

令和6年度 第2回高知市広聴広報推進委員会 議事概要

○開催日時：令和7年2月5日（水）18：00～20：00

○場 所：本庁舎4階422会議室

○出席者：玉里委員長、松本副委員長、徳弘委員、尾崎委員、三宮委員、小林委員、市野委員
事務局（森田課長、川添補佐、松原係長、津野、岩原、柳澤）

○会次第

1 開会

2 議事

（1）令和6年度広聴広報戦略プランの取組報告

（2）高知市公式ホームページのリニューアル

3 閉会

○項目ごとの意見等概要

（1）令和6年度広聴広報戦略プランの取り組みについての報告

（広聴の取り組み）

■出前講座

【委員】

出前講座の件数が非常に多くなっている点は評価している。一方で、担当する各課の職員にとって負担になっているのか、あるいは専門性が高まって良くなっているのかなど、担当者からの意見や感想はあるか。

【事務局】

今年度、最も実施回数が多いのは防災対策に関する講座。地域防災に関する内容で、その地域の特性に合わせた講座を要望する団体が増えている。日頃から地域と関わっている職員が講師を務めるので、職員のスキル向上や地域交流にもつながっていると聞いている。繁忙期は対応が難しい場合もあるが、職員のモチベーション向上にも寄与しているのではないかと考えている。

【委員】

「高知市の防災対策」に関する出前講座が圧倒的に増えた理由は何か。特に推進したということはあるか。

【事務局】

今年特に強く取り上げたというよりも、能登半島地震などの影響もあり、防災に関する関心が高まったことが要因の一つと考えている。また、地域性に応じて内容をカスタマイズしていることが評価され、依頼が増えている面もあると思われる。

【委員】

出前講座の参加者の年齢層について、防災や「元気な体を保つ秘訣」などは高齢者が多いのか、若年層もバランスよく参加しているのか、どのような傾向か。

【事務局】

体感では約6～7割が高齢者。熱中症対策や健康づくりに関する講座は、自治会や町内会の集まりで高齢者の参加が多い印象。一方で、子ども向けのプログラムもあり、例えば小学校から授業の一環として防災や点字、オーテピアの使い方などの申し込みがある。

【委員】

出前講座には広聴広報課の職員も同行するのか。

【事務局】

それぞれの講座の担当課の職員が行くことになっており、同行はしていない。広聴広報課は取りまとめや申し込み受付を行い、各担当課へ依頼・通知する事務的な役割を担い、必要に応じてフィードバックも行っている。

【委員】

ホームページを見ると約72項目あり、多くが「要相談」となっている。講座は平日9時～17時が中心なのか。

【事務局】

「要相談」になっている項目については、各課が柔軟に対応している。

【事務局】

防災に関する講座は平日の18時以降や土日で開催する場合もある。希望日時を一旦受け付け、担当課に共有して調整してもらい、対応している状況。

【委員】

最近、闇バイトなどの問題が話題になっている。高知市ではまだ顕在化していないかもしれないが、詐欺などの犯罪に関する講座を開催する予定はあるか。

【事務局】

消費生活センターが担当している講座で「広告を見る目を育てる」「悪質商法にご注意」などがあり、要望があれば闇バイト等のテーマにも対応可能。

【委員】

よく出前講座を申し込んでいる町内会や高齢者団体が、学びながら情報を得ている事例を広報紙

「あかるいまち」で紹介するのも良いのではないか。

【委員】

事例紹介があると講座の意義も伝わりやすくなる。

【委員】

申し込みを断ることはあるか。

【事務局】

基本的に営利目的や宗教活動に関するものはお断りする。また、防災に関しては防災訓練などの業務が集中する時期には対応が難しく、断ることもある。なお、今あるメニューにない内容を要望される場合は、出前講座としてではなく、担当課の業務として直接交渉していただく形にしている。

■市民ウェブモニター

【委員】

市民ウェブモニターや市長と語ろう会で寄せられた意見が、具体的な施策や広報プランに反映された事例はあるか。また、定期的に「こういう意見が反映されました」と発信する取り組みはしているか。

【事務局】

例えば広聴広報戦略プランの作成では、市長と語ろう会で出た若者の視点でどのように伝えたら良いかといった意見を反映した。

【事務局】

昨年度のウェブモニターで、ペットと暮らす人を対象に生活食品課が行ったアンケートでは、災害時の対策や迷子対策のタグ装着などをしていない人が多いことが判明したため、「あかるいまち」の特集記事でそれらを周知した。

【委員】

市民へのフィードバックを強化することは、より質の高い広報につながると思う。SNS やウェブサイト、広報紙などで集まった意見と、それが施策にどう反映されたかを定期的に示す「反映報告」の発信は有効な手段だと考える。

■高知市公式 LINE

【委員】

公式 LINE アカウントの通報機能は、災害や道路の損壊など緊急性の高い通報に非常に有用と思うが、この機能自体を知らない市民は多いのではないか。機能周知のための広報は行っているか。

【事務局】

高知市公式 LINE を導入した際は、一定の機能について広報したが、時間が経過しているため、定期的な周知が必要。

【事務局】

昨年度にソフトバンク株式会社と市民のデジタルリテラシー向上の連携協定を結んだことで、高知市公式 LINE についての出前講座を一緒に開催しているが、併せて市内の各ソフトバンクショップの窓口でも高知市公式 LINE についての案内を行っている。通報機能で最も通報が多いのが道路の破損。市の職員よりも地域住民の方が早く気が付くので、事故を防ぐためにももっと活用されてほしいと考えている。

【委員】

LINE での通報機能は、関連部署や市の関連団体の SNS で拡散協力を得るのも有効ではないか。例えば、防災対策部の X のアカウントからの誘導も検討しては。

【事務局】

クロスメディアの活用は戦略プランの中でも取り上げており、各部署が持つ媒体を連携させることは有益だと考えている。

【委員】

LINE 通報の利便性は非常に高いのに、資料からは伝わりにくい印象がある。例えば陥没や舗装の損傷を撮影して送るだけで位置情報も付与され、担当職員が迅速に把握できる点など、利用イメージを具体的に伝える工夫が必要では。

【事務局】

写真と位置情報が送られるため、職員が現地に行かずとも状況把握できるのは大きなメリット。通報機能の手軽さやスピード感については改めて周知・PR を検討する。

【委員】

最近の陥没事故等のニュースを聞くと、身近にそのような危険が潜んでいると感じる。そのような中で市民からの通報で危険箇所を把握できるような機能は素晴らしい。

■市長と語ろう会

【委員】

市長と語ろう会について、今回は地域おこし協力隊の方4名が参加され、こうちみませ楽舎で開催されるが、どのような効果が期待されるのか。

【事務局】

人口減少や担い手不足が進む中、市長が移住者の視点を直接聞きたいという意向がある。今回は

地域おこし協力隊の3年間の任期制などを踏まえ、移住者の視点を聞くことを目的として開催を予定している。

【委員】

聞く対象を市長に限定せず、担当課の職員にも参加してもらった方が市政運営に生かしやすいのではないかと考える。開催場所もみませ楽舎に限定する必要はなく、庁内で実施することも検討すべき。現場の担当職員に直接聞いてもらい、その内容を関係部署へ反映させる仕組みづくりが重要だと考える。動画配信や広報発信も含め、誰に伝えるかを明確にして実効性を高めてほしい。

(広報の取り組み)

【委員】

市役所庁舎内の窓口以外に、高知市公式 LINE を周知する POP やチラシは配置しているか。

【事務局】

市役所内の窓口以外では、高知大学の入学パンフレットなどに二次元コードを掲載するなど、目に留まる工夫も行っている。また、市民のデジタルリテラシー向上支援に関する連携協定を結んでいるソフトバンクショップの各店舗でも、チラシやのぼりを掲示いただいている。

【委員】

市のイベントでの周知は行っているか。

【事務局】

市主催のイベントで必ず行うということとはできていない。

【委員】

LINE 登録者の年代や性別を見ると女性や40代以上に偏りが見られる。若年層や男性への訴求を図るには、若者が集まるイベントやビジネス関連の情報と連動した周知、アウトドアイベント等での周知など工夫が有効ではないかと考える。

【事務局】

「あかるいまち」等のアンケートでは、若年層は行政情報をあまり欲しがらない傾向がある。ライフステージに応じて必要な情報が変わるため、そもそも若年層は行政情報への興味が薄いという課題がある。例えば、クロスワードやクーポン等を取り入れて関心を引く手法も考えられるが、現時点では十分に組み立てていない。成人式などでの周知など方法はあるものの、登録自体のハードルが課題になっている。

【委員】

若年層は日常的に広報情報を能動的に追わない傾向があるため、メリットや遊び心などの工夫が

必要。学生と協働してアイデアを考える試みも良いかもしれない。

【委員】

期間限定で協力企業にチラシを置いてもらうといった工夫も有効だと思う。

【委員】

地元で影響力のあるインフルエンサーや若年層の方に LINE の周知をしてもらうことで、若年層への訴求が期待できるのではないかな。

■クロスメディア戦略

【委員】

各課でいろいろな SNS を運用しているが、高知市として公式の Instagram や X のアカウントを立ち上げるべきではないか。各 SNS で利用者の年代層が異なるため、LINE や Facebook に加えて、Instagram と X など、ホームページ改修までに各 SNS を整備しておくことが望ましいのではないかな。

【事務局】

現在、公式の X や Instagram は市としては一括で持っていない。マーケットに合った媒体の選定は戦略上の重要課題であり、どんな媒体でどう情報発信していくのか検討しているところ。

【委員】

各媒体の特性に合わせて発信内容を変える必要があるし、Instagram や X は頻度や即時性が求められるため、運用体制の整備が必要。観光や防災など、担当部署がそれぞれ運用している SNS もあるため、高知市で 1 つに統合するのではなく、各課の運用スキルを高める方向も検討すべき。

【委員】

市民はすべての SNS をフォローしないかもしれないが、いずれか 1 つでもフォローしてくれていれば緊急時に情報に辿り着ける可能性が高まる。広聴広報課として、各課のアカウントの存在を市民に周知し、1 つでも 2 つでも媒体に繋がるよう導くことが重要だと考える。

【事務局】

各ジャンルに興味がある利用者がフォローしていれば、重大案件の際に発信を共有できるという点で有用。課ごと・職員ごとに運用スキルに差があるため、職員一人一人のスキル向上が必要で、その点は組織戦略として広聴広報課が支援できることがあると考えている。

(組織戦略)

■職員研修

【委員】

今年度の職員研修の講師の方は広報アドバイザーとして高知市に何年か関わっているが、この方

の研修を受けたことのない職員はまだ多いのか。

【事務局】

今年度の研修は広聴広報戦略プランの周知をテーマに、昨年度受講していない方を対象に募集を行った。対象を各課の広聴広報担当者としているので、全庁的には受けたことのない職員もいる。

【委員】

研修講師の選定については、幅広い視点を取り入れるため、例えば Instagram の運用に強い講師など、ピンポイントなテーマで専門的な講師をお願いすることも検討してはどうか。

【事務局】

実技的な研修（パソコンやスマホでの撮影や編集等）を実施したい意向はあり、少人数でのワークショップ型研修の実施も検討しているが、直近では調整がつかず実施できなかった。今後は実技研修の導入を目指したいと考えている。

【委員】

県庁で実施した撮影ワークショップの事例は好評で、写真や動画の構図、編集など、実践的な内容が職員のスキル向上に効果的だった。外部クリエイター等と連携してワークショップを行うことは有効だと思う。

■ホームページ

【委員】

市立小中学校のホームページや配信（すぐーる）の運用に差があり、内容の充実度や更新頻度にばらつきが見られる。広聴広報課として、それらに対する運用支援は可能か。

【事務局】

すぐーるは災害時などには活用されていると聞いているが、日常的な配信の実態や運用方法について、情報の出し方などの統一的なルールがあるのかは把握できていない。

【委員】

学校ごとに運用状況が異なり、ほとんど運用していない学校もあれば1日に何回も配信する学校もある。保護者が学校からの手紙を紛失して困ったときにすぐーるで情報が届いていると助かるので、配信の格差是正は重要。

【事務局】

学校に限らず、市の各組織で情報発信の内容や更新の頻度に差があるため、年に一度チェックしたり、研修等で更新ルールを整備したりすることは必要だと考えている。ニーズが明確になれば、統一的な運用も検討する。

【委員】

教育関連だとリコネットについて、若年層の移住希望者にとっては保育所・幼稚園情報が重要だが、現状ではそれらの情報が十分に提供されていないと感じる。広報支援の強化をお願いしたい。

(2) 高知市ホームページのリニューアル

【委員】

ホームページはどのような使い方が求められているか、アクセスしやすいかなどを検討し、工夫を。高齢者には紙媒体の方が適している面もあるが、高齢者や障がい者等、それぞれの特性に配慮した多様な周知手段の併用が必要。頻繁にアクセスする必要のある利用者からの意見も取り入れて改善してほしい。

【委員】

LINE で実施したアンケートで、質問項目を 14 問から 5 問に減らした理由は。

【事務局】

庁内アンケート等では 14 問で実施したが、高知市公式 LINE で登録者全員に一齐送信で回答を求めるには、多すぎると回答率の低下やブロックにつながるため、短時間で回答しやすい設問数を重視して 5 問に絞った。

【委員】

ホームページの制作後、どの程度の期間、運用することを想定しているか。

【事務局】

中核市の運用の傾向に沿って、概ね 3 ～ 5 年程度を想定している。さらに、モバイル端末の表示環境や技術変化に対応するため、必要に応じた改修は随時行う必要がある。

【委員】

制作後の改修や更新・メンテナンスはどの部署が担うのか。

【事務局】

CMS というシステムを使って各課がページを編集できる仕組みになっている。全体のページ構成や見せ方のトレンド変化に合わせた大規模な修正等は広聴広報課が対応する。

【委員】

CMS の使い勝手はどうか。更新作業にハードルはあるか。

【事務局】

CMS は誰でも使えるように設計し、マニュアルも用意している。基本的な更新は可能だが、表現面や画像の挿入、視覚障がい者対応など表現上の配慮が必要な場合は多少知識が必要。

【事務局】

現行の CMS ではデザインや項目立てに制約が生じる場面がある。その点についてはホームページリニューアルについての庁内プロジェクトチーム内でも改善要望が上がった。

【委員】

更新が難しいのであれば、CMS 自体の全面的な見直しも選択肢ではないか。特にアクセスの多いページについては、広聴広報課が主体的にページ作成を支援する体制が必要だと思う。

【事務局】

基礎的な情報ページは一度公開すると担当課が見直さないことが多く、広聴広報課が初期段階でしっかり手を入れる必要があると認識している。

【委員】

キーワードが分からない、検索したけどたどり着けないということになるとユーザーは不便なものと判断するので、大変とは思いますが丁寧な情報発信を心掛けてほしい。