

# 和地ひとみレポート No.253

東大和市議会平成29年第3回定例会 一般質問 “広報について”  
色々となんかに行っているが・・・  
『作って終わり』でなく戦略的な取り組みにすべき



## ■第3回市議会定例会 一般質問

…平成29年第3回市議会定例会で、私は以下のテーマについて一般質問で取り上げました。

### ■コミュニティバスを含む地域交通について ※このテーマについてはNo.252に掲載

- ① 地域交通に対する市行政の責任と考え方について  
⇒地域交通の実現に対する市行政の責任の根拠は。  
⇒東大和市の地域交通に関する基本的な考え方は。
- ② ちょこバスについて。  
⇒導入の経緯は。導入に当たって市民ニーズをどのように把握し、事業に反映させたのか。  
⇒導入後の課題について。見込みと実態との乖離などはあるか。
- ③ 地域交通への市の事業費の妥当性についての市の考え方とその根拠について。
- ④ 現状の課題と今後の対応について。

### ■広報について

- ① 現在ある市の広報媒体について。  
⇒各媒体の役割と位置づけと、相互の関連性は。
- ② 現在、進めている市のブランド・プロモーションについて。  
⇒広報との関係は。  
⇒今後の進め方について具体的な方法等について。
- ③ 認識している課題と今後の対応について。

…私は、これまでも市の広報について何度か一般質問で取り上げてきました。そのたびに、市は『広報の重要性を強く認識している』と答弁しており、実際、市報やホームページなどでは工夫や改善も見られます。しかし、いかんせん“東大和市としての広報”という一体感や統一感については、いまだに伝わってこない状況です。さらに、一昨年、市はスマートフォン向けの情報アプリも開発。スタート時には市は新たな取り組みとして話題にしていたのですが、現在は、その活用や効果について、まったく耳にしない状況です。…また、市は今年度より、主に市外の方に向けてブランド・プロモーションも本格的に展開するという中、その費用対効果も含め、名実ともに縦割りではない広報、受け手側に立った広報というものが、今まで以上に必要になってきていると思います、再度このテーマについて取り上げさせていただきます。

## ■増えた市の広報媒体の位置づけは

…以前は、市の広報媒体と言えば「市報」でしたが、その後、市のホームページが登場するなど、市の情報提供手段は多様化しています。今現在の市の広報媒体の種類と位置づけについて確認したところ、市長からは「現在、市では市報や公民館だよりなどの定期的に発行する紙面や、公式ホームページ、ツイッター、フェイスブック、スマートフォン用アプリケーションなどの電子媒体のほか、郵送や掲示するチラシやお知らせ等の媒体を活用し、市民の皆様様に情報提供を行っている。いずれの媒体に関しても、行政の透明性を確保するとともに、市民の皆様とともに歩む市政運営を目指す上で、市政情報の共有化に関し、大変重要な役割を担っているものと認識している。なお、各媒体の位置づけとしては、お伝えする情報の種類や重要性、緊急性、情報量、情報をお伝えしたい対象者などに応じて活用する広報媒体を選択している。また、各広報媒体の相互の関連性については、現在、市では市報と公式ホームページにおいては広く対象者を捉えて行政情報を提供している。また、緊急性の高い情報等については、同時に複数の媒体を活用して情報提供を行うことや、1つの媒体でお伝えする複数の情報のうち、重要性の高い情報を別の媒体で重ねて情報提供するなど、広報媒体を限定的に捉えず、より効果的な活用を図るよう努めている。」との答弁がありました。…様々な紙媒体での情報提供や市のホームページでの情報提供については、従来の「市の広報」の役割やイメージのままですが、ツイッターやフェイスブックといった即時性に特化したものや、登録者に直接情報を届けるメールマガジン等の位置づけ、使用目的などについては、具体的にどのように考えているのでしょうか。これについての答弁は「ツイッター、フェイスブック、メールマガジン、の意義は、インターネット環境を利用した即時性のある広報媒体であるため、災害情報等、緊急性のある情報、あるいは不特定多数の方に御参加いただきたいイベント情報等、また新たな事業を紹介する際に活用している。公式ホームページに関しては、情報をお伝えしたい方に能動的に見に来ていただくといった必要がある一方で、ツイッター、フェイスブックに関しては、希望される方に直接市からお伝えしたい情報を届けることができる。あるいは利用者間での情報の拡散性もあるので、より発信力の強い媒体であると認識して活用している。また、メールマガジンに関しては、現在4つの種別で月に1回、定期的に配信している。(裏面に続く)

メールマガジン配信の登録時に、利用者の方に配信する情報の種別を選んでいただく形になっているので、利用者が求める情報をより効果的に届けられる媒体ということで活用している。」との答弁でした。

## ■スマートフォンアプリ “東大和スタイル”

…今、東大和市では、スマートフォン用のアプリケーション（以下、アプリ）を2つ開発しています。一つは“ごみ分別アプリ”で、自分の住んでいる地域を登録すると、ごみ収集スケジュールが確認できるほか、台風などの影響のゴミ収集についてなどの情報提供、ごみの分別方法や出し方など、ごみに関連した便利な情報が確認できるものです。このアプリについては、私のところにも「とても便利だ」という声が多数入ってきています。

…一方、“東大和スタイル”というアプリは、平成27年度に国の「地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金（地域創生先行型）」を活用して427万円をかけて開発したものです。当初は観光情報アプリということでしたが、完成した物は「子育てと観光情報のアプリ」となりました。このテーマの関連性も曖昧なため、活用や効果については耳にしないこのアプリの位置づけについて確認すると「このアプリは、情報の種類を子育てと観光の情報に特化して、健康課と産業振興課の両課が直接所管している。特に子育てアプリでは、定期健診や予防接種などの重要性の高い情報については、アプリのプロフィールに登録された固有の情報により、対象者を限定して情報発信することができる機能もある。“東大和スタイル”には、アプリの特色を生かしたトーク機能等を盛り込んでおり、利用者と市、そしてあるいは利用者間の双方向でやりとりができるよう、コミュニケーションツール、いわゆるコミュニティ媒体として位置づけている。」との答弁でした。

## ■1年半余りたっても利用は一桁

…この“東大和スタイル”を見ると、東大和市についてクイズ形式で知る“東大和検定”や市が観光スポットとしている場所等の観光情報、また、子育ての情報などが掲載されていますが、閲覧すると「欲張りすぎて、よくわからない」「情報が更新されていない」と感じます。また、前述の答弁にあった「コミュニケーションツール」の“トーク”というメニューは、利用者が自由に情報を掲載できるものですが、例えば「子連れランチ」というところには2件、「おむつはずし」というところには1件しか投稿がありません。この点についての市の認識を確認したところ“トーク”は一般的な掲示板機能と同様で、目的別にコミュニティとして搭載したものだ。公開の範囲はダウンロードをされたユーザー全員となっている。PRが不足しているためなのか、またユーザーのニーズにマッチしていない部分があるためか、十分に分析はできていないが、全ての機能が想定どおりに活用に至っているとは言えない状況だ。“トーク機能”も含め、“東大和スタイル”にはさまざまな機能を搭載しているため、公開から約

1年半経過する中では、PRに関する工夫や搭載機能の活用度に関する調査等も行いながら、アプリの内容が充実したものとなるよう検討していきたい。」との答弁でした。

…また、このアプリのアクセス数について市は平成31年までの5年間で10万回という目標を設定しています。単純に平均すれば、1年間に2万回のアクセス＝利用されることが必要です。そこで、今までのアクセス数について確認。答弁では1年間の実績が7,320回で、目標には程遠いとの認識が示されました。

## ■“流行り？だから”ではなく“必要だから”に

…以前、このレポートでもお伝えしたように、市は今年度、ブランド・プロモーションに取り掛かり、キャッチコピー「東京 ゆったり日和東大和」を決定。その後、ロゴマークについては3案を出し、市民投票で決定し、この秋には発表される予定です。東大和市には観光キャラクターの『うまべえ』もありますが、ブランド・プロモーションのロゴとの住み分けや戦略的な使用方法などがあってこそ、これらの取り組みの効果が出ると考えます。

…市長答弁では、ブランド・プロモーションと広報では、その目的と対象者が違うという認識が示されましたが、市は、このプロモーションで定住人口と転入人口を増やすことを目的にしています。この目的達成のためには実際に住んでいる市民のロコミも重要。よって、市と市民が共通のイメージを持つことがキーになり、その醸成のためにも市の広報に一貫性を持たせることは必要です。

…昨今の地方分権、自治体間競争の流れにより、今、東大和市が取り組んでいる“観光アプリ”や“シティ・プロモーション（東大和市ではブランド・プロモーションとしている）”は、一種の流行のようになっています。東大和市も国の交付金等を活用して遅れを取るまいと、このような取り組みを進めていますが、現状を考えると、取り組む前に、目的や効果を良く考えたのか？と首をかしげたくになります。特に、観光アプリについては、完成したら終了ではないにも関わらず、完成後は活用されていない状況で、『流行だからやっただけ』ということが透けて見えるようにも思います。

…職員数を削減している中、従来業務以外にも取り組むことが増えて大変な状況と市は説明することがありますが、そのような状況の中、アプリなどの取り組みをお金と時間をかけてやるのなら、目的を明確にして効果を出していくべきです。

…大きな意味での今後の広報についての組織的戦略があるかどうかについては「様々な市からの発信についてどう使い分けるかということも、今は担当課に任せている状況。今後は大きな方針を作る必要があると思っています。」との答弁でした。

…市が目標としている人口減少を食い止めるという意味でも、市の広報活動の意味、役割は変化しています。今後は、各担当部課でバラバラに取り組みず、大きな方針のもとで良い取り組みをしてほしいと要望しまし



東大和市 市議会議員  
和地 ひとみ

市政、議会について「自然体」「ざっくばらん」にレポート。駅前配布するレポートは毎回、最新号です。  
「私たちの身近にある市政、市議会。伝えることがスタートだと思います。」

■ 連絡先 和地 ひとみ事務所 HP : <http://www.wachi1103.jp>  
✉ [wachi\\_hitomi@cocoa.ocn.ne.jp](mailto:wachi_hitomi@cocoa.ocn.ne.jp) 【電話・FAX】 042-516-8546  
〒207-0005 東大和市高木3-274-2-102