

審議会等の会議結果報告

1. 会 議 名	第 30 回 松阪市政推進会議
2. 開 催 日 時	令和 5 年 8 月 4 日 (金) 午後 3 時 00 分～午後 5 時 00 分
3. 開 催 場 所	松阪市役所 議会棟 第 3・4 委員会室
4. 出席者氏名	出席委員：岡山慶子委員、門暉代司委員、酒井由美委員、高島信彦委員、西川明樹委員、西村訓弘委員、平岡直人委員、松浦信男委員、三井高輝委員、村林守委員、米山哲司委員 欠席委員：梅村光久委員、小野崎耕平委員、山端裕子委員、渡邊幸香委員 事 務 局：竹上市長、近田副市長、永作副市長、藤木企画振興部長、川上企画振興部経営企画課長、小川企画振興部経営企画課政策経営担当主幹、西山企画振興部経営企画課政策経営係長
5. 公開及び非公開	公開
6. 傍 聴 者 数	1 人 (内、報道関係 1 社)
7. 担 当	松阪市企画振興部 経営企画課 TEL 0598-53-4319 FAX 0598-22-1377 e-mail kei.div@city.matsusaka.mie.jp

・議事録は別紙のとおり

第 30 回 松阪市政推進会議 議事録

1. 日 時 令和 5 年 8 月 4 日（金） 午後 3 時 00 分～午後 5 時 00 分
2. 場 所 松阪市役所 議会棟 第 3・4 委員会室
3. 出席者 岡山慶子委員、門暉代司委員、酒井由美委員、高島信彦委員、西川明樹委員、西村訓弘委員、平岡直人委員、松浦信男委員、三井高輝委員、村林守委員、米山哲司委員

※欠席者 梅村光久委員、小野崎耕平委員、山端裕子委員、渡邊幸香委員

〔事務局〕竹上市長、近田副市長、永作副市長、藤木企画振興部長、川上企画振興部経営企画課長、小川企画振興部経営企画課政策経営担当主幹、西山企画振興部経営企画課政策経営係長

資料

- ・資料 1 ラスト 1 割への対策について

1 市長あいさつ

改めまして皆さん、こんにちは。大変、お暑い中、松阪市政推進会議にお集まりいただきまして誠にありがとうございます。記念すべき第 30 回、おかげ様でこの会議を始めて 7 年になりますが、市政のアドバイザーの有識者会議を設け、そこでご意見をいただく知恵袋のような会議体を作ることが公約でして今日に至ります。ここでご提案いただいたさまざまなことが実現をしております。例えば市民意識調査は、今は 3,000 人ですが、5,000 人から始めまして、サイレントマジョリティと言われる皆さんがどう考えているかを把握するには、この方法しかないというのが当時の結論だった気がします。市の課題はいろいろありますが、例えば当時、教室にエアコンを入れるべきか、すごく議論になりました。事業などの説明会をやると、反対している人しか来ないので、みんなが反対しているように見えますが、実際、アンケート調査を行ってみると、そうでないことが分かりました。今日のテーマはラスト 1 割についてです。ラスト 1 割の方にどうやって届けるかが課題であり、皆様の知恵を拝借したいと思っております。また、最近のちょっとしたトピックスを申し上げますと、松阪の祇園まつりが 7 月 15 日・16 日に行われました。三社みこしと言いまして松阪神社・御厨神社・八雲神社の 3 つの神社の 3 つ（4 つ）の神輿が勢ぞろいで松阪の中心市街地を練り歩く祭りで、2 日間で 17 万人の人出があり、松阪市の人口が 16 万人ですので、ほぼ全員がやってきたような形になります。それが 4 年ぶりに開催されました。さらに今年は、この 4 月に新規採用職員で金メダリストが市の職員になりました。スポーツのチカラプロジェクトが始まり、今は小中学校が中心ですが、そこに彼女が行って自分の経験談を喋る。金メダルを実際に手に取ってもらったり、力比べを行うなど、いろんな体験をして、夢は実現することをこども達に伝えていく。そうすることで自己肯定感、自分のなりたいものに向かって努力していくことを学ぶ、そんなプロジェクトを始めさせていただきました。非常に好評で講演依頼が殺到しております。担当部局が断っている状況でご迷惑をおかけしておりますが、もうしばらくお待ちをいただければと思います。ご挨拶はこの程度とさせていただきます。ラスト 1 割への対策ということで今日はどうぞよろしくお願いをいたします。

※松阪市政推進会議規則第 5 条により、会長が会議の進行を行う。

○ 会議の公開・非公開の決定 会長）

改めまして皆様、こんにちは。本日はちょうど 30 回目になったということで長らく続いてきたなと感じます。大変暑い中、私も夏バテ気味ですが頑張りたいと思いますので、本日もよろしくお願いいたします。本日の議題は「ラスト 1 割への対策」ということで、今回の会議も公開で進めさせていただいてよろしいでしょうか。

（異議なし）

会長)

ありがとうございます。では本日も公開で開催したいと思います。

2 協議事項

1) ラスト 1 割への対策について

市長)

それでは資料 1 のラスト 1 割への対策ということで、さまざまな松阪市の資料を取り寄せてみました。だいたいどれぐらいの方が参加しているのか、そういう話をいくつか載せております。まずは 1 ページから 3 ページはコロナの期間に松阪市ではみんなの商品券を販売しております。販売実績は第 1 弾が 86.2%、第 2 弾が 80.3%、第 3 弾が 81.7%となっております。第 1 弾はプレミアム率 100%、第 2 弾もプレミアム率が 60%でお得ではありますが、この地域に住所がない人や施設へ入所しており普段は使えないなどの事情から参加率は減っております。それから児童手当の現況届の提出率を出しております。こちらがほぼ 100%に近い形になっております。令和 4 年度は 98%で 2%出していない方がいますが、ほぼ 100%に近い提出率になっております。4 ページ目をご覧くださいと、今度はコロナワクチン接種の状況です。これも全市民対象で考えると、1 回目、2 回目、3 回目で多少落ちてきておりますが、1 回目・2 回目は全体平均でも 8 割を超えておまして、特に高齢者の皆さんは 90%をはるかに超えておりますので、かなりの方に接種していただいたと言えます。小児接種は勧奨をしなかったこともあり、接種率は非常に低いという結果になっております。次の中学生のピロリ菌検査ですが、この市政推進会議で委員からご提案をいただいて実施した事業でございます。令和 4 年度の結果を申し上げますと、参加率が約 80%です。中学生の場合は検尿で、同意しない人は申し出ていただくのですが、約 2 割の方が同意していないという結果となっております。次はマイナンバーについてですが、松阪市は今、70.5%ということで、松阪市の全人口の約 7 割の方に申請していただいております。全国平均は 69%で、少ししか変わりませんが、松阪市の方が多少、率は良いかなといったところになります。次はみえ松阪マラソンですが、当日の問合せがどれぐらいあったかと言いますと 141 件、その中で交通規制に関するものが約 6 割を超えております。これは、その日マラソンがあって通行規制していることを知らなかった人が一定数いるということです。次は税の話で、国民健康保険税の収納率は 93%になります。それから後期高齢者の保険料、こちらについてはほぼ 100%に近い数字であり、介護保険料は現年度で言いますと 93%、といった数字となっております。あと市民の意識調査 3,000 人アンケートでいつも聞いている質問で、「松阪市の情報はどうやって取っているか」について、見ていただくと一目で分かりますように、広報で松阪市の情報を得ているという方が 3 割で高い数字となっております。現在、広報を全世帯に配っていますが、それなりの意義はあるのかなと思いました。次に「広報まつさかを読んでいますか」については、「毎月読んでいる」「だいたい読んでいる」「時々、読んでいる」「ほとんど読まない」がだいたい 10%、「読んだことない」「知らない」が 4.7%、無回答が 2%となっております。問題は「読んだことない」「知らない」というところで、総じて 100%に近いような数字もあれば、8 割程度しかないような数字もあります。我々が一番頭を悩ませているのは、市の広報を見ない、新聞を読まない、TV のニュースを見ない方で、商品券をお出ししている中で、「うちには届いていない」というお問合せをいただきますが、特定記録郵便になっており「何月何日の何時何分にお宅に届いております」というのが分かりますので、再発行はしておりません。積極的に情報を取りにいかない方に対して、大事な情報をいかに届けるか、例えば「あなたの避難所はここですよ」という、いざという時の情報や、これだけは知っておいて欲しい情報を何とかして届けたいと考えています。広報のあり方も含めて、もう少し届く広報というものを考えていきたいと思っておりますので、是非いろんな意見を頂ければと思います。

会長)

ありがとうございます。それではこの件について、皆さんからのご意見を賜りたいと思います。

委員)

先程、市長がおっしゃられた市民意識調査の情報の件なのですが、例えば私のいる多気町では、公式 LINE を作って広報も含め全部 LINE で見られるようになっております。もし広報まつさかの%が高いのであれば、それをデジタルでも見られるようにすれば、より認識率も上がるのではないかなと思うのですが、今はそういうことはやっておられないのですか。

市長)

今、やっておりまして、松阪の場合は松阪ナビというプッシュ通知のアプリを登録していただき、こちらからコメントに「広報出ました」などの通知がいきますので、そこから HP が見られるようになっております。

委員)

広報まつさかの 30.2%というのは、デジタルの数値は入っているのでしょうか。

市長)

これは印刷物だと思います。松阪ナビはインターネットになるのではないかと思います。

委員)

いずれにしても LINE などは「ポンッ」と送ってくるもので、興味のあるものは、そこだけ開けるようにすると認識率はもう少し上がるのではないかと思います。

委員)

先程の委員の質問に追加になるような形になるのですが、携帯で情報を収集する時に自分に必要な情報かを皆さんセレクトしていると思います。例えば、広報まつさかとありますが、全ページを読んでいる時間はないので、この中から自分に必要な情報だけを効率よく拾い上げることが出来れば、もう少し読んでいる感はあるのかなと思います。LINE とか、例えば若い世代がニュースを見ているかと言うと、スマートニュースなど結構チェックをしていたりします。スマートニュースにはタグがあり、自分に必要な情報だけを選んで、そのページだけを見ている。自分に最低限必要な情報や興味がある、自分に関連がある情報だけをセレクトして情報を得られるようにすると、もっと得る作業が簡単になるのではないかと思います。

市長)

松阪ナビでは欲しい情報だけが取れるようになっております。現在、松阪ナビを入れてもらっているのが、だいたい 2 万人以上にはなっていますが、16 万市民なので、2 万人というのはそれほど多くはありません。一定数は入っていますが、多数かと言われるとそうでもなく、今はあまり伸びておりません。周知も中々、難しく、そういったものを積極的に取ろうとしている人は既に登録しています。

委員)

3 点程、ご質問なのですが、まず 1 点目ですが、松阪ナビは特定のアプリケーションを見るのは興味ある方かなと思いますが、LINE やフェイスブックはインフラになっているので、インフラを活用した方が認知度は上がるのではないかと思います。2 点目は認知度ですが、認知度をベースに 100% アクションを取るとは思えないので、そこは統計学の方々がこの認知度はどれくらいだという方が行政としては気にすべき数字なのかと思います。3 点目はマラソンの件ですが、東京マラソンの時は事前に新聞と一緒にチラシで届けられるのでチラシは有効なのかなと思いました。

委員)

今の松阪マラソンについてですが、タクシーの運転手さんから他地域からのお客さんを乗せた時に通行止めなどで困ったという話を聞きました。交通規制でも抜け道はあると思いますが、その辺の通知がもっと必要ではないかと思いました。また先程の広報の件ですが、若い世代や子育て世代もそうですが、自分の生活にメリットがあるかどうかのジャッジがまずあって、これはいいだろうと言った情報はスルーしています。私も 1 主婦なのでごみの情報であるとか、健康のこと、イベントなどは一応見たりしています。重要なことは二の次にしてしまうことがあり、市の大切な情報を逃してしまうこともあるので、例えばですが、私達が見ている地域の情報誌や地域の美味しいものを紹介している雑誌などに市の情報を載せてみるなど、広報だけでなく、もっといろんなツールやいろんな場所で発信を広げてもいいのかなと思いました。

委員)

市の公益的な情報が民間の欲を煽るような情報と混ざってしまうと選別する必要があるので選んでもらえるように届けることは大変なことだと思います。全般のラスト 1 割の話にいけますと、

意識を持たれて選択されている方、されていない方はそれで良いと思いますが、課題は、知らなかった方、どうでもいい方への対応だと思います。知らなかった方への対応は、先程、市長もおっしゃられたように、届いているのに届いていないような気がしたというのは誤解を解いていくしかないように思いますが、どうでもいい方、つまり無関心層をどうやって公益に目を向かせるかということが重要になってきます。マスコミの方々の情報は事後情報が多いので、私自身は市のホームページのイベント集約サイトから事前に情報を入手しておりますが、あれをもう少し活用すればいいのかなと思います。

委員)

情報には強い情報と弱い情報があって、昔はマスメディアが強い情報で口コミは弱い情報でしたが、今は逆転しています。情報に対して反発する人もいるかもしれないので、その情報を翻訳して流した方が伝わりやすいのではないかと思います。5分5分現象というのがあり、賛成50反対50の情報と、賛成10反対90の情報では、10と90の情報はもう分かっていることなので、追っかけなくても良いですが、5分5分だと思っているものをひっくり返すと社会への効果も大きいのではないかと思います。

委員)

このアンケート結果では、広報や回覧など昔ながらの方法で情報を得る方が多いが、この中で1番気になったのは行政チャンネルの率が非常に低く3.6%、これはなぜかと考えるとZTVと松阪ケーブルTVを個々の契約だけが受信出来るからかなと思います。この2つのケーブルと契約している世帯が松阪市の全体の世帯数の中でどれくらいの割合を占めているかを考えていく必要があります。全世帯に同じようにして行政チャンネルが受信出来れば良いが、それが特定の契約者に限ってとなると、情報格差があるのではないかと思います。行政チャンネルはいろんな新しい企画が発信されているので、全世帯に発信出来るように考えていただきたいと思います。また行政チャンネルはタイムリーではなく、撮りためたものを3、4日遅れて放映されているので、最新の情報がイベント後でも伝わって来ないのも問題だと思います。出来るだけ迅速にタイムラグをなくすような努力をしていただきたいと思います。

委員)

このアンケートを見て思ったのが、広報まつさかが1番読まれていることに驚きました。このアンケートの30%の中には高齢者は含まれているのか、年齢別・性別でどちらが読まれているのか疑問に思いました。次に挙げられているのが自治会からの回覧が18%、これは何を意味しているかという自治会のことは自分達の情報、極論ですが、広報を読まなくても自治会の情報は読むということもあるのかなと思います。例えば山のことを町のもので読んで興味がありませんよね。広報まつさか〇〇版というのを、分けて発信すれば良いのではないかと思います。

市長)

三雲・嬉野・飯南・飯高は振興局が独自に印刷物を作っています。

市長)

実は松阪アプリ（松阪ナビ）を作った動機は小学校の保護者との懇談会で36校全部まわったことがありまして、その時に「どうやって情報を得ていますか」という話になった時に、「あんなに分厚い広報は読まない」という意見がありました。欲しい情報だけ登録してもらえれば見られるような情報サイトを作れば見ていただけるかなと思いましたが、結局は2万で頭打ちになっている状態です。

委員)

8ページにテレビやインターネットサイトとあるが、テーマによって、例えばある情報では、テレビは強い情報になるが、そこに家族が加わると理解度が深まる、組み合わせだと思います。テーマによってはテレビが弱い情報になることもあるので、情報の組み合わせによってすごく変わるのではないかと思います。

委員)

私の家だけかもしれませんが、広報は親が読むと片付けてしまいます。これを親が子に「あなた

も読みなさい」と言うと、市の情報は広報から得るものだと分かるのではないかと思います。

委員)

親子の情報、家族の情報は弱い。広報で言っているから強くなるのだと思います。

委員)

子どもたちはどこから情報を得ているのですかね。

委員)

携帯ではないかと思います。情報を得る方法が多様化しているので、そのどれにも発信しなければならぬのは大変だと思います。ネットで得た情報が頭に入りやすいこともあれば、紙などの方が頭に入りやすい内容もあります。得られる情報の種類によっては得る方法も使い分けたりしています。

委員)

間違いなく世代によってアクセス方法も違います。情報弱者というのとは話が違うように思います。欲しい情報は自分で探すので、そういう層は放っておいても良いと思います。ほとんどの人は情報を自分で探さないといけないことは感づいているので、行政としては情報弱者に対して情報の種類をまずは考える。生活情報なのか、緊急情報なのか、緊急情報であれば絶対に伝えないといけないのではないかと思います。

話は変わりますが、近々、市長選がありますが、極めて認知度が低いように思います。民主主義の根幹たる話で、緊急情報でも生活情報でもないのに、本来は知らせて喚起しなければいけない情報だと思います。ポスターや広報などいろんなところに載っているにも関わらずスルーされてしまう、そこに問題があるのだと思います。世代によって情報の入手の方法が違うので、この数字はあまり気にしなくても良いと思います。あとラスト1割への対策のこの8項目はどのように選ばれたのですか。

市長)

アンケート物とか、その時思いついたものを挙げてみました。市民意識調査が根底にあり、ある一定程度届いていないことを数字的に確かめるのに、こういったものがあるか出してみたのが、だいたい8項目ありました。

委員)

8項目のうち3番目の項目のワクチン接種についてですが、これでいいのかなと思います。そもそも日本は世界の一定以上の人口の中でも接種率はNo.1で、これだけの方が打っていれば、それ以上増やす必要はないのではないかと思います。ただ副反応が非常に強くファイザーやモデルナのワクチンが打ちたくても打てない方もいます。副反応が少ないワクチンもありますが、受けるには津市まで行かないと受けられません。私のクリニックでも受けて来たと言われる方が数名みえました。受けたくても受けられない方も少数派ではありますがいるので、そういう人達に機会を与えて、十分だと言われる方にはいいのかなと思います。実際に国によっては、スウェーデンがその典型ですが、感染予防対策をやらないという方法を取った国もあります。数か月前のデータですが、イギリスは人口の80%の人は自然免疫があり、80%あるとワクチンに頼らなくても自然に減っていきます。日本は1番最後の波が絶対数から言いますと死亡者が多かったですが、率としては低く、この1年間で自然免疫を獲得すると、なお、安心出来る年になるのではないかと思います。オミクロン株にもいくつか種類があり、今、流行しているものは今あるワクチンでは重症化予防効果は期待出来るが感染予防効果は期待出来ません。新しいタイプのワクチンが秋冬に配布出来るが、医療をなるべくひっ迫させないためにも、打った方が良いのかなと思います。

委員)

ワクチン接種は受けなくて良いと思っている人もいるのではないかと思います。

委員)

そうですね、ただ医療の現場からは重症化する人はワクチンを受けていない人だという声も聞こえてきます。ある程度、リスクがある方は、ワクチンを受けることを推奨しています。

委員)

必ずしもこれよりも上にいく必要はないという判断をしている人も一定程度いると思います。

委員)

僕は患者さんに聞かれたら受けた方が良いと言い続けますし、結果、自分のところの接種率は高い方だと思います。

委員)

この8項目は、いろんなものが混在しているので分けながら見ていった方が良いのかなと思うのですが、ワクチンについては市民の中でも意思が割れたという良いデータだと思います。このデータを今後、どのように生かすかを考えた時に、こういうことが起こるという前提のもとで政策を立てることが重要であると思います。児童手当や保険料の収納は生活弱者の中で払えない人がこれぐらいの割合いるかもしれないという見え方も出来るので、この落ちている人達をしっかりと見た方が良いと思います。自分の意思で払わないという方もいるとは思いますが、その人達は徹底的に払わせるようにしたら良いが、福祉の場合はこぼさないことが必要になります。そういった意味でも、このデータはすごく良いと思います。松阪マラソン・商品券・情報の伝達についてはこんなものかなと思います。最終的に自分達で情報が取りたくない、無関心などありますので、情報の内容や媒体を変えたところで届かないと思います。実は今、論文を書いておまして、ラスト1マイルという形で「情報は最後、何で伝わるか」といった時に、全てはクリア出来ませんでした。確実にあったのは口コミでした。社会構造から見ると、どんな小さな、どんな階層のコミュニティでも口コミする機会はあるのではないかと思います。僕らが見つけたのはデジタルバイトというもので、SNSなどで情報を流すが、機器が使えないから情報が伝わらない人もいます。そういう人達は広報やCATVを見ていると思いますが、見たもの、特に自分に身近なことだと人に伝えたがる、これはご老人の間でよく起こっています。四日市はサロンが各地域にあり、サロンの中で何を話したかを聞くと、意外にもテレビで見た話、広報で見たことなど自分達に身近な話が出てきます。市の情報は同じような環境の人達が話題にしやすいので、口コミなど井戸端会議的なことを市の中に組み込んでいく作業は結果的にはおせっかいになります。おせっかいをしないと最後の人達には情報は届かないと思います。おせっかいシステムは昔でいう井戸端会議で、井戸端会議に近いものを、どういった形で取り入れていくか考えた方が結果的に情報伝達のベースになるので良いのかなと思います。

委員)

委員のご意見があって、まさにこの後、申し上げようと思っていましたが、情報は年代などの属性を知ることが大切なことと思っておまして、明確なセグメントと言いますか、見てもらいたい人や報道してもらいたい人は誰なのかという、人に対してもツールや伝え方など、やはり分けていかないと伝えきれないのではないかと思います。実は子育てイベントは私がインフルエンサーになっています。お母さん方のLINEで繋がっていますが、ここでこういったイベントがあるなど発信をすると、それを自分の知り合いに広げていってくれるので、例えば、子育て支援団体が市内にいくつかあり、その中にはインフルエンサーの方もいるので拡散力のある人に頼むのも良いのかなと思います。セグメントで若年層が見ていないことが分かったら、例えば無関心層は何を見ているかというところでTictokやStoryなど短縮動画を流して刺激を与えるなどしてはどうかと思います。またこれは何の広告かが一目では分かりにくいこともありますので、まずは情報の整理をし、もう

少し考えてみてはどうでしょうか。実はフォーマットに自分達の情報を入れ込むだけで、すごく楽しいチラシが出来るツールがありますので、見やすいチラシなどご検討いただければと思います。

委員)

各分野でどれを組み合わせるなどインフルエンサーの方がやると良いと思います。

委員)

観光に力を入れようということで観光大使 100 人化計画というのを考えまして、何かの一芸で 1 年に 1 回以上宣伝をすれば良いというもので演歌歌手やコメディアンから結構応募がありました。広報大使など、市の情報を市民の中から発信すれば、より親しみやすいのではないかと思います。松阪市 100 人広報大使計画などいかがでしょう。

委員)

強制的ではないが各自治会を動かして各地域で情報交換など定期的にテーマをこちらから投げかけて情報収集したり発信したりは出来ないのでしょうか。

市長)

毎年、市長と語る会をある程度対象者を絞りながらやっていますが、1 番難しいのはやはり地域の方々なと思います。例えば地域絡みのことで集まって下さいと言うと、行政に詳しい地域の役員さんが来られますが、今日のテーマとなっている、情報が届いていない人に届いているかと言われると難しいのではないかと思います。特に生命・財産を守る情報を届けることが大事で、今度、大型台風がやって来ますが、4 年前の七夕ウォークの時には瀬戸内海で多くの方が亡くなっています。普段から防災訓練をしている地域とそうでない地域では避難行動に大きな差が出ているというデータも出ています。防災は頭の片隅に意識があるだけで人の行動は変わって来るので、それを伝えることが出来れば良いですが、どうしても一定程度のところまで壁があり、そこに浸透させる方法を考えていかなくてはいけないと思います。

委員)

学校教育で防災教育をたくさんしています。例えば子供たちの声を親に伝えるなど、それを地域に反映させる方法はあるのではないかと思います。

委員)

各地域に公民館がありますが、組織が変わったことで、公民館の活動が見えて来ないように思います。公民館活動の楽しみがなくなったという声も聞かれます。コロナ前は防災問題や振り込め詐欺、ごみの分別など年間を通じて学級を作ってやっていたと思いますが、コロナでほとんど中断してしまい、ここ 1,2 年で少しは動きがありました。市内の公民館では 10 数館行っていたのが、再開されたのは 2,3 館しかなく、公民館の活動自体が少し停滞しているように思います。また教育委員会から外れ、公民館活動の指導者がいなくなったことで支援体制がなくなってしまったように感じます。

委員)

ラスト 1 割で思ったのは、通信費などラスト 1 割へ届けようとする 1 番コストがかかるので、全ての情報をラスト 1 割に届けるのは難しいのではないかと思います。先程、市長がおっしゃられたように生命・財産など行政として絶対に届けたい情報を限定させた上で、届いていない人、特に弱者に 1 番コストをかけるべきだと思います。またそれ以外に促進したい情報は LINE やコミュニティなど、その世代に届く媒体を使って届ければ良いのかなと思います。

委員)

災害時はDMAT(災害派遣医療チーム)が入るが、実はDWAT(災害派遣福祉チーム)も法律上、ガイドラインが出来ているが、どこの自治体もほとんど整備されていないので、例えばDWATが1番整理出来ているのが松阪、みたいにして、松阪市で災害が起こった時はチームを組んで全市をあげてやっていくと、市としても、どこにどういう弱者がいるかを把握出来るので、そういったことを上手く利用してみるのはいかがでしょうか。

会長)

避難所は整備されているのですか。

市長)

福祉避難所はまだ問題があり、一番難しいのはベッドが既に埋まっていることです。また熊本地震の時に問題だったのは、介助する人が被災してしまい、福祉避難所へ行けない、一般の人が避難して福祉避難所にならないなど、さまざまな課題があり、解決の糸口がないというのが現状です。要支援者は手挙げ方式にしております、その人達の情報は地域に公開しても良いという了承を得て、自治会に情報を提供しています。国からはその一歩先が求められていまして、Aさんは誰が助けに行く、というところまで決めることになっておりますが、超高齢社会で要支援者の方も多く、実際に選別が出来るかどうか、どこまで助けに行けるかを決めるのは至難の業だと思っています。ただ、今の話を聞くと、トライする価値はあると思います。

委員)

社会の分断と無関心が根底にあり、どこかで強制的に分断が起きているものをくっつけないといけません。その接着剤のところは井戸端会議などになりますが、若い人と年配の方ではやり方は異なるので、何らかの形で社会の分断を繋いでいくような仕組みとして、情報伝達であればDMATやDWATなどを上手く使い、訓練ということでムーブメントを作っていくことが大事かと思っています。

会長)

1つ委員にお聞きしたかったのですが、4ページにあるピロリ菌検査について同意しない2割の方は申し出るということでしょうか。

委員)

初年度は検査を受けたい人に手を挙げてもらったら6割程度しかいなかったのですが、市長の発案で受けない人は手を下げる手下げ方式に変えたら9割近くの方が受けるようになりました。現在、実施率が79.9%ということですが、市外の中学校や私立の中学校に通っている人の率を上げるのは難しく、そうした子にどのように参加してもらうかが課題だと思います。ピロリ菌が陰性だと胃がんになる確率が非常に少なく、大いに安心出来ることなので、そういった意味で受けていただくのも1つの情報発信なのかなと思います。

委員)

私の孫が中3でピロリ菌検査をしましたが、自分自身がピロリ菌の駆除をしているので心配しておりましたが、結果は陰性で家族は安心しました。これを見ていると1,200人あまりの方が受けられていて、約5%の方、66名が陽性ですが、この後、駆除までされているのでしょうか。

委員)

手元に資料を持ち合わせておりませんが、医療機関を受診していただいているのは半数ぐらいだと思います。除菌治療の補助はありますが、駆除率を上げるのも1つの課題です。

市長)

補助はありますが所得制限があります。ピロリ菌の駆除は保険治療ではないが、医師会と相談して定額で駆除ができる体制になっています。大体 20 人に 1 人が陽性で中学 3 年生で治療しておくとい生胃がんにならないことがほぼ定説で言われていますが、問題は陽性反応が出た中で 2 次検査を行ったのが 7 割近くしかおらず、3 割の人は陽性のまま放置されていることです。またお子さんが陽性の場合、お母さんも陽性であることが多いですが、ピロリ菌に対しての理解が進んでいないので、まずは「ピロリ菌」について理解をしてもらうことが重要であると考えています。

委員)

6 年くらいたっていますので、そろそろデータを全部集計しまして結果を発表していく時期に来ているのかなと思います。

委員)

2 点ありまして、まずはマイナンバーカードについて申請をしたが約 7,000 人の方が受け取りに来ていないということをお伺いしたのですが、受け取りに来ない方にもいろんな感情があると思いますが、何か受け取りに来られない理由などあるのでしょうか、8 月なので市役所に取りに行くのがしんどいという季節的なものもあるかとは思いますが、受け取るための何か方策などはありますか？そしてもう一つ、推進会議で生まれたワクワク定期便について 7 月 31 日で受付を終了しましたが、79 件の申請があり非常に良い数字かと思いましたが、今後、この取組を継続するのであれば、今、成果連動型という方法でやっており、運営していただける方が一丸となり市民と行政とがオール松阪となって応援するという形を想定していましたが、受託した運営会社が頑張らないと成果をいただけないということ、行政もある程度までの支援しか出来ないなど、全部をみんなでという形にはなりにくかったように思います。次回やる時には、みんなで盛り上げられるようなスタイルでいけたらいいなと思いましたが。またふるさと便ではなく新しい試みであることを発信出来たらと思います。

市長)

マイナンバーカードについてですが、元々、取りに来なかった人は 12,000 人いました。さまざまなアプローチを行い、先程の数まで減りましたが、どのような理由で取りに来られなくなったかは正直分かっておりません。もしかすると不信感があり今は様子を見ているという方もいるかもしれませんが、マイナンバーカードを返却するという方は、現在、約 11 万の方が交付となっておりますがその内の 10 人前後ぐらいでほとんどおりません。マイナンバーカードの交付は本人が来ないとダメなので、例えば施設に入っていて本人が来られないとか、そういった事情はある程度、想定出来ます。申請率と交付率の差は、申請はしていただいているが交付は出来ない方が一定数いらっしゃると思いますが、それが「どうしてか」というところまでは市では把握をしておりません。またワクワク定期便についてですが成果連動型の事業を初めてやってみて、ぜひ続けていきたいと考えておりますが、様々な事業は失敗することもありトライしていかないと成功は掴めません。そこは成果と一緒に連動させて、ある程度、蓄積は必要だと思っておりますが、成果が出ないと全く補助金が出ないというシステムなので、そこは厳しいものがあるのかなと思います。

委員)

評価して欲しい事業だと思いましたが、お伝えしました。

委員)

市民意識調査の「松阪市の情報はどのようにして得ていますか」の質問で、全体が 100%になっていますが、これは複数回答ですか。

事務局)

複数回答です。

委員)

100%はどうやって出したのですか？

事務局)

これは100%に換算をして、円グラフを作っております。

委員)

一番下の計の3,332件というのは何の数字ですか。

事務局)

複数を1つ1つ数えた件数になります。

委員)

この取り方をしてしまうと、30%が低く見えてしまうように思います。情報媒体が性質の異なる中で比較する場合は、きちんと見ていかないと間違ってしまう可能性があるように思います。全国的に見ても広報の破壊力はすごくて、間違いなく有効なので、正しい姿を見るには、この取り方だとバイアスがかかってしまうのではないかと思います。

会長)

どうして届かないのかが議題であったが、市民が知りたいこととのギャップがあるように感じます。そのギャップをどのように埋めていくのかも課題になってくるのではないかと思います。

委員)

先程、子育て世代のお母さんは広報を見ないとおっしゃっていたが、広報を読むのは年配層の方が多いので、その方々に伝える情報は広報に載せれば良いですが、伝達のやり方として子育てなどの情報はここではないのかなと思います。

委員)

お得な情報が無くても読むように仕向けないといけないのかなと思います。

委員)

この市議会の報告も、広報まつさかに入っているのですか。

市長)

定例会が4回なので3回に1回は広報と一緒に入っています。

委員)

そういった意味でも広報まつさかは重要なメディアではないかと思います。

委員)

逆手に取って、機内誌は右からは日本人、左からは外国人が読めるようになっています。広報まつさかも表から見ると一般的な情報、後ろから見ると女性向きにするとか、情報の順番を変えていくなどあっても良いのかなと思います。

市長)

どちらがオーソドックスかが難しい話かなと思います。

委員)

一緒に綴じてしまうのはどうでしょう。多気はそのようにしています。

会長)

他に何かありますか。ないようでしたら今日の会議は終わりたいと思います。

《午後 5 時 00 分終了》