

## 令和5年度(2023年度)第1回北海道広報広聴推進会議 議事録

日時：令和5年(2023年)8月1日(火) 13:45~15:40

場所：かでの2・7 9階940研修室

### (課長補佐(調整))

ただいまから令和5年度第1回北海道広報広聴推進会議を開催させていただきます。

私、事務局の広報広聴課調整を担当しております樋口と申します。本日は、どうぞよろしくをお願いいたします。

開会にあたりまして、広報広聴課長の鞠子より、ひと言、ご挨拶を申し上げます。

### (広報広聴課長)

広報広聴課長の鞠子です。本日はお忙しい中、お集まりいただきありがとうございます。ウェブ参加の米倉委員もどうぞよろしくをお願いいたします。

本会議は、委員の皆さまから様々なご意見・アイデアをいただきながら、道の広報広聴活動をより効果的に行っていくという趣旨で実施しております。今年度は、新たに5名の委員に就任いただきまして、継続いただいた委員の皆さまを含めまして、本当にお忙しい中、ご承諾いただきましたことに感謝申し上げます。

この3年あまり、コロナ中心でありましたが、5月に5類に移行したということで、徐々に人の動きも活発になってきております。

最近、半導体についても話題になっておりますけれども、再生可能エネルギー、食、観光など、北海道の魅力をまた改めて発信していきたいと考えてございますし、また、地域それぞれの取組も、道としてできる限り発信していきたいと思っております。そういった点で、この後、お話ししていきますが、「広報機能の強化」を進めてまいりたいと思っております。

また、これも非常に重要と考えておりますが、道民の皆さまの声を把握するということが、なかなか難しい事業ですが、毎回委員の皆さまからご意見をいただきながら取り組んでおります。

本日は、こうした道の広報広聴活動全般について、意見交換をよろしくお話ししたいと思っております。この後、委員の皆さま方からの自己紹介もあると思っておりますが、委員の皆さま、各分野、各地域でご活躍いただいている皆さままでございます。それぞれのお立場からの視点で、忌憚のないご意見をいただければと思っております。

道の広報広聴活動について、わかりやすくお伝えしていきたいというのが私たちの思いでありますので、厳しいご意見を承り、不断に工夫を重ねたいと思っておりますので、どうぞよろしくをお願いいたします。

### (課長補佐(調整))

ありがとうございました。本日は、広報広聴推進委員8名のうち、ウェブ参加いただいている米倉委員1名も含めまして7名のご出席をいただいております。当会議の設置要綱5の(2)、委員の過半数の規程に基づきまして、本会議が成立していることをご報告させていただきます。

また、本日の会議は公開で開催しておりまして、議事録につきましては、後日、委員の皆さまにご確認の上、道のホームページに発言委員のお名前も含めて公開させていただくこととなりますので、ご了承願います。

議事に入ります前に、僭越ながら私から委員の皆さまをご紹介させていただきます。

まずはじめに、昨年度から引き続き委員に就任いただいています3名の委員の皆さまをご紹介します。

北海道テレビ放送株式会社報道情報局報道部長の後藤委員です。

公募委員で、北海道大学大学院国際広報メディア観光学院に在学されています柳田委員です。

なお、公立はこだて未来大学社会連携センター教授の田柳委員は、所用により本日は欠席となっております。

続きまして、今年度から新たにご就任いただきました委員の皆さま5名の方をご紹介します。

朝日新聞社北海道支社北海道報道センター長の武山委員です。

帯広市政策推進部広報秘書室広報広聴課長の戸田委員です。

東川町総務課主幹の佐々木委員です。

本日、ウェブ参加されております株式会社エフエムもえる放送局長の米倉委員です。

公募委員で、日本航空北海道支社広報宣伝アシスタントマネジャーの岡田委員です。

委員の皆さま、一年間どうぞよろしくお願ひいたします。

それでは、次第に沿って、議事に入らせていただきます。

次第をご覧ください、議事1のうち、座長の選出についてであります。

昨年度から、座長は、広報広聴活動に深い知見のある報道機関の委員から、朝日新聞社様をお願いしております。ついては、昨年度の樋口委員に引き続き、今年度、朝日新聞社の武山委員に座長をお願いしたいと考えております。よろしいでしょうか。

それでは武山委員、どうぞよろしくお願ひいたします。

この後、副座長を選出いたします。以降の進行は、武山座長にお願ひいたします。

#### (武山座長)

朝日新聞の武山です。改めましてどうぞよろしくお願ひいたします。私は2ヶ月前に東京から北海道報道センター長に着任いたしました。北海道出身ではないですが、私自身北海道が好きで、10年振り4度目の北海道勤務です。

こういった会議の座長は初めてで、不慣れなことが多く、至らない点もあるかと思ひます。ただ、先ほど、鞠子課長も言われていましたけれども、北海道の広報広聴を考える上で多様な観点から活発な意見を交換できる皆さま方、多彩な顔ぶれが揃っているせっかくの機会ですので、ぜひ、実り多い会議にしたいと考えております。どうぞご協力をよろしくお願ひいたします。

#### (武山座長)

それでは、議事1の副座長選出に入ります。副座長は、会議設置要綱4の(3)に基づいて座長である私が指名することになっております。

昨年度から、行政のお立場で会議に参加されている帯広市から、戸田委員にお願いしたいと思ひますが、よろしいでしょうか。はい、ありがとうございます。戸田委員に副座長をお願いしたいと思ひます。

#### (武山座長)

議事を進めます。議事2の北海道の広報広聴活動の概要について、事務局から説明をお願

いします。

### (課長補佐(広報企画))

改めまして、広報広聴課の瓜生と申します。本日は皆さまお忙しいところお時間をいただき、ありがとうございます。広報につきましては、冒頭ご挨拶申し上げました鞠子のほかに、広報担当課長の尾野、道政広報係を担当している細谷、そして私、瓜生が広報企画係を担当させてもらっています。この一年、よろしくお願いいたします。

説明は、一部、報道係の担当部門がございますが、それらも含めて私からまとめてさせていただきたいと思っております。

昨年から引き続き委員になっていただいております方には、すでにご存知のお話も多少あるかとは思いますが、ご了承いただければと思います。

はじめに、主な広報活動についてということで、資料1をご覧くださいと思います。この中でも、特に大きな役割を担っているものについて、いくつかピックアップしてご説明いたします。

まず、一番目の広報紙「ほっかいどう」についてですが、紙媒体による広報ツールの代表格として年5回発行しております。毎回250万部ほど印刷しております、新聞折込ですとか、市町村の皆さまのご協力いただいて、市町村広報誌と一緒に配布していただくなどしながら、道内のすべてのご家庭に配布させていただいております。直近では、6月21日に発行いたしました。今年から広報紙のウェブ版を公開しておりますほか、高校生あるいは地域おこし協力隊の活動に着目した新しい連載企画もスタートしております。また、ウェブ版のほうでは、ウェブ版限定コンテンツということで、紙面掲載のために行ったインタビューの様子を動画でご紹介しており、紙面でご紹介した内容以外のことはもちろんのこと、お答えくださった方のひととなりなども、それを通じて感じていただけるような工夫もしております。

次に、道政広報テレビ番組「知るほど！なるほど！北海道」です。こちらは年4回放送の30分番組となっております。番組のメインMCは、道内の様々なメディアでご活躍の上杉周大(うえずぎ しゅうた)さん、直近では7月8日の土曜日に放送しております。こちらにも新しい取組として、今年から番組撮影の舞台裏、番組を撮影しているところを撮影しているような感じになるのですけれども、それをYouTubeで配信しており、番組で紹介するテーマをまた別の切り口からお伝えできるような、そんな工夫もしております。また、複数の媒体で同じテーマを使って、集中的に情報発信し、広報効果を高めていく、いわゆるクロスメディアの一環として、最初にご説明しました広報紙と広報番組で、毎回同じテーマを扱っており、直近では、デジタルをメインテーマとした発信を行っております。

資料に戻り、ホームページ、それからYouTube、ツイッター、フェイスブック、SNS、インスタグラムを活用した「北海道ミライノート」、こちらがネット媒体となっております。

この中で、SNSを活用したプッシュ型の広報媒体の主力となっているのが、北海道庁広報ツイッターになります。コロナ禍において、道の情報発信を受け取れるツールということで、道民の皆さまに注目いただき、フォローくださる方が大変増えました。その結果、現在のフォロワー数は約11万4,000となっております、47都道府県がそれぞれ公式ツイッターを持っていますが、その中でも北海道のフォロワー数はかなり多いほうとなっております。イベントのご案内や各種の啓発、いわゆる道政情報となりますが、そのような情報発信も確かにしておりますが、ツイッターですので、その力を特に発揮するのは、即時性とか拡散性を生かした、災害をはじめとする危機管理事案の情報発信になっております。最近ですと、ヒグ

マが出ましたとか、そういったものも、道警さんがツイートされたものをリツイートしたりですとか、ヒグマ注意報を発令しましたというものをオリジナルで発信したりしますが、そういったものは、やはりすぐに拡散していくというようなことになっております。

また、ツイッターでも、先ほどの広報番組について触れましたが、クロスメディアの一環として、高校生の特集との連動の企画を行ったり、あるいは大きなイベントの開催、最近ですとまもなく開催される「全国豊かな海づくり大会」の北海道大会ですとか、「アドベンチャートラベル・ワールドサミット」などもございますけれども、そういった開催に向けた機運醸成など、意図を持った特徴的な発信を行っております。資料の1には記載がないですが、今年から各社SNS等を活用したいいわゆるウェブ広告による広報も行っており、おおむね月に2本ずつ、年間で24本の配信を行うようにしております。ちょうど現在、省エネエアコン普及キャンペーンの告知や、あるいは低所得世帯の皆さまに向けた給付金のお知らせなどを配信しております。配信にあたっては、ただただウェブ広告を流すというわけではなく、表示される方のターゲティングを行って、できるだけ情報の対象となる方に近い層の方々に届くような工夫をしております。

資料1に戻りまして、最後に報道機関を通じた間接的な広報手段ということで、知事による記者会見と道政記者クラブなどへも報道発表を行っております。記者会見のほうは、YouTubeを通じてライブ配信も行っており、こちらは道民の皆さまにもリアルタイムでご視聴いただけるようになっております。

今ご説明をいたしましたすべての媒体を網羅しました、広報媒体のいわゆるポータルサイトとして、「北海道庁メディアポータルサイト・ミササル」というものを、昨年10月から運用しております。このミササルについては、前回2月に開催いたしました広報広聴推進会議でも、委員の皆さまから様々なご意見をいただいております。現時点ではまだ、より良いサイトとなっていく途上であろうと考えております。委託などをせず、職員が完全に手作りで作っており、改変の自由度が高いということが強みかなと思っておりますので、そういった点を生かして、今後とも皆さまにとって利用しやすいサイトとなるよう工夫していきたいと思っております。広報活動に関して、概要を説明させていただきましたが、別にお配りしている参考資料1のほうにも詳しい情報を記載しておりますので後ほどご覧いただければと思います。

続いて、資料2になりますが、広報機能強化事業について、説明させていただきたいと思っております。この事業は、これまで行ってきた、主に道内のメディア向けの広報活動に加え、新たに首都圏など道外への積極的な広報を行っていくということと、さらに、地域における発信力強化に取り組むことを目的に、新たに実施することとしたものであります。事業内容は、資料にお示ししました3点となっており、一つめは、首都圏メディアへのPR、これは首都圏にあるテレビ、新聞、雑誌など様々なメディアに対し、道として道外への発信が必要と考えられる案件を絞り込み、どんな形でもいいですが、多様な露出の機会を獲得しようとするものです。二つめはプレスリリースの配信になりますが、これは具体的には、PR TIMES というプレスリリース配信サービスを活用し、道外を含む最大300媒体への同時配信を行うというものです。三つめの地域情報の発信力強化ということで、具体的には、地方新聞など活用し、市町村とも連携しながら、地域情報の発信に取り組むものとなっております。こちらについては、主に各振興局が主体となって行うものとなっております。

今年度の新規事業を活用し、今後、広報機能のさらなる強化に取り組んでいきたいと考えております。私の説明は以上となります。

### (課長補佐(調整))

続きまして、資料3をご覧ください。令和5年度道民意識調査について説明いたします。この道民意識調査ですが、道政上の重要課題や主要施策に関し、道民の皆さまの道政に対する意識や意向の的確な把握に努めるとともに、政策形成に反映させるため、毎年度実施しております。

調査対象については、道内に居住する満18歳以上の個人1,500人としており、層化二段無作為抽出法により選定しています。この層化二段無作為抽出法というのは、こうした世論調査等によく使われるランダム・サンプリングの手法です。全道を6圏域に分類し、これを層化と言います。6圏域に調査地点を人口に応じて比例配分。その後、住民基本台帳を利用して、各地点ごとに一定数のサンプル抽出を行っています。また、調査方法は、郵送による配布と回収、及びウェブ(スマホ)による回答としております。

令和5年度の調査項目は、この囲みに書かれているとおり、1食育、食品ロスについて、2少子化に対する道民意識について、3家庭及び地域の教育力について、4配偶者等からの暴力(DV)について、5犯罪のない安全で安心な地域づくりについて、6道民の環境配慮に対する意識について、7文化に対する道民意識について、8北方領土問題について、としております。

調査票については、現時点では作成中ですが、作成においては、昨年度のこの推進会議でいただいた委員の皆さまからの意見などを踏まえ、1設問については、身近なテーマから開始します。設問の最初、調査の入口ですので、生活に身近な食のテーマから始めることとしております。これは昨年度の調査票の最初の設問がゼロカーボン北海道についてとしていたことに対し、昨年度のこの会議で、冒頭から馴染みのない言葉が使われていて、これでは身近に感じないなどのご意見をいただいたことを踏まえて、このようにさせていただくことになったものです。

2 質問の順序は、関連する項目をできるだけ近付けて配置します。この食育の後、少子化、家庭、配偶者等、安全な地域、道民の環境意識、文化、最後に北方領土と配置して、設問するにあたって、身近なものから、ちょっと遠いもの、そういったものに流れが出るよう意識した配置にしております。

3 すぐに設問・回答に入っていただけるように、説明文についてはできるだけ短く平易な表現を心がけます。

4 回答者が答えやすいイメージとなるように、表紙のところに、例えば、まだ案段階ですが、「道からの大切なお願いです。調査にご協力ください。」と記すなど、全体的にソフトな体裁を目指しております。

5 また、希望される回答者の皆さまへ抽選によるプレゼントの実施も検討しております。こうした回答者目線を意識した工夫により、昨年度の回収率57.3%、例年50%前後となっている回答状況、回収率の一層の向上を図ることとしております。現時点で調整票を作成中であり、ここにお示しできていませんけれども、でき上がりましたら、委員の皆さまには改めてお示しさせていただきたいと思っております。道民意識調査の説明は以上です。

### (武山座長)

はい、ありがとうございました。事務局から北海道の広報広聴活動の全般について、説明をいただきました。

それでは、次の議事3の意見交換に入ります。今、事務局から説明がありました北海道の広報広聴活動についてのご質問・ご意見について、皆さまに伺いたいと思っています。今年

度最初の会議ですので、委員の皆さまの簡単な自己紹介を兼ねて、それぞれのお立場で取り組まれていることを含めて、ご意見をいただければと思います。時間は、できるだけきちんと皆さんからお話を尽くせるように取りたいと思うのですが、お一人、まずは6、7分ぐらいでまとめていただくと助かります。私のほうから皆さんに当たるように順次ご指名させていただきますので、よろしくお祈いします。では、副座長の戸田さんからよろしくお祈いします。

#### (戸田委員)

お祈いします。こういう会議に慣れていないのですが、聞きづらかったら申し訳ありません。私は、今は帯広市の広報広聴課にありますが、年齢の割りに、役所での異動が全然少なく、まだ、ここで4つめというところなんです。民間の会社において、30歳ぐらいだったと思うのですが役所に入って、そこから教育委員会が長くて、子ども課が長くて、ちょっとだけ税のところのいたというだけで、あまり経験がなくて、情報を集約するところに来て今、本当に苦勞しかないという状況です。日々勉強というかちょっと回っていないという状況なのですが、北海道でもツイッターやフェイスブックをやっておりますが、帯広市では、LINEの登録者が約3万人弱、今でも増え続けているのですが、今までずっと広報広聴課のほうで管理しながらやってきて、市民にとって信頼度が高く、「LINEきてたね」、「LINEであの情報こないの」とか、役所内でも、自分が家に帰ってからもいろいろと話にのぼり、信頼も高いと感じています。

今までコロナがあって、北海道が午後3時頃に感染者数の速報値を出して、午後5時頃に確定値を出してました。それに合わせて私たち帯広市も独自に、帯広市の人数とか、十勝の人数なんですけれども、出すということで、市民の方々も午後6時になったら情報がくるということで、待っているような状況で、そういったことも含めて、同じ時間に同じ情報がくるということで信頼度があったのかなと思っています。

LINEの方でも、コロナの人数、発表っていうのはもう取り止めており、ここからどうやって帯広市独自のものを出していこうかなと、悩んでいるところです。あまり乱発し過ぎても、あまり浅い情報を出して嫌われても困るし、自分の中でやはり定期的に、この数値について、この曜日のこのときにはこういう情報がくるというのがあるといいのかなと思いつながら、担当職員と模索しています。

今ここにあったのですが、北海道お米・牛乳子育て応援事業、これは子育て世帯に関する北海道の事業なのですが、今まで市町村は北海道の事業をLINEを使って出すとか、実はずっとやりにくかったんですね。帯広市の事業じゃないからLINEに出せないんじゃないかと議論することもあったのですが、これは出さないとあまりにも市民の不利益になるだろうということで、私たちのほうでLINEも使って、子育て情報ということで出しており、いい事業だなと思っている。私も子どもがいるので、実際にもらいまして、公開直後に申し込みました。どうもありがとうございました。

それと、皆さまのお手元に、帯広市の「フードバレーとかち」のうちわを配らせていただきました。市長が最初の当選のときから継続している取組で、広報広聴課として、どうにかPRしていくことができないか考えている。

このパンフレットもご覧ください。札幌もいいところなのですが、帯広は、人やお店は少ないのですが、気候は、道内でもなかなかいいところだと思います。冬はめっちゃくちゃ寒いですが、夏も暑いですが、雨は少ないので、ぜひ皆さま、機会がありましたら、キャンプ場もスノーピークさんでやっているのが結構人気のあるキャンプ場になっ

ております。熊には気を付けながら、お越しいただければと思います。ありがとうございます。

**(武山座長)**

どうもありがとうございました。戸田委員のお話で、実際として定期的に定時で、LINEで情報発信するっていうのが、市民の信頼を得ているという。ここにこの時間になると、自治体が情報を出してくれるっていうのは、確かにすごく市民の方の信頼感を得るだろうなと聞いていて思いました。ここに行けばこれがあるとか、ここに行けばこうなっているというのがすごく安心感があるのかなと思いますし、私は個人的にはLINEはやっていないのでLINEの威力はわかりませんが、相当あるのだな、実際でも使えるのだなと感じました。ありがとうございました。

**(武山座長)**

では続いて、同業者ですけれども、後藤委員よろしく願いいたします。

**(後藤委員)**

北海道テレビの後藤です。はじめまして、よろしくお願ひします。先ほどもご紹介していただきましたが、委員として2年目に入ります。

去年も同様のテーマで、ちょうど1年前に、ここで皆さんと意見交換をさせていただいたことを思い出しております。私は去年との比較論というところも2年目ということで、併せてお話をさせていただければと思います。

全体的な広報広聴活動としては、昨年から大きな変化はないと思いましたが、今お話を伺っていて、それぞれのところで非常に工夫がされているなという印象を持ちました。

例えば、広報紙のウェブ版をスタートさせたと。僕らもテレビでよくするのですが、特集などで、専門家の方などにインタビューを聞いても、実際放送されるのは15秒で二箇所みないな。もっと良いことをたくさん話しているのですが、編集しちゃうと、本当にポイントだけみたいなことになるのですが、今お伺いしたら、インタビュー動画をウェブではそのままノーカットで流すというようなことは、僕らもよくする手法でして、紙面だけでなく、それなりの方のインタビューですから、興味のある方もたくさんいると思いますので、今後、こういう試みはすごくいいなと。

同じく道政広報テレビ番組でも、番組の裏側、これもよくわれわれもする手法ですが、収録シーンの裏側のYouTube配信というようなことも、とても工夫されていて、そういうところをきっかけに道政に関心を持ってもらえるというようなきっかけづくりにとってはとてもいい試みだなと感じておりました。

それから、ホームページ、YouTube、ツイッター、フェイスブック、インスタグラムと色々なプラットフォームがあり、今はひとつのプラットフォームだけではなく、年代だとか性別だとか、使っているものが違うと思いますので、こうやって多方面に発信することはとてもいいことだなと思う一方で、昨年あったのはミササルの話で、せっかくこれを全部一括しているポータルサイトがある。私も去年から時々拝見させていただいておりますが、ファーストページはだいぶ見やすくなったというか、行きやすくなった。下のほうにそれぞれ行けるようになったりとかですね。ただ、今もお話ありましたけど、まだ発展途上というか、工夫の余地はあるのかなと思いますので、こういうところで、分かりやすいサイトができる、より発信力も強化されると思いますので、私自身には具体的に「ミササル」に対して、何か

こうしたらいんじゃないかというアイデアが、ないので大変申し訳ないのですが、ここに関してはどうぞ新しい手法だとかアイデアでいろんなことをやっていくべきかなと思いました。

それから、去年なかったのは新規事業の広報機能強化事業ということで、道外への発信ということで、これも、とてもいい試みだなと感じました。一方で、北海道っていうだけで、やはりいろんなところで、付加価値が付くといえますか、そういうことは間違いなくあると思いますので、いろんな商品にも北海道の地名がついているものはかなりたくさんあると思いますので、これは本当にやり方が難しいというか、黙っていても北海道ということで取り上げられる。北海道特集とか、デパートの催事北海道物産展なんていうと、わざわざお金をかけて発信しなくても、十分なアピール力があると思いますので、この財政が厳しい中で、これだけの予算を、いかに効果的に発信するのかっていうのは、すごく、ある意味難しいなという気もしますので、首都圏のメディア、キー局などが、北海道のためだけに何かをやってくれるのかな、あるいはそうなったときに、これでも全然予算足りないんじゃないかなとか、せつかくの予算が、効果的に使えなくなる可能性もなくはないのかなという気はしました。一般的に首都圏で何かやっているようなイベントですとか、物品を配ったりということが本当にいいのかどうかというところは、これからだと思いますので、私も何かアイデアがあれば、皆さんにご意見を差し上げたいと思いますので、すること自体はとてもすばらしいことだと思いますが、どうするのがいちばん効果的なのかなっていうところは、考えたところでございます。

それから最後に道民意識調査です。今、丁寧にご説明いただき、ありがとうございます。まさしく私も含めて、去年の委員の皆さまとは、特に下の5つのところに関しては、この場でいろいろご意見させていただいたことを、すごく反映していただいていると感じました。やはり、なるべく普段の生活に近いものをテーマにすべきかと思っておりますので、今年も、テーマとして、この8項目が選ばれた背景は分かりませんが、一般市民の生活により近いテーマが入っているなと思えました。それから、去年は今思い出しますと、中学生の部活動ということで、私も発言させていただいたのですが、中学校の部活動、働き方改革が先生方にもあって、今、地域の方が応援するとかいろんなことが起きていると思いますが、そこに、本当に中学生の子どもがいないような方がどれだけ、意識として持ち合わせているのかなというところが、とはいえ、税金を使っている事業ということで、ある程度無作為抽出というのが、やむを得ないかなと思うのですが、そのテーマに沿う方たちの意見を何かしらのかたちで聞くことはできないのでしょうか。というのは、例えば、北方領土問題であれば、根室の方だけの意見を聞けばいいという話ではないと思うのですが、とはいえ、多分、他のエリアの方にとっては相当遠い話になってしまうのではないかと、先ほど市民生活に近いテーマっていうのはありましたけど、やはり年齢だとか性別だとか、北海道は広いので住んでいる場所だとか、相当意識の差が出てしまうし、その辺に対する何か工夫がもう一段できると、より道民意識調査として中身の濃いものになるのではないかと。例えばですが、1,500人に聞いた後にウェブなどで同じ質問を載せて自由に答えてもらうということは、そこまで意識の高い方が道内にどれだけいるかは分かりませんが、道政に意見のある方は、参考意見として、皆さんがそれをご覧になるだけでも、少し違ったりするかなと。あるいは組織票のようなものが入ってしまう可能性もありますが、広く聞くという意味では、いろいろな手法があるのではないかと。SNSを使ってもいいのではないかなと思いますし、そしてこの1,500の方に限った調査にする必要はないのかなっていう気は少ししました。あと、回答率が上がることは非常に重要なことだとは思いますが、繰り返しになりますが、やはりそのテーマによ



り近い方の話を聞くということが、単純にこの回答率が 65、70 になればいいのか、上がるのはいいことに越したことはありませんが、より実態に近い内容を、道の担当者がしっかり受けとめて、道政に反映していただくことが、より重要なのかなという印象を受けました。

**(武山座長)**

ありがとうございました。幅広くご指摘いただきました。北海道のポテンシャルというか潜在力をどう効果的に生かすのかという、その辺にはもっと工夫が必要なんじゃないかというようなご指摘もありました。ありがとうございます。

**(武山委員)**

それでは、佐々木さん、お願いできますでしょうか。

**(佐々木委員)**

皆さまはじめまして、東川町の佐々木と申します。

昨年の議事録をこちらに参る前に拝見したのですが、戸田委員のいらっしゃる帯広市のホームページを拝見して、東川町と実はちょっと比べさせていただいておりました。実は、東川町のほうでもホームページなど、いろんなツールがあるのですが、乱立してしまっていて、各課にひとつずつフェイスブックがあるみたいなことに一度なってしまったので、それを整理しております。ホームページも、東川町は「写真の町」を宣言しておりますので、写真写りの良いものをほとんど載せようとするために、見映えを重視しようとして、結果的に探しづらいところがあるんですね。

帯広市さんの場合は、入口で住民の方なのか観光客なのかをすでに分けていらっしゃるの、何が見たいかっていうところが明確だと私は感じました。

東川町は、人口 8,500~8,600 人ぐらいの本当に小さな町です。働いている一般事務職も 80 人から 90 人ぐらいしかおりません。私がいる企画総務課というところで、今日は、広報広聴の担当としてお声かけを頂いたのですが、普段は管財の仕事もしますし、議会の仕事もしますし、なんでも屋みたいなのがたくさんあります。私も異動して今 10 箇所目になりますので、あと 2、3 箇所異動するとほぼすべての課をまわったことになります。私たちの異動の頻度も高いので、広報のように、長く在籍していろんな経験を積み重ねて力を発揮していくようなところに長くいられるわけではないので、色んな企画を考えるときに、地域活性化企業人ですとか、地域おこし協力隊も東川町にとっても多くおりますので、そういう方の意見をいただきながら、企業さんとも連携しながら業務を進めているところです。

昨年、広報とちょっと話が変わるのですが、防災行政無線のアナログ波が終了するというので、デジタル波に変えるために、東川町ではスマートフォンを配付することにしました。紙媒体の広報もこれまでどおりあるのですが、スマートフォンに切り換えて、そこで、プッシュ通知をできるようにしたほか、東川町に「ひがしかわアプリ」というアプリを使ってごみの収集日をお知らせしたりですとか、熊が出たよとか、ミサイルの情報だとかそういったものも発信できるようになっています。地元のケーブルテレビ・ポテトさんと協力しながら、スマートフォンの使い方をお知らせして発信しているというところです。デジタルで広報を見ようと思えば、スマートフォンもありますので、見ることはできるのですが、なかなか 70 代以上の方にスマートフォンを開いてどのように使うのかや、LINE も使えるのですが、LINE ってどういうときに使うのか、そういう質問も多く頂いていて、広く東川の町民 8,600 人に対しての広報であったとしても、紙で配ってもデジタ

ルで発信しても、行き渡ったかどうかというところを確認するのも難しい状況です。北海道のような、広いエリアをカバーするというのは、非常に大変なのだろうなと思っています。

先ほど、後藤委員からもお話がありました道民意識調査は、私も昨年のもを拝見したのですが、人口で配分されるところがあるというふうに先ほどご説明いただきました。私はどちらかという道央圏に住んでいる方が北海道では人口が多いので、その圏域に住んでいらっしゃる方の意見が、多く反映されているように感じておりました。例えば、村ですとか、町のような小さな自治体に住んでいらっしゃるシニア層の方と、札幌市の近くに住んでいらっしゃるシニア層との課題の感じ方というのも、確かに後藤委員がおっしゃるように、全く違うものではないかなと感じておりました。意識調査のこの中で、北海道の方からこういうことを聞きたいとフリーで自由な記述をさせたらどうかなと思いました。何十万人もの人がものすごいいろんな意見を出してくると思われるので、その集約をすると、おそらく重なるところはあるように思いますし、クロス集計もされていたようですので、地域によっていろんな人がいる中でも、同じような考え方をしている方も多くいらっしゃるんだというのは参考になりました。取り止めのない話で申し訳ないのですが、私の方からは以上です。

(武山座長)

ありがとうございます。スマホ、全町民を対象に配られているのですか。

(佐々木委員)

持っていない方全員が対象ですが、希望者だけなので、台数はものすごい用意したのですが、130人ぐらいのおじいちゃんおばあちゃんが持っていて、ケーブルテレビのポテトさんが使い方を教えて、進めています。それ以外の方は、自分のスマートフォンをお持ちなので、自分で通知の設定などをしていらっしゃいます。

(武山座長)

情報の中身もそうなのですが、やはり何をどうやって伝えるかということも、私の仕事もそうなのですが、その辺の工夫っていうのは、機器の多様化とか、高性能化もあって、そういう試みも必要なんだなと思いました。ありがとうございました。

(武山委員)

では、ウェブ参加していただいていますエフエムもえるの米倉さん、お願いします。

(米倉委員)

はい。よろしく申し上げます。今日は、現地に行けず、申し訳ありませんでした。私は留萌市にありますコミュニティ放送局で放送局長をさせていただいておりますけれども、地域情報の発信・受信のプラットフォームとしてのコミュニティ放送局の役割というのを、今回、この広報広聴委員をお引き受けする際に、ひしひしと感じまして、通常の業務と照らし合わせながら、資料なども拝見させていただきました。

その中で、まずひとつめが、資料1を拝見したときに、広報紙「ほっかいどう」からはじまり、「ミササル」までありましたけれども、一つひとつ初めて知るっていうですね、広報紙「ほっかいどう」はいろんなところで見ておりますし、新聞に入って私の家にも届きますので、割りと親しみがあつたのですが、そのほかのテレビ番組ですとか、なかなか実は見ていなかったなっていうことが、今回、分かりました。なぜ、なかなか引っかかってこ

なかったかなと私のアンテナの低さがあるとは思うのですけれども、この資料 1 のいちばん下のところに「ミササル」がありますね、ポータルサイトの。これがもっと目立つといいのかなと。ポータルサイトから入ってみて、ここもあそこも見てみようというように、私なんかも見やすいなと思いながら拝見しました。非常にコンパクトに、分かりやすくサイトの中もなっていて、非常にいいなと思ったのですね。これだと、ご高齢者の方とかでも入りやすいんじゃないかなと感じました。

あとですね、資料 2 の広報機能強化事業のところ、ちょっと気になったのが、今年の実業内容で、地域情報の発信力強化というところだったのですけれども、質問も兼ねてなんですけれども、地方新聞などを活用するという中には、例えば、コミュニティ放送局も入っているということなのでしょうか。

**(課長補佐(道政広報))**

地域情報発信の強化を担当しております細谷と申します。よろしくお願いいたします。今ご質問のありました地域のコミュニティ FM がこの事業の対象になりますかというご質問だったかと思うのですけれども、結論としては、対象になります。

**(米倉委員)**

なぜ質問させていただいたかといいますと、新聞ももちろん手元に残る。活字で残ります。非常に有効なメディアだろうと思うのですけれども、ラジオ、特にコミュニティ FM ですね、道内にも多くありますので、この地域情報の発信と受信というところでは、吸い上げることもできます。コミュニティ放送局のリスナーからのメールですとか、ファクシミリなどでももちろんいただくこともできますし、コミュニティ放送局だと、地元の地域住民の方々が情報発信をなさいますので、そういう中では、口コミ力もあるんですよ。なので、大変有効かなと思っていて、私どもでも、うちの放送局でいいますと、延べですけれども、番組はですね、50 タイトルほどあります。その番組、地域住民の方がですね、ほぼ留萌地域、それから北空知の方々が少し入っていらっしゃるって、それぞれの地域情報を持ち寄って交流しているというような実情です。ですので、道の施策ですとか、発信したい内容をコミュニティ放送局で活用していただくと、また新たな情報源獲得になるのかなと思った次第です。

もうひとつ、昨日、実は札幌に行っておりまして、私用で行っていたのですけれども、そのときに、札幌のコミュニティ放送局をカーステレオで聴きながら移動していたのですけれども、非常に、地域の、札幌といえどもやはりローカルなんだなあとという話題を取り上げていて、札幌ならではの話題を取り上げていたということでは、非常に親しみを私もおぼえまして、すごクリスナーさんや地域住民と近いんだなあとということを改めて感じました。

最後になるのですけれども、道民意識調査のことですけれども、先ほども委員の方からご意見があったように、1,500 人のほかに、自由に回答できるようなシステムがあると大変回答しやすいのではないかなと。

これも「ミササル」の中ですとか広報紙「ほっかいどう」の中で取り上げていただくと、大変アクセスがしやすく、見つけやすくなるのではないかなと思いました。

すべてに回答しなくても、自分の興味のあるところだけでもどうですかというような、気軽な感じで、ちょっとした待ち時間に回答できるのではないかなと思いました。以上です。

**(武山座長)**

米倉さん、ありがとうございました。

リスナーに近いということで、発信もそうなのですけれど、受信として、情報を受けるところでも、コミュニティ放送局の力が活用できるのではないかと。私も一般の方から受けるという部分っていうのはすごく重要だなというふうに感じました。ありがとうございました。

では、公募委員に移らせていただきます。公募委員の柳田さん、お願いします。

#### (柳田委員)

北海道大学大学院の修士課程2年生の柳田悠太と申します。昨年に引き続き、今年度もよろしく願いいたします。大学院では広報などの分野を勉強しているのですが、あくまで学生なので、受け身といいますか、そういった立場で意見を述べさせていただきます。

まず、昨年度に申し上げたことと少し重複するかもしれないのですが、今回の会議では主に各種広報媒体であったり広告であったり、北海道庁として直接運営したり、管理したりするメディアを多く取り上げていると思うのですが、実際の生活の中で、意識的に広報紙や、北海道が管理するSNSを直接フォローする人というのは、必ずしも多数派ではないのかなというのを感じています。

ニュースなどで取り上げられたものを目にしたり、あるいはツイッターで、一般のユーザーが拡散した情報を目にするという機会のほうが多いという方が大半だと思うのですが、そういった中で、北海道庁の中で、これは結構伝えたいという、重視しているメッセージが大事ななというふうに感じています。

最近ですと、先ほども話題に出たヒグマの話であったり、少し前までは鳥インフルエンザの問題であったり、こういう安全に直結することもそうですし、あとは広報紙でデジタルについて重点的に取り上げられているという話もあったのですが、やはりそういった、北海道庁が重点的に取り扱う、発信するテーマをいくつか絞ることで、それが拡散されて、より多くの人に伝わるといった点もありますので、そういった点が非常にうまくいっているのではないかなと思いました。

あとは「ミササル」について、私も昨年の秋に「ミササル」が開設されて、こういった重点的、一元的に様々なサイトに飛んでいけるサイトができたということは、もちろん効果的で、レイアウトの話も先ほどお話しに上がりましたように、パソコンとスマホでチェックして見やすいレイアウトになっているというのは感じて、非常によくまとまっているのはそのとおりなのですが、少し殺風景といいますか、必要最低限の機能だけ備わっているというのが現状かなと思います。

これは私の個人的なアイデアというか意見なのですが、現状のレイアウトだと、上のほうにSNSであったり、YouTubeチャンネルであったり、広報紙など様々なページへのリンクがあって、その下に最新情報が何点か載っている、というようなレイアウトだったと思います。

先ほど、広報紙と広報番組で同じテーマを取り上げているという話もありましたけれども、おそらく、先ほど番組の舞台裏などを発信しているという話があったとおり、情報を面白く見せるというか、楽しみで見てもらえるようにするというのが、現在の一つの方向性としてあるのかなと思いますので、例えば「ミササル」のページの一番上に、広報紙で取り上げている特集をそのまま大きく見出しで示したりとか、YouTubeチャンネルの動画などは見ている楽しいというようなところを目指していると思いますので、「ミササル」についても同様の路線で、ページを見ることが楽しいというような、そういう路線で行くのがよろしいのかなと考えました。

あと、もう一点。行政の中の部署の話も先ほど上がっておりますけれども、現在ですと、広報の発信が部局単位というところが結構あるのかなと思うのですけれども、もちろん、運用上はそのほうがやりやすいというのはあると思うのですけれども、情報の受け手からすると、各部局単位というのが、少し馴染みがないのかなというふうに思いました。

例えば、北海道庁の観光局がツイッターアカウントを現在もっていて、これ頻繁に更新されていると思うのですけれども、観光局が発信しているツイートですと、例えば、おすすめの観光地を紹介するような観光客向けの情報もあれば、アドベンチャーツーリズムのシンポジウムを開催しますという観光事業者向けの案内があったりとか、部局ごとに発信することで、かえって誰に発信するのかという部分が少し、ぶれているといいますか、統一感がないということもあると思います。これも実際は難しいと思うのですけれども、部局単位というよりは、発信する相手ごとにアカウントを作るとか、そういったことも一つの手かなと思います。私からは以上です。

#### (武山座長)

ありがとうございました。例えば、「ミササル」の画面というかデザインですとか、もちろん、多分、中身もすごく大切なのですけど、どういうふうに見えるのかというような工夫というのもすごく大切なのだらうなと思いました。ありがとうございました。

お待たせしましてすみません。岡田さん、お願いします。

#### (岡田委員)

改めまして、公募委員の岡田と申します。よろしく願いいたします。

私、普段は日本航空北海道支社で広報と宣伝の担当させていただいております。コロナ禍の2020年に北海道に着任いたしましたので、そこから今の担当をさせていただいている状況です。その前は東京におりまして、法人営業ですとかそういった分野におりました。

北海道の活動を拝見させていただいて、まず所感なのですけれども、本当に幅広いSNSですとか、テレビ、広報紙をはじめ、すべての媒体を使われているのが、本当に素晴らしいなと思っているところでございます。

特に広報ツイッターはフォロワー数も多いというところもあって、何度かお話にも出ていますけれども、危機管理の情報発信というのもツイッターで行っているというところを拝見しましたので、そういった情報やはり道民の皆さまが必要としているのではないかなと感じているところです。

弊社の話に置き換わってしまうのですけれども、本社のほうでSNSをすべて運用しておりますので、ツイッターに限った話でお話しさせていただくと、運行情報のツイッター、プレスリリース関連の広報ツイッター、ツアーのPRですとかそういったところの販売促進ツイッターという三つのアカウントで運用しております。発信の内容はそこで分けて、発信をしている状況でございます。

今、北海道支社のほうでもSNSを新たに開設したいというふうに動いていて、道民の方々向けの情報発信というところを目指して動いております。

例えば大雪によるイレギュラーの時ですとか、空港が今どのような状況になっているのかや、すぐに出発されるお客様が知ったら便利な情報を発信したいなというところで、まだ計画段階ではありますけれども、動いているところでございます。

先ほどから、皆さまのお話ありがとうございましたけれども、「ミササル」が昨年の秋に開設されたというところで、私も拝見いたしました。これだけ多くのSNSですとか媒体を使われて

いるので、なかなか一つに集約するというのが難しいのかなと感じたのですけれども、また米倉委員が仰っていらっしゃるけれども、やはり「ミササル」自体を広げていかないといけないのかなと感じております。

一プラットフォームの開設というところで、すばらしい取組だなと思った一方で、やはり、通常のSNSですとかそういったものに関しては、もうすでに道民の皆さまが知っている媒体、もう一方でミササルは「ミササル」ってなんだろう、というところから始まると思うので、そこをどう広げていくのかというのは課題があるのかなと。私も答えが見つかっていないのですけれども、思っておりました。

あとですね、すでに実施されている取組もあるかと思うのですけれども、例えば北海道内の中の自治体さんですとか、企業さんとタイアップした取組とかも、よりよい発信の幅が広がるのかなというふうに思っております。

例えばヒグマのお話が出ておりましたけれども、北海道さんと協力させていただきまして、弊社も、帯広空港到着ですとか、女満別空港着のJAL便の到着時の機内放送で、ヒグマの注意をしてくださいというようなアナウンスを今、夏の期間だけ実施しております。そういったところもやはり、北海道に入ってくる方々に向けてのPRになるのかなというふうに思っております。

そういった取組をさらに広げていったら、より道民の皆さまにも、それから道外からいらっしゃる方にも広げていけるのじゃないかなと思っております。

それと道民意識調査のところですけども、素人考えになってしまうのですけれども、もうすでにお話しがたくさんされておりますけれども、SNSで周知をして幅広い年齢層の方々ですとか、広報紙を活用しながらご回答いただく。また、本当に単純なのですけれども、例えばいろいろな自治体の特産品があたります、ですとか、プレゼント企画なども合わせると、回答率が上がるのかなというふうに感じております。

あとは、今年の道民意識調査ではゼロカーボン北海道の話題があったと伺いましたけれども、今年はないということ、後ほど伺えれば良いなと思っております。

ゼロカーボン戦略課にご承認をいただきまして、ゼロカーボン北海道のロゴを使用させていただいて、今日プレスリリースを弊社のほうで出しました。新千歳空港の、飛行機を引っ張ったりするトーイングトラクターの軽油をバイオディーゼルという食用油に替えて夏の期間だけ実証実験を行うというものでして、道庁ですとか、千歳市ですとかにご協力いただいて、実験を開始するところですので、ぜひご興味があれば、お問合せいただければと思っております。以上でございます。

#### (武山座長)

ありがとうございます。自治体同士もそうなのでしょうけれども、民間企業さんとの連携、タイアップっていうのも、いろいろな相乗効果というか、お互いに効果が出てくるのじゃないかなというふうに思うということをお話いただきました。ありがとうございます。

#### (課長補佐(調整))

岡田委員のほうからお話がありました道民意識調査について、よろしいでしょうか。昨年はゼロカーボン北海道があって、今、ゼロカーボン北海道を進めていかなければならないのに、どうして今年度はないのかといったような趣旨かと思っておりますけれども、私どものほうは、鈴木知事も申しておりますとおりゼロカーボン北海道を進めていきたい、いかなければならないという立場なのですけれども、道民意識調査については、例えば一番わかりやすいもの

でいうと、北方領土問題については5年とか6年おきに、定点観測的に統計を取っていく重要性というものがあります。

各セクションと、今年度の紙幅もあるものですから、いろいろな懸案がある中で、どれを選択するかということをお話し合う中で、ゼロカーボン北海道については昨年度、一度調査をしているので、また数年後とか、状況の変化を受けてなどに実施するといったふうなことでなっています。

### (武山座長)

では、私の意見をお話ししたいと思います。

報道機関も一緒の悩みなのですから、北海道のこれだけ多くの媒体や、工夫や、出しどころを多様化させているということは、より多くの人に伝える手段が広がっているということで、これは大切なことだと思います。

新聞社もかつては、ご存知のとおり紙だけだったのですが、今はデジタルもそうですし、ツイッターやYouTubeや、あとポッドキャストですとか、さらには記者が現場というリアルなイベントに出て、直に読者の皆さんにお話するという、そんないろいろな試みをしています。

一番はやはりデジタルを使った発信なのですから、ともするとやはり、報道機関ですので、発信の数だとか速さだとか、それに伴うアクセスがどれくらいあったとか、そういうところにすごく目が行きがちで、各記者、各部署ともさまざまな媒体を使ってどんどん情報発信をしているというのが現状です。

一方で、そういう発信をしていることが、果たして読者の皆さんにきちんと届いているのかというところが、私は実際にやっている中で、結構そこが心もとないというか。本当に読者の皆さんが受け取ってくれていて、役立っていて、この記事を読んでよかったというふうに思ってくださっているのかな、というのがすごく不安なところです。

実は、それはもちろん、私ども新聞社だけではなくて、報道機関というのは多分、そういうところが今はあるのだと思います。

それで、読者の声をいろいろな形で聴くと、いっぱい発信はしているのですが、忙しくて読んでいない時間がないですとか、記事が多くて読み切れないとか、あと、いっぱいありすぎて大切なニュースが何だかよくわからない、というような声が、本当によく日常的に出てきます。

そうなってくると、こちらは、出す側は何か自己満足的にたくさん情報を出しているのですが、実際はあまりきちんとそれは受け取られていないんじゃないかというような心配をして、これは少し宣伝になってしまうのですが、一番最初に紙を配らせていただいたのですが、ほんの一週間ほど前に「ニュースの要点」という新しい企画を始めました。

今言ったように、読む時間がないとか、いっぱいニュースがありすぎて何だかよくわからないとか、大切なニュースだけを知りたいとか、そういった方に、このページを見たらわかりますよ、というようなご提案を差し上げるということ、一週間ほど前に始めました。

これはニュースを要約して、このニュースを見たらいかがですか、というようなことを、一分間ぐらいで読めるように新聞社側で工夫をしたようなものなのですが、こういったふうな、ニュースというか情報を出しっ放しにしないとか、きちんと受け取ってもらえるようにするという工夫が、報道機関もそうだと思いますし、今回、北海道の広報広聴の取り組みを伺っていて、同じような悩みになっていないかなあというふうなことを感じた次第です。

こういういろいろな媒体を使って積極的に発信をしていくのがいいのだと思うのですが、本当に伝わっていますか、役立っていますか、というところは、振り返る必要が、私どももありますし、道庁としてもあるのかなというふうに思います。

前置きになりましたけれども、今回、広報広聴推進会議ということですが、広報についてはすごく力を入れていただいているというのは本当によくわかるし、やっていただきたいですけど、一方でいろいろな声を聴くという、道民意識調査もその一環なのかもしれませんが、道民の方々の声を聴くという広聴の話というのが、道庁としてどういう取組をされているのかということや、課題や、お考えになっていること、広聴に対する取組についてちょっと教えていただければなというふうに思います。

#### (広報広聴課長)

広聴事業についてご質問いただいたところです。

当課で実施しているメインとしては、道民意識調査ということでございます。

この後またご説明したいと思いますが、大きく言うとやはり、直接的に道民の方のお声を聴くというのが広聴の基本とっておきまして、14の振興局がございまして、それぞれ振興局ごとに、団体の方ですとか、各種会議等でお声を聴くという機会をつくるように、それぞれで実施してきています。

また、道民の方に道政相談という形で、日々お話を聴く部署がございまして。ここは、言い方は難しいのですが、苦情に近いものもお聞きして、各部局でお答えをさせていただき、その窓口のようなものも含めてやっております。

そういう意味では、当課だけではなくて、かなり体系だって広聴事業は行っているというところでございます。

その上で、道民意識調査ですね、後藤委員などから昨年来、テーマと対象の問題ということはお話をいただいております。我々も、できるだけお答えいただけるような、テーマとわかりやすさということは研究させていただきたいなと思っておりますけれども、そのほか参考で、例えば同じようなテーマで、ネット上で調査などができれば、そういうことも今後研究して、広く意見を聴いていくということは引き続き研究させていただきたいなというふうに思っております。

#### (武山座長)

どうもありがとうございます。私が知らなかっただけで、本当に広聴活動を体系的にされていることがよくわかりました。

そういった広聴活動もきちんとされているということ、私があまりにも知らなさすぎるのかもしれないのですが、アピールするまでもなく、こういうふうにしていきますよということが、何かわかる形で出していただいたほうがいいのかというふうには思いました。

少し長くなりましたけれども、皆さま方、それぞれありがとうございます。

時間がもう少しありますので、ここから、せっかくの機会ですので、特に議題などにかかわらず、先ほどの意見交換の話題ですとか、各委員のご提案、また委員同士のご質問などがありましたら、広くフリーに意見交換をしたいと思っております。何かご意見などがありましたら、挙手をお願いします。

#### (後藤委員)

質問なのですが、「ミササル」の件について結構ご意見が出ていますが、「ミササル」自



体をアピールするような、「ミササル」を広報紙で取り上げるとか、広報番組で取り上げるとか、今、皆さんのネームプレートを見ていると広報の方は取り上げているなど思いましたが、プラットフォームをアピールすることも重要なことなのかなど。特にこれだけたくさんありますので、「ミササル」を見れば一網打尽にできちゃうということも考えると、「ミササル」をアピールする方法ということもぜひ考えていただければなというのと、何かやっていることはあるのだったら教えてもらいたいです。

#### (広報担当課長)

「ミササル」に関しては、広報紙の表の一番下のほうに、道政広報番組をやっていますということと、「ミササル」がありますということをお示しさせていただいております。

もう一つ、ちょうどここに飾ってありますけれども、雪印メグミルク様と連携協定を締結させていただいております。商品パッケージを活用した道政広報というものをさせていただいております。

「味わい北海道しぼり」という牛乳と、カツゲンなのですけれども、カツゲンは非常に北海道で人気の商品、親しまれているのですけれども、このカツゲンのパッケージのところに「ミササル」も掲載していただいているという取組も、今年、させていただいております。

先ほど、企業様との連携広報ということでご意見もございましたけれども、そういったことも、さまざまな媒体を使いながら、また連携を使いながら、「ミササル」を広くPRしていきたいというふうに思っております。

#### (武山座長)

ほかにいかがでしょうか。米倉委員、なかなか声をあげにくいかもしれないのですが、いかがでしょうか。

#### (米倉委員)

今の、「ミササル」がもっと世の中に広まったほうがいけないかというご意見があって、私も本当にそう思いました。埋もれちゃっていたらかわいそうだなという感じがしました。「ミササル」自体は「えこ之助」とか「やべーべや」みたいなキャラクターはあるんですか。

#### (広報担当課長)

今のところは残念ながらキャラクター化はしておりません。

#### (米倉委員)

なるほど。「えこ之助」とか「やべーべや」は非常に成功パターンだと私は思っていて、実は「やべーべや」は私も、放送局長としての番組ではなくて、一市民ボランティアとしての番組をもっているのですが、その中でも結構取り上げていて、非常にかわいらしいキャラクターと、それでいて結構ギャップのある、ちょっとブラックな感じがあって、それがすごく、相方と一緒にやっているのですが、二人とも結構気に入っていて、「やべーべや」のネタが多くなっているのですけれども、こういうふうに思わず「見ささる」ではないのですけれども、言わさるみたいな、親しみが持てるようなキャラクター化などがあつたらいいのかなと、ちょっと思いました。

そうするとイベントなど着ぐるみで出て行って、かなり周知ができるのではないかなとい

うのも、ちょっと感じました。以上です。

**(広報担当課長)**

ご意見ありがとうございます。ちょっとまだそこまで思いが至っていなかったところなのですけれども、研究をしたいなと思います。

**(武山座長)**

ほかにいかがでしょうか。では、私からよろしいでしょうか。

知事の記者会見が毎週ありますよね。それで、知事から生で、それもライブで、道民の方というか、普通の記者だけじゃなく見られるというのはすごくいいことと思いますけれども、知事の生の考えもそうでしょうし、言葉もそうでしょうし、表情も見られると思います。

知事会見は定期的にあるのですけれども、どんな話がテーマになっているのかなというのは、おそらく報道機関にはこういうテーマでやりますよ、というのはオープンになって、あとは自由な質疑だと思います。一般の方々には、例えばツイッターで知事会見があります、というのはお知らせなどもありますけれども、そこでは、あるということだけでテーマについては特に触れていないのかなと思うのですが、例えば、今、道政で課題になっているこれについて、今日は知事のほうから説明したい、みたいなものがあると、今日これがあるのだったらちょっと見てみようかな、というふうになるのかなと思います。なにか、知事会見をより道民の方に見ていただくとか、アクセスしていただくような工夫ということは何か考えているのでしょうか。

**(広報広聴課長)**

当課は報道関係への対応には非常に力を入れておりまして、武山座長と後藤委員はご専門なのでよくご存知なのですけれども、当課も報道係をもっておりまして、道政記者クラブの23の加盟社さんにお隣の部屋に入っていただいて、日々、対応させていただいております。

知事記者会見を毎週一回実施しておりまして、ここは当然ながら、報道各社様にお話することがメインではあるのですけれども、直接ライブでも道民の皆さまに見ていただいているというところがございます。

ご質問のところ、今日はこの話題をします、というところまで思いが至っていないというのが正直なところございまして、できるだけライブで見えていただいて、その成果をフェイスブックなどで事後的にお知らせしています。

今後、お知らせのしかた等を含めて、検討していきたいなというふうに思っております。

**(武山座長)**

ほかにいかがでしょうか。

**(戸田委員)**

知事が週一回会見をすると。私たちも、市長の会見をおおむね月一回していきまして、確かに我々も市民の方に事前にお知らせするというはしてなくて、私も記者さんたちとの合同の場という理解だったものですから、事前に周知していなかったと思っています。

そして、そのあとで、リアルタイムで流してそのあともうひとつ、すぐにフェイスブックなどで発信したりしているのですか。

**(広報広聴課長)**

リアルタイムでお知らせしています。ちょっと時間がずれることもありますが、まず、金曜日の 14 時半にやるという、ここを決めて、見たい方はぜひ金曜日は見ていただきたいという感じなのですが、このお知らせをまず打ちまして、これをライブ配信、YouTube で見られるようにしております。

そして、ポイント版と言うのでしょうか。こういうことを今日はお話しました、ということその日のうちにフェイスブックで発信する。そこを見ていただくと、実際の質疑も含めて、YouTube で見られるような形でお知らせしています。

議事録を作るのにどうしても一晩、内容の精査も含めて要するのですが、翌日にはホームページに議事録全文を載せて、道民の皆さまに見ていただくという形にしております。

我々もその辺りの説明はこの会議であまりしていないのですが、直接的な広報媒体についていろいろ資料に書いていますが、そういった道政記者クラブさんへの情報提供、ここはかなり力を入れてさせていただいているという状況でございます。

**(戸田委員)**

私たちも、本当に人数が少ないのですけれど、会見をやって、動画のちょっとした編集をして、何とかその日のうちにLINEで流すという作業をしているのですが、なかなか人が少なく、その日はそれに付き切りになっているような状態で、議事録も、私がおその日司会をして自分で文字に起こしているのです、なかなかそこまでできない、北海道はどうやっているのかなど。

**(広報広聴課長)**

人数としては、報道係が5人います。私も司会をさせていただいて、そのほか、広報のほうで、フェイスブック等で上げると。ですから、20人ぐらいの課なのですけれども、10人くらい、半分ほどは記者会見の日は勢力を集めて取り組むようなイメージになっているというのが、正直なところです。

**(戸田委員)**

私たちも先週の金曜日に市長の記者会見があつて、何とかその日のうちに文字を起こして、週末に出て来て、その議事録をつくって、今、部長たちに確認をさせていただいて、ここに来ています。明日何とかホームページにアップできたらと思っていますので、その作業に何か参考になることがあるのでしたら、教えていただきたいと思います。

**(武山座長)**

ありがとうございます。

コロナがすごく大きな問題になったときに、知事会がすごく大きな発言力を持ったときもありますけれども、各知事の発言というものがすごく注目されて、ここの知事はこういう考え方で、こういう発信力を持っているのだというようなところで、改めてあのとき、知事の発信力の大切さというのを、私たちは本当に感じて。

やはり、知事は都道府県の代表であつて、その発信力というか、その発言や何かをどのように伝えるかということも本当に大切なのだなというふうに思いました。

いかがでしょうか。後藤委員、お願いします。

#### (後藤委員)

広報機能強化事業の件で、ご質問を兼ねてなんですが、首都圏メディアへのPR、道外への情報発信が必要な案件というのは、具体的にどのようなものなのかなということと、関西圏、名古屋圏、福岡なども含めて、道外なのか、首都圏のみなのかなということ。国内、道外もそうでしょうけれども、これだけインバウンドの方が来ている中で、日本国内における北海道のアピール度からすると、語弊があるかもしれませんが、認知度、PRはできているような気がするので、海外への展望などもあれば、併せて教えていただきたいです。

#### (広報担当課長)

首都圏メディアPRと書かせていただいていますけれども、普通、道庁が広報するときというのは広告枠を買って広報するということがよくあるのですけれども、こちらで今想定しているのは、PR会社さんのイメージです。

道で扱ってほしい、例えばワーケーションですとか、移住・定住ですとか、ふるさと納税、今日、また北海道が四年連続一位というのも出ていましたけれども、そういったニュースを取り上げて、報道機関の皆さまですとか、雑誌、専門誌、テレビ、そういったところをメディアの方々に記事として取り上げていただいて、より多くの方の目に触れていただく機会を獲得したいということで、プロモーションというイメージをしております。

首都圏というふうに書かせていただいていますけれども、キー局や新聞社も想定はしてございますけれども、そこはこれから契約手続きに入るものですから、実際にご一緒させていただきながら、いろいろご相談させていただきながら、どのような効果的なPRがよいのかというところを検討していく、という流れを想定しています。

首都圏に限らず、関西圏ですとかそういうところも当然あり得るのかなというふうに思っております。

ただ、海外となりますとちょっと切り口も変わってくるころもあるのかなというふうに思っております。予算額全体でこの額でございまして、実際、首都圏メディアへのPRの予算額というのは若干小さくなりますので、限られた予算の中で、まずは国内の方を重点的にトライアルと言い過ぎかもしれませんが、まずはやってみて、次につなげていければということで今、考えているところです。

#### (広報広聴課長)

私、報道対応をもっている立場で、一つ下のプレスリリース配信のことをちょっと補足させていただくと、資料1でもあまり説明してこなかったのですが、報道発表ということで、道政記者クラブ23社、これは全国紙と通信、テレビ各社さんに入らせていただいているところで、道内では最大のクラブでございますし、ここに対して年間2,500から3,000件ぐらいのプレスリリースをしています。大きな事案は、東京ですとか大阪にも、この道政記者クラブ各社が配信していただいているという関係です。

今回取り組むプレスリリースは、広報担当課長の方と連動するのですけれども、例えば、イメージですけれども、北海道が、道外のほうに直接PRする。例えば、ワインに関連する雑誌であるとか、あるいはフランス料理に強いメディアさんとか、そういうところに直接的に配信することによって、道政記者クラブさんとは別の切り口なのですけれども、例えばワインを売り込むですとか、あるいは海産物を使っていただく雑誌社さん、専門紙さんに見ていただく機会とすることで、北海道をより深く知っていただくチャンスがあるのではないかと、ということで、企画したところです。

そういう意味で、全国に北海道の食など、魅力をさらに知っていただければということで、今年、チャレンジしたというところです。

**(武山座長)**

ありがとうございました。そろそろ終了時間が近づいてきていますが、いかがでしょうか。では、ご発言がなければ、進行を事務局のほうにお返ししたいと思います。

**(課長補佐(調整))**

武山座長、委員の皆さま、ありがとうございました。  
それでは閉会に当たりまして、尾野担当課長からご挨拶を申し上げたいと思います。

**(広報担当課長)**

広報担当課長の尾野です。武山座長、戸田副座長をはじめ、委員の皆さまには長時間にわたり、様々なご意見をいただき、誠にありがとうございました。

本日の会議では、道の広報広聴業務についてご説明をさせていただきました。私どもとしても、様々な媒体を活用しながら、道政情報を丁寧に関わりやすく、効果的に広報していくよう、日々努めているところです。

人々の活動が活発になる中、道としても、その流れを逃さず、市町村との連携による地域情報の発信はもとより、道外メディアなどへの情報発信を強化するなど、本道の更なる魅力発信に努めてまいります。

本日、各委員の皆さまからは、それぞれご専門の立場から貴重なご意見やアイデア、事例などのお話、ご意見をいただき、私どもとしても大変貴重な機会となりました。感謝申し上げます。

皆さまからいただいたご意見も踏まえながら、道政情報を幅広い世代の皆さまに関わりやすくお伝えするとともに、道民の皆さまの意向の把握にも取り組んでまいりたいと考えております。

今後とも、お気づきの点などがございましたら、いつでもご意見をいただければと思いますので、引き続きよろしく願いいたします。

**(課長補佐(調整))**

以上をもちまして、本日の広報広聴推進会議を終了させていただきます。