入ってくると思うので、市民意識調査などでアンケート取っている部分もありますので、検討させていただきます。

事業者 小さく置いておくというのはひとつだと思います。

委員 三重県も同じように、各ページに行くとアンケートが入っていますね。

事務局 今はどうなのでしょう。載っているところは多いのでしょうか。

事業者 答えづらいところなのですが、アンケートは出さないとしている自治体様も多いです。出してしまうと、何かしらアクション起こさなければいけないということがどうしても出てきてしまい、今の業務

では対応しきれなくなってしまうというところがあったりします。そういう意味で本心はやはり出したくないよねということがあったりします。逆の立場で、市のほうから依頼があつて出したということも聞いたりします。私が構築を担当してきた中では、出していないほうが少し多いかなと個人的には思っています。

委員 それから言うと、三重県にしてもそんなにボリューム感がないので、これぐらいでいいかなと。松阪市の場合は、バーに緑がついているので、スペース的に多いというか。これはそもそも役立っているのでしょうか。

事務局 年に1度は集計しているのですが、有効活用できているかと聞かれると、なかなか難しいところはあります。これを見てどうしようということまでは行けていないです。データとして取得しているような形に近くなってしまっている部分はあります。

委員 アクセスログで解析できるものもあつたりするので、もう割愛しても良いのではないのでしょうか。

事務局 ご意見ありがとうございます。その部分については、アンケートの有無や表示をもう少し簡易なものにするなど、事務局として検討させていただきます。

事業者 民間企業様のホームページでは見せたいところしか載せないことが多いです。それに対して市役所のホームページではもちろん見せたいことは載せるのですが、載せなければならない情報がかなり多くあります。そのため、ページの精査が中々しづらく、評価が難しいので、アンケートの掲載する場合には、掲載するページとしないページを分けるなど、運用の中にルールがあるといいかなと思います。

事務局 現状は、基本的にアンケートは表示するようにページ作成者に依頼しているので、表示されているページがほとんどですが、どちらでもよいとすると、結果があまり利用されていないこともあり、ほとんど表示しなくなってしまう可能性が高いかなと思っています。その下に問い合わせ先というのがありますのですけれど、昔は任意だったこともあり、表示されていないケースも多々ありました。窓口が市以外などで表示していないこともありましたが、やはり問い合わせが来て欲しくないという思いがあるような実情もありました。なぜ消せるようになったかと言いますと、先ほどもお話しさせていただ

いた通り、市役所以外が窓口を開けるようなものも実際あるので、そういうときのために消せるようしていました。しかし、市役所の問合せ窓口を消すことで、ホームページを見ても連絡先がわからないなどのご意見いただくこともあったため、必ず問合せ窓口を記載し、どこかの課が責任を持つページということで、今は載せるようになっています。今回のこの件については、リニューアルのタイミングということもあり、必要な部分、任意で出す、出さないを選択できるようにするなどを検討させていただきます。

委員 アンケートはアンケートを実施する側が何らかの情報を得たいと思いがあってするものだと思います。これを見ていると、出てきたとしても、自分たちの意図に沿った答えが貰えない気がします。

事業者 私たちも、正直仕事柄テストでこれらを回答することはありますが、個人として自治体ホームページを訪れたときは、中々回答することはありません。かなり見つけにくく、なんだろうこのページはと思ったときなどはもしかすると回答するかもしれないですけど。

事務局 私どもとして今結果を利用できていないので、その部分含めて、引き続き検討させていただきたいと思います。ただ、デザインを崩すような、悪く言ったらアンケートが目立ちすぎるような表示は控えるべきかと思っています。

委員 おっしゃる通りで、表示するとしてもアンケートが目立ちすぎないようにすべきだと思います。

事務局 はい。現在は、見出しの色と合わせてあるので目立っているかなとも思っています。事業者様、リニューアルに合わせてその変更は可能ですか。

事業者 可能です。

委員 このリニューアル後のサイトを見た人たちが満足したのかどうかというアンケートをするのが良いかと思っています。

事務局 そういう意味では前に行いましたアンケートフォームを使って行うことは可能ですので、公開後に検討させていただきます。

委員 イベントカレンダーについて、福泉株式会社様の導入されたサイト



をみせていただくことはできますか。

事業者 はい。これまでの松阪市様のページのタイトルのみしか表示されない形から、今回はページのタイトルだけではなく、事前申込の必要有無やどこの会場で行うのかなど細かな情報を出せるようになっております。さらに、新たにイベント検索というものを配置しています。今はコロナ禍でイベントが少ないかもしれませんが、カレンダーに全ページ載せてしまうと結構な量になってしまい、実際探しづらくなります。そのため、カテゴリを絞った抽出などもできるようになります。他にも先ほどのカテゴリ以外にも、例えば対象者という観点でカレンダーを見たい人だったり、地域で検索したい人だつたりに対応するように様々な検索ができるようになっています。

委員 基本的にはこの表示になるのですか。

事業者 基本的にはこの縦型のカレンダーが主軸になりまして、イベント一覧というのをクリックすると、イベントだけを日付の観点ではなくてイベントとして一覧で表示する形になっております。ページ内に画像があれば最初に使われている画像が自動で出るので、少しイメージがしやすくなります。また、カテゴリ順などでのソートも可能です。今のカレンダーの設定では、掲載するにチェックを入れ、日付を入れるのみしかなかったのですが、様々な設定や情報が掲載できるようになるというのが今回のものになります。

事務局 トップページにはどのようなものが載る想定なのでしょうか。適当に抽出されるものですか。

事業者 トップページの4枠は今の設定では開催が近い順の4つになり、スクロールはしないです。ただスクロール設定なども可能だったように思うのですが、今即答ができないので、確認させていただき別途回答させていただきます。

委員 松阪ではタレントさんを起用した動画など、プロモーション動画などに力を入れていると思うのですが、この提案いただいた動画というのは1回のみ制作なのか、定期的リニューアルをして反応を見ながら随時制作していくようなものなのか、どのようなものを予定されているのでしょうか。

事業者 このあたりに関しては今後協議させていただいて行く形になります。

今回の動画はインフォグラフィックス動画になります。例えばスケートパーク、このような遊び場がたくさんありますというような部分で、見せるコンテンツとして持っていくといいかと思っています。あとは特産品で打ち出す動画なども良いかと思っています。これらは協議して決定していくことになると思いますが、こちらとしてもどんな動画を制作できるか非常に楽しみにしております。前回のリニューアル時には松阪牛や松坂城などの観光のサイトを制作しました。前回のリニューアル時は、当然、松坂城も松阪牛もアクセス数の上位に入っているだろうと思っていたのですが、思ったより上位ではありませんでした。それが、ここ1年間のアクセスデータ見ていまして、松阪牛・松坂城が以前より上位に入ってきています。上位に入っていなかったものを、検索エンジン対策、SEO対策をしてコンテンツを作らせていただきアクセス数を増やせるようにしました。今回はその対象が取材撮影させていただいた松坂城であったり、松阪牛でありました。今回弊社が提案したのは、今までコンテンツとしてこれだけ見ていただいている松阪牛や松坂城などは維持し、さらに新しいコンテンツで流入するような取り組みです。スケートパークは今、月間約5万回検索される方がいらっしゃいます。これはGoogleから調べるとわかるのですが、それらの、新しい流入口を作りたい。それはぜひ協議の上、ご指導いただいて、公開数を一気に上げるのではなく、先ほど委員様がおっしゃったいただいた通り、少し四季に合わせて出していくなどの計画も今なら立てられます。そのあたりの、編集方針のようなものをこれから一緒に協議で決めさせていただきます。

事業者 割と大きなコンテンツを2つ想定した提案となっています。新規で取材をいれてライターを入れたものです。ただ、大きなものを2つ考えているのですが、その2つを何にするかというのはこれから協議させていただきます。ただ、それは大きなものを2つ作るのではなくて、小さなものをたくさん作るという可能性も打合せの中があります。とは言え、ずっと定期的に5年間追加していけるかということ、月1で提供していく形でも、60回ということになるので、これは今の予算には含まれていません。予算は必要になりますが、これらもやろうと思えば可能です。以前、テレビだったか何かの動画だったかで、わかりにくい制度というのを、アニメーションの短い動画でわかりやすく説明するというのを見ました。その動画は今回提案したインフォグラフィックス動画とそっくりでした。どちらかといえば市民に十分伝わっていないような、例えば制度やスローガン、コンセプトなどをグラフィック使って動画で説明することも有効だ

と思います。観光地やレジャーに使うようなところをもっと PR しましょうなども一つです。様々な使い方ができるので、どのように予算を使っていくのかは協議させていただきたいです。

事務局 提案では2つサブサイトを制作するとあったと思うのですが、動画はまた別で制作していただけるということによろしかったでしょうか。制作個数は内容によって変わってくると思いますが。

事業者 そうです。動画については、できる限り私どもとしてはコマースサイズの15秒30秒45秒1分くらいにしたいと思っています。これを3分の動画にすると、実は一番おいしいところが2分30秒からでてくるのでそこまで見ないですね。そのため、短い尺で、作らせていただく予定です。

事務局 私どもとしてもサブサイトの方を2つ制作したいと思っています。まだ何も協議もしていないのですけれど、既存のものをリニューアルしたり、あともう1個何か新しいのを作ったりというふうに考えてはおります。そこに加えて1つ2つ提案いただいた予算の範囲内で動画を作成していただければと思います

委員 自治体のサイトが SNS 化しているというか、動画であったりとかデザインもですが一気に変わっているなと思っています。新潟県の淡島浦村というところがあるのですけれども、そのホームページは自治体のサイトそのものを見た人に共有させるというようなものになっています。Facebook ボタンを押すとすぐ共有できるようになっています。こういった拡散する工夫みたいなものも自治体のサイトに盛り込まれているのかと思い驚きました。なので、こういうものも採用の検討をしていただけたらと思います。

事業者 シェアボタンは新ホームページのご提案の中にも含んでおります。昨今の自治体様は情報発信をこういった形でやっていくというのは多いかなと思います。トレンドというか今の時代は SNS 利用者がかなり多いと思うので、SNS を使うというのは非常に有効だと思います。

事務局 現ホームページでもシェアボタンは各ページにあります。先程のサイトはトップに置いていたので、そこは少し違うのですけれども、その辺りも含めて広く情報を知ってもらえるような工夫はしていないといけないと思っています。

- 委員 リスクとしては、フリーでできるものは使うのも自由です、でもやめるのも自由というところなのですね。そこが少し怖いところがありますね。ただ使わない手はないなと思います。
- 事務局 現在のホームページでは Facebook ページを埋め込んでいるのですが、この方式はかなり減っていますか。アイコンだけとかの方がいいですか。
- 事業者 なかなか微妙ですね。イベントという形で載せているところもありますし、確かにボタンだけの配置のところもあります。ただ今の形だと Facebook は載せているのになぜ Twitter は載っていないのだとかそういう意見もあるかもしれません。Twitter はあるのに Facebook はないの？ YouTube はないの？ となってしまう。なので、それであれば公平という観点では、ボタンにした方がいいのかなと思います。後は、SNS をタブで切り換えるという方法もあります。
- 事務局 ありがとうございます。他にになにかございますか。
- 委員 今回の独自のところに SDGs のアイコン表示があって、今の時代的にこういうのが必要だとおもうのですけれど、これをするによってよかったことや、表示している自治体が多いなどの傾向はどうでしょうか。
- 事業者 導入実績等については現在持ち合わせておりませんので、一度持ち帰って確認させていただきます。それとは別に、ホームページからは若干離れるかもしれないのですが、SDGs のコンサルの方と契約をしております、どちらかという職員向けの啓発動画などを見ていただくサービスを行ったりしています。私どもの契約させていただいている方は自治体の SDGs のコンサルをやられている方なので、その方にも意見を聞いて、効果等について確認させていただきます。
- 事務局 そうですね。市としてもアイコンの掲載有無を含めて検討が必要だと考えています。
- 委員 SDGs については市民活動を行っている団体の代表理事をされている方がセミナーをされたりしています。ホームページで SDGs の協力をしているというアピールを、今は結構色々な市町が取り組んでい

ますから、そういう意味で行政のホームページとして、こういうところをPRしていくというのが必要なのかなと思います。

委員 SDGsの担当部署は、広報ではないところですよ。

事務局 はい。市としての担当部署は別の部署になります。この点の掲載についても引き続き検討させていただきます。ちなみに、このページは載せますが、このページには載せないということもできますか。

事業者 可能です。

事務局 時間も迫って参りましたので福泉株式会社様、最後になにかございますか。

事業者 私たちでよかったと言っていただけるように頑張っていきたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。

事務局 ありがとうございます。

(福泉株式会社退室)

事務局 先ほどまでにいただきましたご意見について少しお話させていただきます。検索のトップページ掲載については担当者としても必要だと正直思っていますので、協議し、どこかへ載せたいと考えております。どこに載せるかというのはまだ決まっていますが、わかりやすい位置に載せたいです。牛のデザインの検索も、見本のデザインにするかは別にし、あのような検索が追従しているのは良いと思っております、ただ真ん中に配置すると邪魔ですよ。どこに配置するのが良いのかなと思っています。

委員 これはチャットボットと間違えそうな感じですね。

事務局 そうですよ。右下が良いのかな。どこが良いのか引き続き検討させていただきます。

委員 ある程度たたき台ができた段階で見せてもらって、意見が言えるようであれば良いかなと思っています。今の段階ではどこまで変わるのか見えない部分があるので。

- 事務局 はい。次回の委員会ではもう少し、実際のサイトに近い形になったものをお見せし、ご意見をいただければと思っております。製作までの期間的なものもあり、もしかすると直前のお願いになってしまうかもしれませんが、確認をお願いできればと思っております。
- 委員 もう一つ、比較ができるのであれば、福泉株式会社様が導入した市を教えていただけると、ここのこれをやってみたほうがいいのではないかなどの意見を言えると思います。
- 事務局 承知しました。確認して、メール等でお送りさせていただきます。
- 委員 他自治体のホームページではこんなやり方をしているところがあるのに、なぜ松阪はできないのかということもあるのではないかなと思っています。
- 事務局 近年のものだけになる可能性もありますが、確認次第、送付させていただきます。
- 委員 やはり町や県と市ではそれぞれ違う部分があると思います。
- 事務局 県ですと特に載せている情報量や内容が違ってきたりするので、近隣市を中心に確認させていただきます。アンケートについてはどう思いますでしょうか。
- 委員 これはなにかの時に一斉に県や市で出た気がします。アンケートが何年か前から急にどこでも出てきたりしているような気がします。市として結果をそれほど必要と感じていないのであれば、全ページでは必要ないと思います。このページでぜひ、アンケートで聞きたいというものだけに付けることができれば後はいらないと思います。
- 委員 数秒の情報確認だけで、アンケートがこんなにも表示されると見る側もあまり良く感じないかもしれません。
- 委員 アンケートで見にくかったと回答されるのは、よほど嫌なものだと思います。
- 委員 このアンケートは行政指導的な意味で行われているということはないのですか。

- 事務局 現時点で私どもが把握している限りではないです。
- 委員 県の指導などでこれを入れなさいということで皆さん入れているということもあるのでしょうか。その後、その目的の事業のようなものがなくなり、アンケート画面をなくしたということもあるのかな。
- 事務局 そこは現時点では不明です。アンケートには約 5 年間でおよそ 1 万件くらいの回答があり、良い意見の方が多くなっています
- 委員 5 年間ですよね。
- 事務局 はい。前回リニューアル時からの結果になるので、5 年半くらいになります。ただ、先ほども話させていただいた通り、これがあまり、生かしてないというのがあります。
- 委員 アンケートではなく、ご意見板のようなものでも良いのではないのでしょうか。
- 事務局 本当にご意見を伝えたい方は、アンケートではなく、市民の声などでお声をいただくことになるのかとも思います。市民の声では、広報やホームページの見やすさなどのご意見をいただくことはあります。アンケートにつきましては、本日いただいたご意見を参考に検討を進めさせていただきます。

## 5. その他（今後のスケジュール等）

- 事務局 今後のリニューアルの予定については、福泉株式会社様と協議を重ね、おそらく 10 月ぐらいにトップページデザインを確定、その後、記事ページなどをデザインしていく形になると思います。その辺りが決定次第、第 3 回情報のかけはし委員会を開催させていただきたいと思いますので、その際はよろしくお願いたします。なお、2 月での公開というのは予定通り進めさせていただきたいと思っております。委員の皆さまには、何か気づくことがあれば大変お手数ですが、メール等で随時事務局にご連絡いただければと思います。これで事務局からの説明は終了となりますが、何かございますか。
- 委員 イベントカレンダーで、日にちを書いていなかった場合は何も出ないのでしょうか。

事務局 出ないです。

委員 今回の福泉株式会社様のお話では継続して自社のシステムを使っていたきたいという思いを持っているように感じました。そのため、1年たったら、新しいイベントカレンダーに変えましたよというような改善も行っていただけるのかなど。そのため、市としても他市の最新の事例などを確認しながら、こんなことはできるようになったの、などと確認や依頼をしていくべきだと思います。

事務局 そうですね。そこは可能な限りチェックし、費用の関係もありますが、できることはしていくべきだと考えています。

委員 上手く運用を進めていくようにお願いします。

事務局 社会情勢への変化の対応なども考慮し、今回も5年の保守契約となっています。これまでは機器のサーバーの耐用年数が5年ということで、5年後にリニューアルするというのが基本でした。しかし、現在はクラウドでのシステム構築となるため、期間を短くすることは契約の関係で難しいのですが、逆に長くというのはシステム的には可能となり、その辺りは柔軟になっていくのかなと思っています。5年経過後はもちろん保守費や契約金額変わるということがあるかもしれませんが、残り期間が短いので新機能は入れないでおこうということは考えずに、良い機能であれば継続した利用を前提に4年経過後でも新機能を追加することも可能となっていくのかなとも思っています。そういう意味では福泉株式会社様と連携しながら常に良いものを構築していければと思います。本日はお忙しい中ありがとうございました。今後ともよろしく願いいたします。

以上