

旭川市市民参加推進会議（令和6年度第3回）会議録

日 時 令和6年10月15日（火） 午後6時30分～午後8時30分

場 所 旭川市総合庁舎7階 大会議室B

出席者 委員11人
鹿又委員，後藤委員，小松委員，椎名委員，杉山委員，田古嶋委員，谷委員，中込委員，
長谷川委員，福屋委員，山本委員（50音順）
事務局4人
片岡部長，松山課長，青木補佐，朝日主査

傍聴者 なし

資 料

資料17	課題解決検討シート
資料17-2	課題解決検討シート（第2回会議まとめ）
資料18	公募委員募集の周知方法・ルール
資料18-2	公募チラシ（旭川市市民参加推進会議）
資料18-3	公募チラシ（旭川市雪対策審議会）
資料19	課題解決検討シート（市民参加の周知）
資料19-2	北広島市の市民参加周知チラシ（ポスター）（案）

I 開会

委員の11人が出席したため，条例第19条の規定により会議の成立を報告した。

II 議事

1 SNSの掲載について

<会長>

「SNSの掲載について」事務局から説明をお願いします。

<事務局>

資料17-2を説明

<会長>

資料17の3～5，SNS掲載による効果を意見交流する。では，グループに分かれて，意見交流をはじめる。

《意見交流》

<会長>

意見交流した内容について，1グループの発表をお願いします。

<委員>

SNS掲載の懸念事項として，少しオーバーかもしれないが，その人のスケジュールや情報が第三者に伝わってしまう危険性があげられる。主観で文章を伝えてしまうと，思わぬところで誤解につながる可能性が心配である。

SNS 掲載による効果としては、会議の雰囲気が伝わりやすいことや、参加者の服装や髪型などで自分もこの人たちの中で参加してみたいというイメージに繋がること。会議資料の検討シートも、学校みたいで面白そうだと若者が興味を持つ可能性がある。

<会長>

2 グループの発表をお願いします。

<委員>

懸念事項に対する解決策として、所管課の SNS 掲載内容を転用することが基本だと思う。

主に写真で雰囲気が伝わるようにする。また、写真そのものに直接文字や文章を入れて、コメントを使用しないようにすることもよいのではないかな。

所管課が管理しきれない部分も出てくるため、ルールを厳格化することが必要だと考える。

<会長>

3 グループの発表をお願いします。

<委員>

正確な内容が伝わるために、文字数を決めてしっかりと結論を発信することが大事である。文字数が多すぎると読むことに疲れてしまい、結局どんな内容であったのか疑問を覚えてしまう。

投稿写真が悪用されないために、写真の掲載をしてもよいかをしっかりと確認する。写真内に透かした文字などを入れ、写真の無断使用ができないように設定する。

また、その他懸念事項として、コメント欄での荒らし行為が考えられるが、誰もコメントを入れられないような設定をすることが必要だと思う。

SNS 掲載による効果は、タイムリーに発信ができるという部分と、視覚に直接訴えることができることである。また、スマートフォンで手軽に発信もでき、何回も内容を確認できることがメリットである。

2 市民参加の周知について

<会長>

議事 2 「市民参加の周知について」事務局から説明をお願いします。

<事務局>

資料 18, 18-2, 18-3, 19, 19-2 を説明

<会長>

資料 19 の 1 ページ、周知方法について、意見交流する。では、グループに分かれて、意見交流をはじめる。

《意見交流》

<会長>

意見交流した内容について、今回は2グループから発表をお願いします。

<委員>

公募チラシは、カラー印刷など目を引くような内容が関心を持ちやすいため、色彩を意識したような内容がよいと思う。

申込方法について、スムーズに応募ができないという課題がある。旭川市の電子申請フォームを使用できるようにしてみてもどうか。

ホームページは文字ばかりで、どうしても見づらいため、最初から公募チラシの画像を見られるようにし、チラシ画像をクリックすることで内容につながるような工夫があるとよいと思う。

広報誌も、QRコードから公募チラシの画像に移動するようにし、そこからクリックして内容が出てくるような動線を作っていけば、気軽に見やすく理解しやすいと思う。

また、広報誌内で報酬の掲載がないことは勿体ない。ボランティアではなく、仕事であるということが伝わると、やる気や前向きな姿勢につながると思う。

デジタルサイネージは、時間制限があり短いため、スライドを複数に分けて、ショートムービーのように作成する。内容は、公募委員募集ではなく、市民参加についての周知を重点的に掲載する。しっかり見てもらいたいため、冒頭のところで「注目！」のように音声を活用すればよいと思う。

<会長>

次は3グループの発表をお願いします。

<委員>

公募チラシは、デザインやカラーが大きく影響していて、視覚で訴えたと皆が選ぶ可能性が高いと思った。また、字の大きい方が年配の方にも見やすいということと、余白があること、やさしいフォントを使うことがよいと思う。

待っている人がチラシを見る可能性が多いと思うが、金融機関にあるように座っている人のすぐ横や、手が届くところを意識して配置することも必要だと思った。

ターゲットは市役所を利用する人がメインになると思うが、例えば子育て世代の人であれば、その世代の人がメインに取りやすい課や施設に配置するなど、配置場所によってターゲットも絞られてくると考える。

広報誌は、少ない情報量の中で報酬を入れた方がよいと思う。つまり、掲載する情報を少し見直す必要があるということ。内容は難しい行政的な言葉を並べるより、市民がわかりやすい簡単な言葉を入れた方がきっかけとして有効だと思う。

ホームページは、若者向きで高齢者には少し難しいと思う。

デジタルサイネージは、時間制限があるため、QRコードを入れてはどうか。担当課の内容まで聞き取るのが難しいと思われるため、市政情報コーナーに誘導する内容にすればよいと思う。

<会長>

最後に1グループの発表をお願いします。

<委員>

公募チラシのターゲットは、一般市民であるが、QRコードを入れた方がよいのではないか。

そして、参加者の声も入れると効果的だと思う。

市民広報とホームページは、SNS からホームページに移動するように工夫をすることで興味を持ってもらえる。その中に参加者の声も合わせて入れたらよいと思う。ターゲットは10～20代の若年層になる。

デジタルサイネージは、13秒～15秒のなかでインパクトのある内容を工夫して考えていかなければいけないと思った。

Ⅲ 閉会

<会長>

本日の審議は終了とする。