

令和3年

行財政改革特別委員会会議録

とき 令和3年11月9日

品川区議会

令和3年 品川区議会行財政改革特別委員会

日 時 令和3年11月9日(火) 午後1時00分～午後2時15分
場 所 品川区議会 議会棟6階 第1委員会室

出席委員 委員長 つる 伸一郎 君 副委員長 のだて 稔 史 君
委員 石田 秀男 君 委員 芹澤 裕次郎 君
委員 西村 直子 君 委員 塚本 よしひろ 君
委員 あくつ 広王 君 委員 渡部 茂 君
委員 高橋 伸明 君 委員 せお 麻里 君
委員 石田 ちひろ 君 委員 須貝 行宏 君
委員 大倉 たかひろ 君

出席説明員 堀越 企画部長 黒田 計画推進担当部長
(財政課長事務取扱)
佐藤 企画調整課長 大澤 広報広聴課長
榎本 総務部長 古巻 総務課長
東野 経理課長

○午後1時00分開会

○つる委員長

ただいまから、行財政改革特別委員会を開会いたします。

本日は、お手元に配付してございます審査・調査予定表のとおり、特定事件調査およびその他を予定しております。

なお、議題に関連して、広報広聴課長にご同席いただいておりますので、ご案内いたします。

本日もこれまでの委員会と同様に、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、委員会室のレイアウトを変更、アクリル板を設置するとともに、理事者の出席も必要最小限とし、進めてまいりますので、ご了承ください。

前回は申し上げましたが、ただいまご案内しましたとおり、新型コロナウイルス感染症対応の下での委員会であります。各委員におかれましては、会議時間が長時間とならないよう、重複を避ける、事柄を絞り簡潔に行う、前置きを省くなど、簡潔かつ効率的な質疑にご留意いただきますようお願い申し上げます。

理事者の皆様におかれましても、委員会運営の効率化へのご協力を改めてよろしくお願いいたします。

1 特定事件調査

広報に関すること

○つる委員長

初めに、予定表1の特定事件調査を議題に供します。

本日は、広報に関することについて取り上げます。

区の広報媒体には、アナログのものとデジタルのものが多様に存在し、多くの区政情報が提供される中で、情報を求める人や届ける必要のある人に、迅速かつ正確に周知が図られるように、区政情報の提供のあり方について調査・研究を行ってまいります。

まず、理事者よりご説明をいただき、その後に、委員の皆様にはご意見・ご提案等をいただき、活発な議論をしていければと考えております。

それでは、理事者よりご説明をお願いいたします。

○大澤広報広聴課長

それでは、品川区の広報、区政情報の提供についてご説明いたします。

資料の[1]をご覧ください。

まず、広報紙についてです。広報しながわは、令和2年4月に紙面のリニューアルを行いました。全体をソフトなイメージにし、誰にでも、特に若い方にも手に取っていただけることを目指しました。

資料に、リニューアル前後の紙面を並べて載せておりますが、右側のリニューアル後の紙面と比べていただくと、ロゴや色使い、イラストの挿入など、違いがお分かりいただけるかと存じます。また、月3号の発行のうち、1日号では区の施策を分かりやすく伝える記事、21日号では、区民の活動などを紹介する記事を集めることといたしました。そのほかの記事につきましては、例えば税金、国民健康保険、講座、助成など、カテゴリーごとに見出しを色分けし、必要な情報を見つけやすくしております。

現在月3回、毎号12万6,000部を発行しております。そのうち、新聞折込での配布は10万3,200部、区内世帯数の約半数となっております。個別配送は現在3,000件ほどになっています。そのほか、広報スタンドやコンビニエンスストアなどでの配布を行っております。

また、紙での発行のほか、区ホームページ、アプリを活用しての配信を行っており、アクセス数は月1万件を超えています。令和2年度の世論調査におきましては、1割を超える方が広報しながわをデータ配信で入手していると答えています。広報しながわのほか、月1回発行の外国語広報紙、City News SHINAGAWA、目の不自由な方を対象とした声の広報がございます。

次に、ホームページのリニューアルについてです。こちらは、令和2年11月に行いました。これ以前には、平成28年度にリニューアルを行っております。前回のリニューアルでは、区制70周年に向けて導入したYouTube、Facebookの認知とフォロワー獲得のためにトップページで各SNSなどを確認することができ、アクセスしやすいデザインといたしました。その結果、YouTubeのチャンネル登録者数、Facebookのフォロワー数が増加し、当初の目的は達成できました。その後、総務省の通信利用動向調査において、スマートフォンの世帯保有率がパソコンを上回る状況となりました。区の世論調査においても、平成28年度にはパソコン保有が76.8%、スマートフォンが71.1%と、パソコンのほうが高かったものの、令和2年度にはパソコンが74.4%、スマートフォンが87.1%と国の調査と同様にスマートフォンの保有率がパソコンよりも高くなっております。また、フリーWi-Fiの整備が進むなど、モバイル環境も変化してまいりました。こうした状況の中で、区ホームページもモバイル端末での使いやすさが求められ、令和2年のリニューアルでは、スマートフォンで見やすい画面とすることが課題となりました。

また、今回のリニューアルでは、検索機能の強化として東京都、大阪市、相模原市等の事例を参考に複数の検索方法を別ページとしてまとめました。また、渋谷区などの事例を参考に、AIチャットボットを常時表示させております。また、表示する情報を整理するために、全国広報コンクールの受賞自治体、岩手県、湖南省、大分市、長泉町等のサイトを参考に情報カテゴリのレイアウトを整理いたしました。また、スライドバナーを複数設置し、画面スクロールを少なくするようにしました。資料には参考にいたしました一部の自治体のホームページを紹介しております。

また、(リニューアルの)前年の10月に発生した台風の際には、ホームページへのアクセスが集中し、つながらない状態となりました。このことを踏まえまして、緊急時のアクセス障害対策として、画面表示を遅くしていたSNSの埋め込みを廃止し、リンクで対応するようにいたしました。ただし、緊急情報が常に表示されるTwitterの埋め込みは残しております。また近年、大型台風や集中豪雨が増えていること、さらに新型コロナウイルス感染症などの緊急事態に対応した情報発信を求められることから、緊急情報バナーを即時に編集できる仕様に変更しております。さらに、一目で情報の内容が伝わるよう、画面をスクロールせずに重要なお知らせと新着情報が閲覧できるようにしてございます。

ニューメディアへの対応としましては、SmartNewsの品川区チャンネルと連携させ、重要なお知らせと新着情報がSmartNewsに掲載されるようにし、若年層に対する情報発信力を強化しております。

区ホームページへのアクセスは、平成29年度が約470万件、令和2年度は約780万件となっております。

次に、資料の2枚目、SNS等の発信についてです。主に若い世代をターゲットとし、SNS等を活用した情報発信に努めているところです。区政情報の発信につきましては、ホームページと広報紙が大きな役割を占めておりますが、若い世代に向けては、ホームページに掲載する新着情報や若い世代を対象とした事業等をTwitter、Facebook、しなメール、LINEを活用し、周知を図っております。また、YouTubeでは、ケーブルテレビ品川での区情報番組や各所管のイベントや講演

会の配信などを行っております。

まず、T w i t t e rでございますが、現在2万3,430人のフォロワーとなっております。リアルタイムの情報を求めている方がフォローしている傾向があり、大雨の際の目黒川の状況や、先日区内でサルが目撃された際の情報については、それぞれ10万件を超えるリーチがございました。配信実績としましては、令和2年度は527件となっております。そのほか、T w i t t e rでは地震速報、気象庁発表の警報、洪水情報、光化学スモッグ情報などが自動で配信されるようになっています。

次のF a c e b o o kは、4,216人のフォロワーとなっています。写真ニュースの掲載を含め、令和2年度には514件の配信を行いました。写真ニュースや写真による文化財の紹介など、字だけの発信よりもF a c e b o o kの特性を活かした写真の添付によってリーチ数が上がっております。

次に、しなメールですが、6,895件の登録となっております。カテゴリごとに区からのお知らせ、緊急情報、防災気象情報、高齢者情報などに分かれており、登録者が受け取りたい情報を選んで登録するようになっています。令和2年度の配信実績は901件です。

次に、L I N Eですが、こちらは令和3年1月に開始し、10か月間の運用で、登録数は9,686人となっております。現在は主に広報広聴課からの情報発信を行っておりますが、今後は情報推進課の主導により各事業の申込みやサービスの申請にも活用していく予定です。

最後にY o u T u b eでございます。こちらは、チャンネル登録者数が6,724件となっております。公開している動画は、2,039本で、これは23区で1位であり、2位の2倍近い動画数となっています。令和2年度のY o u T u b eの視聴回数は66万6,042回、月平均で5万5,550回となっています。特に人気のある動画は、10万回、20万回を超えて再生されています。

新しいメディアにより若い世代に必要な情報をピンポイントで届けるよう努めているところですが、それをきっかけにホームページや広報紙にも目を向けていただき、区政に関心を持っていただければと思っていますところでございます。

○つる委員長

説明が終わりました。

それでは、本件につきまして、ご質疑・ご意見・ご提案等がございましたら、ご発言願います。

○西村委員

ご説明ありがとうございます。2点、お伺いさせていただきます。

まず、広報紙、本当に見やすくなりまして、何かキャッチーですごくいいなと思って改めて見ていたのですが、よく区議会議員のほうからも、いろいろな方から意見が、全区民の方に届けてほしいというお声があると思うのですけれども、私の意見としましては、紙メディアが大変費用がかかるものだというふうに思っているのと、世の中の的にも雑誌がどんどんなくなっている、紙メディアがなくなっている現状がありますので、これからこういったオンラインを活用していただくことが必要ではないかと思っている中で、コロナ禍において区の情報を、ワクチンのことですか、必ず入手したいという機会がすごく増えた結果がここ（資料）の数字にもすごく表れているなと思っています。

ご質問なのですが、どのメディアにおきましても分かりやすいことというのが必須だと思っておりますので、特に前から申し上げているように、ホームページに関しては工夫していただいているのですけれども、やはりテキストリンクが多いなというのが、渋谷区などと比較しても思っております、ここをどう見直していくのかというのをお伺いしたいのと、あとチャットボットがどれぐらい利用されているのかというのをお伺いしたいと思っております。

この2点、お伺いさせていただきます。

○大澤広報広聴課長

表等のリンクの見づらさについては認識しているところです。更新の際や新規の際は全て見やすいように広報広聴課のほうから所管にお願いして作り直していただいたりしているところですが、なかなか以前作ったものについては、そこまで手が回らないという状況がございますので、今後も研修等を通して、それについては周知していきたいというふうに考えているところです。

チャットボットにつきましては、アクセス数ということであれば、ちょっと今は数字は持ち合わせてございません。

○西村委員

アクセス数まで分からなくても大丈夫なのですが、どれぐらい利用されているのかなというのがちょっと気になりました。

あと一点だけお伺いさせていただきます。前に決算特別委員会でもご質問させていただいたのですが、こういったSNSに発信をする庁内の体制が、各担当課の方のご判断でこの情報をアップしたい、それはFacebookとTwitterにお願いしたいとか、これはTwitterだけにお願いしたいとか、そういった担当課の方の判断というふうに伺ったことがありまして、そうすると、よく発信する担当課と、あまりしない担当課みたいな、そういった差はないのかということと、あと必要な情報をどう精査していくのかというのは、ある程度広報広聴課のほうでも、この情報は担当課から申請は来ないけれども掲載しようというふうな判断があるのか、そのあたりをお伺いさせていただきます。

○大澤広報広聴課長

SNSの発信の際は、各所管から広報広聴課に申請書が上がってきて、その中でどの媒体を使うのか、いつ発信してほしいのか、何時ごろがいいのかというようなことを書いていただいています。ある所管課は、事業の対象者が若い方が多いということで、Twitterのみしか使わないというような課もございますので、その課の持っている事業や考え方によって偏りというか、その所管に合った使い方をされているというふうに考えています。

○西村委員

そのあたりがもう少し工夫していけるのかなと。私も答えを持ち合わせていないのですが。

Twitterのフォロワー数はかなり多いほうだなと思うのですがけれども、「いいね」などの反応は少なく、そういったあたりも分析していただきながら、ある程度広報広聴課のほうでコントロールしていただいて、いや、それはFacebookのほうにも載せたほうがいいのか、何かそういったことも今後あるといいなと思っております。要望させていただきます。

○あくつ委員

SNS、特にLINEですね、コロナの間、午後5時の防災行政無線が鳴った後に一瞬で飛んでくる。これが本当に分かりやすく、何を言っているかも分かりやすいですし、災害のときにも、LINEがばんばん飛んでくるようになったので本当に分かりやすくなったなど、すごい改善だなと思いますし、今までこの災害等に関しては、感染防止、感染はちょっと災害とは違いますけれども、議会でさんざん発信をしっかりやってほしいとお願いをしていたので、LINE登録されている方はおそらくリアルタイムでぼーんと飛んで来る。それが本当にありがたいなと思っています。

いろいろなSNSを使い分けして年代別に送っていらっしゃるということなのだと思いますが、いつも思うのですが、特にワクチン関係なんかは、その日その日でいろいろな事情が変わるので、間違いが

あって、訂正のお知らせなんかも追ってきたりもするのですが、それも仕方ないのかなと。変な話、役所の、行政の無謬性みたいなどころにあまり拘泥しないで、今が大事、今の情報が大事だということをごんごん出していただいているというのをすごく感じています。

その上で、こういうものを発信する場合というのは、最後にその課の誰が決裁を出していらっしゃるのか。これは否定的とか肯定的とか、そういう意味ではなくて、前からそういうことを思っていたので、いわゆる課長が最後の決裁権をお持ちなのか、それとも SNS の担当者が各課にいて、その方が責任を持つということになっているのか、教えてください。

○大澤広報広聴課長

SNS の発信につきましては、最終的な責任者は各課の課長が決裁をして、広報広聴課に送ってくるという形になってございます。

○あくつ委員

分かりました。ということは、私さっき聞き漏らしていたら申し訳ないのですけれども、手順とすると各課で出したものを広報広聴課が最終的に受け取って、広報広聴課から発信をするということで、広報広聴課でのチェックみたいなものというのは最後に行うのでしょうか。

○大澤広報広聴課長

はい、各課で課長の決裁を取ったものが広報広聴課に回ってきて、広報広聴課で最終的な確認をした上で発信という形になってございます。

○あくつ委員

非常に、今、トレンドに合わせて品川区の広報広聴課がこういうことをごんごん発信していただいているのは区民の情報収集にとっては非常にありがたいなと思いますし、区民から問合せがあったときに、私も飛んできた SNS を参照してお答えするということが最近増えましたので、ぜひこれはごんごんやっていっていただきたいなと思います。

それともう一つ、確認だけになってしまうのですけれども、広報紙なのですね。私も一般質問でこの広報紙のことを若干取り上げるのですけれども、先日もこういうイラストなんかも載せてあって、非常に柔らかい感じに、あったかい感じになって、だけれど、メッセージは結構強いメッセージが出ていたのです。この前、がんのことなんかが、9月1日号だったかな、広報紙に出ていて、コロナ禍だけれども、がん対策は重要ですみたいな、そういう強いメッセージが出ていた。非常に分かりやすく、ストレートに入ってきたのですが、こういうデザインというのは、1人のデザイナーにお願いをして作っていただいていると、こういうことでよろしいのでしょうか。

○大澤広報広聴課長

決まった会社にはお願いはしているのですが、その先のデザイナーが何人いるかというところまでは確認していませんが、こちらの意図を伝えた上で、それに沿ったイラストを入れていただいて、時にはイラストを差し替えていただいたりというようなこともございます。

○あくつ委員

最後にします。

これは別におべんちゃらではないのですけれども、現在は広報広聴課長がおそらくそういう意識を持ってやられていて、このイラストは違うのではないのかと、今おっしゃったように、差し替えとかも行っていると思うのですけれども、当然今後課長は定期的に異動があるわけです。そういうことに関しての広報の、分かりやすい言葉で言えばセンス、そういうものというのは、課長が替わることによって

変わっていいとは思えないと思うんですね。そういうことに関して、担当されている課長以外に、そういうことを専門的にやられているような職員の方というのは、育成というか、いらっしゃると、こういう認識でいいのでしょうか。

○大澤広報広聴課長

広報紙のイラストでございますが、あれはスペースが空いているから絵を入れているということではなくて、やはり区として区民に伝えたいものがあるからイラストを使って伝えているということで、なかなか回りくどいやり方ではあるのですが、やはり種をまいておけば、いつか芽が出るということで、例えば多様性ということでは、区民の方のイラストのときに必ず車いすに乗っている方を入れていただいたりとか、男女の性差によらない職業を発信したいということで、買物をしているイラストは女性だけで上がってきってしまうので、たまには男性にしてくださいとか、医者もつい男性の医者のイラストで上がってくるので、それはたまには女医さんにしてくださいとか、そういうメッセージは担当者とともに相手のイラストを描く事業者のほうにも区の意図をきちんと伝えて、イラストを描いていただいているところですので、広報紙のイラストを含めて全体として、やはり多様性とか共存社会とか、そういうことを伝えていかなければいけないということは、広報広聴課全体として認識しているところでございます。

○あくつ委員

ごめんなさい、最後と言ったのですけれども、それは代々そういう形で受け継がれていくというふうに捉えました。

防災の情報などというのは、今日の所管で聞いてはまずいのですか。

○つる委員長

それは災害・環境対策特別委員会の所管です。

○あくつ委員

分かりました。所管が違うから、1点だけ、問題意識だけここで申し上げます。

この前、震度5の地震が東京であったときに、防災タブレットというものが町会長・自治会長に配付されているのですが、一切配信がなかったということをこの前聞いたので、そのことについてちょっとお伺いしようと思ったのですが、ちょっとご答弁される方がいなかったのです。失礼いたしました。

○大倉委員

今あくつ委員のほうからもろもろ聞いていただいたので、各課の課長が責任を持ってチェックをし、広報広聴課でまた改めてチェックをして、時間だったり、媒体だったり流していくということことで流れがよく分かりました。災害に関してもちょっと聞こうかなと思ったのですが、ほかの委員会だということでした。これも、私のほうでも地震があったときに、LINEのほうとかだと発信されなかったなというふうに思っていて、災害情報はTwitterでは自動で、しなメールでも緊急情報で流れてくるというところでは、そういう災害時の情報はLINEとかで担当課から来れば流すとかということなのかなというところが分かれば、先ほどのお話を伺っていると、自動とかではないのだなというふうに思ったので、その災害時の情報発信はLINEとかだとどうなっているのかなというのが、そこが分かれば教えていただきたい。

あと最近、文字化けだったり、日付の誤りだったりというのがいろいろな方からちょっと入ってくるのですが、チェックされているというところでは、チェックする中でも漏れてしまう部分があるのかなというふうに思っていて、それに対する課題とか対応。その後、誤情報でしたということで流れて

くるのですが、なるだけ情報を正確に伝えていくということでは、なくしていかなければいけないと思うのですが、その辺の工夫ですかね、件数まではあれですが、どのくらいあるのかなというのは疑問に思うのですが、なくしていくためにどのような課題があって工夫をされているかというのを教えていただければと思います。

○大澤広報広聴課長

LINEについては、今自動配信するように連携してございませんので、災害時等の発信については今後の課題だというふうに認識してございます。

あと、LINE等での間違いですが、以前にもご指摘を受けて、その後必ずダブルチェックを行うようにしたにもかかわらず、その後も間違いがございました。今後は、災害時等を除きまして、可能な範囲で事前に予約でLINEの文章を入れて、必要な時間になったら配信するという形に、今、変更しているところがございますので、今後はできる限り間違いをなくした配信をするように努力してまいります。

○大倉委員

災害情報は、こういうLINEとかTwitterとかFacebook、しなメールとか、全て登録されている方もあまり多くないのかなというふうに思っていて、LINEだけの方もいれば、Twitterだけの方もいるかと思うので、そういう災害情報などは、さまざまな媒体で迅速に発信していただけるといいのかなと思いますので、ぜひよろしくをお願いします。

あと、チェックの体制、今LINEということでしたが、多分皆さん本当に忙しい中でさまざまな業務がある中でこの時期にこれをいつするかということ、人のチェックで漏れてしまうのだろうなということなので、事前に予約をしながらやっていくとミスがなくなるということで大丈夫なのか、ちょっと改めて確認を。例えば、人がチェックする中で言うと、いきなり来た情報が、慌ててチェックされて、チェックミスで出てしまうということなのか。事前にきちんと申請されている情報であれば、しっかりチェックができて、情報が正しく発信されるようになるのか、そのチェックの体制が本当にそれで大丈夫なのかということ、ちょっと疑問に思ったので、もう一度ご答弁いただければと思います。

○大澤広報広聴課長

SNS等の発信の際に、やはり原稿が、今日来て、今日すぐ流してくださいと言われると、担当者のほうもちょっと焦って作業してしまったり、ダブルチェックのチェック側もちょっとミスがあったりするので、それは所管にもご協力をいただいて、できるだけ早く事前に分かっている情報であれば、出していただければ、時間があるときに入力できますので、今までよりは間違いが減るようになるというふうに思っています。

○大倉委員

分かりました。

もう一点、今ちょっとお話の中で気になったのは、入力するというので、データでもらって、それを改めて何か入力し直す作業があってということなのではないでしょうか。文字化けとか、普通はないなど、Twitterとかしなメールとかだとたまに文字化けしたメールが届くみたいなお話があって、入力し直す作業が必要ということなのではないでしょうか。

○大澤広報広聴課長

所管からデータで来たものを、ある程度やはり広報広聴課のほうでチェックして、修正が入りますので、データを写して、それを修正して流すという形になってございます。

○石田（秀）委員

今、広報紙もホームページもさまざまな面で非常に品川区はよくなったと思っています。

その中でお伺いしたいのは、必ず年に1回とかアンケートでどれぐらい費用対効果があるという調査をされていると思うのだけれども、例えば、広報紙をこれだけ出しています。では、どれぐらいの方が読んで、どういう形でという、たまにアンケートとかを見るけれども、こういうものをもっと打ち出す。例えば、ホームページも、今例えば800万回のアクセスということなのだけれども、ではこの800万回の評価というのはどこにあるのかというのがよく分からない。

例えばホームページを見ると、広告媒体もあるのだけれども、2万円いただいたり、これもどこに目標があるのかがよく分からない。最後に、広告が載っていて、例えば、もしトップページでどんどん画像が変わるような感じで広告を出す、そのほうが目立つとか、それだったら、もっと広告を今の倍、2倍にしていこうとか、3倍にしていこうとか、こういう広告はそういう扱いをするのか、今のままでいいのか、それは先ほど言った区民に伝えたいことを優先するのだから、広告はこの程度でいいのですとか、そういう話が全く見えないわけね。ただ、何かそういうふうにやっているのかなとか思う。そのポイントがよく分からない。

それから、SNSだけれども、フォロワー数とかいろいろあるのですが、これも伸びていていいのだけれども、ではどこを目標にして、どれだけ区民の方にこういう情報を流すことがいいのだというものが結構見えてこないというかな、私はいつも思っているのだけれども。ほかのことでそうなのですが、ある一定度の目標を立てて、そこに達成するためにどういうふうにやっていくのだという部分が何か見えづらいと思っていて、そこら辺のところをちょっと教えていただければありがたい。

○大澤広報広聴課長

まず、ホームページの広告についてですが、こちらはむやみに増加させようというような目標は立ててはございません。というのは、やはり区のホームページに載せると、区民の方が区のお墨つきの業者だというふうに勘違いをされる方が多くて、広報紙についても同じなのですけれども、やはりどうしても区のほうに問合せが入ったりですとか、あとはホームページで出している業者のホームページをたまにチェックしたりすると、品川区に認められていますみたいなことがあるので削除していただいたりとか、結構管理が難しく、うまいように区が使われてしまうという側面があって、どうしてもずっと継続的に管理をしていかなければいけないというところでは、やみくもにこれを100社にしようという目標を立てて増やしているものではなくて、やはり広告を載せてくださいというお願いが来るのですけれども、区の要綱に合わせてお断りする場合も結構ございますので、そういう意味では税外収入ということで増やしたほうがいいという考えもありながら、目標を立てて、ここまでは何としてでも営業活動をして増やしましょうというような姿勢にはなってございません。

SNS等の活用につきましては、具体的な数値として目標を掲げているわけではないのですけれども、特にLINEについてはこれから活用方法が広がっていくと思いますので、こちらのほうは情報推進課と協力して、できるだけ多くの皆さんに活用していただけるように今後工夫して広げていこうというふうに思っています。最終的な目標としては、区民の方が困ったときにすぐに情報が得られることと、あとそれを知らなかったというふうに言われることがないというのが最終的な広報の目標だと思っておりますので、さまざまな媒体を使いながら周知を図ってまいりたいと思っております。

○石田（秀）委員

そういう部分で言うと、例えばケーブルテレビだとか、観光協会だとか、文化振興事業団でもいいの

だけれども、護送船団ではないけれども、品川区がそういう部分のアピールをもっとホームページでしようとか、例えば観光的なものをどうしていくのだとか、イベント情報とか、あるではないですか。中に入っていくと見えないではないですか。それをトップページで、こういう意図で、ではこうやっていくということが、もっと都市型観光をこういうふうにしていこうと、そういうものが見える。だから、それが広告媒体で、もちろん先ほど言ったその考え方でいいので、税外収入とかというのではなくて、もっとこういうことを打ち出して、中に入らないと見えないのではなくて、もっとトップページでぼんぼんこういうことをやっていますよということが私はあってもいいような気がしてならない。

どうしても情報が多いから、中へ入っていくことを、入りやすさを、我々は入りづらいとよく言って、その情報にたどり着けない。だから、なるべくたどり着けるように、よく分かりやすくというものも分かるのだけれども、打ち出したいことというのが、例えば渋谷区を見たときに、「ちがいをちからに変える街。」とか、こういう何かものというのがあるではないですか。品川区で何というものがあれば、そういうものをホームページとかでばーんと出したほうがいいような気がしてならないので、ぜひそこら辺は考えてほしい。

あと、広報紙なのだけれども、これはよくなったけれども、どれだけの人が手に取ってというのも必ずアンケートをやって、これだけというのも分かるのだけれども、うーん、どうなのかなというも思っている私がついて、これから本当に広報紙のあり方が問われるような気がしてならないので、ぜひそこら辺はどこかで、我々の区議会だよりも一緒なのだけれども、今のやり方はぜひ考えたほうが私はいいと思っているということだけ、お伝えしておきます。

答弁は要らない。

○つる委員長

トップページの部分は。

○石田（秀）委員

いいです。

○つる委員長

ホームページのほうも含めてよろしいですか。

○石田（秀）委員

大丈夫です。

○つる委員長

はい、分かりました。

ほかにございますか。

○塚本委員

今までの議論にちょっとかぶるところがあるのですけれども、特に広報紙についてというところで、先ほどの課長のご答弁で、最終的には知らなかったと言う人がいないというようなことを目指すと、まさにこの言葉は大事だというふうに思います。今広報紙の配布方法を見ると、大半というか、ほとんどが新聞折り込みということで、これは我々の会派の広報のチラシなんかでも一緒なのですが、本当に新聞発行の部数が右肩下がり、どんどん部数が減って行って、さすがに広報紙が入らなくなるから新聞を取り続けようというような動機というのはなかなか難しいと思うので、新聞がどんどんなくなるという、紙媒体ですね、新聞がなくなるということで、この先もかなり発行部数的には落ちていく傾向にあるのではないかという思いがあるのですが、そこについての認識を一つお伺いしたいのと、それから、

一つ、ここに出ていないのですが、郵送というのがありますよね、個別に、希望すると広報紙を郵送していただけるという。これの数というのは今どれくらいあるのかということ。

〔「さっき3,000件と言った」と呼ぶ者あり〕

○塚本委員

すみません、聞き漏らしました。分かりました。それは3,000件ということですよ。

これまで、区の情報を区民の方は一番どの媒体から取っていますかみたいなアンケート調査が過去にあったかどうか、ちょっと記憶が微妙なのですけれども、おそらく今はまだ広報紙が一番に上がってくるのではないかなという認識なのですが、そういった調査の結果等がもしあれば教えていただきたいのと、ないのであれば、広報広聴課としての感触というか、認識としてはどの媒体が最も今区民の情報源として使われているのかというようなことの見解を教えていただきたいと思います。

○大澤広報広聴課長

広報紙でございますが、確かに紙のほうの発行数は減少の傾向でございます。カタログポケットというアプリですとか、ホームページでの広報紙のアクセスを合わせると1万を超えていて、先ほども申し上げたように電子の配信で広報紙を入手している方が今1割になっているので、この数がどんどん増えていくというふうに想定されますので、それに耐えられるようないろいろな配信方法を広げていかなければいけないというふうに思っております。

「区に関する情報を何から得ていますか」という質問を令和2年の世論調査でやっているのですが、やはり広報しながわが1番で、2番目が品川区ホームページ、3番目が回覧板というような順位になってございます。

○塚本委員

今のご答弁から、まず紙媒体での広報紙、新聞折込が減っていくという中で、一方ではデジタルのほうでアクセスが増えていくだろうということで、それは本当に今後の一つの傾向だと私も思います。

やはり、PDFでホームページ等にも今貼り付けてありますけれども、やっぱりちょっと見にくい。PDFで見ると紙で見るとというのは、世代の問題なのか、もしかしたらデジタルネイティブな人というのはあまりそういうのは関係ないのかもしれないのですけれども、何かやっぱりとても見られないような感じがあるのですよね。（紙が）手元にないときに、スマホなんかでちょっとどうだったかなと見ようとしたときに。です、これからデジタルのほうにどんどん移っていく中で、そのデジタルでの見やすさみたいなもの、単なるPDFの貼り付けではなくて、何かスマホとかタブレットならではの見やすさ。ホームページなんかでもPC版とスマホ版と微妙に違っていたりするので、そういう知見というか、専門家はこういうふうになればアイコンとかは見やすいのだとかいろいろあると思うので、そういった研究もぜひ今後していただきたいなというのがあって、これについてのご見解を聞きたい。

あと、そうは言っても、そういうデジタル化には追いつかないで、やっぱり紙なのだという方もこれから先も一定程度いらっしゃると思うので、新聞が来なくなったので広報紙が入らなくなりましたみたいな人が、広報しながわを手に入れるための郵送というのは一つ有効な手段だと思うので、郵送ができるのですよということの宣伝というか、広報の広報みたいになってしまいますけれども、これについてもひとつ力を入れていただきたいと思うのですが、いかがでしょうか。

○大澤広報広聴課長

ホームページのPDFは確かに慣れないと見づらいというのは分かります。アプリのカタログポケットで見ていただくと大きくなったりするので見やすいと思うのですけれども、やはりホームページで

もどういふふうにすると見やすいのかということは研究してまいりたいと思います。

あと、個別配送につきましては、今も必ず広報紙に個別配送できますというふうに載せているのですが、少しまた目立つようにPRする号を作ってまいりたいと思います。

○須貝委員

今回、区政情報の提供について広報広聴課でここまでやって、いろいろなSNS等の発信もそうですが、努力されたのですが、なかなか広がらない。おそらくここまでやって、ここまで改善して、やっぱり難しさというのは広報広聴課でも痛感されていると思います。そして、先ほどからお話が出ていますが、やはり区民ニーズの多様化ということで、年代層、それから知りたい情報、多種多様の情報を見たという、それを網羅していったら、おそらくパンクするのかなということを、今話を聞いていて思いました。

今、若い人はスマホで情報を得たり、そしてその中で先ほどもお話が出ていますが、若い世代は新聞をどんどん取らなくなっている。おそらく発行部数も減っているだろうし、そして、若い世代になればなるほど、テレビを見ない。そして、町会に加入しない方も地域では本当に増えています。そして、(町会に)入っていないということは、町会の回覧板、要は区の情報も見ない。そして、町会の掲示板も各町会であるのですが、数はまばらですから、やはり町会掲示板数が少ない場所、少ない町会なんかだったら、なかなか区民に情報を届けるということは難しいのではないかなというふうに思います。

そうすると、行き着くところ、やはり見てもらうというよりは、こちらからチラシなり何なりを、これは費用がかかることですが、1軒1軒、区議会だよりと同じように戸別にポスティングするか、あとは本当に1軒1軒、選挙はがきのように郵送するか。相当費用はかかるのだと思うのですが、やはり区の情報にこれだけありますよ、皆さん、防災でも福祉でも、子育て支援でも見てくださいということを最前提に掲げるならば、費用がかかっても1軒1軒に何とか届けるという、そういう手法を取らないと難しいのかなというふうに今までの皆さんの話を聞いて思ったのですが、その辺、実際どうなのでしょう。どのように考えているのでしょうか、教えてください。

○大澤広報広聴課長

前段のさまざまな媒体ということでは、多分これから先どんどん新しい媒体が出てくると思っていて、5年後にどういう媒体がどのぐらい出てくるか、多分今の時点では誰にもちょっと予測が難しいのだろうと思うのですが、その中で区が全ての媒体を追いかけるとするのはやはり無理があるだろうというふうに思っていて、どこかで品川区としてはこれとこれで周知していきますということはある程度絞っていく必要というのが出てくるのだろうなというふうには考えています。

次に、若い世代への情報を届けるということなのですが、やはり防災に関してとか、ワクチン接種の会場に関してという、どうしても皆さんに知っておいていただかなければいけない情報については、ワクチンについても今回は全戸配布という形を取らせていただいています。やはり全ての情報ということよりも、セレクトして届けなければいけない情報については、一定全戸配布というような手法も取り入れていく必要があるのかなというふうに思っています。ただ、若い人はある程度自分で情報を集める能力もある方が多いので、その辺は区としてさまざまな媒体を使って発信していると、困ったときは情報を得ようとする、比較的若い方は得ることができているのではないかなというのは、特に調査をしているわけではないのですが、広報広聴課としての感覚では持っております。

○須貝委員

今若い方というふうには年代層を絞られましたが、そこはそこであるのですが、現在、青年、中年層、

壮年層、高齢者層を見ましても、やはり町会に加入していない。そして町会の回覧板を見ない、町会の掲示板もなかなか見る機会が、ところどころしかありませんから、やはり少ない。そうすると、これだけ品川区でお伝えしたいということがあるならば、私は費用がかかっても、やはり戸別に何とかお手元に届ける。それは年代層は関係なく、私はそういう手法も取らなければいけない時期に来たのではないかなというふうに思うのですが、もう一度だけご見解をお聞かせください。

○大澤広報広聴課長

現時点では、例えば広報紙を全戸配布するというような考えはなくて、紙媒体に対して必要でないという方もいますし、ごみになるからやめてくれとか、ワクチンの全戸配布のときも、コロナ禍ということもあって、人が配ったものを入れなくてくれというようなクレームもありましたので、いろいろな感覚の方がいらっしゃるの、今の時点で広報紙の全戸配布ということは考えておりませんが、先ほどもございましたように、希望する方に個別で郵送するというについてはもう少し力を入れてPRして、必要なところに届けるようにしてまいりたいというふうに思っております。

○須貝委員

最後に意見だけ。せっかく区でさまざまな事業をされていて、本当に年代、0歳からご高齢者までさまざまな事業をされているわけですから、今の広報紙というのを考えて、それを届けるというよりは、さまざまな情報を本当に簡条書でも、ここに電話すれば情報を得られますよということぐらいは、やっぱり区として区民に区でやっているいろいろな施策に対してきちんと情報をお知らせするという事は、私は各自治体の責務だと思いますので、何とかいい方法があったら考えていただきたいと思います。

○芹澤委員

広報は、先ほどからお話があった紙媒体とデジタルのもの大きく2つあって、これからデジタルのどんどん割合が高くなっていくだろうというお話があったと思うのです。特に資料の2枚目のほうでSNSのお話がいろいろ出ていると思うのですが、数が全体的に右肩上がりなのは想像するとおりなのですが、登録者数というのですかね、その裏側というか、奥側のどういった方が見ているのかとか、どういった情報がアプローチできているのかというような分析というのは、誰がどのような頻度でやっていらっしゃるのかなというのを教えていただきたいと思います。

TwitterとかFacebookとか、令和元年から2年にかけてどんと倍ぐらい増えてきていて、ほかにも右肩上がり、多分この時期だとコロナになって、情報を求めた区民の方々がフォローされたのだと思うのですね。いろいろタイミングがあって、多分勝手に登録者数というのは増えていくのだと思うのですけれども、登録された方々が欲している情報を与えられているのかというような分析を、行政側がどのようにされているのかをまずお聞かせください。

○大澤広報広聴課長

SNS等の登録者数の分析としては、属性までは分析できていませんので、例えばFacebookだどのような項目にどのくらいのリーチがあったかということで分析をして、どういうものを出すとたくさんの方が見るのかというような分析方法で確認しております。

○芹澤委員

それぞれSNSの機能、分析できるもの、できないものがあると思うのですが、例えばメールだったら開封率というものも分かると思いますし、YouTubeだとGoogleのサービスなので年齢とか性別。以前我々の会派からも何人かご提案させていただいたLINEについては、特にやっぱりセグメント配信ができるというのが大きなキーになると思っておりますので、品川区のアカウントを登録された

方々にどれぐらいセグメントがあるのかというのもまだ把握できていないということなのでしょうか。

あと、1万人ほどおともだち登録数があるということで、LINEの場合、結構ブロックされることが多いというふうに認識をしていて、お店とかだとクーポンで最初に誘導して登録してもらって、そこですぐブロックされてしまうというのがよくあるというふうに聞くのですが、先ほどお話があった例えば防災行政無線、内容は非常に分かりやすいのですが、毎日同じ内容が来ると、やっぱりブロックされる方も多分いらっしゃるのだらうと思うのです。自治体の平均値がどれぐらいなのか分からないのですが、約1万人の登録数に対してどれぐらいブロックされているというのは分かるものなのでしょうか。

○大澤広報広聴課長

LINEのセグメント配信は、今そこまで登録者の方が、年齢とか性別を入れていない方が多いので、実際のところはそれほど分けて配信しているわけではございません。ただ、例えば成人式の申込みでLINEを活用するとか、さまざまなイベントの申込みをLINEで行うということを今後考えておりますので、そうなるとある程度年齢も登録をしていただくことになると思いますので、そうするとセグメント配信等もうまく機能していくのかなというふうに思っています。

登録数とブロックされている数も把握しておりますので、この数はブロック数を除いた数で出しているというふうに認識しております。

○芹澤委員

まず始めていただいたということで、LINEを活用されていらっしゃるのだと思うので、どこかのタイミングで、セグメント配信を。属性を登録していない人というのは、メリットを感じていないからというのもあると思うのですが、登録することで自分にもむだな情報が来なくなりますし、そういった意味で、どこかのタイミングでぜひ皆さんに、今登録されている皆さんにも再び呼び掛けをしていただければと思います。

あと、もし分かればなのですが、ブロック数がどれぐらいなのか、この9,686がブロックされていない数で、ブロックされているのがどれぐらいなのかだけ、もし分かれば教えてください。

○大澤広報広聴課長

ブロック数の正確な数が今手元にないのですが、たしか2,000とか千幾つとか、そういう4桁の初めのほうの数だったというふうに記憶しております。

○石田（ち）委員

ホームページについてちょっと伺いたいのですが、たしか去年でしたか、私ではないのですが、別の議員が視覚障害者の方がホームページを見るに当たって、見られないので音声読み上げにするのだけれども、その同意を求める文書が出てきて、それに同意しないと音声にならないということを質問されていて、それに関して課題ですというふうに課長はお答えしているのですが、それがその後どうなったのか。やっぱり障害者や高齢者、多くの方がこうしたホームページ、品川区の情報というものにアクセスできるということが大事だと思うのですが、その結果を教えてください。

○大澤広報広聴課長

これは事業者に投げている、今どうするかを考えていただいているのですが、現状は変わっていません。

○石田（ち）委員

やっぱり、今コロナとかもある中で、ワクチン接種とかも進んでいる中で、ホームページでの情報と

いうのはすごく私もよく見るようになりましたし、多くの方が見られている情報源だと思うのですね。それに対して、高齢者や障害者、健常者だけではなくて、多くの方がアクセスできるということが社会生活の上でも不利益が発生しないものにもなっていくのではないかなというふうに思うのです。結構総務省なんかでは、こうした公的機関に求められるホームページ等のアクセシビリティ対応ということで講習会なんかもやっていますし、それを受けての規定やガイドラインを作られているのですよね。そうしたものは参考にされているのでしょうか。

それで、平成29年にはそうした地方公共団体の公式ホームページを対象にアクセシビリティ対応状況の調査を行って、ランキング化するなど、各団体の取組状況を可視化して公表している。そして、平成30年度以降は、アクセシビリティ対応の取組を促進するための施策を実施していくというふうにインターネットで出ているのですけれども、そうした総務省等々のこうした規定やガイドラインを参考にされているのか、教えてください。

○大澤広報広聴課長

アクセシビリティにつきましては、総務省の基準を参考にして作成をしているところです。また、今年度よりアクセシビリティに特化したホームページの研修も行って、各所管でホームページを担当している職員に研修を受けていただいて、誰にでも使いやすいホームページの作成に努めているところです。

調査については、近々にアクセシビリティの検査を受ける予定がございます。

○石田（ち）委員

やはり緊急時だったり、災害時だったり、こうした今の感染症の状況だったりというのが多くある時代になっていますので、本当に支障なくこうしたホームページ等にアクセスできるというのは大事なことだと思います。引き続き改善されていくのかなと思いますので、よろしくお願いします。

○渡部委員

皆さんの話を聞いていて、そうだよなと思うことがたくさんあって、本当に広報の部分に関してはさまざまな思いが私達もあってお話しするけれども、よくやっていたているなというのをまず付け加えさせていただきます。

広報紙は、10日に一遍出てくるもので、どちらかというと情報を取るというよりも、こういうことがあるのだなという読み物で、10日経つとやっぱりそれは流れてしまう。それで、区民の方々がどうしても必要な情報というのは、やはりネットで、ピンポイントで自分はこれが知りたいというので調べていくのだろう。そう考えたときに、やっぱりホームページの分かりやすさというのはすごく重要だなというふうに思っています。今見やすくもなっているのですが、それでもって、どうしてもアナログで対応しなければいけない人は地域センターで聞いてくださいとか、電話くださいとかというのが正解かなというふうに自分自身は考えるのですが、ホームページのところ、よく見られているページというのが出ますよね。当然旬な話題で調べたい気持ちがあっても見るわけなのですけれども、これというのは実際カウント数が多いからこうやって上がってきているのか、もしくはある程度意図してこういう情報ですというふうに出しているのかということだけちょっと確認させてください。

○大澤広報広聴課長

数が多いものを上げるようにはしていますけれども、必ずしも多いものから順番に並べているわけではないです。

○渡部委員

何でそこを確認したかと申しますと、例えば案件、要件によって一斉に来る、調べる、解禁日と言っ

たらおかしいですけれども、例えば、時期が時期であれば、保育園の云々、申し込み状況はこちらとか、その時々皆さんがホームページに入るであろう話題というのがあると思うのですよね。例えば今言うのであれば、実はP a y P a yの30%というのは誰にでも権利があって、すごく大事な情報なのだけれども、ここにどんと出てきていないわけですよね。よく見ると、その下の新着情報で11月1日には出ているのだけれども、当然その後どんどん載せてしまっているから流れてしまうわけです。どんどん細かく見ていかなければいけないのだけれども、多分そこまでたどり着かない。弱者の方ほどこういうP a y P a y 30%戻ってくるなんていう情報は大事で、そのページに入ってみると、ソフトバンクに問合せをしたら、P a y P a yをよく分からない人も教えてくれますよとか、かなり行政のページとしては丁寧な説明もされていて、要はそういうところが一発ぼんと行ければ、誰でも30%戻るお得なサービスを受けられるのだけれども、多分、周りのお仲間同士だと、「それは品川区がやっているよ。区のホームページを見てごらん」で会話は終わるのですよね。では、いざ品川区を入れて検索しても、それは上がってこない。結局分からないなんていうことがあると思うのです。ですから、区が今やっている事業とかで、本当に区民の大勢が有益な事業、例えば商品券の発売はこちらとか、こういう時期にこう申し込んでもらうのですよみたいなのがぼんとトップページに来るような、そういう工夫が区民にとって一番優しいのではないかと常々思っているのですけれども、何かそういうことというのはお考えになったりしますか。どうなのですかね。

○大澤広報広聴課長

よく見られているページというのは、多分月単位なので1か月で多いページが上のほうに来てしまうのです。ピンポイントで皆さんがぼーっと見たときというのが、多分月でカウントしてしまうと、それほど多くなってしまうというような現象が起きてしまうせいだというふうに思います。

ただ、委員おっしゃるとおり、今これを皆さんが見たいというのをどういうふうにトップページに持ってくるかということで、下に沈んでしまったものは、もう一回新しい日に入れ直して新着情報で目立つようにというような工夫もしていることはしているのですが、そういったことをもう少しきめ細かくやっていきたいというふうに思います。

○渡部委員

各所管によって、そういう情報、要するに区民の皆様が取りたい情報というのは分かっていると思うのですよね。それがどのタイミングでというのがあれば、何かそういうのが頭にといいましようか、3日間でも4日間でも、場合によってはこのP a y P a yなんていうのは1か月間やっているわけだから、11月の間はそれが来るようなというのを、横の連携から探っていただいて、入れていただくと、検索する側の区民の人もすごく便利なページだなというふうになるのかなと思いますので、ご検討をよろしく願いいたします。

○のだて副委員長

議論の中でいろいろ話が出てきたのですけれども、やはり最終目的は区民の方が知らないことがないようにということだったので、それはぜひ進めていっていただきたいというふうに思います。

ホームページのところで、内容の充実をぜひしていただきたいというところなのですが、私は行政のホームページというのは情報量が多過ぎて、たどり着きたい事業にたどり着くのはいろいろタブとかをやってもなかなかたどり着けないので、検索をするのが一番だと私は思っているのですけれども、その中で実際にその事業のところにたどり着いても、その事業の内容がよく分からないと、あまり情報として載っていないということが結構あるので、それをぜひ。これは各所管の事業でもあると思うので、所

管の担当者の方がどれだけ載せるかということもあると思うのですが、ぜひそういったところで充実をさせていっていただきたいというふうに思います。

直近の話をしますと、手話講座をやるというところで、その事業を調べたら、区が委託していると思うのですが、実際やっているところは品川総合福祉センターがやっているのですが、品川総合福祉センターのホームページには詳しく載っているのですが、区のホームページからいくとたどり着けないということで、リンクも貼っていなかったというのがあったので、そこはぜひ貼って飛べるようにしていただきたい。少しぐらいどういった事業なのかということも書いていただけたらというふうに思うのですが、いかがでしょうか。

あと、ケーブルテレビ品川の番組、その放送の中で字幕の付与というのか少しずつ進んでいる部分があると思うのですが、完全についている番組というのがなかなかないという状況だと思うのですが、そうした字幕の付与をぜひ進めていっていただきたいと思うのですが、その進められないところの課題があれば伺いたいと思います。

○大澤広報広聴課長

各所管の事業については、少なくとも、いつ、どこで、誰を対象に何をやるのかというのが分かるようにホームページを作るように、広報広聴課のほうからも各所管には重ねて説明をしていきたいと思っております。

手話講座については、今区のホームページからリンクができていますので、ぜひご確認いただければと思います。

ケーブルテレビ品川の字幕のほうは、今テロップという形でつけているのですが、せりふを全部載せるとなると、機械（での作業）になって、変な日本語になってしまっていて、それを今度は人が全部直すとなると、莫大な費用と手間がかかるので、今のところはそこまではやっていないというのが現状でございます。

○のだて副委員長

字幕のところなのですが、せりふを全部やるということなのですが、録画してやられると思うのですが、その場合だったら字幕をつけるのは、生放送だとなかなか大変だと思うのですが、収録してやる場合は後からつけるわけですから、結構やりやすいのではないかと思います。それもなかなか機械の関係でできないということなのでしょうか。

○大澤広報広聴課長

今ケーブルテレビ品川の区の情報番組については、全てテロップをつけているので、内容はそこを読んでいただくと分かるようになっていきます。所管が作っている動画については、なかなかそこまで所管のほうでも対応しきれていないと思うのですが、動画の種類によっては、ぜひ字幕で見方にも伝えたいというような動画についてはテロップや字幕をつけているというふうに認識してございます。

○つる委員長

ほかにございますか。

よろしいですか。

ほかになければ、以上で特定事件調査を終了いたします。

2 その他

○つる委員長

次に、予定表 2、その他を議題に供します。

その他で何かございますでしょうか。

[「なし」と呼ぶ者あり]

○つる委員長

特にないようですので、以上でその他を終了いたします。

以上で、本日の予定は全て終了いたしました。

これをもちまして、行財政改革特別委員会を閉会いたします。

○午後 2 時 1 5 分閉会