

## 旭川市広報広聴推進懇談会（令和5年度第2回）会議録

会議の概要	
日時	令和5年12月4日（月）午後6時30分から午後7時40分まで
場所	旭川市総合庁舎7階 会議室7A
出席者 （参加者）	9名 石田一貴，及川晴美，何雨庭，木村萩野，桑野紗耶加，佐々木潔，武市知大，戸沢ゆかり，宮崎祐伍
出席者 （事務局）	3名 （広報広聴課）中屋課長，島主幹 （広報広聴課広報係）小笠原主査
会議の公開・非公開	公開
傍聴者	1名
会議資料	資料1 座席表・名簿 資料2-1 旭川市広報広聴戦略プラン（令和6年度～9年度）（原案） 資料2-2 旭川市広報広聴戦略プラン（令和6年度～令和9年度）」（原案）に対する意見書 資料3-1 デザイン案（パソコン） 資料3-2 ワイヤフレーム（スマートフォン） 資料4 ご意見をいただきたい事項

### 1 開会

### 2 参加者紹介

### 3 配付資料等確認

### 4 議事

#### (1) 進行役選出

進行役就任の希望を確認したところ不在であったため，事務局案として参加者のうち1名を挙げたところ，他の参加者の同意を得たため，当該参加者を進行役として選出した。

#### (2) 旭川市広報広聴戦略プラン（令和6年度～9年度）（原案）について

（進行役）

それでは，議事を進行する。  
この議事に関して，事務局からの説明を願う。

（事務局）

（資料2-1，資料2-2，資料4に基づき説明）

（進行役）

ただいまの説明などを踏まえ，皆様から意見をいただく前に，事務局に対して確認，質問したいことはあるか。

無いとのことのため，皆様から御意見をいただきたい。

（参加者）

予算を入れてもらい，ありがたく思う。

改めて見た中で，戦略として13ページ，14ページに本プランの方向性を掲載している。それに付随して，広報広聴だからこそ出来ることとして，良い意味でのプロパガンダ

的な役割のような、市民の中にそういう意識を植え付けるではないが、そういうことも出来るのではないかというのは少し思っている。

例えばデザインのまちのようなイメージで旭川市が推していきたいのだとすれば、まずあさひばしのデザインは、表紙一つとっても、様々な活躍している人や祭りの子どものたちの写真は朗らかで良いとは思いますが、それがデザインのまちだと思えるかといると、そこは少し違うのかと思う。

デザインのまちをそこで表すかどうかは別問題で検討の余地はあると思うが、一つの例として、すごくシンプルですっきりしたデザインで、写真ではなくロゴなどを入れて格好良くしたときに、旭川はなぜ他の地域で掲載しているような写真がメインの表紙ではないのかという問いに、デザインのまちだからという答えがあれば、確かにデザイン都市であればこれぐらいになるのだなというような、意識付けなどが出来るのかもしれないと思う。

市民や困ってる人に対する観点で言えば、例えば困ってる人が声を上げたいとか、助け合いましょうというような文化を創りたいときに、旭川ってそういう人を助けるのはもう当たり前のことなんですよという感じの文章をつくるだとか、そうした広報をするということも、形として作っていくことも出来ると思う。

そうした良い意味での文化を創っていけるプロパガンダのような役割や弱者に向けた発信について、担当部署がやれば良いという話ではなく、きちんと取り仕切ってやっていくということは広報の部署にしかできないことだと思うため、そうしたものを入れても良いのではないかと考える。

(参加者)

戦略の部分の、情報共有と連携強化について、旭川市だけではなく周りの町と一緒に連携すれば、さらに旭川市のプロモーションが出来ると思っている。

旭川市のメリットを、市外や海外の方に宣伝出来ると思うため、周りの町と一緒に連携すればよりPR出来るものと思う。

(参加者)

推進体制などの部分にある、職員一人ひとりが広報広聴の担い手としてという内容は、非常に大事だと思う。

何か困り事があり、どこに問い合わせれば良いか分からない場合や、偶然話したことが非常に汎用性のある内容である場合があると思うため、やはりこの意識を共有してもらうということと併せて、どこに問い合わせたらいいか分からないというときのためにも、ホームページなどでの発信がとても必要なことだと思う。

この意識を職員ではなく、関わってる私たち全てが思えるように拡散しやすい、共有しやすい形で発信してもらえるとというのが理想だと思う。

(参加者)

基本目標の住み続けたいまちへ、選ばれるまちへ、市民とともにつくるまちへというのは、旭川市民はもちろんだが、外から見ても旅行に行ってみよう、こういうことをしたいというときに、ただの旭川の情報よりも、北海道の旭川ということ、近くにはこういうものがあるから旭川に行こうというように、総合的に考えるような旭川の打ち出しをすれば良いと思う。

また、11ページに記載されている伝わるための配慮不足の部分で、市が発行する印刷物はデザインやフォントに統一感がないという点に対して、素敵なものなのに市が出しているものということが分からないことが多い。

一つデザインを作ってしまう訳ではないが、これがついてると市からのものだということが一目見て分かった方が、今後、皆さんもやりやすいし、私たちも受け取りやすいと思う。

(参加者)

16ページに記載している、必要なアナログとデジタルの連携によるDXについて、今の社会において、何もかもがデジタル化している中で、高齢の方や若い人たちもアナログに頼るときもあるため、大事なのだろうと思う。

デジタル化ができて便利になっていくものはそれでいいが、時にアナログが必要になるときもあり、これはすごく肝になってくると思うため、ぜひ旭川市全体が共通認識として持っていただければいいと考える。

(参加者)

3年ぐらい前に町内会の電子回覧版を作るという話があり、役員会でその話があったが皆が引いてしまったことがある。私は、やるのであれば、ぜひ勉強したいと思うが役員会で引かれると、もう次やりましょうという話が出来ないというのが現状である。具体的には、LINEでLINEグループを作って会議の開催やビールパーティーの中止などがある場合は連絡しようと言ったが進まないような状況である。

何かしたいと思うが、私自身がまずデジタルに詳しくないということもあり、先頭を切ってやっていくということが出来ない。若い方とは、やりましょうという関係に中々ならない。

携帯はただ電話をかけるだけとってる方にとっては、こういう話はもう絶対引いてしまうため、何かしたいと思っているが、現状、難しいところである。

最近、なるべくホームページを開けて色々見るようにしているが、興味のあることは開くが、どういうものがあるか分からない方に見れば、何か分からず話が終わってしまう。プランの内容にはならないと思うが、それが現状かと思う。

(参加者)

広報広聴戦略プランを進めていく上で、先ほどもあったようにロゴのような、誰が見ても旭川市から発行されてるものと分かるようなマークがあれば、市民の方の中にも残ると思うため、そういうものがあれば良いと思う。

(参加者)

2019年からのデザイン創造都市としての旭川市の正しい位置付けを、旭川市民の中でもまだ知らない方が意外と多いと思う。18ページにデザイン思考とデザイン力向上による広報力の強化との記載はあるが、神戸市など幾つか日本の中で認定されている都市の1つであることを、一つの例として、市外の方も含めてだが、まず市民の方に自分たちの市がどういうまちなのかということを理解してもらうための方向性がプランの中でもう少しあっても良いと思う。そうした意識付けを広報広聴の観点からもあれば良いと思う。

また、市民にとって知りたい情報について、1つの例を挙げると、市の財政の状況については、どこの市町村も厳しいが、市独自の税収だけでは成り立っていかないという状況などについて、財政課独自の広報などは行っていると思うが、そうしたものをリンクでもいいため、市民の方々へ周知していくことが出来れば良いと考える。

(参加者)

デザイン創造都市としての旭川について、市民として皆さんが共通した方向で全国や海外に向けて発信していける魅力的なまちを創っていければ良いと皆様の意見を聞いて思ったところである。

### (3) 旭川市ホームページ・トップページリニューアルに係るデザイン（案）について

(進行役)

この議事に関して、事務局からの説明を願う。

(事務局)

(資料3-1, 資料3-2, 資料4に基づき説明)

(進行役)

ただいまの説明などを踏まえ、皆様から意見をいただく前に、事務局に対して確認、質問したいことはあるか。

無いとのことのため、皆様から御意見をいただきたい。

(参加者)

スマホファーストを目的としているが、作業日程の都合上、パソコン版の方を先に作ってしまっているという点がもうスマホファーストではないのではないかと思ひ、若干が意味がよく分からないというところが正直なところである。

前回の話も色々あるが、スマートフォンについては、使い勝手が良いサイトナンバーワンとして1画面に収まっているのが良いというのがあったと思う。1列を無くして3列にしたところだが、恐らくまだまだだというのが感想である。

(参加者)

コンテンツのクリック数はどれが一番多いのか。

(事務局)

コンテンツ毎のクリック数では旭山動物園が1番多い。

その他は、観光情報やイベントがクリック数としては多い。

(参加者)

注目情報や暮らしの場面から探すなどのコンテンツは、上にした方が良いということで現在の位置になっているのか。

(事務局)

その通りである。注目情報は、そのときに注目してほしいというものであり、短い期間で消えてしまうため、クリック数という観点での蓄積は調べていないところだが、情報の新鮮さという部分で上の方に持っていきたいと考えている。

一方で、新鮮さという観点のみではなく、ホームページを使って経常的に調べられているコンテンツとのバランスを加味して、お示した並びの案としている。

(参加者)

了解した。

(参加者)

個人的に旭川市の形が好きであり、これをホームページに載せるのはすごく嬉しい。非常にインパクトがあって、ユニークだと思っている。市民にも旭川市がこのような形であることをあまり知られていなかったりするため、旭川市は1つだが地域によって色々違うという点や、様々なまちと隣接しているところもすごく分かりやすく、これをもっと、出していったら欲しいとずっと思っており、視覚的にもすごく旭川が分かるようなものだと思うため、これをそのまま使って欲しい。

全体的にすっきりして見やすいというのはあるが、若干ユニークさが足りないと感じた。

また、個人的な意見になるが、市のホームページを見る目的は、各種申請をするときや、申請書や問合せ先を見つけたいということがほとんどである。イベントを企画したりするときで、ある場所を使いたいときに、どこに問合せればいいか、どこに申請を出せばいいかを探すことが結構苦勞する。

キーワード検索で出てくるときもあれば、上手く表示されず分からない場合も多い。

暮らしの場面から探すに表示されているカテゴリーは、多くの自治体で同じように分かれていると思う。どのようなカテゴリーにすれば良いかはすぐには分からないが、もう少し探したい内容をすぐ見つけることが出来るようになればありがたいと思う。

商売をされている方や事業者の方も、ホームページを見るときは、申請、問合せ、許可を取るといった目的で利用する方も結構多いと思っているため、そうした人達向けにも、必要な情報が視覚的に、かつ速く辿り着けるようになるとありがたいと思う。

スマートフォンに関しては、最近のトレンドなのか、自治体のホームページとして格好良いのは望ましいが、凝りすぎて非常に重たいページがあり、外でWi-Fiのない状態でスマートフォンで必要な情報を見たいときに、なかなか表示されなかったり、スクロールしても固まってしまうということがしばしばあるため、ページを分けるなり、1つのページが重たくなり過ぎないような工夫して欲しいと思う。

(参加者)

皆さんと同じで素敵だと思う反面、若干華やかさが無いというのが意見である。

そして、市民目線にするのか観光目線にするのかという点である。

例を挙げると、東川町は恐らく観光のまちとして頑張ると掲げているからか、最初に表示されるのは、まちの紹介というものである。そういうものがあると、どのようなまちかすぐ分かるし、その隣に写真の町と表示されていて、こういうまちになってると観光の方も見て楽しめるような、どちらかというとエンターテインメント性のあるホームページになっている。

逆に富良野市では、先に市民の安全や出産経験された方はこちらというように、市民に対してのホームページと大きく分けている。

旭川を見るとどちらを大事にしたいのかというのが若干分かりにくい印象を受けていて、どのようなまちだというのが余り反映されておらず、大事なものを詰め込み過ぎているため、方向性をもう少し定めてもいいのかと思う。

また、赤を基調としているが、グローバル目線で考えたときに、赤色や緑色を色盲の方もきちんと見えるかという点である。緑と赤が合わさると、色が真っ黒になってしまう。その部分に配慮したときに、本当にその色でいいのかという点について、私自身は専門家ではないが、今一度、専門家と協議をしても良いのではないかと考えた。

(参加者)

資料3-1の右上のメニューで開いた先で何が出てくるのか。

(事務局)

くらし、事業者向け、市政情報などグローバルメニューという、押すと次の選択肢が出てくるものが表示される。

(参加者)

そのメニューの部分にイベント情報、トピックスなどをまとめて入れて、もう少し、下までいかないように出来るのかと思う。もしトピックスをそのままトップページの最初の画面に出すのであれば、注目情報のように横のスクロールにまとめられるのではないか。そうすれば縦画面が減るのかと思う。3列にするとか4列にするとかではなく、横スクロールでも見えやすいのかと思う。その部分に何があるかというのは、一目では分からないかもしれないが、目的から探すなどのタイトルを見れば、スクロールで探すことが出来ると思う。

個人的には、せっかく旭川にあさっぴーというキャラクターがいるため、そうしたキャラクターを載せれば、もう少しキャッチーなページが出来るかと思う。

また、前回も言ったが、ホームページの最初の画像の部分で、インスタグラムなどの写真グランプリなどの写真を掲載して、一定期間で回変わるなどした方が開いたときに自分の写真が載っているだとか、開き応えがあるように考える。ページを閉じてまた開いた際に写真が変わっていれば、需要があるかは分からないが、同じ写真が固定されているよりは、季節ごとの写真になったり、観光名所毎に画像が変わった方が面白いと思う。

(参加者)

旭川ゆかりの音楽が流れると良いかと思った。

(参加者)

スマートフォンでの使用を考えた際に、データ容量の都合上、写真や動画を使うと画面が固まってしまうのは自分も経験があるため理解出来る。

一方で、パソコンでの使用を考えると、恐らくW i - F iのある環境だったり、ある程度インターネット環境が整っているところで開くことが想定されるため、1番最初のトップパネルの部分を有効活用して、企業のホームページで採用しているような、旭山動物園や観光情報の画像が自動的に切り替わっていくようにしたり、また、自分で切り替えたいと思えば自分で替えることが出来る機能をもう少し取り入れたり使えたりすれば、スクロールなどの削減に繋がるかと思う。

(参加者)

皆さんの意見を聞いた中で、パソコンについては、確かに画像が一面で変わるというのは面白いと思う。その反面、スマートフォンは重たくならないようにするべきという意見も大事だと思う。

私としては、パソコンの画面で、旭川市の立ち位置として、まず市民に注目情報とか暮らしの場面を出し、次に観光情報を出していくという考えは、この方向性で良いと思う。観光情報の写真がどうなっていくかは分からないが、一面ではないが観光情報を重点的に表示するというのであれば、これはこれで理解出来る。

少し細かい点だが、企業誘致や移住情報というのは、特に対外的な形がすごく重要だと思う。企業誘致について、ラピダスの例のように、千歳や札幌圏の方は栄えつつあるというイメージがあり、道外の方は北海道全体がというように捉えているが、現実としてはなかなか旭川圏、1市8町はまだまだ厳しい。ホームページの中身の話になるが、企業誘致や、移住情報は、トップページより先になると原課かもしれないが、観光やふるさと納税などと同様に力を入れていければ良いと思う。

(参加者)

クリック数や閲覧数が多い旭山動物園について、旭川市と言ったら旭山動物園だよねと道外の方からよく言われる。画面を開いた際に、画面が変わったりするのは私も良いと思うが、旭山動物園の動物達が出れば用事が無くても毎日見る人はいると思う。

私もインスタグラムの旭山動物園の毎日動物を見ているが、暑いときにくたっとしていたり、元気に雪の中で遊んでいる姿など、そうした毎日変わる動物を見たいと思っている人は沢山いると思うため、用事はなくてもまず開いてもらえるためには旭山動物園の動物をもう少し使った方がいいのではと、少しもったいないなと感じている。

#### (4) その他

(進行役)

議事(4)について事務局から何かあるか。

(事務局)

特にありません。

(進行役)

それでは、議事が全て終了したので、事務局にお返す。

## 5 閉会

以上で会議を終了します。本日は、誠にありがとうございました。

以 上