

## なめがた市民 100 人委員会「第3班」議事概要

議論した基本目標	全市民が情報発信源となり、情報発信日本一の市を目指す
コーディネーター	前田 真(北海道清水町)
審議員	なし
説明担当者(自治体)	事業推進課、政策秘書課、総務課
日時	2021年 7月 17日(土) 16時 05分から 17時 05分
その他	参加者数 会場 6名 オンライン: 3名 欠席者数 14名

### 総括

#### コーディネーター総括

- 行方市の情報発信手段は全国でも有数だが、市民満足度が低い。行政は頑張って「伝えている」けれども「伝わっていない」という課題がある。
- 市民参加型の情報発信を検討しては、そのためにも情報発信ばかりでなく「市民に興味を持ってもらう」「市民の意見を聞く」努力をしてほしい。

### 協議の流れ(摘録)

#### 協議しているテーマ①

コ)行方市は縦割り意識が強いように思う。これは庁舎が分かれていたり、3町が合併したりした経緯が原因かも。市はたくさんの手法で情報発信しているが、市民は「知らない」。これは両者の歩み寄りが必要だと思う。

シティプロモーションは華やかな情報、防災は最小限で的確な情報を発信。特に防災はなめテレだけでは全部を網羅出来ないの、あらゆる手段で全ての市民に伝えることが大切。

情報はネットリテラシーも大切だと、委員から意見があった。

委)若い世代はネットに「名前を出すな、顔写真を出すな」と教わっているそこまで出すのか考えていかないと。

コ)前回に聞いたところ、思ったより情報を受け取っていない。市民参加型とか考えてみた。どのような方法が考えられるか。

委)興味を持ってもらう事じゃないですかね

コ)前回不参加の人も、市報で情報取る人が多い。

委)LINEで情報もらった。

コ)他の人はLINEなどのツールを利用しているか

委)使ってないね

コ)なめテレ映らない人へのアプローチもいるが、なめテレを見られる人にもっと見てもらうに

委)：委員、コ)：コーディネーター、審)：審議員、市)：説明担当者

は？

委)市報とかに紙で番組表を載せることを提案したい

コ)それには賛成。逆流するようだが、デジタルのテレビ表を紙のテレビ表に直す。

コ)なめテレは最終的に全世帯に映るようになる？

市)いつまでに映るようにする、みたいな期間は言えないが、全世帯に映るようには頑張っている。

委)なめテレを YouTube で見たことはある。こどもがなめテレに出ると聞いて、自宅が映らないから YouTube で見た。しかし、YouTube では個人の顔はカットされていた。

コ)ずっと残るものだから、なめテレをそっくりそのまま YouTube にはできないのか。

委)孫が運動会に出ると聞いて、楽しみにしていたが編集切られていた。ローカルだし、下手に編集せずにだらだら流すのもよいのでは？

コ)市民の意見を反映させるような、市民の声を聴く機会はあるだろうか。逆に、もっと短くせよ、という声もあり得る。

市)委員会がある。テレビの視聴エリアの報告から、制作に係る意見を聞くことはある。

委)そこは、前段の報告の方がメインですよ？

市)いや、メインではない。

コ)意見を聞く機会があるのは安心した。市民モニターみたいなのはある？

市)広聴制度もある。広報誌など、いろんな手段で聞く。

委)美容院などで 100 人委員会の話をしても、何をしているのかを知られていない。もっと広報してもいいと思う。

コ)清水町でやった時には YouTube で発信して、100 人くらいに見てもらった。また広報で毎回特集した。できなくはないはず。

また、モニター制度は結構ハマって、手を上げろと言っても上げないが、当てると意見を言う人は多い。検討してみても

コ)最後は防災。簡単確実に入手できるように、と市が言うのは大事。要配慮者への情報伝達に注力する 5 年間。命にかかわることなので、市民としても協力しないとイケない。市の考えている連絡手段は防災無線で連絡、聞こえない人はなめテレで連絡、この2つでも届いていない人には電話・隣の家で連絡してあげる。

実際、市民の皆さんは防災情報をどこで仕入れている？

委)ママ友の LINE で知ることが多い。口コミになる。

委)河川に関わる仕事なので、防災情報はしっかり出てくるようにしている。

委)ちょっと話は変わるが、なめテレの YouTube 版はイメージと違った。

コ)テレビをそのまま流しているわけではない？

市)平日に生放送で流しているものを編集して流している。

委)個人が作成することはできる？

委)：委員、コ)：コーディネーター、審)：審議員、市)：説明担当者

市)編集はするが、できる。

委)個人で Facebook に動画を制作して流している。行方の夕日はきれい。個人参加型の方針は手ではないかと思った。

委)個人参加型について、コマーシャルを作っていた時期があった。最近はやっているの？

市)茨城大学と連携してつくったダンススタジオのものを 1 年間の契約で流していた。同じものを流すことはしていない。

委)CM を今後も作っていくという考えはなめテレにあるのか

市)放送エリアが充実して放映できるようになれば、市で独自に CM を作ることは検討している。

委)個人で作ってもらって有料でも流してもらうこととかにつながるのでは。無料ではできないことは理解できる。

コ)今はなめテレに CM がない。

委)物産など、商品にこういうものがあると市民でも知らないものもあるので、どんどん流していけるようになればいい。

コ)手作りの CM が流れるというのは面白そう

委)ある程度お金はかかるかもしれないが、CM が沢山流れるようになれば、人つながりで見られるようになれば。

コ)市民参加型の情報発信を研究されては。チャレンジして、失敗したら修正すればよい。市民にはいろんな意見があるので、市から聞いていく姿勢を作ってほしい。

ホワイトボードの写真(コーディネーターが議論をまとめた資料含む)

## ⑤情報発信で日本一プロジェクト

22

### 情報発信で日本一プロジェクト (背景・現状)

#### 【行方市の情報発信】

- 全国自治体3番目（関東地区初）となるフルセグのエリア放送を整備
- 防災情報を含むさまざまな情報日本一のまちづくりを目指している。
- なめがたテレビをはじめ、様々な手法で広報活動を実施
- 全国でトップクラスのインフラと職員の努力があるのに、市民の満足度が低め

23

## 情報発信で日本一プロジェクト (ありがたい姿と課題)

市民の満足度を向上したい  
「伝える」から「伝わる」へ

【ありがたい姿】  
市民が理解・  
興味を持つ  
「伝わる」広報

【現状】  
行政側から市民に情報  
を伝達するお知らせ型  
「伝える」広報

【課題】  
× 市民ニーズを的確に把握  
× 様々な部署が連携  
× 広報所管にまかせきり

24

## 情報発信で日本一プロジェクト (導き出された結論：NEXT STEP)

行方市の知名度とイメージ向上にむけて  
行政と市民が一丸となって取り組む

【行政】  
市民のニーズを的確に把握



【市民】  
情報を積極的に取得・発信



【日本一の情報発信】  
行方市を愛する市民の気持ちが相手に伝わる  
「ラブレター」

25

## 基本目標

# 全市民が情報発信源となり、情報発信日本一の市を目指す

(みなさんから意見をいただいてコーディネーターとして感じたこと)

(エリア放送分野：シート 5\_01\_1)

- 情報発信のインフラはなめがたテレビをはじめとして、**日本トップクラス**。
- 時代に即応**した、情報発信の方法について更に研鑽が必要。
- テレビは確かに便利ではあるが、常に自宅にいるとは限らないので、**出先で見る**ことができる動画配信サービス、アプリ等を市民は求めている。
- 市民**は、行政が発信している情報に**興味**を持ってほしい。
- 行政は、市民が興味を持つような情報発信の工夫を重ねる。  
**市民参加型情報発信**をフックにできないか。
- 行政：大切なことを伝えたい → 市民：つまらないから見ない  
→ 市民：有事の際、情報をどう取得していいかわからない  
・・・**悪循環**を断ち切る必要

26

## 基本目標

# 全市民が情報発信源となり、情報発信日本一の市を目指す

(みなさんから意見をいただいてコーディネーターとして感じたこと)

(シティプロモーション分野：シート 5\_01\_2)

- 市外向けの観光情報、市民向けの防災情報、なめテレ、広報、シティプロモーション担当と情報発信は様々な分野で多岐にわたるため、**役所内での情報整理**が必要。
- 時代に即応した、情報発信**の方法について更に研鑽が必要。
- テレビは確かに便利ではあるが、常に自宅にいるとは限らないので、出先で見ること  
ができる動画配信サービス、アプリ等を市民は求めている。
- 市民**は、行政が発信している情報に**興味**を持ってほしい。
- 行政は、市民が興味を持つような情報発信の工夫を重ねる。  
**市民参加型情報発信**をフックにできないか。

27

## 基本目標

# 全市民が情報発信源となり、情報発信日本一の市を目指す

(みなさんから意見をいただいてコーディネーターとして感じたこと)

(防災分野：シート5\_01\_3)

- 最も重要な情報は、行方市民への命と暮らしに係る情報
- 緊急時に情報の取得として手に入れやすいものを、まずは充実させる必要がある。
- 市民は、行政が発信している情報に興味を持ってほしい。
- 市外向けの観光情報、市民向けの防災情報、なめテレ、広報、シティプロモーション担当と情報発信は様々な分野で多岐にわたるため、役所内での情報整理が必要。
- 行政：大切なことを伝えたい → 市民：つまらないから見ない  
→ 市民：有事の際、情報をどう取得していいかわからない  
・・・悪循環を断ち切る必要

28

## 目標（ありたい姿を実現するために）

(エリア放送分野：シート5\_01\_1)

(シティプロモーション分野：シート5\_01\_2)

- 情報発信に関わっている市民、市民団体の割合  
(広報、テレビ、SNSの投稿数)
- 地域ブランド調査認知度ランキング
- マスメディアにおいて取り上げられた件数
- 情報伝達度(市民意識調査)
- ふるさと納税者数、ふるさと住民票登録者

29

## 目標（ありたい姿を実現するために）

（防災分野：シート5\_01\_3）

- 要配慮者に対する情報の伝達率
- 防災情報におけるICT、メディアの活用割合
- アプリ、メール等、プッシュ通知型情報サービスの登録率

- ◎あらゆる手法で、**迅速に正しい情報**を伝えたい  
（特に高齢者、要配慮者などいわゆる弱者）

30

## 情報発信は市民からのラブレター ～伝える情報から伝わる情報へ～

【施策】（エリア放送分野：シート5\_01\_1）（シティプロモーション分野：シート5\_01\_2）

### 【行政】

#### ○エリア放送を活用した情報発信と人材育成

たくさんの市民が、まちの魅力を再発見し、エリア放送を活用して情報を共有する。

- ・エリア放送の認知度をあげる工夫
- ・アナウンサー、スタッフ、市民インフルエンサー育成
- ・難視聴対策、DXの推進（ハード面整備）
- ・市民参加型情報発信

#### ○行方ブランドの構築・魅力発信・経済活性化

行方プランを市民と共に構築し、地元の魅力を再発見することによりシビックプライドの醸成とあわせ経済の活性化につなげる

- ・行方ブランドの構築
- ・シビックプライドの醸成と経済活性化
- ・時代に即応した情報発信
- ・役所内での情報整理・連携

ブランド戦略・  
観光振興と重複

### 【市民】

#### ○情報発信日本一の自覚と行動

情報の発信、取得を行政まかせにするのではなく、恵まれた情報発信資源を用いて自らが情報発信、情報取得に協力する。

- ・行政が発信している情報に興味をもつ
- ・アプリ等の登録
- ・エリア放送の番組作成に積極的に携わる
- ・イベント情報等を積極的に提供する
- ・行方の魅力を再発見・発信する
- ・各種キャンペーン等を積極的に周知

情報の受け手の満足度をあげたい 「伝える」から「伝わる」へ

# 情報発信は市民からのラブレター ～伝える情報から伝わる情報へ～

【施策】（防災分野：シート5\_01\_3）

## 【行政】

### ○簡単確実に入手できる

#### 防災・防犯情報の提供

防災・防犯に関する情報を複数の伝達手段を組み合わせ、迅速、正確に伝える。

- ・情報の伝達能力向上を目指す  
(ICT機器等の利用)
- ・確実な情報伝達手段の構築  
(エリア放送、アプリ、メール、口コミ)
- ・要配慮者への支援

## 【市民】

### ○情報取得は、備えあれば憂いなし

有事に備え普段から、自分にあった情報取得の方法を決めておくことが大切です。更に、有事の際に、行政が把握しきれない情報は、行政に提供することとあわせ、市民とおしあわせ共有しておく仕組みが大切です。

- ・行政が発信している情報に興味をもつ
- ・アプリ等の登録
- ・防災・防犯情報の迅速な提供
- ・自治会活動（自主防災組織）の参加
- ・個人情報（要配慮者等）の提供

情報の受け手の満足度をあげたい 「伝える」から「伝わる」へ