

令和4年度 第2回
とみやわくわくミーティング
実施報告書



富谷市総務部市民協働課

実施状況

テーマ	市の情報発信について ～市民へ伝わる、市民とつながる広報へ～
日時	令和4年10月18日（火）午後3時00分～午後5時00分
場所	富谷市学校給食センター 会議室
座長	宮城大学 事業構想学群 准教授 佐々木 秀之
参加者	一般参加 12名 宮城大学学生 3名 富谷市 7名（市長、市長公室長、市長公室長補佐、市民協働課4名） 傍聴者 9名 報道 1名

時間	内容	状況写真
15:00～ 15:30	オリエンテーション ①自己紹介	
15:30～ 17:00	ミーティング ①市長挨拶 ②ミーティング レクチャー ③情報提供 (市長公室) ④意見交換 (グループワーク) ⑤市長感想	

市長挨拶



皆様こんにちは。本日は令和4年度第2回目のとみやわくわくミーティングにご参加いただきましてありがとうございます。

このわくわくミーティングは、私が就任してから、直接市民の皆様色々なご意見を頂き、直接市政の場に反映させていきたいということで設置させていただいたもので、毎回色々なテーマを設定し開催してまいりました。これまでも様々なご意見をいただき、多くの自治体評価ランキングにおいて東北・県内

1位を連続して頂いているのも、こういった機会にいただける貴重なご意見が、改善や新しい事業への取組のきっかけにつながっていると思っております。

本日のテーマは「市の情報発信」ということで、市民の皆様へしっかりと伝わるような形にしていかなければならないということで取り上げさせていただきました。富谷は今、「住みたくなるまち日本一」というのを核にさせていただいております。富谷市は1960年の国勢調査からずっと人口が増え続けておりまして、国立社会保障・人口問題研究所による推計でも、2045年まで増え続けるのは、東北では富谷市のみというふうに言われています。2045年まで増えるのであれば100年間、2060年まで増え続けるまちをなんとか目指せないかということで、掲げたのがこのスローガンでございます。そのためには全国に富谷市を発信していかなければと思っております。そして、それ以上に、富谷に住んでいただいている市民の皆様、市の取組をいかにしっかりと正しく伝えられるかというのが大事なことです。色々な取組を行っていても、市民の皆様にご利用していただければ意味がないわけで、その部分が課題であると我々は感じております。そういったところで、今年から広報戦略プロジェクトチームを設置し、今、あらゆる広報戦略に取り組んでいるところでございます。市としては、例えば「広報とみや」を毎月発行していますけれども、かなり最新の市の取組を満載しております。市では広報を見ていただいている前提で進めているのですが、全ての人に見ていただいているかと言えば、そうではないというのが現実でございます。広報紙そのものをいかに見てもらうか、市民の方全員に見ていただける広報紙をどう作るかとかですね。他にはSNS、LINEですとかFacebook、Twitter等色々な取組をしております。公式LINEを県内で最初に取り入れたのは富谷市でございまして、SNSでの情報発信も先進的に進めているところでございますが、まだまだ足りないというのが現状でございます。そういったところを今日は、市民の皆様へ忌憚のないご意見をいただき、更に富谷を、まずは市民の皆様へしっかりと情報を伝えられるような広報の取組について、ご意見をいただきたいと思っております。そして市外に、富谷へ目を向けてもらえるような、住みたくなるような情報をしっかりと発信できるよう、その両面を両立していきたいと思っておりますので、本日はどうぞよろしくお願い申し上げます。

本日も佐々木先生に座長をお務めいただきます。また、サポートとして学生の皆さんにもご協力いただきましてありがとうございます。

どうぞよろしくお願いいたします。



ミーティングレクチャー（座長）



今日は、「とみやど」でのインターンシップに参加している宮城大学の事業構想学群の学生が来ています。事業構想学では、マーケティングという科目で、情報発信について学びます。とても人気のある科目であり、今日のテーマも関心の高いものだと思います。情報発信において、講義では、情報というのは能動的なものか受動的なものかの2種類に分けられるということを知ります。情報を受け取る側は、受け取りに行かなくとも入ってくる情報と、何らかの方法を用いて自分で取りに行く情報があることをイメージするでしょう。発信する側は、これを、プル型とプッシュ型に分類し、シーンや対象にあわせて、使いこなすことが求められているのです。ここで、この2つの使い分けについて、捉え方の軸の整理をしてみましょう。皆さんの市の情報の入手法について教えてください。

皆さんから、市からの情報を受け取る手段として挙げてもらったものを、プル型とプッシュ型に分けてみました。プル型の受け取るものとして、皆さんから多く挙げられたのが、「広報とみや」であり、そして市の公式ホームページでした。この2つは連動していると思いますが、情報量としては紙媒体の「広報とみや」は限られますので、詳細の検索や最新の情報をホームページで見ているということかと思っています。デジタル化の時代ですが、紙媒体も大切にしているということが見て取れました。あとは社協などの新聞も挙げられています。それから近隣の口コミがあります。これはインフルエンサー的な要素もあって、重要な伝達手段とも成りえています。これをプッシュとプルのどちらに入れるかは悩むところだと思います。次に、プッシュ型として公式 LINE とか Instagram、Facebook、Twitter など、SNS と呼ばれるソーシャルメディアが数多く挙げられています。ソーシャルメディアも、情報入手の手段として重要視されていることがわかります。

では、この結果を踏まえ、市における情報発信戦略について、「市民へ伝わる、市民とつながる広報」をどのように考えているか、市長公室から情報提供いただければと思います。それではよろしく願います。



市外の方には富谷市を知ってもらうといったことでのシティプロモーション。市の職員については広報スキルの向上、広報意識の醸成、こういったことをしながら、情報発信体制を強化していこうということで行っております。

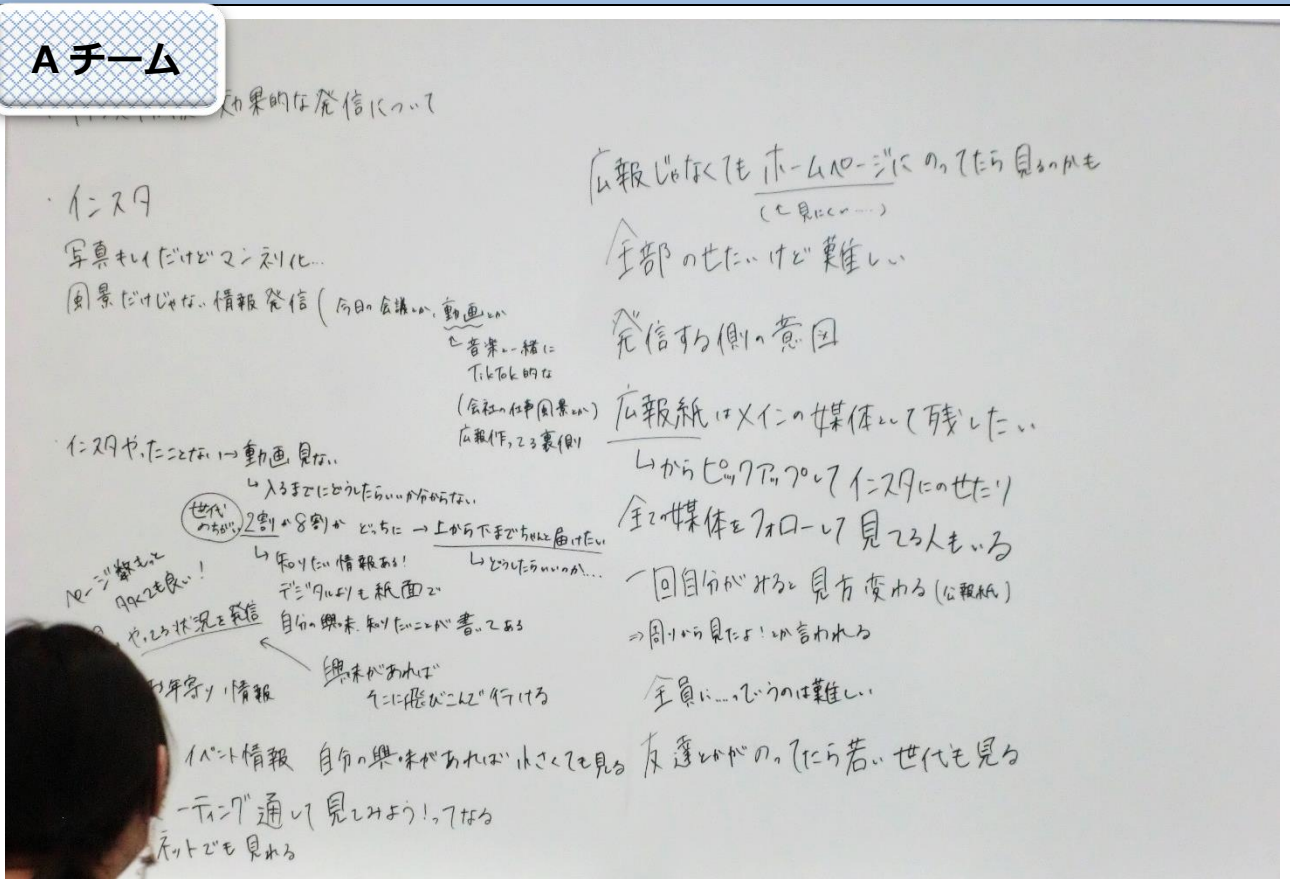
また、表紙に戻らせていただきますが、今までは市民の皆様へ、まずは情報を提供するというで進めてきたものを、市民の皆様へ伝える、あるいはその情報発信をすることで市民の皆様とつながる、そういった広報の仕方をこれからしていきたいということを進めているところです。

駆け足ではございますが、今進めている情報発信の概要について説明をお話しさせていただきました。今日は皆様から様々なご意見を頂戴して、これからの情報発信につなげていきたいと思っておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。



テーマ1：行政情報の効果的な発信について、その方策等の提言

A チーム



〈中間発表〉

色んな世代が集まったんですけど、皆さん情報を見る媒体が違って、色んな媒体がある中で、全ての世代に効率的にどう情報を伝えていけばいいのかということで、議論を進めていました。

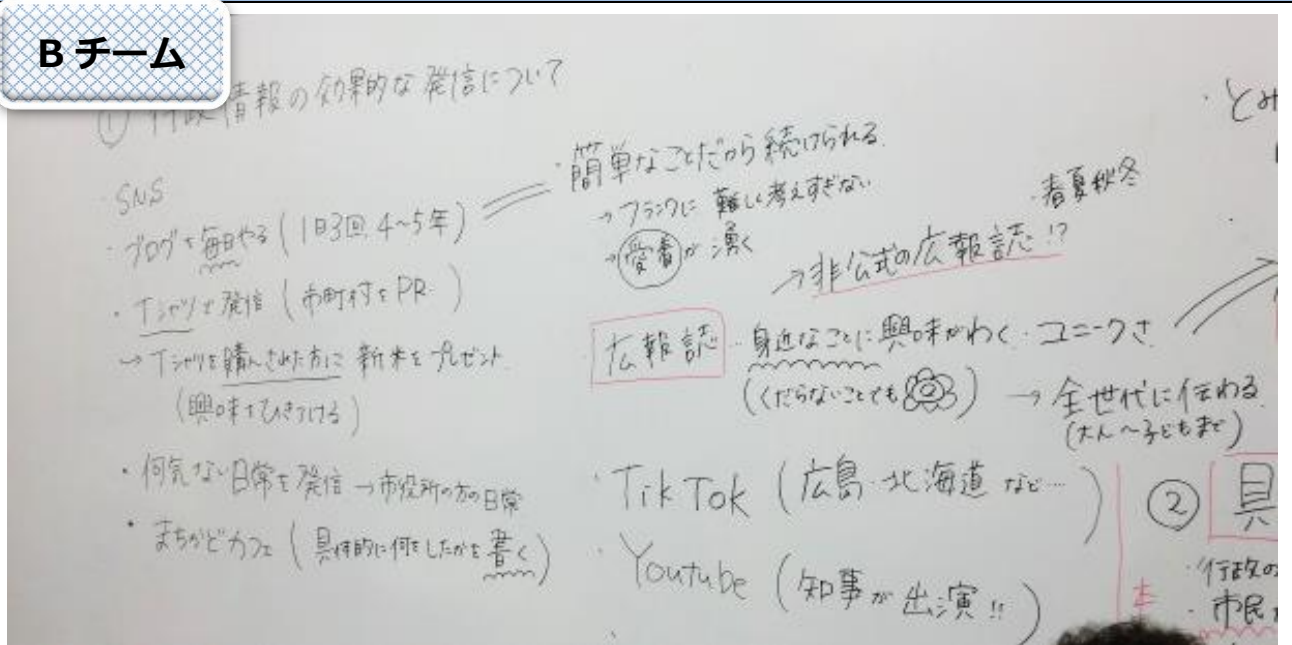
学生がいたりして、Instagramの話で盛り上がっていましたが、逆にInstagramとかは全然分からないんだみたいな世代もあったりして。その世代間のギャップが結構印象に残っています。



〈まとめ〉

- 裏側など仕事風景を Instagram で発信。
(風景写真が多く現状マンネリ化している。)
- 広報紙をメインの発信ツールとして残したい。
- 友達が掲載されたりすると、若い世代も広報紙を見られるかもしれない。
- すべての世代に届けるのにはどうしたらいいのか、世代間で情報の受け取り方に大きくギャップがある。

Bチーム



〈中間発表〉

今日、とみぶらで SNS 講座があって、そこで 50・60 代の方に SNS の使い方を聞いていたんです。ある方はブログを 1 日 3 回、4・5 年間毎日あげていて。ハッシュタグも何もつけていないのに、1 日 1400 ビューまでいくそうなんです。とにかく、毎日継続して出来ることが大事だよねという話になって。簡単なことだから出来る、続けられる。フランクに難しく考えずに出来るから愛着が湧くというところから色々、例が出てきて。最近だと、TikTok とかを自治体でやっているところもあって、小池都知事が色々なユーチューバーとコラボして、コロナ対策のマスク着用を呼びかける動画を投稿していたのが印象的だったという話が出ました。

まずは広報紙だよねとなって、会場の 1 階にあった広報紙をもらってきて色々見ていたんですけど、このグループの皆さんは普段から広報紙を読まれていて。どういう記事が面白いのかってなったら、やっぱり市民が参加しているものなんです。自分がよく見るのはこの「虫歯ゼロ ピッカピカ」の記事で、毎回見ちゃうんですね。こういうの見ちゃうよねとか、もっと市民参加型のページがあったらいいし、今の歯の例だと、逆に「高齢者だけど、まだこんなに歯あります」みたいな記事があったら面白いとか。

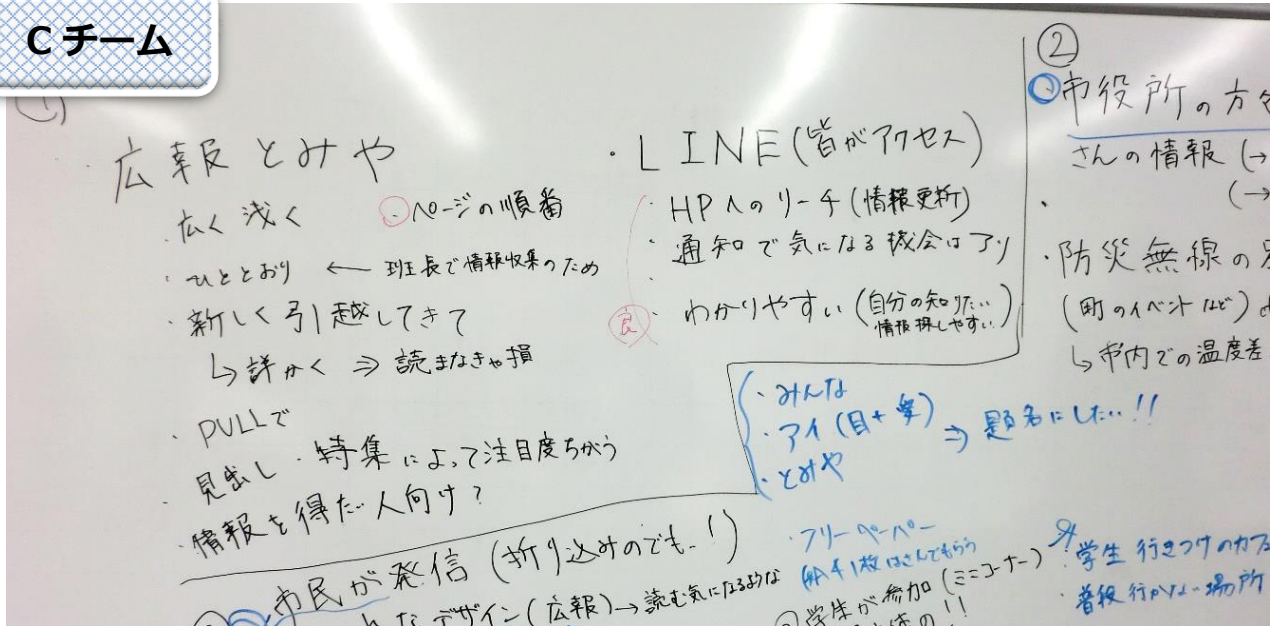
あと、もっと部署ごとに、何か発信するものを持てればいいという話が出て。「今色々富谷が動いているよね」じゃなくて、部署ごとに分けて情報発信していけば面白いんじゃないかという意見が出ました。自分たちとしてやりたいのは、広報紙を作りたいねくらいの勢いで話がまとまった感じです。

〈まとめ〉

- 簡単で継続性のある発信の仕方。
- フランクな情報の方が世代を問わず伝わる。
- 市民参加型の枠を増やす。
- 部署ごとに情報発信していけば面白い。



Cチーム



〈中間発表〉

私たちはまず広報とみやとLINEについてを中心に話し合いました。LINEの方は割と好意的な意見が多く出て、情報の更新もあるし通知が便利。一つのイベントについて、1回で情報がまとまって来るのもすごく分かりやすい。広報紙だと情報が色々なページにまたがって載っていたりして、探しにくいところがあって、そこが見やすくなればいいよねという話になりました。

例えばどんな記事にしたら見てもらえるか、興味を持ってもらえるかというところでは、今の広報紙は市役所の職員さんたち目線での発信ですけど、そうではなくて、市民が何かに参加してみましたとか、市民目線での発信があったらいいという意見が出ました。あとはいかにも行政的なデザインをもっとおしゃれにしてもいいんじゃないかなと。そして、全体的に市、行政というところに興味を持ってもらうためには、親近感を持ってもらうのが大事だろうというところで、例えば、一般の方だったら市長にお会いする機会もないと思うので、「今日の市長」みたいな感じで私服姿を見せるとか、今日はおしゃれなネクタイしてるよとか、そういうのがあったら面白いんじゃないかと思います。職員の方も、例えば自分の近所に何課の人がいるんだとか分かると思うとすごく身近になるかなと思うんですね。そこから、市、行政というものに興味を持ってもらうのも、一つ手かなと思いました。

あとは防災無線を使って、例えば今日のイベント、ここでこんなことをやっていますというのを放送する。やっぱり広報紙、LINEだけだと見落とししていたりとか忘れちゃったりするので、そのとき「今日〇〇やってます」みたいなアナウンスがあるといいという案が出ました。

〈まとめ〉

- LINEでの発信は情報がまとまっていて分かりやすい。
- その一方で、広報紙は情報が色々なページにまたがって探にくい。
- 広報紙は、市民目線で、もっとおしゃれなデザインに。
- 市長、行政職員について発信して、親近感をもってもらう。
- 防災無線をイベントのお知らせに活用。



Aチーム

具体的なアイデア

① 広報紙の1冊を市民が書く
 リレー型で紹介していく
 アニケトとか
 テーマを決める
 ex) 富谷の97シ運転手に聞く

立候補制の「指名」の方が「色々な世代」
 若い子も巻き込んで行く
 地区、世代を回して
 (ex) 生保会長回す

② ホームページ見やすく
 目的の役割
 ホームページはた...
 ホームページ見やすく
 回覧板
 → 開く前にサインは...
 見る回数が多い

③ 回覧板に見る回数が多い
 最初ホームページにこのイベントの情報
 (申し込みはこちらね! みたいな)

〈最終発表まとめ〉

● 広報紙に市民が書く枠を設ける

- ・身近な人や知っている人が関わっていたら、普段広報紙を見ないような人が読むきっかけになる。
- ・市民が書いていると親近感が湧く。
(行政の人が書いていると遠く感じる部分もある。)
- ・リレー型で色々な人、色々な世代を巻き込んでいく。
(いつも同じ人にならないように立候補制よりも指名で。)
- ・テーマを事前に設定しておけば書くハードルも下がる。
(例えば富谷の美味しいお店屋さんなど。)

● ホームページを見やすくする

- ・目的の情報に、自力でたどり着きやすくなるようにしたい。

● 回覧板に市としての全体の情報も掲載する

- ・町内会で回している回覧板に市としての全体のイベントのお知らせなどを載せれば、市民の目に留まる機会も増えてより有効に使える。

** Aチームの最終発表 **

1点目が、広報紙に1枠作ってもらって、市民が書く枠みたいなのがあったらいいんじゃないということです。自分は以前、広報紙の表紙に載せていただいたことがあるんですけど、そのときに「載ってるから見たよ」、みたいな声を結構いただいたんですけど、グループの皆さんも同じような経験をしたそうで、知っている人が載っているから見るというのがあったので、例えば市民が1枠書いたことによって、「今回友達が広報紙の1枠書いているから見てみよう」というふうになったりとか、口コミが広がったりするのではないかと思います。親近感という話がさっきありましたけど、行政の方が書いているってなるとちょっと遠く感じたりするところがあって、市民が書いている枠があるってだけで親近感がちょっと上がるようになるのかなと思いました。



それと、リレー型で今月号を書いた人が次月号の人を紹介していく形でやったら、普段広報紙をあまり見ないような人も、もしかしたら紹介によって初めて見るっていう人もいると思います。やっぱり立候補っていう形にすると、いつも見ている人しか出てこないと思うので、リレー型にすることで色々な世代、色々な人を巻き込んでいけるのかなっていうふうに思いました。

それから、何か1個テーマを決めるっていうことで、あるテレビ番組でタクシートの運転手さんにその周辺で美味しいお店を聞くっていうのがあるんですけど、それを広報紙でやる。「富谷の美味しいお店やさんありませんか」、みたいなのを市民でリレーでやっていけば面白いんじゃないかっていう話も出たりしました。

2点目は、ホームページを見やすくしたいということで、もう少し簡単にアクセスできるようにしたいという意見が出ました。実際に富谷市役所に来れば、受付の案内の方がこの課に行ってくださいと案内してくれるんですけど、ホームページにはそういう案内役みたいなのがないので、自分でどうにかたどり着かなきゃいけないのがちょっと大変だよっていうので、そこは具体的などころまでは案が出なかったんですけど、何か見やすくできないかっていう話になりました。

3点目に、町内会で回覧板を回していると思うんですけど、赤い羽根募金と町内清掃のお知らせとかちょっとしたことしか載せてなくて。せっかく回すなら、「市民の意見大募集、わくわくミーティング開催！」とか、こういう市としての全体の情報も載せれば、市民の方の目に留まる回数も増えて、いいんじゃないかという意見が出ました。

Bチーム

お隣の町は
いい町ですか
→ 非公式の広報紙
身近なことで興味あること
→ 全世代に伝わる
(おもしろいこと) → 写真
ok (広島 北海道 等)
bad (知事が出演)

とみや市の部署を(フランク)な発信!(バランスを見て)
(その部署の人が書く) フランク

フランク載せる 子供にフランクを覚えてもらう
(マナーズ→フランク)

市民参加型のページ(高齢者のページ!?)
→ 市の情報をアツく伝える① イベントの写真のせる

② 具体的なアイデア = 広報とみや

- 行政の方のモバシンドでアツく伝える
- 市民が書いたことを募集 → 掲載
- 自己紹介ページ 市長室について(市長が書く)
- 各部署の紹介を毎月行う(その部署が書く)
- 各町内会についての掲載(競争心!!)
→ 運動会やおもしろいこと
- 写真を増やす(写真募集) QRコード
HPに誘導

毎月は厳しいのであまは春夏秋冬で
図書館だより → 掲載者の顔写真
情報とフランクなページに分ける

〈最終発表まとめ〉

● 部署ごとにフランクな情報発信

- ・ 広報紙に職員・業務内容の紹介枠を設け、月ごとに各課が担当して発信する。
- ・ 硬すぎない文面。
- ・ 行政をもっと身近に感じてもらう。

● 広報紙に町内会情報を掲載する

- ・ 各町内会で行っているイベントを掲載すると、それを見て新しく取り入れる町内会もあるかも。
- ・ 町内会対抗イベントを、広報紙を使って紙面上で開催する。

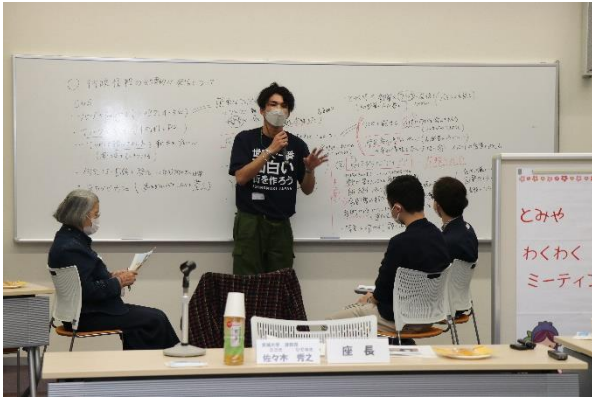
● 文字情報より写真を多用した広報

- ・ 読む人の目に留まりやすいのは文字より写真。
- ・ イベント等は、写真で去年の様子を知ることが出来ればより参加しやすくなる。

● 見開きでフランクな情報と詳細な情報を載せる

- ・ 広報紙のレイアウトを工夫。
- ・ 片面ずつ載せれば、フランクな情報に目を留めてもらった後、横の詳細な部分も読んでもらえるかも。

** Bチームの最終発表 **



広報紙をまず何とかしようということで。硬い文章はだれでも書けると思います。今ここにいる、誰が書いてもこういう広報紙は作れると思うんですけど、各部署ごとに業務内容とか担当職員の紹介なんかを書いたら面白いんじゃないかと。〇〇課って言われても何をしているのか具体的に市民は分からないので、この課にはこういう方がいますっていう紹介とか、そこに各部署の業務内容を入れることで市役所に行きやすくなるんじゃないかという話が出まし

た。

他には、各町内会について掲載してはどうかということで、富谷の課題として、新町地区と新興住宅地、そしてそれ以外の地区の3つに分かれていると思っていて、そこをつなげるために、各町内会ではこういうイベントをしています、みたいなものを、面白いことをしている町内会があると思うので、そこを発信していく。それを見て、じゃあ自分の地区でもこういうことをやってみようと、色んな地区で色々なイベントが出来ていく。運動会、前はやっているところが結構あったと思うんです。自分は明石台なんですけど、昔参加したときすごく面白くて、各町内会で競って、あの人意外と足速いんだとか、そういうのが見えて面白かったんですけど、それを紙面上で、各地区が競争してやる。

それと、写真を増やして欲しいっていうのはすごく思っていて、色んなイベントの案内があるんですけど、結局見るのは写真なんですよ。文章だと通り過ぎちゃって、色んな面白いイベントがあるはずなのに、そこがないので、昨年度の写真とか、実際の様子を見せることで参加してくれるのかなと思っています。

「図書だより」も毎回6冊分紹介が載ってますけど、その公民館の司書さんが何でその本を選んだのかとか、そういうところを入れていくことで読みたくなるようになるんじゃないかなと。

こんな感じで今挙げたような情報を入れたいんですけど、フランクなものや詳細な情報を両面に入れば、見開きで読むとき、フランクな情報を見た後、横にある詳細な情報も見ると思うんですよ。それと、さっきのグループでも出たように、知り合いが写っていると見てくれる。今年成人式だったんですけど、自分も新成人の集まった写真で広報紙に載ったんですよ。それで富谷以外の友達とかも、置いてあるところで見たとって写真撮ったのを送ってくれたり、すごく反響があったので。富谷市の人口約5万人を全員載せることは無理だけれど、仮に5千人が作るのに関わったら、その人に関わる10人が見る。そうしたら5万人全員が見る広報紙が作れると思うので、住みたくなるまち日本一ではなく、住みたくなるまち世界一、それを作ろうということで終わらせていただきます。

Cチーム

①

広報とみや

- 広く浅く ○No-ジの順番
- ・ひととおり ← 班長で情報収集のため
- ・新しく引越してきた
↳詳しく ⇒ 読まなきゃ損
- ・PULLで
- ・見出し・特集により注目度から
- ・情報を得た人向け?

LINE (皆がアクセス)

- ・HPへのリンク (情報更新)
- ・通知で気になる機会あり
- ・わかりやすい (自分の知りたい情報探しやすい)

- ・みんは
- ・アイ(目+鼻) ⇒ 題名にし...
- ・とみや

②

市役所の方々・職員

- ・さん情報 (→ 親近感)
(→ 興味への)
- ・防災無線の別の活用
(町のイベント) の面白い物
↳ 市内での温度差、ムラあり

② 市民が発信 (折り込みのでも...)

- ・あしゅな デザイン (広報) → 読まねに...
↳ 学生発表

- ・フリーペーパー
(A4一枚は...)
- ・学生が参加 (ミニコーナー)
- ・民間主体の!!

- ・学生行楽の...
・普報行...場所取材

〈最終発表まとめ〉

● 市民が書くフリーペーパーを作る

- ・民間主体のフリーペーパー。
- ・最初はA4、1枚くらいの情報量からスタート。
- ・市の広報紙に挟む。
- ・お店の情報とか、需要はあるけど行政では出来ない記事を書く。

● 学生参加のミニコーナーを作る

- ・学生、若い人など、広報紙を読む人が少ない層にも記事を書いてもらいたい。
- ・行きつけのカフェ情報。
- ・逆に、普段行かないような場所にあえて行って見た感想のコーナー

● 市役所職員を取材

- ・市民の方が市役所職員を取材して記事を書き、それをフリーペーパーに掲載。
- ・行政に興味持ってもらう・親近感を感じてもらおうきっかけづくり。

● 防災無線の活用

- ・イベントのお知らせなど、別の使い道を見つけたい。

** Cチームの最終発表 **

先程のチームは広報紙の一部をとという話だったんですけど、私たちのチームはいつそのこと、フリーペーパーみたいな1個作っちゃおうという話になりました。ペーパーの名前ももう決まって、「アイアイ・とみや」です。一つめのアイは愛情とかの愛。そして、もう一つのアイは市民目線の意味、目のアイ。それで「アイアイ・とみや」です。

イメージとしては、最初は A4 の紙 1 枚くらいの情報量で、市の広報紙に挟んでもらうイメージです。この「アイアイ・とみや」を市民の方が作るんですけど、先程のチームの案でもあったように、やっぱりお店の情報とか、そういうのがあると読みやすい。ただ、それを行政の広報で出来るのかっていうところは、多分ハードルがあると思うので、もう民間でやっちゃえばいいんじゃないという話になりました。その中で学生、若い人とか、普段広報紙を読まないような人にも参加してもらいたい。そういう人に作ってもらいたいっていうのがあって。例えば、学生の行きつけの場所、カフェみたいなところの情報を載せる。あるいは全く逆に、普段学生が行かないようなところに、あえて学生が行って見たら楽しかったとか、居心地がよかったみたいな感想を載せる、っていうようなコーナーを作る。

あとはそれプラス、中間発表でアイデアを出した市役所職員の方々の取材みたいなものも、市民の方々がやって、それでフリーペーパーを作ってしまうというようなアイデアになりました。



座長コメント

今回のミーティングは若者が多く参加しており、当初のイメージでは、ソーシャルメディア、SNSを用いた情報発信戦略の話題が中心になると思いましたが、議論の中心は「広報とみや」に置かれたという印象を受けました。特に、市民の具体的な参加のデザインの必要性を提示することが出来たと思います。「広報とみや」への市民参加の話もありました。ただ、このことは、決して新たな取組ではなく、「広報とみや」創刊号においても、その傾向はみられたことを、合わせて確認することができました。この場で、創刊号を見せていただき、話し合いの重要性に対する指摘など、原点を学ばせていただいたというのが感想です。先人に学びながらも、新たな手段を交えて、幅広く情報発信を進めていくことが、いざという時にも役立つことになると思います。



市長講評

本日はありがとうございました。

皆さんから貴重なご意見をいただきまして、広報などはすぐにでも取り入れたいというふうに思っております。本当に具体的なお提案をいただきありがとうございます。そしてまたですね、皆さんに、ぜひ広報戦略チームに加わっていただきたいという気持ちでおります。改めて、今日頂いた提言を一つ一つ、今後の広報戦略プロジェクトに生かしていきたいというふうに思いますので、引き続きお願いしたいと思います。

最後に一つだけ。これは「広報とみや」の第1号になるのですが、昭和38年に富谷が村から町へ、単独で町政施行したのを記念して翌年の39年度から発行され、もう58年の歴史になります。来月号で第670号になるんですけど、その第1号の写しを今、皆さんに配らせていただきました。当時の様子がうかがえるかと思しますので、改めてご自宅で読んでいただければと思います。こちらの内ヶ崎康治氏が初代町長でございまして、最後のページの右下をご覧くださいと、出生という欄がございます。当時は人口が少ないので、そのときに生まれた子どもたちの名前が掲載されていて、なんとですね、第1号の出生者に実は私の名前が載っているというオチで今日は締めたいと思います。本日は誠にありがとうございました。



