

「誰も取り残されない情報伝達」の達成に向けて

令和2年8月

三原市議会 総務財務委員会

目 次

1 はじめに-----	P3
2 現状の分析-----	P4
3 見えてきた問題点と解決策の提案-----	P8
(1) 若い世代ほど広報みはらが読まれていない-----	P9
(2) ホームページが使いにくい-----	P15
(3) 若い世代の情報到達感が低い-----	P18
(4) メール配信システムの登録数が少ない-----	P22
(5) 町内会・自治会における情報伝達が円滑に行えていない---	P28
4 おわりに-----	P32

1 はじめに

地方自治体からの情報伝達は一般的に「広報」という言葉で表されている。

「広報」という言葉を国語辞書で調べると、「官公庁・企業・各種団体などが、施策や業務内容などを広く一般の人に知らせること。また、その知らせ。」（デジタル大辞泉、小学館）と定義されており、言い換えると、「市役所が市政や行政情報などを広く市民に知らせること。」ということになる。しかし、今般の自治体からの広報は情報を知らせるという目的のみならず、情報を受け取った市民の行動や考え方などに変化を促すことまでも目的としている。

例として、がん検診に関する広報について考えてみる。

伝える情報として欠かせないのは、がん検診の種類や日程、医療機関、費用など、市民が実際に受診する際に必要となる項目である。この情報は、がん検診を受診する意向のある市民が受け取った場合には有効な情報となるが、がん検診に対して無関心な市民への訴求力はない。

地方自治体にとって、がん検診の受診率向上は課題であることから、がん検診に対して無関心な市民には、がん検診の概要を知らせるだけでなく、受診するという行動変容につなげるため、共感を得て、自分事として捉えてもらえるような伝え方が、現在の広報に求められているところである。

このように、広報の果たすべき役割が深化していく中、自治体からの情報は無関心層も含めて、広く市民に知らされる必要がある。

本委員会では、社会環境やライフスタイルなどの変化が激しい現代において、「誰も取り残されない情報伝達」を達成するため、本市の現状を十分に把握した上で、主に情報を届けること（受け取ってもらうこと）にスポットを当てて提案を行う。

この提案によって、広報の意義がさらに引き出されることを期待したい。

2 現状の分析

(1) 情報伝達の流れの整理

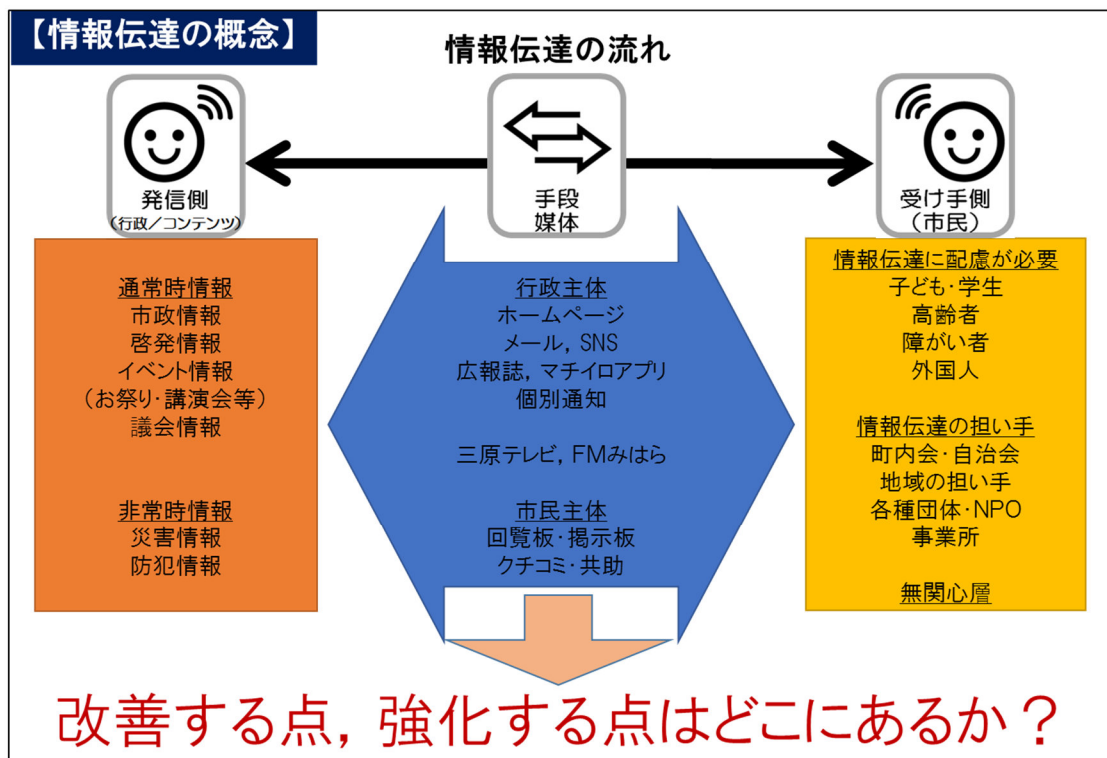
まずは、情報伝達の流れを概念図に沿って整理したい。

情報伝達の流れは、発信側、受け手側、その間をつなぐ手段／媒体の大まかに三つの種別に分けることができる。市役所からの情報伝達に置きかえてみると、発信側である市役所からの情報があらゆる媒体を通じて、受け手側である市民に届けられている。

市役所からの情報には、市政情報、啓発情報、イベント情報、また、非常時の災害情報など多くの情報がある。これらの情報は、広報紙やホームページ、メール、SNS、さらには三原テレビやFMみはらなどの民間メディアを通じて市民に届けられている。

情報の受け手側である市民は、住所が三原市であるという共通点以外、あらゆる属性を有している。年齢、職業、加入団体、家族構成、国籍など様々であり、その属性によって情報の取得方法や関心事には違いがあると考えられる。

このように、情報伝達は三つの種別に分けられるが、その中において改善を要する点、強化を要する点はないかという視点で情報伝達の流れを整理し、調査・研究を進めてきた。



（２）社会の情勢

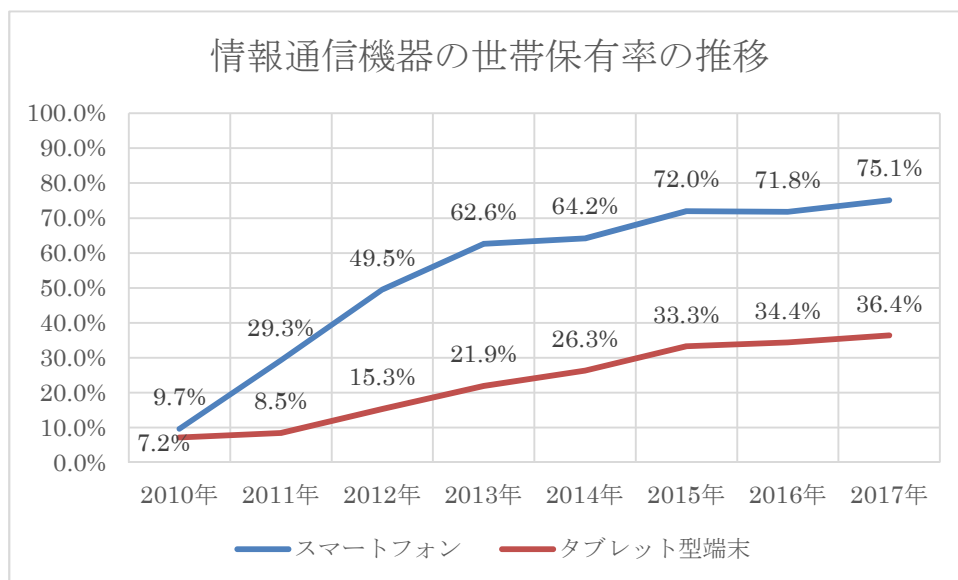
次に，社会の情勢を把握したい。

情報伝達に関する社会環境には，主に次のような変化が生じている。

<u>ICT環境の変化</u>	・インターネットの整備・高速化 ・スマホ・タブレット，PCの普及 ・SNSの盛衰（移り変わり）
<u>ライフスタイルの変化</u>	・町内会加入率の低下 ・新聞購読の減少 ・外国人居住者の増加 ・価値観の多様化

ICT環境の変化のうち，インターネットの整備・高速化は改めて示すまでもなく，現代の情報化社会の基盤となっている。

このようなインターネット環境の下，スマートフォンやタブレットなどの情報端末が急速に普及してきた。



（出典：総務省「通信利用動向調査」）

特にスマートフォンの普及は顕著であり，本市においても同様の特徴が表れているところである。スマートフォンの普及に伴い，SNS¹と呼ばれるコミュニケーションツールも普及している。SNSについては，成長が著しい分野であり，新規参入も多

¹ ソーシャル・ネットワークキング・サービス：つながりを促進するコミュニティ型の会員制のサービス

いことから、利用者の動向が数年で大きく変わるという特徴もある。

ライフスタイルの変化としては、町内会・自治会加入率の低下が挙げられる。本市における加入率は平成 26 年度の 69.7%から平成 30 年度には 67.2%へと低下している。他者との距離をある程度に保ちたいとする意識変化の表れであると考えられる。

また、メディアの多様化などが影響し、新聞購読にも大きな減少が見られるなど、市民のライフスタイルは多様化の方向へ変化している。

このような社会環境の中、社会の変化に即した情報伝達はできているだろうか、情報から取り残されている市民はいないだろうか、という問題意識をもって、本市における情報伝達の課題を設定した。

（３）本市の実態の把握

課題の設定は、本市の現状を正確に把握した上で、その現状に即したものとする必要があることから、本委員会では次の調査を行った。

<u>市民と議会をつなぐ意見交換会</u>	テーマ：「市民と議会で考えよう ～『伝える』『伝わる』市の情報～」 日 時：令和元年 11 月 22 日（金） 13 時 30 分 から 15 時 30 分 参加者：町内会、民生委員、老人クラブ連合会、 女性会連合会、社協 合計 41 名（内一般 8 名）
<u>市民アンケート</u>	「情報伝達に関する市民アンケート」 回答数：554 名 回答者の主な属性：町内会関係… 292 名 幼稚園・保育所、小・中学校の PTA役員… 262 名
<u>SNS アンケート</u>	「SNS で呼び掛けたアンケート」 回答数：59 名 回答者の主な属性：Facebook, Twitter, Instagram, LINE の利用者

市民と議会をつなぐ意見交換会では、「市民と議会で考えよう ～『伝える』『伝わる』」

る『市の情報〜』というテーマをもって、広報みはらに関することや町内会・自治会における情報伝達に関することなどについて、市民からの意見を直接聴いた。

情報伝達に関する市民アンケートでは、広報みはらやメール配信システムに関すること、日常的に使用している情報端末やSNSについての調査を行った。

SNSで呼び掛けたアンケートでは、SNSの利用状況やホームページに関することの調査を行った。

※意見交換会の報告書及び各アンケートの集計結果は別紙を参照。

3 見えてきた問題点と解決策

ここまでに書き記した，社会の情勢や本市の実態を把握する調査を行ったことで，「誰も取り残されない情報伝達」の達成にあたっては，5つの問題点が見えてきた。

5つの問題点については，その原因を分析し，それらを解決すべき課題として設定した。さらに，設定したそれぞれの課題に対して，解決策を検討してきた。

概要は次の表のとおりである。

問 題 点		解決すべき課題 (問題の原因)	提 案 (課題に対する解決策)
(1)	若い世代ほど広報みはらが読まれていない (P9～14)	若い世代にとって広報紙が身近なものになっていない	広報みはらに市民の写真(笑顔)をたくさん掲載する 市民アンケートの結果の活用及び市民の関心事を把握する調査を実施する
		広報紙が届かない，手軽に入手できない	マチイロアプリの登録を促進する
		障がい者への配慮が足りない	聴覚障がい者や難聴者に配慮した申し込み方法を掲載する
(2)	ホームページが使いにくい (P15～17)	リンク切れが生じている	リンク切れを生じさせないためのマニュアルを作成し，各担当者に指導する
		過去の情報が削除され，欲しい情報が消えている	ホームページに公文書保存(アーカイブ)の役割を持たせる
(3)	若い世代の情報到達感が低い (P18～21)	若い世代に効果的な方法で情報発信がされていない	LINEを活用した情報発信
(4)	メール配信システムの登録数が少ない (P22～27)	メール配信システムの存在を知らない	市の窓口で登録を促進し，登録作業も手伝う 出前講座，防災訓練などで登録するきっかけを作る
		登録方法が難しい，分からない	広報みはらで効果的なアピールを行う
		登録が面倒くさい，登録の必要性を感じていない	アピールする機会を増やす
			多メディアでの発信を検討する
(5)	町内会・自治会における情報伝達が円滑に行えていない (P28～31)	町内回覧を負担に感じている	好事例を紹介する
		町内放送設備の導入・維持に大きな費用がかかる	町内放送設備のあり方を検討するための基礎調査を実施する

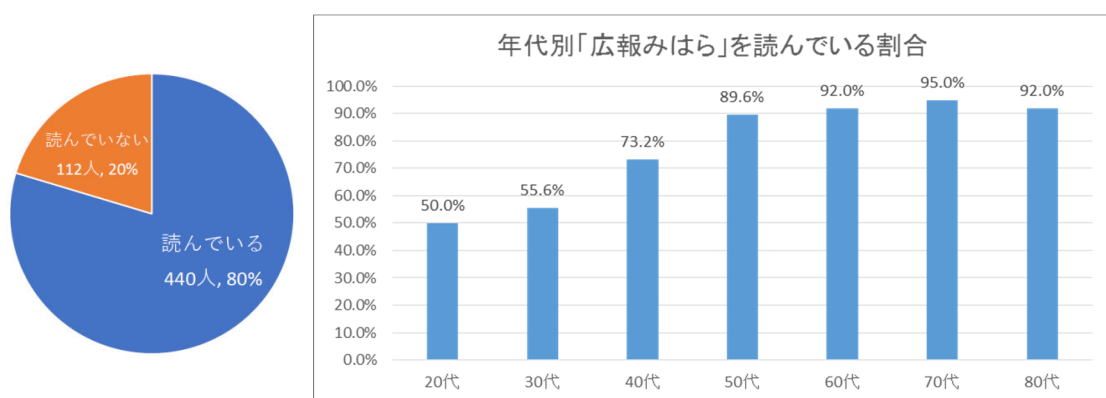
以降，本章では，5つの問題点ごとに，本委員会が捉えた現状を示し，課題に対する解決策を提案したい。

問題点：（１）若い世代ほど広報みはらが読まれていない

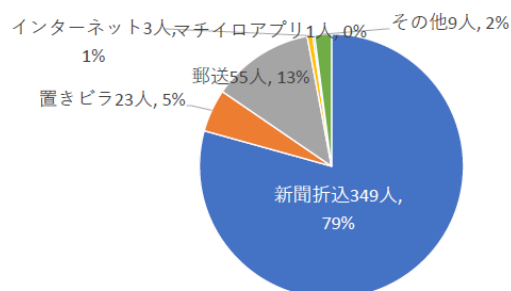
広報紙は読んでもらえないことには情報が伝わらない。発信側（市役所）が受け手側（市民）に知ってもらいたい情報だと考え、広報みはらに掲載しても、手に取って、読んでもらえなければ意味がないものになってしまう。

ア 広報みはらの現状

市民アンケートの結果から、広報みはらを読んでいる割合が明らかになった。全体（左のグラフ）では、約８０％の人が広報みはらを読んでいるという回答が得られた。これを年代別（右のグラフ）に振り分けてみると、年代によって読んでいる割合に差があることが分かった。特に４０代以下においては、相対的に読んでいる割合が低くなっている。



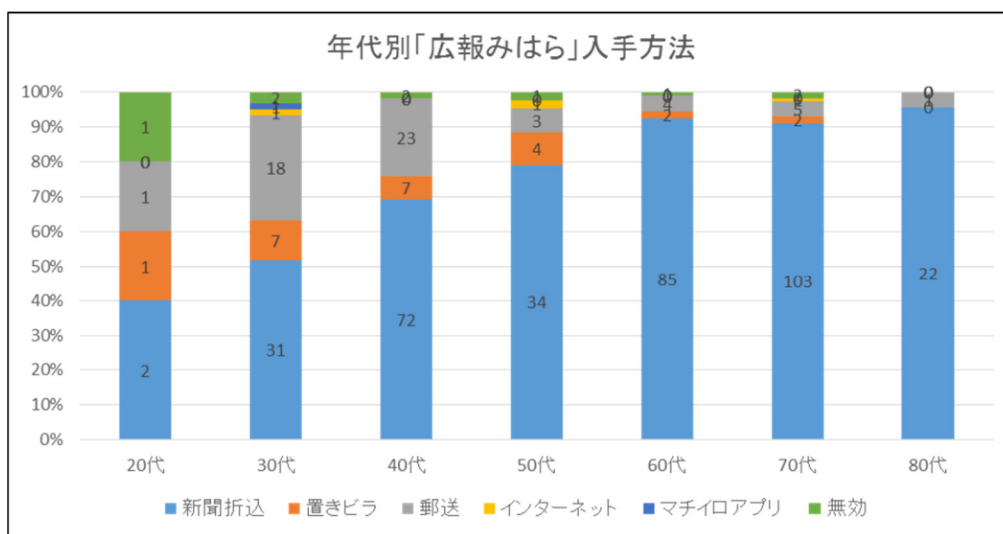
次に、広報みはらを読んでいると回答した人に、どのような方法で広報みはらを手に入れているのかを尋ねたところ、７９％の人が新聞折込により入手していることが分かった。



これを年代別に振り分けてみると、年代によって入手方法に差があることが分かる。年代が下がるとともに、新聞折込による入手が減っており、これは全国的な傾向から見られるように、新聞購読が減少しているためであると考えられる。もう一つの特徴としては、若い世代の入手方法のうち、郵送や置きビラの占める割合が大きいという点がある。

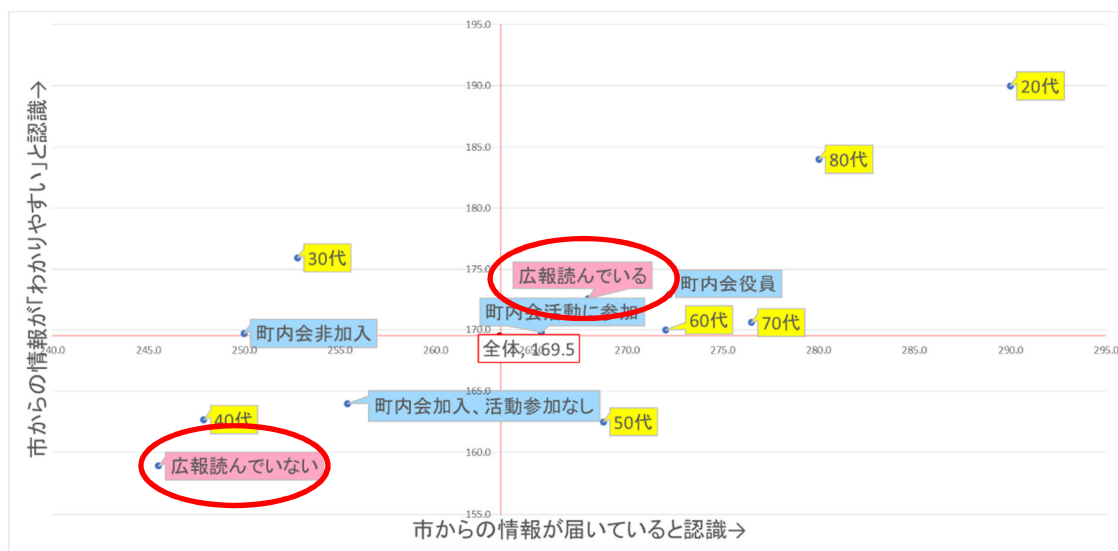
また、マチイロアプリ²による入手は全体を通して１件しかなく、認知度の低さがうかがえる。

² マチイロアプリ：13頁参照



次に、市民アンケートの結果のうち、広報みはらを読んでいる人と読んでいない人の情報満足度（市からの情報が届いているか、分かりやすいか）を象限グラフで表すと、次のグラフになる。

広報みはらを読んでいる人の方がグラフの右上に位置しており、読んでいない人よりも市からの情報が届いていると感じ、また、市からの情報が分かりやすいと感じていることが分かる。



意見交換会においては、障がいのある方の意見として、「広報紙などに掲載されているイベント・催しなどの申し込み方法は電話であることが多く、聴覚障がい者にとって電話による申し込みは難しいため、FAXやメールでの申し込み方法を加えてもらいたい。」との声があった。

イ 解決すべき課題

本市の現状を踏まえた上で、若い世代ほど広報みはらが読まれていない原因には、次の点が考えられ、これらを解決すべき課題として設定した。

課 題	種 別
若い世代にとって広報紙が身近なものになっていない	
広報紙が届かない, 手軽に入手できない	
障がい者への配慮が足りない	

ウ 提案（課題に対する解決策）

次の課題に対する解決策を提案する。

若い世代にとって広報紙が身近なものになっていない	
--------------------------	---

提案：広報みはらに市民の写真（笑顔）をたくさん掲載する

広報みはらに、市民の笑顔を写した写真を掲載することで、家族や知り合いが載っているかもしれないという思いから、広報紙を開いてもらうきっかけになる。さらに、なるべく多くのページに市民の笑顔を写した写真を掲載することで、多くのページに目を通してもらうことができる。

次の表は、「広報みはら」と鹿児島県霧島市の広報紙「広報きりしま」について、広報紙の紙面に掲載されている市民を写した写真の枚数を比較したものである。

	市民を写した 写真の数	総ページ数	1ページ当たり の写真の数
広報みはら	88枚	180ページ	0.49枚
広報きりしま	280枚	204ページ	1.37枚

（令和元年10月号～令和2年5月号の8ヶ月分の合計値）

広報きりしまは、公益社団法人日本広報協会が主催する全国広報コンクールの広報紙の部門で、多くの受賞歴を有しており、広報紙の作成において高い評価を受けている。

広報きりしまの方が、市民を写した写真を多く掲載しており、1 ページ당たりに掲載されている写真の数を比較すると、2.8 倍の差があることが分かる。

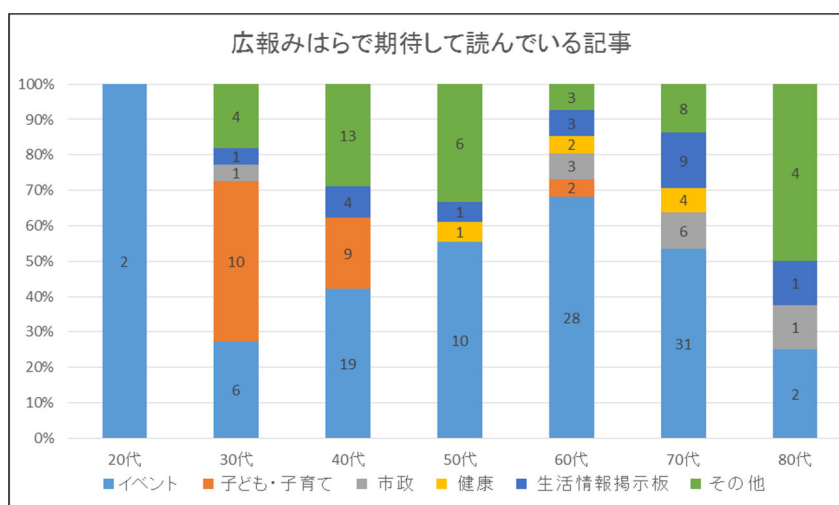
広報みはらは、写真を用いていたとしても、個人を特定しにくい写真が多い。これは肖像権に配慮したためであると思うが、本人の許可を得ることで、積極的に市民の写真を掲載することができると考えられる。

【具体的な取り組み】

- 広報担当者が取材を行う際に、市民から許諾を得て、記事に関連する市民の写真（笑顔）をたくさん撮影する。
- 市民から写真を収集する手段を検討する。例えば、誕生月の子どもの写真を募集して、広報みはらに掲載する。

提案：市民アンケートの結果の活用及び市民の関心事を把握する調査を実施する

本委員会がこのたびの調査にあたって実施した「情報伝達に関する市民アンケート」の結果から、市民が広報紙に求めている具体的な情報が分かった。



特に「イベント」情報は市民からの期待度が高くなっていることが分かる。また、30代、40代には「子ども・子育て」情報を求めていることが分かる。

このような結果を活用し、市民が求める情報を重点的に掲載することで、広報紙を読んでもらうきっかけを作ることができる。

また、市民が広報紙に対して求めている情報を調査し、市民の関心事を把握することで、無関心層が興味を示すような広報紙を作成することができる。

【具体的な取り組み】

- 広報紙への感想や意見などを広く市民から吸い上げる調査を実施する。
- モニター制度をより効果的に活用し、市民の意見を広報紙の作成に反映させる仕組みを構築する。

次の課題に対する解決策を提案する。

広報紙が届かない、手軽に入手できない



提案：マチイロアプリの登録を促進する

スマホの普及や通信環境の整備に伴い、従来の紙媒体による配布ではない新しい配布方法を積極的に促進する必要がある。特に、個別郵送³による配布は、1件あたり年間1,000円の費用がかかることから、マチイロアプリへ移行できれば財政的な効果も高いと考えられる。

※マチイロアプリの利用は、市民・行政とも費用はかからない。



登録状況・・・729件（R02.5.19時点）

マチイロアプリは、スマホやタブレットにインストールすることで、自治体が発行する広報紙をスマホやタブレットで閲覧することができる。また、自治体のホームページからの情報もカテゴリーに分けられて随時更新され、自分に合った情報を得やすくなっている。株式会社ホープが運営しており、現在約870の自治体で導入されている。

市民アンケートの結果では、マチイロアプリの認知度が非常に低いことが分かっている。また、実際の登録状況も729件と低調である。

中でも、若い世代は個別郵送によって広報紙を取得している人が多いことから、マチイロアプリを認知してもらえれば、登録数を増やすことが期待できる。

【具体的な取り組み】

- マチイロアプリを周知し、登録を促進する。

³ 令和元年11月の個別郵送は3,981件

- 特に、広報紙を個別郵送している市民に対しては、マチイロアプリへの移行を促進する。個別郵送をやめてもらうために、可能であれば動機付けとなる特典を設ける。特典の例としては、うきしろポイント500円分などの特典が考えられる。
- ※置きビラなどから取得する方法へ移行してくれた人にも特典を与える。

次の課題に対する解決策を提案する。

障がい者への配慮が足りない



提案：聴覚障がい者や難聴者に配慮した申し込み方法を掲載する

広報みはらに掲載しているイベント等の申し込みについて、聴覚障がい者や難聴者は電話での申し込みが困難であるため、聴覚障がい者や難聴者が申し込みしやすいように、FAXやメールでの受付方法を加える必要がある。

【具体的な取り組み】

- イベント等の申し込み先にFAX番号やメールアドレスを掲載する。

問題点：（２）ホームページが使いにくい

ホームページは、市が情報発信をする中で、最も情報量の多いツールであり、市民が行政情報を調べる際には、多く利用される場所である。そのホームページを市民が使いにくいと感じることで、行政情報が適切に伝わらないおそれが生じる。

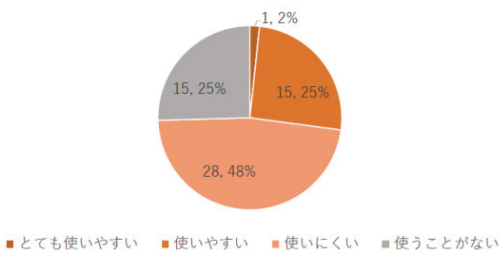
ア ホームページの現状

ホームページは令和２年３月にホームページ管理システム（CMS）が更新され、レイアウトの変更やスマホからの閲覧への対応等が行われた。さらに、ホームページ管理システム（CMS）の更新に合わせてホームページに掲載する情報の分類も整理されたことから、以前に比べると使いやすさは向上している。

SNSアンケートでは、ホームページを使いやすいと感じている人が27％、使いにくいと感じている人は48％であった。

これらの回答には、ホームページ管理システム（CMS）が更新される前のホームページに関して回答していると思われるものもあった。

三原市のホームページは使いやすいと感じますか？



イ 解決すべき課題

ホームページ管理システム（CMS）が更新されたことで、検索性や閲覧性は向上しているが、次の点はホームページ管理システム（CMS）の更新に関わらず、使いにくい原因としてあげられる。これらを解決すべき課題とした。

課 題	種 別
リンク切れが生じている	 手段 媒体
過去の情報が削除され、欲しい情報が消えている	 発信側 (行政/コンテンツ)

ウ 提案（課題に対する解決策）

次の課題に対する解決策を提案する。

リンク切れが生じている



提案：リンク切れを生じさせないためのマニュアルを作成し、各担当者に指導する

ホームページに関するリンク切れについては、大きく二つのパターンがある。

一つ目は、三原市のホームページの中でリンク切れが起こっており、クリックしてもページが開けないというものである。ホームページ管理システム（CMS）にはリンク切れをチェックする機能もあるが、十分に活用されていない可能性がある。

二つ目は、FacebookなどのSNSやマチイロアプリなど、第三者が三原市のホームページへのリンクを貼っているものが切れてしまうというものである。例えば、広島県がFacebookで三原市の観光情報を取り上げ、そこに三原市観光課のページへのリンクが貼られていたが、観光課のページを更新したことでURLが変わり、リンク切れが起きてしまったということがあった。これでは、せっかく取り上げてもらった機会を不意にしてしまう結果となる。

ホームページは部署ごとに作成するものであり、リンク切れを一元的に管理することは困難であると思われる。そのため、以上2パターンで起こり得るリンク切れに対しては、ホームページを統括する広報戦略課がマニュアルを作成し、研修などを通じて各担当者に指導する必要がある。

【具体的な取り組み】

- リンク切れが生じる事象を特定し、マニュアル化する。
- 各部署のホームページ担当者に研修などを通じて指導する。

次の課題に対する解決策を提案する。

過去の情報が削除され、知りたい情報が消えている



提案：ホームページに公文書保存（アーカイブ）としての役割を持たせる

ホームページは市が情報発信をする中で、最も情報量が多く、かつ、情報が体系的に整理されたツールである。しかし、過去の情報は削除されている場合が多く、情報を取得できない状況になっている。

市民の知る権利を保障する観点からも、ホームページに掲載する情報は削除せず残しておくことで、ホームページに行政情報のアーカイブ機能を持たせる必要がある。

【具体的な取り組み】

○ホームページに掲載する情報は一定期間削除しない。

問題点：（３）若い世代の情報到達感が低い

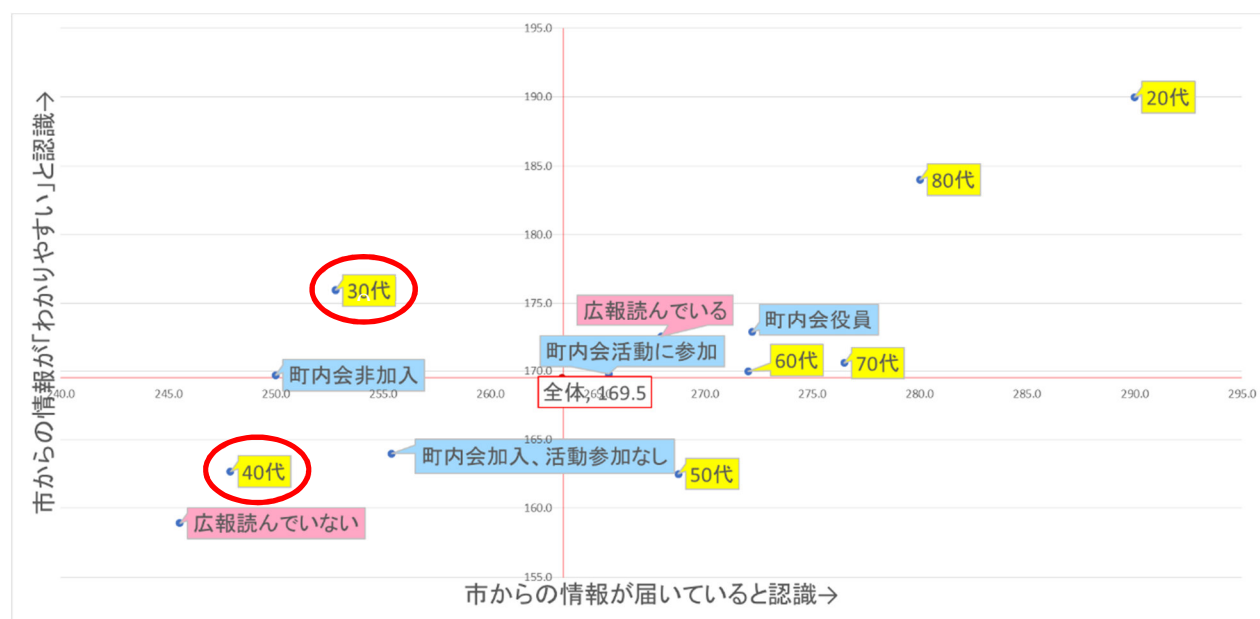
前述したように、ＩＣＴ環境の変化や新聞購読の減少などにより、若い世代の情報収集の方法は大きく変化しているため、従前の情報発信方法が続けるだけでは、情報が届かなくなってしまう。

ア 若い世代の情報に関する現状

市民アンケート結果による象限グラフを、年代別に横軸（情報が届いていると認識）に沿って見てみると、３０代、４０代がグラフの左側に位置し、他の年代よりも情報が届いていないと感じていることが分かる。

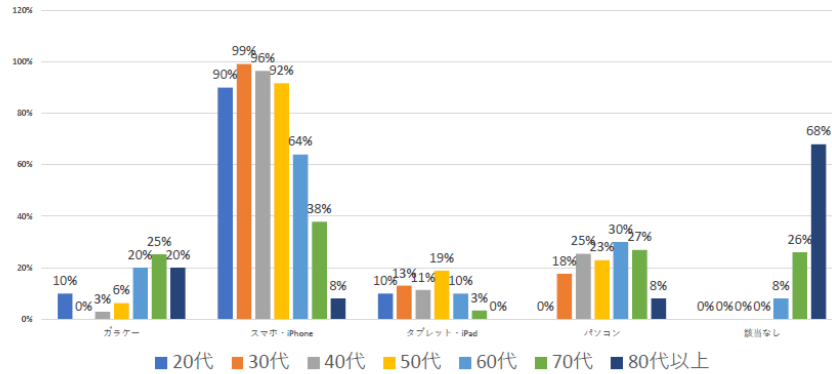
反対に、高い年代ほど、情報が届いていると感じていることも見て取れる。

※２０代の結果は、他の年代と比較して回答数が少ないため、結果が偏りやすいと考えられる。



次に、年代別情報端末の利用状況の中から、スマホ・iPhoneの利用状況を見ると、60代を境目として、大きな開きが生じていることが分かる。

年代別 情報端末の利用状況



イ 解決すべき課題

本市の現状を踏まえた上で、若い世代の情報到達感が低い原因には、次の点が考えられる。

課 題	種 別
若い世代に効果的な方法で情報発信がされていない	

ウ 提案（課題に対する解決策）

次の課題に対する解決策を提案する。

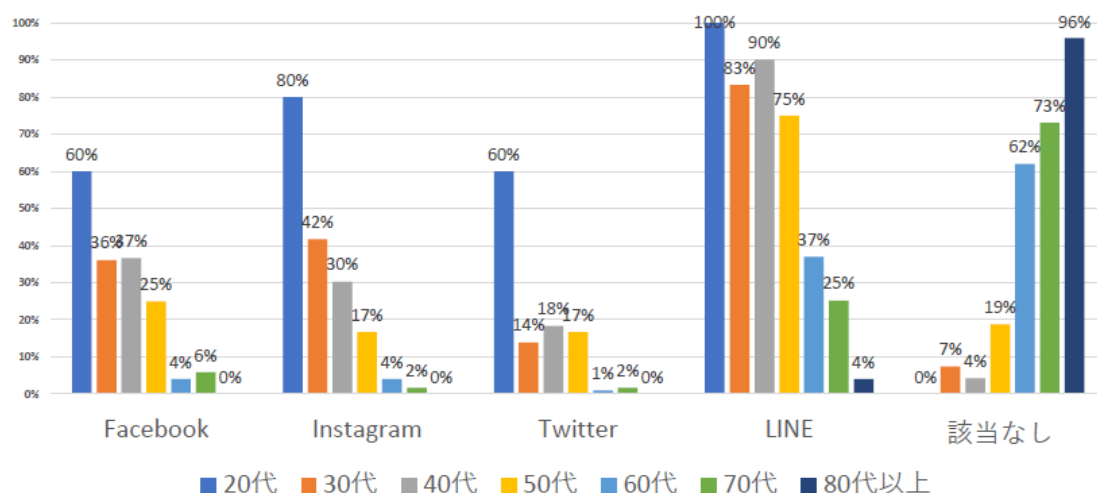
若い世代に効果的な方法で情報発信がされていない	
-------------------------	--

提案：LINEを活用した情報発信

SNSはスマホと共に普及したコミュニケーションツールであり、Facebook, Twitter, LINEなどが挙げられる。中でも若い世代を中心にシェアを伸ばしているLINEは、情報の取得方法が多様化している現代において、市からの情報を有効に伝える手段であると考えられる。

スマホの普及は18頁で既に述べたとおりであるが、SNSの利用状況を年代別に見てみると、LINEが突出して高いことが分かる。

SNS利用状況 年代別利用割合



現在、本市において、LINEによる情報発信は行われていない。若い世代に市からの情報が届いていないという課題に対しては、LINEを活用することで、市からの情報発信を補完することができる。

LINEの活用については、LINE株式会社が提供するLINE公式アカウント（地方公共団体プラン）が有効であると考えられる。

LINE公式アカウント料金プラン（税別）				本プラン適用後	地方公共団体プラン適用後	
	フリープラン	ライトプラン	スタンダードプラン			プラン適用後
月額固定費用	無料	5,000円	15,000円		月額固定費用	無料
無料メッセージ通数	1,000通	15,000通	45,000通		無料メッセージ通数	制限なし
追加メッセージ従量料金	不可	5円/通	～3円/通 (従量課金テーブルに基づく)		追加メッセージ従量料金	—
プレミアムID利用費用	1,200円	1,200円	1,200円		プレミアムID利用費用	無料

（出典：「LINE for Business」

<https://www.linebiz.com/jp/column/seminar-report/20190617-1/> （2020.6.28）

これは、LINE株式会社による地方公共団体向けのプランであり、記載されているとおり、無料である。

既にLINEを活用した情報発信を行っている広島県に聴き取りを行ったところ、運用を開始してから「友だち」登録数が順調に増えているとの意見があった。また、運用面に関しては、他のメディアに掲載する記事を、LINEにもそのままコピーして送信するだけであるため、手間は感じていない、とのことであった。

【具体的な取り組み】

- LINE公式アカウント（地方公共団体プラン）を取得する。
- 「友だち」登録を増やすために各メディアで周知する。
- Facebook，メール配信システムの文章を流用して発信する。

【注意点】

SNSは新興的な分野であることから、利用者のシェアは流動的であり、数年後もLINEが高いシェアを維持しているかどうかは不明である。そのため、LINEを情報伝達におけるメインの媒体とするのではなく、広報みはらやホームページなどを補完するメディアという位置付けで取り扱うこと。

問題点：（４）メール配信システムの登録数が少ない

メール配信システムは、災害時において、外出中であっても、停電が発生していたとしても、即時に情報を伝えることができる手段であるが、登録制であるため、市民が登録しない限り、情報を伝えることができないものである。

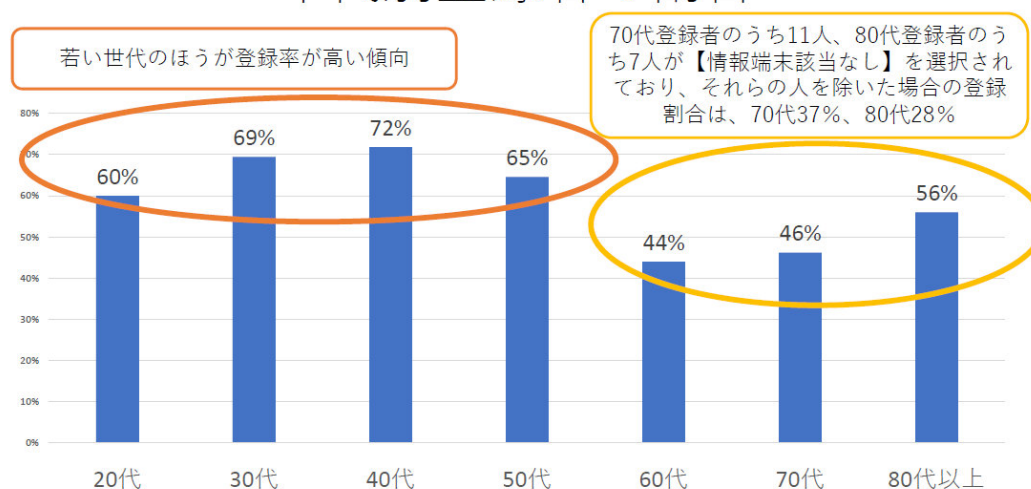
ア メール配信システムの現状

メール配信システムの登録件数は9,057件（R02.2.1時点）となっている。本市の人口93,035人（R02.2.1時点）から単純計算すると、登録率は10%未満という結果となり、災害時において有効な情報伝達手段となり得るメール配信システムの登録率は低いと言える。

メール配信システム登録件数(R02.2.1現在)		
災害情報	8,728件	合計 9,057件
火災情報	7,793件	
防犯情報	7,857件	
高齢者行方不明情報	1,964件	

市民アンケートの結果からは、60代以上の登録率が低いことが分かった。スマホやケータイ電話などの保有率や活用状況とも関係していると考えられる。さらには、町内会への参加状況とも相関関係があることが分かり、町内会への関与が強い人ほど、メール配信システムの登録率が高いことも分かった。

メール配信システム登録状況 年代別登録者の割合



イ 解決すべき課題

本市の現状を踏まえた上で、メール配信システムの登録数が低い原因には、次の点が考えられ、これらを解決すべき課題として設定した。

課 題	種 別
メール配信システムの存在を知らない	 発信側 (行政/コンテンツ)
登録方法が難しい, 分からない	 手段 媒体
登録が面倒くさい, 登録の必要性を感じていない	 受け手側 (市民)

ウ 提案（課題に対する解決策）

次の課題に対する解決策を提案する。

メール配信システムの存在を知らない	 発信側 (行政/コンテンツ)
登録方法が難しい, 分からない	 手段 媒体
登録が面倒くさい, 登録の必要性を感じていない	 受け手側 (市民)

提案：市の窓口で登録を促し，登録作業も手伝う

市役所や支所，コミュニティセンターなどに来られた方に対して，メール配信システムへの登録を促すための声かけやチラシの配布を行う。さらに，登録の希望があれば，登録操作のお手伝いをするすることで，登録を促進することができる。

【具体的な取り組み】

○市役所 1 階 待合ロビー

誰が	市の職員（危機管理課など）
誰に	市民課の窓口に来庁され、手続き（転入、証明書発行など）の待ち時間が生じている人
どのように	①チラシの配布 ②登録を促す声かけ 「登録されていますか？簡単ですよ。」 ③（登録を希望する人には）登録作業のお手伝い
時期	週に1回 または 月に1回 などのスポット的に 週明けや週末などの来庁者が多く、待ち時間が発生しているとき（市民課のシステムで管理している受付数や待ち時間のデータを活用して、時期を検討する。）
その他	○チラシの作成が必要。（登録する必要性を感じてもらえるように、「利用者からの声」などを載せて共感を得る。） ○行政情報モニターで登録促進の映像を流す。（15秒間の映像）

【注意点】

- ・市民課の窓口業務に支障が生じないように配慮すること（待ち時間の延長などを起こさないこと）
- ・チラシの配布や声かけを行う職員は腕章を付けるなどして、立場を明らかにすること

○支所、コミュニティセンターなど

誰が	各支所の窓口職員 人権文化センターやコミセン・公民館などの職員
誰に	来庁・来館された方
どのように	本来の業務に支障が生じない範囲で、チラシの配布や声かけなどを行う。

提案：出前講座、防災訓練などで登録するきっかけを作る

まちづくり出前講座や毎年実施されている市民防災訓練などの機会に、メール配信システムの周知を図る。さらに、周知のみにとどまることなく、出前講座や防災訓練の一環として、メール配信システムに登録する時間を設けて、一緒に登録することで登録数を増やすことができる。

次の表は、メール配信システムで送られている情報（災害、火災、防犯、高齢者行方不明）と関連のある出前講座を抜粋し、平成31年度の開催回数及び受講人数を表したものである。ここに挙げている出前講座に参加する人は、それぞれのテーマに対して関心のある人であり、メール配信システムへの登録に結びつけやすいと考えられる。

	講座名	担当課	H31実績(人数/回数)
出前講座	地域の防災力を高めよう	危機管理課	5,506人/100回
	防火座談会	消防本部 消防課	10,879人/142回
	うまい話にご用心！	生活環境課	736人/27回
	認知症サポーターの養成	高齢者福祉課	311人/12回

現在も、出前講座や防災訓練でメール配信システムの周知は行われているが、周知だけでは登録まで結びつかない場合が多いと考えられる。

【具体的な取り組み】

- 出前講座や防災訓練でメール配信システムの周知や必要性の啓発を行う。
- 出前講座や防災訓練の時間の一部を、メール配信システムに登録するための時間として使う。
- 参加者に家庭や地域の中でメール配信システムの登録を促進してもらえそうな工夫を検討する。

提案：広報みはらで効果的なアピールを行う

メール配信システムの存在を知ってもらうため、また、その必要性を理解してもらうために、効果的なアピールを行う。特に、広報みはらにおいては、QRコードと簡素な説明文を掲載するだけでなく、読む人の共感を得られるような記事とともにQRコードを掲載する必要がある。

令和元年7月号

表1 避難情報・警戒レベルととるべき行動

警戒レベル	とるべき行動	避難情報など
5	すでに災害が発生しています。命を守るための最善の行動をとりましょう	災害発生情報(市が発表)
4 全員避難	速やかに避難所などの安全な場所へ避難しましょう。避難所への移動が危ないと思われる場合は、近くの安全な場所や自宅のより安全な場所に避難しましょう	避難勧告、避難指示(緊急)(市が発令)
3 高齢者などは避難	高齢者や子ども、障害者などの避難に時間がかかる人とその支援者は避難しましょう。それ以外の人はいつでも避難できるように準備しましょう	避難準備・高齢者等避難開始(市が発令) 洪水警報・大雨警報など(気象庁が発表)
2	ハザードマップなどで避難行動を確認しましょう。非常持ち出し品の確認をしましょう	洪水注意報、大雨注意報(気象庁が発表)
1	災害への心構えを高めましょう	警報級の可能性(気象庁が発表)

情報発信の例 三原市内全域に警戒レベル4、避難勧告を発令しました。

次の方法で避難情報・警戒レベルをお知らせします

- FM告知端末、市メール配信システム、市ホームページ、テレビ、ラジオなど
 - 警戒レベル4の場合は緊急速報メール(エリアメール)でもお知らせします
- 緊急速報メール(エリアメール)とは、特定地域の携帯電話・スマートフォン(auソフトバンク、NTTドコモなど)に避難情報などを一斉に配信するサービスです。

市メール配信システムに登録を
避難情報などをお知らせします。



登録用2次元コード

令和元年9月号

三原市の魅力や情報を発信しています

- 市公式ホームページ
<http://www.city.mihara.hiroshima.jp/>
- 市公式フェイスブック
市の魅力やイベント情報、災害情報などを発信しています。
<http://m.facebook.com/city.mihara/>

- 市メール配信システム
災害情報などをメールでお届けします。
<http://www.city.mihara.hiroshima.jp/soshiki/19/haisintourouku.html>

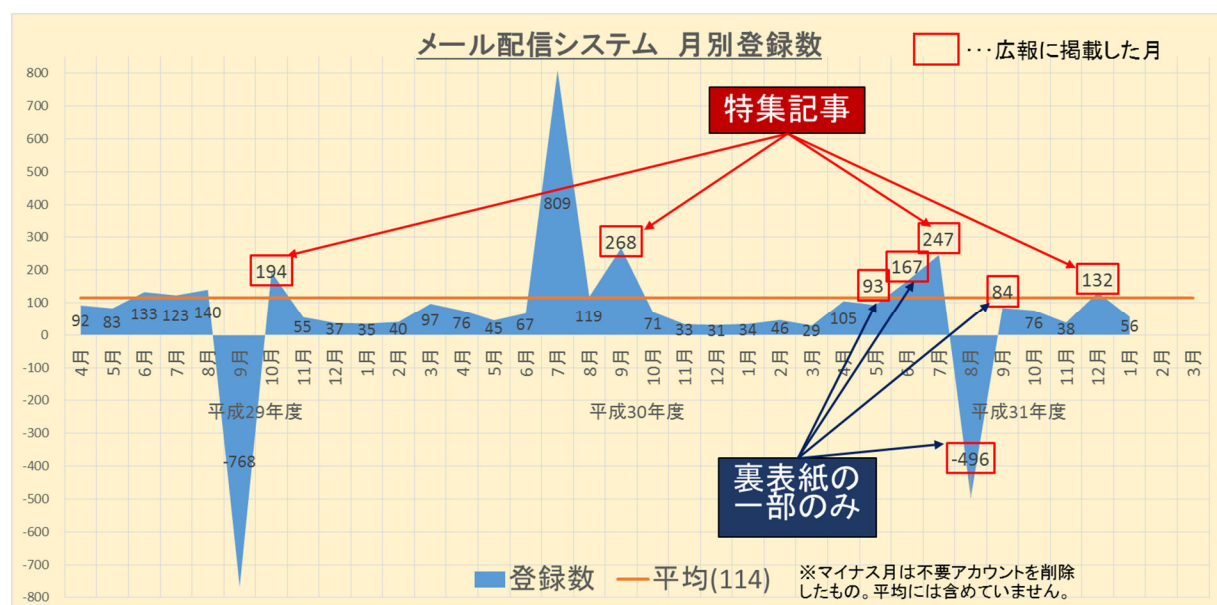
- FMみはら 行政情報番組

FMみはらで市からのお知らせなどをお伝えする行政情報番組「教えて三原ー聞いて役立つ三原ガイドー」を放送しています。

毎月～金曜日①6時43分～②12時10分～
③20時10分～、日曜日15時10分～(各15分間)
※月曜日から1週間、同じ内容が放送されます。
周波数 87.4メガヘルツ
問秘書広報課(☎0848・67・6007)

先の図は、広報みはらにQRコードを掲載している2パターンを取り上げたものであるが、令和元年7月号のように、特集記事とセットでQRコードを掲載することで、登録数が増えるという結果が得られている。反対に、令和元年9月号のように、裏表紙に掲載するだけでは、効果が薄い。

次のグラフは、メール配信システム月別登録数を表しており、特集記事とセットで掲載した場合と、裏表紙の一部のみに掲載した場合で、登録数に差が出ることが分かる。



【具体的な取り組み】

○広報みはらに必要性の啓発や登録を促進する記事を掲載する。

内 容	読み手が共感するような内容を検討する。 例えば、メール配信システムに登録していて良かったことなどの感想・体験談を掲載することで、読み手の共感を得やすい。 共感を得ることで、メール配信システムの必要性を感じてもらいやすくなり、メール配信システムに登録するという行動に繋がっていく。
時 期	梅雨から台風の時季(6～10月頃)は災害に対する意識が高まる傾向にあるため、この時季のアピールは特に高い効果が期待できる。

提案：アピールする機会を増やす

広報みはらや出前講座など以外に、次のような機会・方法でメール配信システムを周知・啓発し、登録を促す。

【具体的な取り組み】

- 市のイベント（祭り，成人式など）
- 三原テレビやFMみはら
- 市の封筒にQRコードを印刷
- 学校を通じて登録を促進する文書の配布
- なじみやすい名称に変更する（「みはらメール」など）

【注意点】

メール配信システムは登録件数の増加に伴い、追加の費用が生じることになる。現在委託している業者からの見積りによると、500件増やすごとに6～7万円／年の費用が発生することになるため、必要に応じて予算の確保を行うこと。

提案：多メディアでの発信を検討する

今後、メール配信システムの登録件数が全市民をカバーでき得る数にまで、急激に増加する見込みはない。しかし、メール配信システムで送信されている情報のうち、災害情報などは特に重要度の高い内容であるため、別の手段をもって市民に情報伝達をする必要がある。

そこで、本章の19頁でも触れたLINEを活用し、多メディアで情報伝達を行うことを検討する必要がある。LINE等のSNSを活用して情報発信ができれば、災害情報などを即時に伝達できる。

【具体的な取り組み】

- 災害情報等のLINE等による発信を検討する。

【注意点】

本提案はメール配信システムからLINEへの移行を推奨しているものではない。災害時においては、LINEのサーバもダウンしてしまう恐れがあることや、現在メール配信システムに登録している人をLINEへ完全に移行することは困難であることから、チャンネルを増やすことを目的としている。

問題点：（５）町内会・自治会における情報伝達が円滑に行えていない

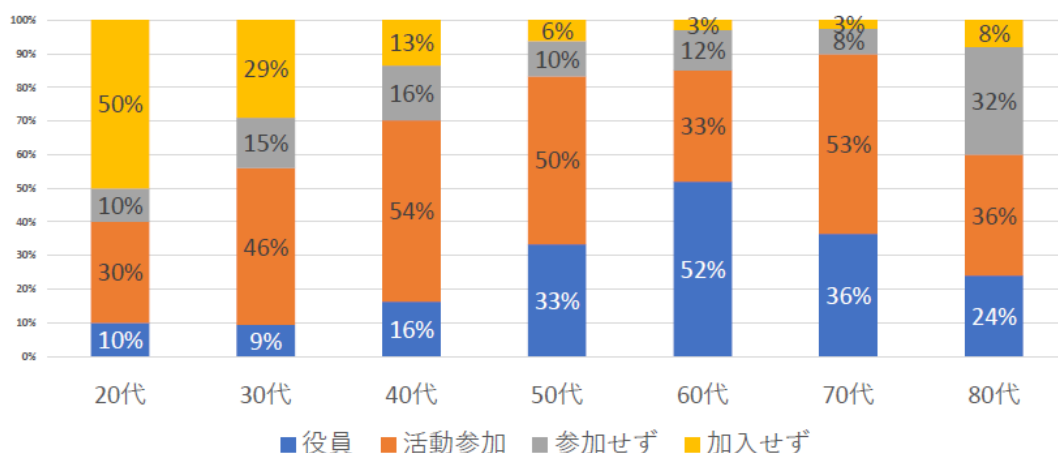
町内会・自治会は情報伝達の担い手として、行政からの情報を二次的に伝える役割をもっている。その町内会・自治会における情報伝達が円滑に行えない状態では、市民に必要な情報が届かない結果となる。

ア 町内会・自治会における情報伝達の現状

本市の町内会・自治会への加入率は平成２６年度の６９．７％から平成３０年度には６７．２％へと低下している。

市民アンケートの年代別町内会参加状況からは、年代によって町内会・自治会への加入・参加状況に違いがあることが分かった。

年代別 町内会参加状況



次のグラフは、市民アンケートの結果のうち、町内会への参加状況によって情報満足度にどのような違いが見られるか、象限グラフで表したものである。

町内会・自治会への参加状況が高いほど（町内会役員⇒町内会活動に参加⇒加入しているが活動に不参加⇒町内会非加入）市からの情報が届いていると認識しており、町内会・自治会が行政情報の伝達に寄与していることが伺える。



アンケートや意見交換会では町内回覧や町内放送設備に関する意見が出された。

町内回覧については、「市からの文書が多い」、「回覧文書の重要度を仕分けしてほしい」、「回覧が回る頃には日程が過ぎてしまったイベント情報等がある」、「広報みはらと内容が重複している」などの意見があった。

これらの点については、町内回覧を所管する地域企画課においても課題として捉えており、回覧文書の仕分けや調整を行っているところである。また、原則、広報みはらに掲載する情報は回覧しない取り扱いとしており、所管部署の努力によって改善されていく部分もあると考えられる。

町内放送設備については、「音声聴き取りづらい」、「地域の実情に合わせた補助制度を検討してほしい」などの意見があった。

イ 解決すべき課題

本市の現状を踏まえた上で、町内会・自治会における情報伝達が円滑に行えていない原因には、次の点が考えられ、これらを解決すべき課題として設定した。

課 題	種 別
町内回覧を負担に感じている	 受け手側 (市民)
町内放送設備の導入・維持に大きな費用がかかる	 手段 媒体

ウ 提案（課題に対する解決策）

次の課題に対する解決策を提案する。

町内回覧を負担に感じている



提案：情報伝達に関する好事例を収集し、紹介する

町内回覧を始めとする町内会・自治会における情報伝達については、各地域で独自に工夫している事例がある。例えば、一目で回覧文書の内容を把握できるように見出しを付けている事例やLINEの機能を活用して情報を伝えている事例などが挙げられる。このような事例を収集し、他の町内会・自治会に参考としてもらうために紹介することで、町内回覧などの伝達効率を向上させることができる。さらに町内会・自治会の負担を軽減する効果も期待できる。

好事例の紹介には、各地域で工夫している事例を把握することが必要となるため、市内の町内会・自治会から事例を収集する手段を検討する必要がある。

【具体的な取り組み】

- 情報伝達で工夫をしている市内の町内会・自治会から好事例を収集する。
- 他自治体の先進事例も参考にする。
- 収集した好事例を各町内会・自治会へ紹介（情報提供）する。

【注意点】

好事例の紹介にあたっては、町内会・自治会ごとに状況が様々（人数、年齢層、活動状況など）であり、全ての事例を“好”事例として参考にできるものではないことから、押し付けにならないように配慮すること。

次の課題に対する解決策を提案する。

町内放送設備の導入・維持に大きな費用がかかる



提案：町内放送設備のあり方を検討するための基礎調査を実施する

町内放送設備には屋外スピーカーや音声告知端末などの種類があり、地域によって整備状況はバラバラとなっている。

町内放送設備を全市的に統一することが、効率化の観点からは望ましいと考えられるが、多額の費用を必要とすることになる。

そのため、町内放送設備の整備を長期的な課題として捉え、解決に向けた検討を行うため、町内放送設備の現状を把握する調査を実施する。

【具体的な取り組み】

○今後の町内放送設備のあり方を検討するために必要な現状を把握する調査を実施する。

4 おわりに

本市の情報伝達に関しては、本年4月に広報戦略課が新設され、市内外への情報発信に注力するなど、積極的な取り組みを行っていることは評価できるところである。しかし、本委員会による調査の結果からは、市からの情報を届けきれていない市民、受け取っていない市民がいるという状況も分かった。

このような状況を改善するため、本提言では、「誰も取り残されない情報伝達」を目指す姿として、本市の情報伝達における課題を洗い出し、その課題に対する解決策を提案した。提案した解決策は、広報みはら、ホームページ、LINE、メール配信システム、町内会・自治会の大きく5つの項目に分けているが、これら一つひとつにだけ目を向けるのではなく、あらゆるチャンネルを用いて「誰も取り残されない情報伝達」を達成することが、本提言の本旨である。

調査を進めていく中では、外国人への情報提供など、問題意識を感じながらも提案として取りまとめられなかった課題もある。また、新型コロナウイルス感染症対策を契機として期待が高まる、ICTの新たな活用方法を情報伝達にどのように取り入れていくのか、という課題も見えてきた。

今回の調査では、市民アンケートや意見交換会を通じて、市民の方から多くのご意見をいただくことができた。ご協力いただいた関係者の皆様には心から感謝を申しあげるとともに、本委員会としては今後も、課題解決に向けた調査・研究に取り組み、市民福祉の向上に努めていきたい。

執行部におかれては、提案した解決策を施策に取り入れることを検討され、情報伝達に関する行政サービスのさらなる発展に努められることを期待し、以上を提言とする。