

旭川市広報広聴推進懇談会（令和5年度第1回）会議録

会議の概要	
日時	令和5年9月20日（水）午後6時30分から午後7時50分まで
場所	旭川市総合庁舎2階 議会棟第3委員会室
出席者 （参加者）	6名 石田一貴，及川晴美，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，参加者名簿 資料2 旭川市広報広聴戦略プラン（令和6年度～9年度）（素案） 資料3-1 旭川市ホームページ・トップページリニューアルに係るワイヤーフレーム（案）について 資料3-2 資料3-3～3-5について現在予定している変更点 資料3-3 ワイヤーフレーム（案，パソコン） 資料3-4 ワイヤーフレーム（案，パソコン・右上メニュー展開図） 資料3-5 ワイヤーフレーム（案，スマートフォン） 資料4 ご意見をいただきたい事項 その他 「旭川市広報広聴戦略プラン（令和6年度～令和9年度）」（素案）に対する意見書

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）（素案）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，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。

（参加者）

P.10の課題2 情報発信への意識格差の部分で、「部局間の意識の格差を解消することは、統一された情報発信を実現するためのアプローチとして有効です」の内容について具体的に説明願う。

(事務局)

まず広報広聴課以外に、各部局でもそれぞれSNSアカウントを開設するなどして、情報発信を行っている。しかし、様々な部局があるため、情報発信の意識はばらつきがある。情報発信の意識が高い部局は、発信数も多く、より透明性を高めて、皆さんに発信しているが、あまり積極的な情報発信をしない部局もやはり中にはある。

その点は、なるべく解消して、同じぐらいの高いレベルで、情報発信ができることが望ましいと考えている。それに向かって何をしていく必要があるかということについては、職員一人一人の意識を上げていく必要があるため、情報発信に対する研修などを積極的に行っていくことなどを考えている。

(参加者)

普段、部局間同士で話し合うとか、意見を交換し合うことはないのか。

(事務局)

年に数回だが、このプランに基づいて庁内推進会議というものを開催しており、広報広聴課が事務局となり、情報共有やそうした話をする場を設けている。

(参加者)

そうした場を持って情報発信の意識にばらつきが生じるのはなぜか。

(事務局)

それがやはり課題であり、中には縦割りの部分があるため、それぞれの部局ごとに意識の統一がされてない部分があるように考えられる。

情報発信だけに限らない話だが、大きな組織であるため、どうしてもそうしたことが課題として発生してくるものとする。

(参加者)

P.6以降の旭川市民アンケートは、P.5の市民アンケート調査の項目に記載しているとおり、3,000人に対し行ったものの結果か。

(事務局)

そのとおり。令和5年度に調査を実施し、まだ結果の発表前ではあるが、その数字を取り入れて2年前と比べているというものである。

(参加者)

P.6のグラフの中で、無回答が0.4%や0.5%と記載されているが、この3,000人の0.4%ということか。

(事務局)

3,000人に対して回答があったのが、約1,500人で、その1,500人の中の無回答が0.4%ということである。

(参加者)

回答があった約1,500人の年齢層などは分かるのか。

(事務局)

ここでは年齢層までは出していないが、アンケートの最終的な報告書の中には出てくる。

(参加者)

アンケートの質問の中に、市政情報をどの媒体で得ているかというものはあったか。

(事務局)

この場では定かではない。申し訳ない。

(進行役)

他に質問等はないため、事務局への質問、確認は終わりとし、皆様から御意見をいただきたい。

(参加者)

この資料の中に、予算や、その辺りの情報があったらよりいいと思う。

デジタルマーケティングにしても、今回のホームページの改修にしても、何かイベントや未来会議などをするにしても、いろいろなお金が必要だと思う。その辺りの予算がそれぞれどれくらいかかっているのか、恐らく、一般市民が思ってるよりかかっているだろうと思うため、逆に広報、広聴活動を行うのに、これだけの費用がかかるというところが見えた方がいいと考えるのが一つである。

また、広報活動については、様々な媒体を使って、きめ細かく行うという説明があり、実際に少しずつ結果も出ているだろうという推測もされているというところであるが、広聴活動の部分の割合がまだ少なく、足りてないと感じる。

最初の方にも記載があるが、やはりスマートフォンの普及等により様々な情報の取得手段が多様化している。取得手段と同時に、市民の発信手段も多様化しているため、スマートフォンになったことによって、ただパソコンの画面が小さくなっただけではなく、よりリアルタイムで、または、すぐにコミュニケーションがとれる、あるいは、市民同士のプラットフォームみたいなものを作ることになるのかもしれないが、そうした、ただデジタル化したとかパソコンをスマートフォンにも対応しましたということだけではなく、きちんと体験部分のようなどころも含めて考慮して、考えていけるといいと考えた。

(参加者)

P. 6で、愛着や親しみを感じている人が77.4%と、都会の感覚からするとすごい数字だと驚いた。すごく愛着感があるのだなと思ったところである。

P. 10の職員の情報発信への意識格差の部分で、できるだけ統一することは重要だと思う。一つの方法として、ホームページでは各部局がそれぞれ担当するページがあると思うが、様式やある程度のフォームを、例えば広報広聴課で一定程度決めたりとか、デザインやより重要なところをどのように伝えるかという点についての記載や見せ方に統一感を持たせればより見やすいものになるのではないかと考える。具体的な内容は各部局でないといけないところはあると思うが、ホームページについてはその見せ方を含めた進め方が必要かと思う。

また、P. 8で、広報誌やパンフレット、いわゆる紙媒体も情報提供で今後力を入れて欲しいという結果や、昨今の状況でホームページやSNSのどちらも重視して欲しいという結果がある。P. 15の印刷物の削減というところで、まさに、アナログとデジタルの連携という中で、印刷にかかる経費の削減ということを考えた場合、デジタル媒体をより重視するとともに、その必要なアナログをどう考えるか。紙媒体はなくさないが、より重要な情報に特化して行って印刷に要する経費、費用の削減などの工夫が必要だと考える。

市の財政状況については、全国同じだが厳しい状況だということは聞いているため、その中で、内容面でより重要なものに特化するなどでの経費削減、例えばページ数の問題などで工夫していくのも一つだと思う。

(参加者)

P. 6以降のアンケート調査が、対象である3,000人に対して、回答している半数の約1,500人についてはいわゆる真面目な人たちだと考えられ、そういう人達が求めているものの結果ということと考える。P. 7の広報誌の閲読率86%については、アンケートも積極的にきちんと回答してくれるような方が広報誌を読んでもというデータでしかないため、若者の回答は恐らく票数としては少ないと思う。郵送で送られてきて若者が答えるというのが正直私は、多分してないと勝手に思っているため、このデータは恐らく親世代とか、高齢者の方寄りのデータと考えられる。そのように考えると広報誌を86%も読んでもる方が

いて、P.8の市政情報の提供について広報誌に力を入れてほしいというデータが高くなるのは納得である。若者が市政情報に関心を持ってるかと問われたら、持ってる人の方が恐らく少ないと思うため、やはり高齢者や親世代の方が情報を得るという意味では、紙媒体の方がやはり見やすいものになってきていると思うので、そこにも力入れつつ、SNSも若者に関心を持っていただくという面でもやはり強化をしていくべきだと思う。そこは両立して頑張っていかなければならないとこだと思う。

P.21の指標と目標値について、SNSを使ってる人のイメージは若者だが、この前、Xを見ていたら、Xが有料化されるという話が出ていて、それを考えたらこの3万人のフォロワーの増加が厳しいデータになってくる。

今の大学生世代でようやくTwitterを使用している世代で、これより下の世代となるとTwitterを使っている人は少ない。TikTokとか、Threadsのような新しいSNSが出来たりして、そういうもので情報発信や情報を得ているのかと思うため、やはりX、LINE、Facebookは、今の若者が情報を得るSNSとしては少し違ってきているような感じがしている。それよりは、やはりInstagramや、TikTokで情報を得るというのは少し違和感があるかもしれないが、そういうものの方が若者は見ていると思うため、若者に見てほしいというのであればそちらを頑張った方がいいと思う。

(参加者)

あまりSNSとかは分からないため、この会議に来る前に40代のお母さんと話をしたら、旭川市のホームページでは、開けたくなるスタートの画面があると、また次も、取りあえずまず開きたくなるっていうお話をしていた。その方はスマホで様々な情報を見ているのだと思うが、そうした意見も言われてたので、私の意見ではないが、せっかく身近な意見だったためそれをお伝えする。

(参加者)

最初に説明があった三つの目標のうち、伝えるから伝わるという点に焦点を当てた話になるが、SNSについていろいろな意見が出てきているが、私もXはまだアプリとして1回も使ったことがない一方で、Instagramは非常に使っていたりする。Xは割と文章が多いイメージがあり、文章となると読んで気になるかどうかという流れがあると思うが、TikTokやInstagramは見た瞬間、感覚的に内容が伝わってくるというのがあり、本当に印象に残るようなサイトだったら、また開こうと思う。

感覚的に内容が伝わるようにしたいというところが三つ目の目標から非常に伝わってくる。それを意識して、紙媒体かデジタル媒体のどちらか一方にすることは絶対難しいと考えるし、紙媒体やデジタル媒体で使う側のニーズも絶対違うと思う。

全く違う情報を載せる訳にはいかないだろうが、共通の情報は共通の情報で載せて、紙媒体は家庭にいる時間が多い人、高齢者の方が必要な情報としたり、すごいスピードで流れてくるSNSについては、文章で説明するよりも感覚的に、例えば次の祭りはこんな感じとか、催しものについてのイラストなど、そうしたもので、イメージとして頭に残すような感じで進めた方がいいのではと感じた。

(進行役)

9月末まで、意見を受け付けるということであり、それまでに意見があれば、参加者の皆様から、事務局に直接提出願う。

(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ワイヤーフレーム（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3-1～3-5, 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。

(参加者)

新しいレイアウトを作るに当たり、現在の旭川市のホームページのアクセス数を確認したのか。

(事務局)

各ページのアクセス数については事前に確認しており、例えば1年間の中で、恒常的にアクセス数が多いコンテンツについて調べたりしている。多かったものが例えばイベントカレンダーやごみの捨て方、あとは旭山動物園などである。そうしたものについては、既存のものにないコンテンツだった場合は追加している。

(参加者)

アクセスについて、数だけではなく、誰が見ているかや、市内、市外の人がどれぐらいの割合で見ているかなど、その辺りも分析して作っているということか。そして、これをつくられた経緯について、ホームページ制作会社がそれらを踏まえて上げてきたのか、又は、職員が考えて、自分たちで話し合っ作られたのか。

(事務局)

アクセス数以外について把握できるシステムではなく、閲覧した人の属性については、例えば男女とか、地域別といったものについて加味していない。

現システムはアクセス数がページごとに出るが、それを基本的に重視している。

そしてワイヤーフレームの作成に係る経緯については、そうしたアクセス数、これまで行った調査による意見などをベースにまずコンテンツを一覧として作り、それをホームページリニューアル業務を委託する事業者に渡して、このワイヤーフレームが出てきている。配布している資料については第2稿であり、既に第1稿に対して、私どもから修正してほしい点を伝えてブラッシュアップしたものである。ブラッシュアップする際には、今年度から旭川市のCDP、デザインプロデューサーに就任していただいている方の意見も踏まえて、進めている。

(参加者)

資料3-5は、何のボタンも押さないで、スマートフォンでホームページ開いたときに上から下に流れるものが、記載されている全部ということか。

(事務局)

そのとおりである。

(進行役)

他に質問等はないため、事務局への質問、確認は終わりとし、皆様から御意見をいただきたい。

(参加者)

市のウェブサイト、ホームページとはどういうものなのかと考えたときに、市民が役所のホームページを見に行くことは普段それほどではないかと思う。何か用事があるときや、困ったことがあるときなどに見に行くということから考えると、市民があまりホームページを見ないほうが良い街なのではないかという結論に今至っている。

そのため、閲覧数、観光情報とかは見てくれた方がいかもしれないが、市民がそれほどたくさん見てくれると嬉しいというのは、もしかしたら違うのかもしれないということが、一つ思ったところである。

その上で、しかし、やはり見やすいものにしていき、市外や外国の人にはもちろん見てほしいというのがあると思うため、その人たちが見やすいものとは何かと考えたときに、このスマホファーストを軸として、コンテンツをまず旭川市で組み上げて制作会社が制作という説明だった。今とどこがどう変わっているのかあまり分からないというか、これで何か格好良くなって、アクセス数が伸びるとかということもあまりイメージが出来ない。そして、もともとがそこまで使いにく過ぎたのかという、多分そうでもないのだろうと思う。スマホで少し使いにくいかもしれないぐらいで、もともと30点ぐらいだったものが80点になるならやっただけいいと思うが、多分既に70点ぐらいはあり、それが80点ぐらいになるというぐらいのイメージかとこれを見たときに正直な感想として思った。

また、スマホのワイヤーフレームを見たときに、質問にもあったが、ずらっと何も押さずに、余りにも長過ぎると思う。削れるところは沢山あると思っていて、例えば、目的から探すのところでアイコンがあって説明文が入ると書いてあるが、説明文は不要だと考える。前回の懇談会でも意見があったが、アイコン、ピクトグラム、写真を活用して、文字リンクを削除というものもあるため、お役立ち情報の説明文も全部なくていいと考える。

恐らく、妊娠・出産のピクトグラムの下の説明文で書き切れるほどのものがないというか、書くとしても、お子様が生まれた方はこちら、程度だと思うため、そうであればアイコンで十分だと思う。

注目情報の部分の縦型のお知らせバナーについて、イメージしたときに、役所の職員の方が作るバナーは、結局、文字情報ばかりというか、パワーポイントで頑張って作っているんだろうなという、いわゆるお役所っぽいスライドになってしまい、それがここにどんどん出てくるのは、あまりよろしくないと思う。イベントのポスターみたいなものであればいいと思うが、ここに載せるものは、デザイン的にもしっかりと作ったもののほうがいいと考える。

そして、目的から探すの部分について、8個あるが、これはほぼ市民向けのものだと思うが、これ以外にごみ、税金など、その辺りの情報も恐らく必要になるかと思う。

あさひばしの部分は、最新号を見る、バックナンバーなどがあるが、これらは不要だと思う。削れるものは削って、あさひばしの情報はここにあるということが分かれば良いと思うので、その画像が1枚あって、バックナンバーを見たい人は、その先のページの話だと思うので、ここではいちいち示さなくてもいいと考える。

これは個人的なところだが、最後の有料広告欄、という表記についてである。今もそのままだと思うが、せっかくスポンサーさんがついてもらって、お金を払って企業さんがやってくれているので、何かこの書き方は寂しいと思っていて、この有料広告欄でお金を払っていている企業がいるから、私たちはホームページを見ることができているということになると思うため、もちろん基本的には税金とかも使われていると思うが、こういうスポンサーさんがいてくれるから、このウェブサイトを私たちが見れているというところであり、広告を出してくれている企業さんを応援するという意味でも、表現の仕方を変えてあげてもいいと思ったところである。このウェブサイトの運用は、企業様のおかげで成り立っていますいつもありがとうございますのようなことぐらい書いてあげると、広告を出したいという企業も増えるかもしれないというのが、余談というか個人的に感じた。

ウェブサイト自体の話ではないが、スマホという部分で、様々な電子的な手続とか決済というところは、今はなかなか難しいかもしれないが、恐らく数年後にはどんどん出てくると思うため、それにも対応するという点で見越して作っていくという考えも持つていく必要があると思っている。

(参加者)

私は市のホームページをパソコンでしか見たことがないため、あまり詳しいことは言えないが、スマホファーストの観点で考えるというところは、理解出来た。

まずパソコンのサイトを、画面で重視するということは、今よりはとてよくなると思う。

さらに、先ほど誰が見るのかという観点で、市外の人が見る場合を考えても、例えばふるさと納税の観点から、かなり画像を多くするというのであれば、それはそれで一つの考え方ではないかと思う。

スマホについては、確かに1面の段階で見の中では、細かい記載は、私も不要だと考える。そこをクリックした後で説明が入ればいいというのは、話を聞いてて、私もそう思った。

資料3-4について、市民目線でいけばこの順番になるのかと思う。暮らしなどを重視するというのは理解できる。個人的には1番右側の市政情報が重要なかと思っている。ただし、市民目線であれば、このような形なのかもしれない。まずは、スマホで見やすいというところや、パソコンの場合もトップ画面を刷新するというのを全面的に出せばいいと思う。

スマホ、ホームページ両方とも将来的目線で作成すべきだという点で私も同じく考えるところである。

(参加者)

資料3-5のスマホのワイヤフレームについて、今の旭川市のホームページと比べてが、それより長くなっているのではないかと感じた。資料3-1にページの表現範囲を横に広げてほしいと書いてあるのに、縦に伸びてしまったら下にスライドしなければならず、さらに字数も増えてとなればどんどん見づらくなっていく。

ハンバーガーボタンなどまとめることができるアイコンや、注目情報のように、横にスライドできるものを、もう少し有効活用したらもっとまとめられるのではないかと思う。

先ほど言ったとおり、やはり検索してこの情報が見れるというのでもっとまとめられるのではないかと思うので、そうしたものをもっと有効活用したほうがいいのか、そうすればスマホの画面も見やすくなるのではないかと思った。

いいデータなのか分からないが、ホームページの見やすさランキングを検索して出てきたページを見たところ、あるページでは北海道で1位とされているのが訓子府町と出てきた。訓子府町のホームページを見ると分かるが、上にも下にもスライドもなく、写真だけが表示されていて、あとはもう全部検索するという斬新なページだなと感じた。

他の都道府県のページを見ても、その評価基準の中にキャラクターが入ってて、見やすさや色合いがいいということであった。やはり文字数が多いというのは、どうしても減点対象で、そのランキングで上位に入ろうと思う訳ではないが、旭川市のホームページについては、現状だとやはり見づらいという評価になるのではないかと思う。

そのため、この資料3-3について私が思うのは、1ページ目の目的から探すのところより上だけの画面で何とかするのはないかと思っていて、横スライドとハンバーガーボタンだけで、スマホも同じぐらいの画面にまとめて、あとはキャラクターという部分ではあさっぴーやゆっきりんがいる。

私が思ったのは、先ほどの市のアンケート調査で、よくホームページを見られる方という項目を作り、よく見られる方を対象にアンケートをとり、どのサイトをよく見ますかというような調査をするのがいいのでは。今の旭川のページを見ると、熊の出没情報やごみの分別情報がやはり上位の検索になっていた。そうであれば、今度はアンケートで男女比が分かると思うため、例えば男性がよく検索されるのはこちらとして、あさっぴーを表示させて、女性が検索されるにはゆっきりんを表示させることができると思う。そうしたボタンを作るとやはり押し甲斐があると思う。

そして、画像を入れるのであれば、せっかく Instagram で1週間に1回評価をしているのであれば、それを例えば2か月に1回ペースで、月に4枚ぐらいだとすれば、2か月で8枚ぐらいで、金賞とかを選んでそれがホームページに写真が載るということをしていれば、少なからず評価されたその8人は、自分の写真がどうなったかなと見に行くだろうし、そうした動きになっていった方が面白い。そして、その画像を検索したらその場所のデータが見れるなど、せっかくいろんなことやってるのであればそれを含めて、ホームページの1画面だけを見るのではなく、どんどん見たくするようにするためにも、もっと凝縮していいと思う。

(参加者)

他の参加者の意見について、そのとおりだと思って聞いていた。ホームページを見るということは困っているから見るのだということ。それなら多く検索しない方がいいということで、確かになるべくホームページを開かないで過ごせるのがいいということに同感した。ボタンのことなどはちょっと分からないため、以上とする。

(参加者)

他の方が話しているように簡潔な方がいいなということ、訓子府町のホームページのように、スクロールをたくさんしない方が、選択肢がそこしかないのも、逆に本当に使いやすいのだろうなというのが感覚としてあった。

そして、トップページの話より以前に、ホームページを見るときに、その目的や何か知りたいと思い、例えば施設利用で図書館の開館日、休館日を調べたり、私は体育館の開館日や、使用の可否を調べたいときに、ホームページから辿っていくというより、グーグルなどの検索エンジンで体育館の名前と時間を調べたら、トップページが出てくるよりも先に、検索結果で1番最初に出てきて、直接そのページに繋がる。旭川市トップページと調べて、トップページを出してから辿っていくというより、検索エンジンにキーワードを入力して、市役所のトップページから入れるであろうページにすぐ行くという方が、恐らくアクセス数の大部分を占めているのではないかと思う。

トップページに関しては、皆さんが述べた意見を取り入れて文字をなるべく簡潔にした方がいいと思う。逆に、グーグルなどの検索エンジンに頼って、そのサイトを開いたときに必要な情報が、直接出てくるようにした方が、見やすく、簡単に、クリアに情報が入るためいいと思う。

(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、事務局にお返しする。

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