

令和4年度第2回北海道広報広聴推進会議 議事録

日時：令和5年2月7日（火）14:00～15:45

場所：道庁別館9階 第二研修室

【荒木課長補佐】

ただ今から、令和4年度第2回北海道広報広聴推進会議を開催します。
事務局の広報広聴課の荒木です。本日はよろしくお願ひいたします。
それでは、開会にあたりまして、広報広聴課長の鞠子より、ご挨拶を申し上げます。

【鞠子広報広聴課長】

広報広聴課長の鞠子です。

今年度2回目の会議ということで、ご多忙の中ご出席いただきありがとうございます。

第1回の会議では、「反響を得る広報」と「道民意識調査」について、委員の皆様から示唆に富むご意見をいただき、事業展開に当たって、日々、いただいたご意見を意識しながら対応してまいりました。本日は、今年度の取り組みを振り返りながら、改めて広報活動全般について、広報担当課長からもご説明いたしますが、私の方からも道民意識調査等、所管部分について、また改めてご意見をいただきたいと思いますと思っております。

ご案内の通り新型コロナウイルス対策も、大きな変化が見られてございます。新年度に向けましては道としても、感染症対策ばかりではなく、子育て支援ですとか、地域の経済雇用、文化・スポーツなど、本当に多くの様々な分野について、道民の皆様にお知らせしていく必要があるというふうに思っております。今日の先生方のご意見を踏まえまして、新年度、試行錯誤しながら取り組みを進めたいと思っておりますので、本日もどうぞよろしくお願ひいたします。

【荒木課長補佐】

本日は委員8名のうち、ウェブ出席の方3名を含めまして、6名の委員の方の出席をいただいております。当会議の設置要綱に基づき過半数の出席ということで、本会議が成立しておりますことをご報告させていただきます。本日の会議は公開で開催し、議事録につきましては後日委員の皆様にご確認させていただいた上で、道庁のホームページに発言委員の名前入りで公開させていただきますので、あらかじめご了承をお願いいたします。

第1回目、9月の会議の時に、委員のみなさんのご紹介はさせていただきましたが、議事に入る前に改めて皆様のご紹介をさせていただきます。

まず朝日新聞社の樋口委員です。座長を務めていただいております。それから北海道テレビ放送株式会社の後藤委員です。ウェブで参加されております、帯広市の石津委員です。同じくウェブで参加されております、株式会社DK d oの黒井委員です。同じくウェブで参加されております、公立はこだて未来大学の田柳委員です。公募委員の柳田委員です。津別町の小泉委員と、公募委員の谷口委員は本日欠席でございます。皆様本日はどうぞよろしくお願ひいたします。

それでは議事に入らせていただきますが、これ以降の進行は樋口座長にお願いいたします。よろしくお願ひいたします。

議事（1） 報告

【樋口座長】

改めてよろしくお願ひいたします。朝日新聞社の樋口でございます。早速議事を進めて参りた

いと思います。

議事の1、今年度の広報・広聴事業の取り組みについて、事務局の方からご報告をお願いいたします。

【荒木課長補佐】

それでは皆様の資料1をご覧ください。この資料は前回会議でもお配りしたのになりますので、今年度の取り組み状況の概要につきまして、トピック的な観点でかいつまんでご説明させていただきます。上からまいりまして、主な広報活動についてですが、広報紙ほっかいどうにつきましては、年5回、6月、8月、11月、1月、そして3月の計画通り発行いたしました。

1月号から、紙面をリニューアルいたしました。表紙デザインのアンケートにご協力をいただきましたことに改めてお礼を申し上げます。お手元には、今年度最終号となります、3月号を配付させていただきました。3月号は、8ページにページを増やしております。一般の配布開始は2月16日を予定しております。

次に、道政広報番組について、広報紙の特集企画と連動したテーマで、年4回制作し、5月、7月、10月、12月に放送いたしました。

公式ホームページは記載のとおりでございます。

続きまして北海道公式YouTubeチャンネルですが、北海道公式のYouTube動画を集約しまして、皆様にご提供しているサイトになります。令和4年7月現在で、チャンネルの登録者数が2万3300であったのが、12月末現在で2万4200と900ほど増えてございます。

北海道広報ツイッターですが、フォロワー数が同じく7月現在で10万7000人が12月現在で11万700と3700ほど増えてございます。

知事フェイスブックですが、フォロワー数が同じく7月現在で1万8600であったのが、12月現在で1万9000、約400増えてございます。

SNSを利用しました北海道ミライノートですが、インスタグラムのフォロワー数が、7月現在で7100、12月現在で7500と400増えてございます。

知事記者会見ですけれども、これは公式YouTubeでリアルタイム配信をしております。

報道発表につきましては、記載のとおりでございます。

それから、広報の最後になりますけれども、北海道庁メディアポータルサイトミササルということで、これは北海道庁が運営しております広報媒体を集約しまして、一元的に発信するメディアポータルサイトとして、昨年10月17日に開設したのになります。後ほど、そちらのモニターを使用してご覧いただく予定になっております。

それから、広聴としまして道民意識調査につきましては、後ほど意見交換のテーマ2の方でお話をさせていただきますので、この場では割愛させていただきます。事務局からは以上になります。

【樋口座長】

ありがとうございました。今、事務局の方から、今年度の広報広聴事業の取り組みについて報告がありましたが、委員の皆様からのご質問等もあるかもしれませんが、この後の意見交換の中で、一括して伺いたいと思います。

議事（2）テーマ1

【樋口座長】

それでは次の議事の意見交換に入ります。まずは今ほどご説明をいただきましたことに関連しますが、テーマ1「今年度を振り返り、道の広報活動について」ということで、事務局の方から改めて説明をお願いいたします。

【瓜生課長補佐】

先ほど荒木からもご説明をいたしましたように、今年度様々な媒体を通じて道の広報活動を行って参りました。テーマ1では、来年度以降の道の広報活動をよりよいものにしていくために、この1年を振り返りましての率直なご意見ご感想をいただきたいというふうに思っております。

意見交換に先立ちまして、まず私から、前回の推進会議の中でいただいたご意見を踏まえましての取り組みを2点ほどご紹介させていただきたいと思っております。

まず1点目といたしまして、北海道庁メディアポータルサイト「ミササル」になります。前回の意見交換で、ホームページのリニューアルに関するご意見ですとか、或いは自治体のホームページはわかりにくいものが多いですよねといったようなご意見がございました。ホームページに関しまして、道の全体のものですぐ見直すというのは正直難しいんですけども、広報媒体に特化したポータルサイトということで、このミササルを開設をしたというところがございます。広報広聴課だけでも、各種のSNSですとか、或いは動画、そして広報紙、広報番組と幾つもの媒体を活用して広報活動を行っております。加えてSNSに関しましては庁内の各部署でも特定のテーマのアカウントをいろいろと開設をしております。道全体で見ますと、広報媒体の数がかなり拡大しているという状況になっております。ミササルはそうした道庁の広報媒体を集約をしまして、一元的に発信をするというポータルサイトになります。10月に開設した際にもチラシ等でご案内は差し上げていたかと思うんですけども、もしまだご覧になってないという方がいらっしゃいましたら、この会議の後でも結構ですので、ぜひご覧いただければというふうに思います。

それからご紹介する取組の2点目で、「外部の方々のご協力をいただいて実施する広報」ということです。前回の意見交換でいただきましたご意見の中に、「町民の方が出ているような番組、ニュースの方が反響が大きい」ですとか、或いは「他のインフルエンサーの方に繋がる発信」もしくは「他のメディアを巻き込むような発想、もしくは工夫といったものが必要なのではないか」と、そういったご意見がございました。いただいたご意見に着想を得まして、今回移住、それからスポーツに関する当事者の皆様のご協力をいただいて、生の声を発信するというのを、ツイッターですとかYouTubeを使って行ってみました。少しデータ的なことを申し上げますと、まず事例1の移住施策に関する発信に関しましては、移住施策に関する他のツイートの平均と、今回の企画全体の平均データを比べますと、投稿に対する何らかのアクション、エンゲージメントと呼ばれるものですが、何らかのアクションが1.7倍多く行われておりました。これは特に動画をクリックしたということによる効果が大きくて、今回のような動画を掲載した効果は一定程度あったのかなと、そのように感じております。それと事例2のスポーツ応援メッセージリレーに関しましては、ファイターズの伊藤選手ですとか、卓球の丹羽選手にもご出演をいただいておまして、そういった有名な方が登場した回は、ツイッターでも100を超えるいいねをいただいております。これはやはり通常の反応よりも明らかに多くて、期待通りの結果が得られたかなというふうに思っておりますのと、あとはいいねを付けてくださった方の中身を見ていくと、ファンと思われる方が結構いらっしゃいましたので、今回の取り組みが今まで道の発信が届いてなかったような方にも、発信をお届けするようなきっかけになったかなというふうに感じております。

全体的な話として実際にやってみての所感といたしましては、ご協力をお願いした際に、前向きに協力してくださる方がとても多くて、今回のような取り組みを通じて、SNSによる一層効果的な広報展開ができる余地がまだまだあるなというふうに改めて感じましたのと、あとご出演いただいた方のネームバリューに起因するものも含めてになりますけれども、関係者による拡散はやはり、期待ができると。ちょっと内輪の話になりますけれども、特にこのスポーツの方の発信で、今年は高校総体が開催されるということで、教育庁とも連携しながらやったんですけども、関係部署の持つチャンネルを相互に利用して、さらに発信力を高めることができるなど、そ

ういったことを改めて感じたなというふうに思っております。そのようなことで、今後の可能性を感じられる取り組みだったなというふうに思っております。

まとめになりますけれども以上、2点ご紹介をさせていただきましたが、ほかにも今年度は、広報紙ですとか、広報番組については、今日も広報紙の方はお配りさせていただいておりますけれども、発行のタイミングですとか或いは放送のタイミングで、都度、皆様にもお知らせはさせていただいております。またSNSなどのネット媒体についても機会があればご覧いただいていたのかなというふうに思っております。こうした今年度行ってきた道の広報活動ですとか、今後の広報紙のあり方等について、この後忌憚のないご意見、ご感想をいただければなというふうに思っておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

【樋口座長】

ありがとうございます。より効果的な情報発信に取り組んできたということでございます。今ほどもお話ありました今年度の道の広報活動全般について、また今後に向けた広報紙のあり方について、委員の皆様からご意見やご感想をいただきたいと思っております。今日は現場での参加が私を含めて3名、それからウェブのご参加が3名ということで、少し遠くなりがちですが、それぞれのご意見を伺いながら、関連してご発言があるという方はぜひ積極的に、ちょっといいですかというような感じで入ってきていただければと思います。

それではまず、黒井さん、口火を切っていただけますでしょうか。お願いいたします。

【黒井委員】

ご紹介いただきましてありがとうございます。

前回から見ていて、様々な施策、特に民間側との連携みたいなものは積極的にされているということでご紹介いただきまして、私自身も、北海道というものを単独で見るとしても、どこかと連携したものを見る機会が多いなというのを改めて感じました。何か既に読者層を持っているとか、先ほど一定のファンがいてみたいなお話もありましたけれども、すでにファンを持っている方、媒体と連携してやるというのがやっぱり裾野を広げる上では効果的なんじゃないかなというふうに改めて思っています。これまでの中で、例えば緊急事態宣言とかそういった生活をしていく上でのホットトピックがあったときに、道のホームページとかフェイスブックなどの閲覧数が高まって、そのついでに、いいね押ししたりとかっていうことが発生すると思っておりますけれども、この増え方ってというのはやっぱり公共性の高い情報発信の中では、ずっと継続的に伸ばすってというのは難しいのかなというふうに思っていて、むしろ離脱者がいないということの方に重きを置くということを考えると、いろんなメディアで微増してるといえるのは、意味があるかなというふうに思いました。おそらく前回もお話があったかなと思うんですけれども、やっぱり公共性が高い、自分たちの生活に関わる、どちらかというと不利益になる、もしくは明確な利益になるみたいな部分の情報発信と、見ても見なくてもいいんだけど魅力向上を伝える情報発信と、おそらく分けたほうがいいのかなというふうに思っていて、その分け方みたいなものが明確でないと、読者側が、見る側が欲しい情報にたどり着きにくくなるってのが発生するかなというふうに思っています。それがこのミササルのメディアポータルサイト、いろんなものがこうぎゅっと詰まっていくなというふうに思うんですけれども、逆に、自分の欲しい情報がどれなんだろうっていうふうにちょっとたどり着きにくくなるなっていうところもあって、このミササルのページの一番最初のファーストビューの作り方ですとか、あとはその情報の、グランドメニューの整理の仕方なんかはもう少し工夫のしがいがあるかなというふうに思っているというのが今の感想でした。

【樋口座長】

ありがとうございます。民間との連携、情報の性質による仕分け整理というような観点からのご意見だったと思います。それではリアルで参加されている側に移りまして、柳田さん、ご意見いただけますか。

【柳田委員】

よろしく申し上げます。

ただいまのお話とも少し重複するかもしれませんが、やはりファーストビューで自分がたどり着きたい情報にすぐたどり着けるかという点に関してなんですけれども、現在の北海道庁のサイトでいくと、新型コロナウイルスなどそういう生活に絶対必要な情報は結構わかりやすく配置されているかなと感じまして、例えば新型コロナウイルスに関してはそれだけでしっかり特設のページが用意されていて、ワクチンの情報を知りたい人とか、感染した場合はどうするとか、しっかり知りたい情報がジャンル別に分けて表示されているので、その部分に関してはもう先ほどおっしゃられた、情報によってしっかり情報の動線というか、しっかり設計しているというのがわかり、現状でも結構いい感じではないかと考えています。ミササルに対するご意見もあったと思うんですけども、率直な印象を申し上げますと、現状だとミササルが、まだその各種媒体へのリンク集という扱いにとどまっていて、ポータルサイトとして、もちろん最低限の役割はしっかりされていると思うんですけど、やっぱりどの情報が、どの媒体のページに飛ばば知りたい情報があるのかというのがまだわかりにくいので、理想を言えば、それぞれの媒体のページに飛ばなくても、ミササルの中に情報が、ミササルから出ずにいろんな情報が得られるのが理想形で、それはちょっといきなりは難しいと思うんですけども、最低限、例えば、北海道の広報紙の特集のページに直接飛べるようにするとか、もう少しそういう部分があればわかりやすいのかなと感じました。

それと、SNSに関しましては、やはりメインで運用されている、北海道のツイッターのアカウントは、フォロワー数も多くて、内容に関しましても、例えばこの間の大雪の際に、JRが広い範囲で運行停止になった際には、JR北海道のツイートをリツイートするなど、北海道発の情報にこだわらず必要な情報を提供するというポリシーで運用されていて、必要な情報が届きやすくなっていると思っております。先ほど、この北海道のメインのアカウント以外にも、北海道庁のそれぞれの部局の中で独自のアカウントを持っていて、それぞれ運用されているというお話があったと思うんですけども、そういったアカウントの中には、月に数回しかツイートがされてなくて、しかもフォロワー数も100人程度という正直あまりうまく運用されていないなというアカウントも少なからずあったと思いますので、そういう意味で、むしろ運用できるように複数のジャンル別にツイッターのアカウントを統合して、食とか、スポーツのアカウントは先ほど事例として挙げられていましたけど、むしろ、集約していくという方向でもいいのかなと考えました。長くなりましたが私からは以上です。

【樋口座長】

ありがとうございます。いわゆる必要情報系のところは導線も含めて整理されているのではないかという評価と、一方でミササルは改善の余地があるのではないか。それからSNSについては、統廃合、ジャンル別の統合等々も含めて、より活発な使い方があるのではないかというご意見だったと思います。

それでは帯広にいらっしゃる石津さんお願いできますでしょうか。

【石津委員】

私も、前回の会議以降の北海道さんの情報発信の状況を見ますと積極的にいろいろなこと、新

しいこと、リニューアルに取り組まれていると思えました。ミササルについても、広報では、どれだけ相手の注意を引いて興味関心をとらえるかという視点が大切なことだと思います。ただそれも重要だと思いますが、行政に求められる広報は、先ほど黒井さんからもお話がありましたけれども、公共性という部分で、正確で信頼性のある情報をしっかりと伝えていく、ということだとも思っています。その二つを、なかなか両立することは難しく、私も悩ましいなと思っています。前回の会議の中で帯広市のホームページについて取り上げていただきましたが、帯広市のホームページも関心を引きつつ信頼感を失わないように、損なわないように、まず総合トップページに市民向けの情報、それから観光情報、移住情報ということで、三つの柱に分けて入口を設置し、観光ならば第1印象を意識したような、興味関心を引くような画面づくりをしていたり、反対に市民向けには信頼感が高まるようなデザイン構成、すぐに探したい情報が見つかるような構成を意識しました。ページのアクセス数はおそらく道庁さんと同じくらいの数になっていると思っています。ターゲットをどれぐらい絞って、その方々にその情報を見つけてもらえるかという視点が重要かと思いますので、このミササルのまとめサイトの構成については、やはり工夫改善の余地があると思えます。以上です。

【樋口座長】

ありがとうございます。やはり情報の性質による整理整頓、見栄えとしてのミササルの課題ということのご意見でした。

それでは後藤さんお願いできますでしょうか。

【後藤委員】

北海道テレビの後藤です。よろしくお願ひします。ご説明ありがとうございます。1年間、前回参加させていただいて、微力ながらご意見させていただいたことも反映していただいているのかなと思ひまして、まことにありがとうございます。その上で、私も申し訳ございませんが全てを完全にしっかり見ている訳ではないというのを前提で、申し上げさせていただきますが、広報紙に関しては写真が大きくなって、見やすくなったというか、関心を引くような、第1印象になったのではないのかなという印象を持ちました。それから他のホームページとかYouTube、ツイッター、フェイスブックなどなど、SNS系のものですが、たくさんあることでプラットフォームが広がっているというのは非常にいいことである一方、行政なので難しいと思ひますが、なかなかターゲットが絞られないというところは、我々も番組によってこれはどういう層に見てもらおうとか、年齢だとか性別だとかいろいろ考えますが、道庁という性質上、若者にだけ見てもらえばいいのかとか、お年寄りだけ見てもらえばいいのかってということにはならないところは、非常に難しいなと思ひながら考えておりました。例えばですけど、参考資料にありましたけどメールマガジンとかもまだおやりになっていて、僕も20年ぐらい前に登録したままずっと受けていますが、今の若者はほぼメールは使わないですよね。数字も拝見しましたがほとんど変わってない。かなり小さい数字のままになっていると思ひますが、少しこれまでやってきたものも、思い切って断捨離ではありませんが、世の中の的に需要がなくなっているものは切り捨てるということも、必要なのかな。メリハリをつけて、今、このミササルに、ポータルサイトまで作られて、集約しようとしている中で、いろんなものをいろいろ発信するよりは、メリハリつけて力を入れるものと、結果が出てないものは一旦見送るということを考えてもいいのかなという気がしました。自治体によっては結構LINEを使われているところも多いと思ひます。札幌市もやっていると思ひますし、最近、特に若年層も、今日のテーマにありましたけどもメールよりも圧倒的にLINEをSNSのツールとして使っているのが、若年層と言わず、一定の年齢層でももうそうなっているのかなという気もしますし、SNSに関しては需要と供給のところを精査、分析して、さらに効率的に発信していくことができないのかなという印象を受けました。具体的に私自身がアイデアを持っ

ているわけなのでご指摘だけで大変恐縮ですが、やはりそういう視点でやっていくことが重要ではないのかなという印象を受けております。簡単ですが以上です。

【樋口座長】

ありがとうございます。公共性ということも含めてターゲットを絞るのはなかなか難しい中ではあるけれども、その効率のよさみたいなものを考えて使う、媒体をニーズに合わせて整理する部分、新しい媒体を使う部分、効率よく発信していけばどうかというご意見でした。

それでは、田柳先生、いかがでしょうか。

【田柳委員】

あまり具体的な細かいところまでは、意見を言えないんですけども、ちょっと主観も入ってしまうと思いますが、気づいた点だけコメントできればと思います。

まず皆さんの意見を聞いてなるほどなと思ったんですけども、ポータルのみさサルですね、これが今自分でもチェックしたんですけども、どこからリンクが飛んでいるのかわかりません。北海道の広報広聴ページからもリンクがないので、これは一体どこから飛んでくるんだろうと思って見ていたんですね。今のこのみさサルのページのデザインを見ますと、道庁の中にあるような堅い雰囲気、左上に北海道のロゴが入っていて、道庁のウェブサイトの一部にこれがあるように見えるんですけども、どうもそうでもないみたいだしってということが一つと、それからずっと下がって、新着情報っていうのが出てくるんですけども、左側に出ているアイコンが全部「NEW」で、例えばうちの大学なんかでもそういうところに少し分類がわかるようなものを入れるとか、或いはもうニュースということで分けるのではなくって、もうちょっとカテゴライズしたほうがいいんじゃないかなっていうふうに思います。もうちょっと工夫したカテゴライズで新着情報を見られないのかなとか。このページの段階である程度この興味的人是こっちとか、この興味的人是ここ見ればいいんだなっていうのがもうちょっと直感的にわかるといいなっていうふうに思いました。もうすでにそのようなことは、前のコメントされた方も、発言されているのかなというふうに思いました。

それからですね、広報紙ほっかいどうですけども、何か前とは本当に大分印象が変わって、手に取りたくなる。なんかこう、親近感がある感じにはなったんじゃないかなというふうに思っているのと、函館市の広報誌を受け取っている立場から言うと、よくここまでコンパクトに情報を削ぎ落とせているなっていうのが正直なところで、逆に基礎自治体ではない分、どうしてもこれは伝えないとまずいっていうものがないっていうのが大きいのかなというふうに思いました。そういう意味ではちょっとうらやましいといえますか、イメージアップとか、道民を元気にする、イメージ戦略に広報誌が使えるっていうことは北海道の、都道府県のよさなのかなというふうに思っています。そのよさを、パワーアップしていけばいいんじゃないかなというふうに思ったりしました。それからですね先ほど、外部との連携といったお話があったと思うんですけども、YouTubeとかで移住者の声とかそういうのを配信しているところを今朝ちょっと見てみたんですけども、まだこれは作ったばかりなんですかね。そうでもないですよ。移住者の方結構いらっしゃるの。ただこれも会員登録してる人が150人ぐらいで、まだまだビューアーが少なくって、そして、ちょっともったいないなって思うのはですね、やっぱり北海道庁という都道府県のレベルなので、外の人に対しては、市町村とは異なる、もっと北海道にみんなが抱いているイメージをやっぱりパワーアップさせて欲しいなっていうところがすごく強くて、YouTubeで発信されている情報を見ますと、いきなり地べたにドーンと落ちてきて、ここでこの仕事を得ましたとか、なんて言うか、ものすごくマイクロな情報に落ちていって、逆に言うと北海道全体をここで網羅的にワーケーションとか移住とかの情報を出せない分、もっとメタな情報とか、メディアムサイズの、イメージ戦略っていうんですかね、何か道南から見ても、そうそう北海道ってこれ

だよねっていう感じの、もうちょっとこう、上にあげたレベルの情報を発信したほうがいいんじゃないかなというふうに印象としては感じました。もちろんたくさんいろんな情報があつていいと思うんですけども、思ってるよりもなんかちょっとベタな感じだなというふうに思いました。そして、もうちょっと今後の課題として考えていただきたいのは、北海道の食とか、北海道の遊びとかそういう北海道って括っている YouTube 映像があるんですけども、それはこれでいいのかなっていう。何ていうんだろう、ザ・美瑛みたいな感じとか。なんか北海道ってすごく広いじゃないですか。ラベンダー咲いてるところだけが北海道じゃないっていう気がするんですけども、そういう北海道の多様性とか、最果ての厳しいところから南のちょっとゆるいところまで、多様性みたいなものを、うまく発信して欲しいなというふうに思いました。だから私が今言ったことは二つ矛盾してるんですけども、一つはザ・北海道と言いましたけれども、二つ目は、北海道の多様性っていうんですかね。北海道といっても一つじゃないよっていう面もあると思うんですよね。それが、特にこの YouTube のところでは、未整理で雑多にいろいろ混ざっているなという印象があったので、それはちょっともったいなくて、かつビューアーが少ないので、一つのたたき台として、他のメディアにも使えるような北海道をどう外部にプロモーションしていくのかというところの整理を、ここを含めて他のメディアもしていったらいいんじゃないのかなというふうに思ったりしました。うまく言えたかどうかかわらないですけど、そんな印象を持ちました。

【樋口座長】

ありがとうございます。ミササルについてはやはり他の委員の皆さん同様に、いろいろ課題があるのではないかとのご指摘。一方で、広報紙ほっかいどうに関しては良くなっているという評価をいただいた上で、一つの試みとしてのご紹介がありました移住者紹介では二面性というかですね、二律背反する部分もあるかもしれませんが、ザ北海道というところと北海道の多様性みたいなものをうまく表現するにはどうしたらいいかというご指摘だったかと思います。

【樋口座長】

私の方からも幾つかと思います。やはりこれまで伺っていても、各委員の先生方、同じような課題感を持ってらっしゃるなというふうに思っておりまして、私自身も同様であります。一つキーワードとして思ったのは、連携とかネットワークというようなものかなというふうに思います。民間の発信力とのコラボレーション、協力体制。これはプラスの試みでご紹介をされてましたし、結果としても、効果が少しずつ出ているということでした。この官民の連携、これが一つだと思います。もう一つは整理も必要でありますけれども、道庁内の各媒体の連携だと思いました。それぞれの媒体の核となるミササルをベースにして、技術的にはこちらへ飛べますという連携はなされていると思いますが、逆に言うと一つ一つの媒体の性質ですとか、目的が整理されていないことで、おそらく役割分担が出来きっていないのかなというふうに感じました。そこがはっきりしてくれば、ここからはここへ飛ばす、或いはここここが連携するということがさらにやりやすくなるのではないかと思います。ただし、ミササルということ自体の方向感、私は合っているんじゃないかと思っています。ここへ来ればすべてがわかるという場所があることはとても重要で、あとは視認性、使い勝手というところをさらに磨きをかけていかれるのがいいのではないかと感じました。

それともう一つのテーマであります広報紙ですけども、これは間違いなく私も見やすくなったというふうに思います。実は、事務局の皆様にご教壇をいただいたんですが、我々この委員のメンバーにもアンケートいただきました。三つの案が同数だったそうです。お答えいただいた方が6人ということで同数の2票ずつだと。事ほど左様にデザインは、ある種、好みみたいなところがありますので、一つは変わったということ自体に意味があるんだと思います。この広報紙はおそ

らく多くの家庭に道庁の方から配られると、お届けできるというふうに、来ていただくのではなく、基本はお届けできるという媒体ですので、とても重要な媒体として使うのがいいと思います。先ほどの連携で言えば、QRコードをそれぞれの話題につけることで、しっかり飛び先があるということなんですけども、これがですね、いわゆる道庁ページのとても硬い情報ページに飛んでいると。話題の質によっては、そこに飛ぶのが一番便利でいっぺんで行けるのがいいものもあると思うんですけども、特に1月号を見せていただいた時に、もっと読みたいなというふうに、特に特集部分については思いました。もっとこの人のストーリーを長く読みたい。この場合の、飛び先というものが、ウェブ版広報ほっかいどうなわけですけども、これは紙の媒体と変わらない情報量なんだろうと、拝見して思いました。ここはですね、一つ一つのコンテンツを長くするとか、或いは、動画をつけるとかですね、インタビュー動画をつけるというように、少したっぷりと。読み込めるような、この先読んでみたいなというようなウェブ版広報紙ほっかいどうにして、さらにそこに集客をし、それぞれの、生活情動的なところに、さらに進んでいただくような媒体にできないものかなと、感想レベルですけども思った次第であります。

ここまで一通り、広報活動全般と、特に広報紙ほっかいどうを中心に、一巡ご意見を伺いました。これまでのそれぞれのお話を伺ってさらに、補足或いは委員同士でここはどうですかというようなことがあれば、各委員の先生のお手を挙げていただければと思います。いかがでしょうか。よろしいですか。それでは、ここまでのところで、道庁の皆さんの方から、それぞれ個別に例えばここはどうですかというお尋ねですとか、逆に今までに出たお尋ねに対するお答えですとかがあれば、お願いできますでしょうか。

【箭本広報担当課長】

皆さま貴重なご意見いただきありがとうございます。広報紙やSNSなどを担当しています広報担当課長の箭本と申します。全体として、一つは、我々の基幹の紙媒体の広報紙、これは全道に約250万部を配布しておりまして、今まさにご意見いただきましたが、1月号からデザインをリニューアル、3月号はNORDさんという若いタレントを表紙に使わせていただきました。こういう試みも今までやったことはありませんでした。道の広報紙なんて堅くて見なかったという方もいらっしゃるのかなと思いますが、広報紙を手を取った時にNORDさんの顔が表紙に出てきて、若い人もなんだろうと思って見ていただける、今まで関心なかった層にも訴求できるかもしれないということをイメージしています。かつ今回は、ゼロカーボンの特集のテーマにしましたので、これから先を睨み2050年に向けてゼロカーボンを進める主役となる若い方にも見ていただきたいという思いで、こういう形で制作させていただきました。

今回、皆様からご評価いただいたということ、それと樋口座長からもお話ございましたけれども、広報紙の内容に関連する情報をウェブサイトにもう少し掲載するとか、インタビュー動画をサイトで情報発信したりだとか、インタビューの記事を深掘りした記事を載せたりといった工夫もあると良いのではとのことでした。予算的な制約もあり難しい面もありますが、サイトの充実是我々もやっていきたいと考えております。

もう一つ、この広報紙は道の主力広報媒体ですけども、基本的には中高年層の方々が読者の中心です。直近では、若い方も含めて幅広い年代の方々に読んでいただきたいという思いがありますが、今後、デジタル化が進んでいく中で、この先どういう方向性を目指していったら良いかということをお悩んでいるところもございまして、この点についてご意見いただければと思いますのでよろしくお願いいたします。

【樋口座長】

ありがとうございます。皆さんの方から何かご意見あればと思いますがいかがですか。石津さんも、帯広市も同じようないろいろな悩みをお抱えの中ですので、今取り組んでいらっしゃるこ

とですとか考えていらっしゃること、いかがでしょうか。

【石津委員】

帯広市も含めてすべての自治体が、これだけウェブ媒体が一般的になってきている中で、配布の手法も含めると、紙媒体の広報誌の見直しの過渡期に入ってきていると感じています。当市としても数年前から、広報誌の配布手法と広報誌のあり方そのものについて、一体的に検討を進めてきています。ただ、やはり特に配布の部分、今町内会の皆様方、地域の皆様方に配布をお願いしているということもありまして、コストの問題などから、なかなかすぐに見直しに至るような妙案はないと思っています。ただ、今後に向けて、北海道さんの広報紙は本当に少ないページ数の中に情報を凝縮して発行されていると思いますが、帯広市についてもそのような方向性にはなっていくだろうと思っています。ページを減らす中で、本当に必要な情報を届けていく方向性で考えていますので、今は特に市民にとって必要な情報の優先度を見極めるような、整理の検討をしているところです。広報誌には魅力発信の側面もありますが、市町村については、やはり市民向けの情報が大きな割合になりますので、そうしたことを中心に今検討を進めているところです。以上です。

【樋口座長】

ありがとうございます。他の委員の皆様いかがですか。先ほど田柳さんから、いわゆる道のレベルの広報紙の使い方と市町村レベルの広報誌、或いは媒体の使い方は若干性質が違いますよねというようなお考えも伺いましたので、関連してご意見を伺えればと思いますがいかがでしょうか。

【田柳委員】

正直自分自身も不勉強というか、意識が低い部分もあるのかなと思うんですが、諸外国みんないろんなレベルの自治体があるわけですよね。基礎自治体、その上、上ってということで、それぞれの役割というか市民との密接性っていうのが領域によって違ってくるので、例えば、いろんな申請とか、直接的な関わりを持つところっていうのが、漠然としかみんなわかってないと思うんですよ。大体は、これは函館市に行けばいいんだっていう。渡島総合振興局に行く場合はパスポートの申請かなとか、そういうレベルでもやっぱりもうちょっとわかりやすさっていうのが実は必要なかなっていうふうに、ふと思ったりもしました。だから必ずしも基礎自治体ではないから抽象度の高い情報だけでいいかっていうと、もちろんそうではないわけで、そこがやっぱり一つは教育機能っていうんですかね。とっても大事な部分ですよね。その国の中で、どの層の政治が何をしてくれるのかっていうのはその国の特質に関わるわけなので、道民としては、北海道庁はこの部分、私達に非常に深く毎日の生活に関わりがある部分、例えば、道路だったら道道と市道があるわけですけども、そここのところが漏れないようにしていくっていうのも必要かなというふうに思ったりもしました。あとは今、石津さんもおっしゃったように、紙媒体は、より情報圧縮していくっていうんですかね、そういう方向にもし向かっていくんだとしたならば、どういうふうに圧縮していくのかなっていうのは本当に知識がないですけどももうちょっとこう、勉強しながら、みんな一人一人の市民も考えていかなきゃいけない部分で、そういう届け物、コミュニケーションメディアのあり方っていうのは行政職員だけが考えればいいのかっていうと、多分きっとそうではないので、多分帯広市さんなんかは、先進的にもしかしたらそういう市民からの広聴とか、市民との対話の中でそういうことを考えていくっていうことも深く考えたらっしゃるのかもしれないですけども、もしそういうのがあれば他の市町村や北海道なんかも学んでいきたいなというふうに思いますし、北海道の広報を考えるだけではなく、市町村の広報との兼ね合いっていうのも含めてちょっと考えていかなきゃいけないんだろうなってい

うふうに今、改めてお話聞いてて思ったりしました。アドバイスというよりも勉強しますって宣言してるみたいな感じですけど。そのように思いました。

【樋口座長】

ありがとうございます。メンバーの中では一番若くて、紙よりもウェブという世代の柳田さん、その紙メディアの使い道とか、どう考えられますでしょうか。

【柳田委員】

この紙媒体の広報紙は、4 ページで、しかも 2 ヶ月に 1 回の発行ですよ。

【箭本課長】

年 5 回発行しています。

【柳田委員】

ありがとうございます。情報量とか、速報性という点では期待できないので、やはりこういう特集部分に重きを置くっていう方向性は合っていると思います。先ほど、紙媒体から、続きやその動画バージョンをウェブで見られるようにして、ウェブ上での閲覧を促せばどうかというお話もありましたけども、そこをもっと今後拡張して行って、むしろウェブ上のコンテンツを本番というか、基本的にはウェブで様々な特集を展開して行って、そのダイジェスト版としてこの紙の広報紙を位置付けるということも今後考えられるのかなと考えました。あとは、市町村の広報誌と都道府県、道庁の広報紙の住み分けという話もありましたけど、やはり生活情報などは市町村媒体の方がしっかりと充実していると思いますので、例えば、この後道民意識調査の話も上がると思うんですけども、そこで取り上げられるようなヤングケアラーの話とかゼロカーボンの問題とか、逆にそういうスケールの大きいワードはなかなか市町村単位で出てこないと思うので、そういう点を周知するのにも利用できるのではないかと考えました。以上です。

【樋口座長】

ありがとうございます。黒井さん、今までの話聞かれていていかがでしょうか。

【黒井委員】

聞いていて思ったのは二つあって一つは、そもそもでいくと、幅広くいろんなターゲットにということで行くと、紙とウェブとそれぞれやっぱり持つておくべきだと思ってます。それぞれ特性も違いますし、メリットが違うと思ってます。ウェブの方のメリットってやっぱり検索性もあると思うんですよ。広く伝えられる可能性があるっていうのと、検索性があるっていうところで、今、広く伝えるっていうところに関してはいろんな力を費やしてるなって感じがあるんですけども、もう一つのこの検索性みたいなところも高めていくっていうのも一つ方向性としてあってもいいのかもしれないなというふうに思いました。というのは、これは本当に一道民というか、一市民みたいな感じの感覚なんですけど、例えばインボイスが最近超話題ですけども、インボイスやらなきゃと思って検索をすると、ここは市町村単位じゃなくて、振興局単位でもなくて、道税事務所なんだ。みたいなものとかが発生してるんですよ。これは市町村ではなくて道なんだ、みたいな。じゃあ道の税のホームページ行くと結局どこに何があるかわかんない。もうちょっと市町村と道を跨いだ検索性の高さみたいなものを上手くキュレーションするみたいなものもあり得るな。ポータルサイトって言うと、今、どうしてもプラスの情報の YouTube とかそういうところのポータルサイトみたいになってますけども、本当は一市民が本当に欲しい情報のポータル、そういう税金に関わることとか、そのあとにここは市で、ここは道で、ここはどこ

で、みたいなそういう情報の方が欲しいかなっていうか、今、年度末になってめちゃくちゃ私自身が求めてるっていう感じですね。いつも、どこに何の情報があるのか、道と市と情報が分断されていてあっち行ったりこっち行ったりするので、税金に関わる、それを乗り越えたポータルサイトがあったらすごいこの時期検索されるなって思いました。

【樋口座長】

ありがとうございます。切実ですよ。それでは田柳さん、どうぞ。

【田柳委員】

それではすいません関連して、1個追加で意見言ってもいいですか。ゼロカーボンがさっき出てきましたけれど、北海道がゼロカーボン宣言したから市町村もみんな横並びで宣言しているみたいな、もちろん市町村の中にも先進的にゼロカーボンをやっているところもたくさんあると思うんですけども、そういうのもあると思うんですよ。だから、それをどうしようっていうと難しいんですが、それがどこから来たのかっていう情報がわかるといいなあというふうにちょっと思ったりしますね。ゼロカーボンの情報を探そうと思ったら、函館市がゼロカーボン宣言しましたという情報は、やっぱり道庁のページに行かないとわからないんですよ。メゾレベルの政策で、一見市町村がイニシアチブを取っているかのごとく見えるけれども、実はもうちょっと大きいところを見ないとわからないっていうのもあるかなっていうふうに、少し補足ですけども、そんなふうに今、思いついたりしました。

【樋口座長】

ありがとうございます。それでは後藤さんお願いできますか。

【後藤委員】

今のご質問に関しては、僕はやはり、紙媒体は残すべきでないかなと思います。どこまでデジタルがいてもやっぱりデジタル弱者の方もいらっしゃいますし、高齢だとか或いは、余りにも小さい子とか見られない方がいますので、やっぱりそこは役割が違うのではないかなと。今も何人かの委員の方からもご指摘ありましたが、例えばこれを見てそこからさらに深いところに入っていくっていうことは、さらに情報入手もできますし、いろんな観点から物事も見られると思いますが、そういう意味でもやはりあるべき媒体かなというふうに私は考えます。それからもう1点、デジタルだけになってしまうと自分から取りに行かなきゃいけない。配られて半ば強制的に自宅に来るとか、自分の手元にあるというところで、目に入る情報というのは絶対あると思いますし、忙しくなればなるほどこういう行政のものなどには目が行かなくなる傾向があるかなと思いますし、若い人は、そもそも興味関心も薄いだろうなと。家にあったものが偶然目に入るとか、どこかへ置いてあるものが偶然目に入るっていうこともあるのかなと思いますし、デジタルだけになった時に、ここは朝日新聞さんがいらっしゃいますが、朝日新聞デジタルだとか、そういうデジタル媒体にしちゃうということも、お金もかかりますし、すごい大きな話になるのかなと思いますし、そうしたところでもやはり見られない人は見られないのかなというふうに思いますし、そういう意味では今本当に非常に簡素化されて、市町村とは違った、もう少し国の政策とかに近いようなものが出ているということを考えても、意味のある媒体じゃないかなというふうに感じます。以上です。

【樋口座長】

私の意見も、今まで皆様から出たのとほぼ同じです。デジタル弱者がいる中で、現時点では、紙媒体の廃止というのは少し早いのではないかと。私どもの会社も、まさにデジタルへの全面転

換ということは常に話題になりますけれども、それでは新聞を読めない方をどうするのだということが、少なくとも現時点ではまだ難しいということでもあります。もう一つは、すべてを掲載できるわけではないけれども、案内口にはなるという役割があるということ。それから、最初にも申し上げましたように、今、後藤さんからもあったようにプッシュ型であるということですね。多くがごみ箱に行ってしまうかもしれないけれども、それでも、手にとられる機会を無くさないほうがよいのではないかということを感じました。

これまでのところ改めて皆様の方から補足等いかがでしょうか。よろしいでしょうか。もし何かあれば、最後にまたということにしたいと思います。

議事（２）テーマ２

【樋口座長】

続きまして意見交換テーマ２「道民意識調査 令和４年度の調査結果を踏まえて」について、事務局さんから説明お願いいたします。

【荒木課長補佐】

それでは意見交換のテーマ２についてですが、前回の会議で、「質問の項目がどれだけ身近なのか、一つ目の設問を少し身近なテーマにしていくことでちょっと答えてみようかなっていう気を起こされることができるかもしれない」、「調査項目の内容もなるべく身近なものとする」、「興味があれば回答率は上がる」、「用語の使い方や並び順には修正の余地がある」といったご意見をいただきました。調査項目自体は、全庁的な行政課題ですとか、各種計画の見直しへの活用など、重要性や緊急性を勘案し決定しているところです。ですから、一目見て、一般的には馴染みがないものであっても、広く道民の方々に関わりのある調査項目となっております。ではありますけれども、このようなご意見をいただいて、どれだけ重要な調査であろうが、相手に伝わらなければ、協力をいただけないと、当たり前のことではあるんですけども、改めて認識させていただいたところです。つきましては、こういった調査において、身近なことに感じてもらえるタイトルの付け方のポイントであるとか、或いは、タイトルを付けたときに、正確性との兼ね合いでどこまでそれが許容されるのかとか、そういった考え方についてのご意見、アイデアを頂戴できればありがたいなというふうに考えております。それから、一見して拒否反応を起こさない、途中で投げ出さないで回答してもらうために、といったレイアウト的な工夫であるとか、或いは少し和ませる意味合いでのイラストの有無、そういったことも含めて、広くご意見をいただければありがたいというふうに考えております。

【樋口委員】

ありがとうございました。それでは委員の皆様からご意見をいただければと思います。田柳先生お願いいたします。

【田柳委員】

前回、調査対象 1500 人を増やすか増やさないのかっていうようなところの意見しか言わなかったんですけども、あとは、回答率が高いのはやっぱりお子さんがいらして、課題意識が高い方が、その世代が回答率高いねっていうこと、ここには書いてないんですけども、そのような意見を言わせていただいたんですけども、今回ストレートに結果を見てみて、これは、非常にやる意義のあるアンケートだなというふうに思います。この母数が多いのかどうかっていうのはちょっとまた別問題として、これだけ知らないんだっていうような、知った気になって進めちゃいけないんだな何事も、という非常に反省材料にもなりますし、ある意味、格差も開いているし、それはやっぱり、富の格差は知識の格差というふうに言いますので、そういうことに対する意識

も非常に、問題意識高くなってくるなっていうふうに思っています。その母数の問題とか、取り方、それから分散の仕方とかそういうところはもうちょっと工夫のしようがあるかなって思いますけれども、このアンケートの意義というのは非常に感じたところですよ。とりあえず以上です。

【樋口座長】

ありがとうございます。それでは、柳田さんいかがですか。

【柳田委員】

わかりやすい調査テーマタイトルの付け方と、調査テーマ掲載順の留意点ということで、私も、こうすれば絶対わかりやすくなるんじゃないかっていうそこまでの明確な答えは、なかなかないんですけども。やはり無作為抽出で、突然これが家に送られてくるということで、これまでに出ているように、例えば今回のテーマで言えば、がん対策とか、或いは信号機のない横断歩道の交通安全とかの身近なところから始めるとか。或いはゼロカーボンといきなり言われても、馴染みがないかもしれないから、環境問題や地球温暖化についてとか、馴染みのある、始められるような言葉にするというのは一つあると思います。堅苦しいというか、どうしてもこの話題の性質上仕方ないと思うんですけども、やはり拒否反応が出てしまう理由として、説教ばさとか、そういう部分がなくはないと思うので、なかなか難しいんですけども。イラストの掲載とか先ほどもおっしゃっていたようにそういう点もあり得るかなと思います。あと、回答率向上のための工夫ということで、もちろんプレゼントをつけるということも、例えばクオカードなどを配布するという話もありますし、インターネット調査とかでも回答すればクーポンがもらえるとか、そういう手ももちろんあると思うんですけども。ただ、そこが行き過ぎると、逆にその商品目当てにほとんど文章を読まずに、全部①に回答するとか、そういう問題が出かねないので、回答の質が、ちゃんと質問の文章を見てしっかり答えていただけるっていう質が担保されているのであれば、50%台でもそこまで問題はないのかなという、そういう考え方もあるかなと思います。私からは以上です。

【樋口座長】

ありがとうございます。石津さんいかがですか。

【石津委員】

一般的に回答率を高くするためのテクニック、例えば質問数を抑えたり、読みやすいフォントにするなど一通り取り組んでいらっしゃると思います。その上で、さらに細かいところになりますけども、気づいた点を何点かお話しさせていただければと思います。

まず、そもそもの調査のタイトルである道民意識調査が政策形成に要するものであることが、少し連想しにくいのではないかと思います。帯広市ではまちづくりアンケートという名前で、こういったアンケートを行っています。市民の方々に答えていただいたことが、ダイレクトにまちづくりや政策に反映することが、伝わるようなタイトルになっていると思います。なかなかこの調査名を急に変えることは難しいと思いますが、それから、2点目ですけれども、設問数をかなり少なく設定されているとは思いますが、前回の会議の時に配られた、このアンケート用紙を見ると、全部で38問ですと、目次のところに記載していたと思いますけれども、少し38問だと多く感じてしまう感覚があります。ただテーマ数は、「あなた自身のことについて」を聞く以外では7テーマですので、7つのテーマであることを、もう少し大きく表示してはどうかと思います。

「あなた自身のこと」は、質問項目に数として入れる必要があるのかなと思いました。それから冒頭にアンケートの趣旨が記載されていますけれども、各質問のテーマの最初の冒頭にも、そのテーマの目的やその結果をどういうふうに反映させるのかといったところを説明していますが、

ここが少し長く感じるように思います。難しい言葉もありますので、そこは冒頭で、北海道の重点政策に反映させるアンケートだ、ということを伝えれば、もう少しこのテーマごとの説明は簡単なものでもいいのではないかと思います。質問の流れの部分については回答者が答えやすいように、ある程度、似た項目の質問を近づけて聞いていく方がスムーズに質問に答えやすいように思いました。例えば、ゼロカーボンと生物多様性を近づけると答えやすい流れになるのではと思います。特に信号機のない横断歩道の質問については質問の文章もかなり短くて、普段の生活で自分が見ているようなことを聞かれる質問です。この質問を最初の入口に設定することで内容がやわらかく見えますので、回答しやすくなる、最後まで回答していただけるといったところに繋がっていくのではないかと思います。アンケート調査とは違いますが、パブリックコメントについても、すべての自治体で取り組んでいると思いますが、こちらの意見を増やすための取り組みも課題になっていますけれども、帯広市で今取り組んでいることとしては、パブリックコメントを行いますと言う前に、広報誌やSNSで複数回、案件の内容を簡単に説明することも含めて、事前告知を繰り返し行った上で、パブリックコメントを実施しています。そうした取り組みもアンケート調査の実施においても生かせるのではないかと思います。以上です。

【樋口座長】

ありがとうございました。後藤さんいかがでしょうか。

【後藤委員】

まずわかりやすい調査テーマタイトルの付け方ですが、確かに自分が特にわからないと、もう最初に項目を見ただけで何となく答えるのが、腰が引けてしまうとかあまり乗り気でなくなるんじゃないかなというところは非常に感じますので、結果を見ても、特に環境政策だとかそういうところについては、ちょっと聞いたことあるけどほとんどわからないっていう方の方が過半数を占めている項目も多いと思います。そう考えたときには、先ほどもありましたが例えば一番であれば「温暖化対策」とか、二番であれば「福祉・介護」、三番であれば「医療健康」について、四番であれば「教育・少子化」、五番であれば「自然環境」、六番であれば「交通安全」、七番であれば「違法薬物」の方が、中身の設問は同じでもいいと思うんですが、入りやすいのかなという気がしました。あと以前も申し上げましたが、今、他の委員からもありましたが、やはり身近なテーマから話題にした方が、いいのではないのかなと。やはりゼロカーボンとか生物多様性、非常に重要な問題ですが、国際的なレベルの問題だとも思いますので、普通に生活している市民の方にどこまでこれが肌感覚としてあるのかということを見ると、やはりなかなかハードルが高いのではないかなというふうに感じます。地球規模の話になると、やっぱりなかなか普段の自分自身の生活には直結しない部分が多いのかなと。それからあと感じたのは、都市部と地方とか過疎地で同じテーマで良いのかなというところがございます。本当に過疎地に行くとそもそも信号機のない横断歩道とか、信号機自体がほとんどついてないような過疎の町も北海道にはたくさんあると思いますね。そうなった時にこれが身近な話題なのだろうかというようなこともありますし、一方で札幌みたいなそれなりの都市部だからこそその問題もあるのではないかなという気がしました。部活動改革も、最近札幌でも随分問題になっていますが、地方では今、ひとつの学校で一つの部活が成立しない。当たり前のように隣の中学校との合同チームみたいなことになっているということを見ると、なかなか都市部と地方で同じ観点でこのアンケートに答えることができるのだろうかということも感じました。例えばですけど、選択質問を作って七番は都市部の方、八番は過疎地の方とか、というようなことを、手間がかかるかもしれませんが、そういうことをやる方がより精度の高い実態に合った回答が得られるのではないだろうか。都市部の方が地方の課題のアンケート内容についてはやっぱりなかなか正しい回答というか、正確な回答にならずに何となく回答しちゃうような、逆も然りだと思うんですが、そういうような

こともあるかなというような気がしました。それからあと、蛇足になるかもしれませんが、調査の最後に、このアンケートについてのアンケート取ったらどうでしょうか。こういうアンケート取ることに對してどのような印象を持っているかっていうことがあれば、今我々がいろいろ、アイデアを少しですが出させていただいておりますが、実際にアンケートに答えた人が、この道民意識調査についてどう感じたかっていうことを最後にその他として自由記載とかしてもらえれば少し皆さんの参考になる可能性も。実体験としてこれを答えた人の意見っていうのはなかなか、参考になる可能性があるのではないかという気はしました。以上です。

【樋口座長】

ありがとうございます。それでは黒井さんお願いできますか。

【黒井委員】

アンケートの内容ですとか細かい部分はこれまで皆さんに出していただいたので、付け足すところは特にないんですけども、アンケートのところでもしかしたら記載があるのかもしれませんが、例えば何分で終わりますみたいなのは、最近よく書かれているなっていうふうに思っています。このアンケートはこれぐらいで終わります、とか。結構分量はあるんですけど、質問内容自体はそんなに複雑ではないので、取りかかったらそんな時間はかからないんじゃないかなっていう気はするんですよ。あと何分で終わります、みたいのがあるといいかなと。もう一つはこのアンケート結果はすごく、私も政策形成に関わっていますので非常にありがたいなと思っていて、例えば部活動の話ですが、私スポーツ関係の政策を作ってるところなので、まさにこういうデータが欲しかったか思いながら、あとはSDGs 関連で、自治体職員に向けて研修したりすることも多いものですから、こういう情報もすごくありがたいなというふうに思っています。その中で思ったのは、今回の結果みたいなものをきちっと広報していくっていうのが大事なのかなというふうに思いました。これはもちろん、政策に関わっていらっしゃる方々は見ていらっしゃると思うんですけども、もっと一般の方々に、道民意識調査で、道民の人達はこれぐらい知ってますよ、とか、全国と比較してこうですよとか、どれぐらい認知度ありますよ、北海道民はどれぐらい知ってますよとか、そういうのって、割と一般市民の人たちも興味あるテーマだと思うので。これをもう少しポップな感じで、いろんな媒体で上げていくと、認知度自体が高まるのかな。それと同時に、毎年こういう調査やっていますので行った時には当たりだと思って教えてくださいね、みたいなのを来年度やっていくといいかなというふうに思いました。結構、私、エアドゥに乗ったりするときにはエアドゥの媒体をじっくり読んだりするんですけど、その中で道庁さんがやられていたさっきのやつとか見たんですけど、ちょっと前に、道民の数字みたいなものをずっと上げていたページがあったんですよ。結構マーケティングの視点からも非常に面白いなと思って見ていたので、何かそういう読み物系の雑誌にそういうのも載せてみるとか、単純に本当にSNSとかで発信でもいいと思うんですよ。それをバサッと上げるのではなくて、部活動とかゼロカーボンとか、ヤングケアラーなんか一般市民の人達も割と知ってるキーワードだと思うので、北海道のヤングケアラーはこういう状況です、認知度はこうです、みたいな感じで。ちゃんとインフォグラフィックの形にして見せていくと、うまくいくとバズったりするかなというふうに思ったりしました。以上です。

【樋口委員】

ありがとうございます。それでは私から。本当にこれまでも意見に出ていることが多いのですが、大きく言えばですね、もっと丁寧に優しく寄り添いながら聞いたらいいのになということでもあります。道民意識調査という名前を変えるのもその通りだなと伺っていて思いました。内部的には道民意識調査でいいんだと思うので、調査を変えるのではなくて、用紙上は、皆さん

の声を聞かせてくださいとか、それだけでも全然構わないのではないかと思います。例えば今回の7項目でいうと、まずは皆さんの生活や健康に関わることについてお尋ねしますという大きなジャンルがあり、その中で、ここでいうと2番3番7番、場合によっては4番ぐらいがあると。ケアラー支援については、ご家族の介護やお世話について聞かせてくださいとかですね。がん対策については、行政のがん対策について聞かせてくださいとか、薬物のことについて聞かせてくださいみたいな、とにかく噛み砕いた並べ方をして、大きな二つ目の項目が、北海道の環境問題について教えてくださいというような導線みたいなものの中で、一つ一つを噛み砕いていくのはどうかなと思いました。その上で、前回も含めて、この調査は、やっぱりどうだろうなという思いが実はあります。他の委員の先生からは、とても意味があることだと、意味がないとは全く申し上げないんですが、なんだろうなこの違和感、と書いておいて。私に、もしアンケートが来たときに、どんなことを答えたいかなっていうと、道庁さんにこうして欲しいんです、ということをお伝えたいかなって思うんです。それなのに、この意識調査が、どうして欲しいですか、という感じの問いかけになっていないものもあるなと思ったんですね。逆に、このアンケートがたまたま来たことで、あなた知ってますか、そう問われて、何かこう変容を促されているような項目もあるなというふうに思いました。道民の意識改革、啓蒙活動を今後やってこう、という時に、その始まる段階或いは中間段階で、どのくらい広まっているんだろうということでの「知っていますか」という調査は、これは意味があると思います。逆に言うと、これは継続してやらないと意味がないんだろうと思います。つまり啓蒙施策みたいなことに関してはそういう質問でもこれは止むなしな一方で、課題解決のために道としてどんなことをやればいいのかという趣旨のアンケートであれば、具体的にどんなことをやればいいのかと聞けないまでも、こんなことは必要ですかというようなニーズを問うようなものとか、やはり目的を明確にした中で質問項目を作ったらどうだろうなと考えました。前提として前回は申し上げましたが、回答率自体は決して悪くないということですし、意味がある数字だと思いますので、勝手なことも申しましたが、ご検討いただければというふうに思います。

二つ目のテーマの道民意識調査に関して補足ですとか、道の皆さんへのお尋ねなど、もしあれば、改めていかがでしょうか。柳田さんお願いします。

【柳田委員】

補足として、先ほどから話題に挙がっております、わかりやすい表現ということで一つ、考えたことがありまして、もう少し設問であつたり或いはその前にある説明文の部分で、具体例を挙げるとわかりやすいのではないかと考えました。例えば、特にゼロカーボン北海道についての部分ですと、「あなたは暮らしの中でゼロカーボンを意識した行動をしていますか」とか、「どうしたらゼロカーボンにつながる行動が増えると思いますか」は正直、結構抽象的な問いで、おそらくゼロカーボンという言葉と意味をもともと知っていた人でないとなかなか答えられない問題になっていると思いますので、例えば、リサイクルを積極的に行うとか、資源の無駄を節約するとか、環境に配慮した行動はとっていても、ゼロカーボンに対する意識がそんなにないという、そういう事例はあるかと思っておりますので、設問をコンパクトに抑えるという目標からは少し矛盾してしまうかもしれないんですけども、ゼロカーボンに繋がる行動を列挙して、この中で当てはまるものはありますかと書いてみたり、難しいかもしれないんですけども、ゼロカーボンに寄与する対象商品を実在の商品もあげてみたりして、こういった商品をどう評価するかとか、ゼロカーボン推進という文言で、購入したくなるかとか、直接的な問いを増やすというのも一つの手かなと思いました。あと、先ほど樋口さんの方から、道にもっとこうして欲しいという意見を伝えられるような形にしてはどうかという話もありましたけども、それに関しても、直接今、道が行っている政策というのを具体的に説明して、それに対する評価をしてもらう項目というのを設けるというのも一つの手かなと思いました。以上です。

【樋口座長】

ありがとうございます。なるほどなと思いつながら伺いました。他に皆様の方からいかがですか。後藤さんお願いします。

【後藤委員】

私も今いろいろ話を聞いていて、例えばこれは最初のテーマに繋がりますが、同じような設問を自由記述でこういうことをやっているということを当然ホームページなんかでは出すのでしょいうけれども、そこで、意見をいただくようなことをやってもいいのかなど。この調査は無作為抽出で、いわゆる正確な調査手法に基づいてやっていると思いますが、中にはやはり各項目について非常に興味を持っている方や、関係する人がいることを考えれば、別に 1500 サンプルに限らず、ちょっと偏った意見が来る可能性は否定できませんが、広くホームページとか SNS で募集するというのも一つのアイデアじゃないかなと思いつました。どこまでこの意見をリンクづけるかっていうのは非常に難しいかなと一方で思いつますが、とはいえ、広く意見を吸い上げるということには、一定の意味があるのかなという気がしました。以上です。

【樋口委員】

ありがとうございます。ウェブ参加の皆様いかがですか。よろしいでしょうか。では前半のテーマも含めて全体を通した議論でこれは言っておきたいなというようなことがあればお願いいたします。いかがでしょうか。よろしいですか。それでは、他にご質問等もなければそろそろ終了時間が近づいて参りましたので、進行を事務局さんの方にお渡ししたいと思います。

【荒木課長補佐】

樋口座長はじめ、委員の皆様、いろいろなご意見いただきましてありがとうございました。

最後となりますけれども、この会議の後も引き続き、広報活動等のトピックスにつきましてメール等で情報提供、或いは広報紙の郵送等させていただきますので、それらをご覧になりまして何かお気づきの点等ございましたら、またメール等でお知らせいただければありがたいと存じます。それから、この会議に参加していただいております委員の方々の任期は 2 年とさせていただきます。2 年目となります、今日出席の黒井委員、本日欠席されておりますけれども、津別町の小泉委員、旭川市の谷口委員におかれましては、今回は最後の会議となります。ご多忙のところを、道の広報広聴活動に対しまして貴重なご意見、今日もそうですけれども、いただきましてありがとうございます。黒井委員から一言いただければありがたいなと思いつます。よろしくお願いついたします。

【黒井委員】

1 年目はコロナの関係もあってなかなか参加できずに、ちょっとお力になれたかどうかわからなかったんですけども、2 年目の方は出席させていただいて、北海道の方で、どんなことをやられているのかっていうのもそうですし、あとはどのあたりが課題と感じてらっしゃって、どんなふうにしていったらいいのかということ非常に真摯に、意見を集めながら、さらに、実際に形にアウトプットもしているっていうのを横で拝見させていただいて、私自身も非常に勉強になりました。本当に様々な知見をお持ちのプロの方がいらっしゃる場だっていうのを改めて感じて、皆様のご意見からも非常に勉強になることが多かったんで、引き続き、皆さんには北海道のために、ご活躍いただければなというふうに思っています。本当にありがとうございました。

【荒木課長補佐】

黒井委員ありがとうございます。

それでは閉会に当たりまして、広報担当課長の箭本からご挨拶をさせていただきます。

【箭本広報担当課長】

広報担当課長の箭本でございます。樋口座長はじめ委員の皆様、今日は長時間にわたりまして貴重なご意見とご提案をいただきまして本当にありがとうございます。黒井委員におかれましては任期満了ということで、これまで様々なご意見やご提言をいただき本当にありがとうございます。引き続きまたお気づきの点あれば、ご意見などいただければありがたいと思っておりますので、よろしくお願ひします。本日の意見交換テーマが「今年度の広報活動の振り返り」「道民意識調査」ということで、私どもにとって大変参考となるご意見を多々いただきました。広報紙についてはデザインのリニューアルついて見やすくなったとのご意見をいただきまして、自信になりました。また、紙媒体は、将来に向けて、デジタルに弱い方への配慮なども踏まえ、残していかなければいけないというご意見もありました。一方で、紙のスペースが限られる中、発信する情報も限定されるので、ウェブを使うだとか、市町村さんの広報誌との棲み分けなどといった点も意識していかないといけないのかなと思います。また、ミササルについても色々ご意見をいただきましてありがとうございます。このサイトは外部委託をせず職員が自分で作ったということもありますが、一目で道政の情報が見られるという点にご評価いただいたのかなと思います。ただそれが誰に対するどういう情報なのか、田柳先生からご意見ありました分類の仕方とか、そういう部分で、まだ発展途上の部分があるのかなと思っておりますので、今後工夫を重ねていきたいと思っております。

道民意識調査についても、座長がおっしゃいましたように、優しく丁寧にもう少し道民に寄り添ってという部分があってもよかったのかな、そういう部分を工夫しなくてはいけないなというふうに思っております。

いずれにしましても、皆様からいただいたご意見を踏まえながら、我々も日々工夫を重ねて、道政情報を道民の皆様に関わりやすく発信できるように、かつ、道民の意向把握もしっかりとやっていきたいと思っております。最後になりますけれども、この会議も本日で年度2回目ということになります。1年間本当に大変お世話になりましたありがとうございます。また今後とも、何かお気づきの点あれば、遠慮なくご意見などいただければというふうに思っております。本日は誠にありがとうございました。