

令和4年度 第1回高知市広聴広報推進委員会 議事概要

○開催日時：令和4年10月3日（月）18：00～20：00

○場 所：本庁舎6階618会議室

○出席者：玉里委員長、西村委員、徳弘委員、尾崎委員、畠中委員、前田委員
事務局（森田課長、横田補佐、福富係長、松原、津野、黒田、川久保）

○会次第

1 開会

2 委員長挨拶

3 議事

（1）令和4年度広聴広報戦略プランの事業と取り組み

事務局より第2期広聴広報戦略プランに基づく令和4年度の事業と取組内容について、広聴事業、広報事業、組織・体制に関するスキルアップ事業に分けて説明。

（2）広報紙「あかるいまち」のリニューアルについて

事務局より令和5年4月号から予定している広報紙「あかるいまち」のリニューアルについて、方向性や紙面案について説明。

○項目ごとの意見等概要

（1）令和4年度広聴広報戦略プランの事業と取り組み

■市長と語ろう会

①【委員】

さまざまな要望をできる限り市政に反映し、結果を公表したとのことだが、どういう形で公表したのか。

【事務局】

新型コロナウイルスの影響で、令和2年度は中止、令和3年度は4回中1回のみの開催であったが、令和3年度は開催状況や会議で出た意見をホームページで公表している。

②【委員】

コロナ禍ということもあると思うが、最初に比べて参加者数が少ない。13～15人程度になっているのは、広く市長と語るという意味では少な目な印象を受ける。意図的にこの程度の人数としているのか。

【事務局】

平成29年度の開始当時は、各回40～50人、合計300人ほどに参加いただいたが、やはりどうしても市民と市長との質疑応答の形になってしまい、深いところまで話ができなかったという反省

がある。翌年度からは、参加者数を少なくし、学生とのワークショップを通じた意見交換の形や、令和3年度からは市長と輪になる座談会のように市長と対話できる形で開催している。また、参加したら必ず一言は発言いただくようにしている。

③【委員】

参加者は、会の様子を Instagram などに投稿したいと思うが、SNS に投稿することは可能か。

【事務局】

特に決めていない。前は中学生の参加者が、市長と一緒に撮影した写真を Instagram に投稿していた。ただ、参加者全員が写り込む場合は、他の人の同意が必要になると思うので、投稿方法は検討する必要がある。禁止はしていないので、投稿はしてもいいと思っている。

【委員】

何でもありで垂れ流していいわけではないと思うが、節度を持って楽しく発信するレベルであればいいと思う。こういう会をやっているということや、参加してよかったということが伝わる内容を、参加者自身に発信していただくことは素敵なことで、それらを通じて、この会自体が、いい場になっていくと思う。

【事務局】

会の内容については、プレスリリースもできたらいいと思っている。撮られたくないという方のご意見もお聞きし、配慮しながら考えている。

■LINE(登録者数)

①【委員】

登録者数を数値化することで、どのキャンペーンが登録者数の増加に効果があったのかが分かるのはすごくいい。今まで数値やデータが足りず漠然としていたが、ぱっと見て分かることによって、またキャンペーンをやろうとか、効果が薄れてきたら次の手を考えることができる。年代別では、40代以上の登録者数が多いので、例えば40代の人口の何%が登録しているということを示すと、市民にも庁内にも効果的な数値になる。これからも数値化を継続することが大切だと思う。また、スケジュールの進捗率についても数値化して見える化することは、大変な側面もあると思うが頑張ってほしい。

②【委員】

解除した人がいたということか。

【事務局】

現在、ブロックしている人が663人。

【委員】

1万6,000人は、どういう数字なのか。

【事務局】

友だちの総数。今時点の最新の数字では、1万6,548人。ここから解除やブロックした人の合計が663人で、実際にこちらからメッセージを送ることができる有効数は、差し引きの1万5,814人になる。

【委員】

登録している人には高知市外の人もいると思うが、そういう情報も分かるのか。

【事務局】

ユーザーが住所情報やGPS情報の提供を許可しなければ取得できないデータになるが、登録者数約1万6,000人のうち高知県93%、不明1.6%、残りは東京都や大阪府などの他県。登録していた学生や社会人が、進学や転勤などの理由で他県に分散したのだと考えている。

【委員】

プレゼントに惹かれて友だち登録した県外や高知市周辺の人が多数いるのかと思っていたが、そういう訳ではなく、純粋に高知市の人が登録しているというのはいいことだと思う。

③【委員】

市職員はLINEに登録しているのか。全員が登録したらもっと登録数が増えるのではないか。

■Instagram「えいね高知市」について

①【委員】

最近デザインが変わって、文字を追加することで投稿内容がぱっと見て分かるようになり、自分の投稿の参考にしている。投稿内容では高知大学にも取材に来てくれていたが、広聴事業の内容もInstagramで投稿してほしいと思った。大学生はInstagramをかなり見ていると思うので、市長と語ろう会やウェブモニター制度など若い世代にアプローチしたい内容を投稿したら反応が多くなるのではないかと思う。

【事務局】

Instagram「えいね高知市」では、高知市出身で県外に出ている20代女性をターゲットとしているので、広聴事業の取り組みをその中で発信していくのは難しい。市民向けにInstagramで広聴事業の内容を発信することによって、また違う層にもアプローチできると思うので、今後課として余力があれば取り組んでいけたらいいと思う。

【委員】

県外向けの発信だったのか。

【事務局】

メインターゲットを高知市から県外に出ている20代女性として、投稿を見てもらうことによって今すぐではなくても将来的に高知に帰りたいと思ってもらえるような、高知を懐かしんでもらえる情報発信を意識して投稿している。

【委員】

投稿に対する反応はどうか。情報発信の意図は伝わっているか。

【事務局】

投稿の仕方を変えてから、一番手応えとして感じているのは、投稿を保存される件数が安定してきたこと。これまでは、投稿数を増やすために同じ場所の写真を複数回に分けて投稿していたが、ひとまとめにして投稿した結果、投稿数は減ったものの、「いいね」の数は過去最高を更新したり、ほとんどの投稿で保存してもらえるようになったりした。それが必ずしもターゲット層かといえば、残念ながらもう少し上の30～40代女性がメインになってしまっているが、少しずつその下の世代も増えてきているので、方向性は合っていると実感している。

■YouTubeについて

①【事務局】

何かに特化したPRをしているということではなく、事業ごとの動画配信用として活用している。活用方法はさまざまであるが、限られた人のみが視聴できる研修用動画や、介護事業者向けのサービス事業の説明動画などでの活用が多い状況。

新型コロナワクチン接種の予診票記載方法を手話付き動画にして作成した際には、市長定例会見などの通常の再生数150～200程度に対し、再生数は1万回を超えて多くの方に視聴いただいた。

【委員】

定例記者会見といえども、そのままの動画では見たいと思わないかもしれない。動画それぞれに対して、例えば多く話題にのぼった内容をダイジェストにして少し文章を入れたり、定例記者会見のロゴを作成したりしてサムネイルを加えることで、読んでみようとか自分に関わるから見なければいけないという人が出てきて、再生数が増えるかもしれない。サムネイルの工夫をしてはどうか。

【事務局】

先進的に取り組んでいる自治体の話を伺う機会があったが、導入のサムネイルにとってもこだわっていたので、他自治体を参考にしながら作成したい。

②【委員】

YouTube に動画をアップした際には、Facebook にもアップしているのか。

【事務局】

していない。

【委員】

企業でも各 SNS にアカウントがあっても、それぞれが全然つながっていない。それぞれの SNS で届けたいものは同じ情報だと思う。それならば、形を変えてでも全部の SNS で投稿しているはず。YouTube も市の情報を掲載しているところなので、例えば、Facebook に「YouTube 情報を UP しました」と投稿することによって、動画を見てもらうことにつながると思う。Instagram にもリンクを貼ることができる。ターゲットには合わないかもしれないが、投稿の雰囲気を変えないためにストーリーに投稿する程度なら、興味がある人がアクセスするので問題ないと思う。少しでもヒットする人を増やすという意味では、全ての SNS でうまく機能を使って利用すればいい。もし、Facebook で 20 代のターゲットを集めたいのであれば、Instagram の投稿を Facebook でも投稿することによって投稿を稼ぐことの意味はあると思う。どういう風にしたいかによるが、いろんな情報の届け方があるので、せっかくいろんな SNS のアカウントを持っているなら全部活用すべき。

YouTube を見ている人は、何人くらいか。

【事務局】

登録数は 1,970 人。

【委員】

登録者全員が再生するわけではなく、そのうちの数百人程度が見るのだと思う。そうすると、一番登録者数の多い LINE に投稿すると、YouTube の閲覧数は絶対に増えると思う。そういう形で少しずつ閲覧数を増やしていくといい。

【事務局】

これから動画に力を入れていきたいという思いがあり、機器を新調したいと考えている。当課だけではなく、観光などのプロモーションで動画やショートストーリーを制作している部署もあるので、提案いただいたようにいろんなものを連携させながら、クロスメディアやメディアミックスをすることは大事だと思う。自分たちで作ることは業務的にも厳しい部分があるので、アンテナを張って他課の情報を掲載させてもらうなど、参考にさせていただく。

■Facebook について

①【事務局】

昨年度までは、投稿が 1 か月に 1 回程度だったが、最近はあるいまの発行を知らせる投稿や、

月に2回の市場情報の投稿など、シリーズ化した内容で積極的な投稿を心掛けており、フォロワー数や閲覧数がわずかではあるが増えてきている。ただ、何を投稿すれば効果あるのかは手探りの状態。一番閲覧数が増えるのは食べ物の投稿で、閲覧数は1,000を超えるが、通常の投稿では300~500程度で落ち着き、伸び悩んでいるという状況。

【委員】

日曜日、市場や男女共同参画課など同じような課が投稿している印象。市にはたくさんの課があって、もっとPRできることがあるので、もったいない。もう少し呼びかけをしてもらいたい。

■出前講座

①【委員】

ニーズ把握はどのようにしているか。また、どのような内容の講座の申込みが多かったのか。どのように広報しているのかについても伺いたい。

【事務局】

出前講座の広報としては、年1回、年度初めの4月~5月頃に、あかるいまちの紙面で紹介しているほか、パンフレットを各所で配布している。

過去に利用した人や、口コミによる申し込みが多いが、最近は口コミなのかあかるいまち等をご覧いただいたのか分からないけれども、少しずつ企業の方からの申し込みが増えている状況。申し込みが多いのは、防災や福祉・健康に関する講座。その理由としては、高齢者向けの教室や地域の公民館活動での利用が多いからだと認識している。利用件数や、こんな講座ありますか、という問い合わせによってニーズを把握している。また、講座終了後のアンケートへの回答を依頼しているので、そこでの声も反映させながら、次年度の講座を考えている。申し込みのない講座は、徐々に減らしていくなどの見直しも行っている。

【委員】

町内会や民生委員からの申し込みが多いのか。

【事務局】

多い。ほかには、夏休み期間中の放課後児童クラブからの申請も多い。

【委員】

LINEを活用した広報は実施しているか。

【事務局】

していない。

【委員】

今年度の目標は200件か。

【事務局】

はい。8月31日時点で96件の申込みがあったので、なんとか達成できるかとは思っているが、最近伸び悩んでいる状況。

【委員】

最近まで新型コロナの感染状況がピークだったので、これから申し込みが増えてきてくれればいいと思う。

■広聴広報研修(職員研修)

①【委員】

参加者数が例年100人前後で推移しているが、何か理由があるのか。

【事務局】

市役所には110位の課があり、各課から必ず1人は参加してもらうようにしている。

【委員】

3年に1回は必ず出席などの縛りはないのか。

【事務局】

そういう縛りはない。毎年同じ人が参加している可能性はある。

【委員】

全然関心がない人にも研修を受講してもらうためには、何年かに1回は必ず出席してもらうなど工夫をしながら全体を盛り上げることも必要。人数としては若干少ないと思う。

【事務局】

受講者に各課で共有してほしいという思いがあるが、そこまでできているかどうか後追いはしていない。もう少し多くの職員が受講できる方向を考えていきたいと個人的には思っている。

②【委員】

各課から1人参加しているということであれば、同期や同僚など知り合いがいると思うので、研修を通じたつながりによって、今後の情報発信などさまざまな場面で、悩みなど共有できるのではないかと思う。そういうコミュニケーションができる場をつくってはどうか。全員が参加するのは難しい話なので、数人から始まって広がっていけばいいのではないかと思う。

【事務局】

今年度の研修後には、受講者からさらに詳しく教えてほしいという問い合わせや、同じことをやりたいがどうしたらいいかとの相談などを受けている。研修1回受けたっきりではなく、おっしゃるような広報の輪が少しずつ広がっている。

【委員】

広聴広報課が窓口で、ハブとなり各課とつなげていく役目をすれば、面白いと思う。研修の何期生みたいになつながりもできていくと、また縦のつながりもできて面白いと思う。

③【委員】

広報クリニックという話が出ていたが、各課が広報物を作っているのか。

【事務局】

各課によって状況が違う。予算がある事業は外注することもある。基本的に予算がないので、各課で担当者が頑張って作ったり、課の中に得意な人がいたらその人が作ったりする。広聴広報課に依頼があって作るケースもあるが、特に簡単な事業案内のチラシなどは各課の職員が作っている。

④【委員】

3回受けて変わったのか。受けてどんな風が変わったとか、受けた人からの声とか職員の意識が高くなったとか。そもそもやりたい人とやりたくない人がいると思うので、全体的にどうなったか興味がある。

【事務局】

今年度の研修はデザインというよりは、その手前の意識として、どう伝えていくのかに特化した内容で、研修後にどうなったかという検証はあまり出来てない。

令和2年度はデザイン力を内容とした研修で、特にデザインを中心に実施。昨年度の研修後は、それまでは説明したいという思いで情報を文字で伝えてしまいがちなチラシなどが多かったが文字を減らして、相手に伝わりやすい言葉を配置したデザインに変わった課もあった。全員ではないが、職員の中で広報に対して思いを持っている人は研修を受けることによって各段にチラシの質が変わっているということもある。

少しずつ関心が高い職員を増やして、全体の広報発信力を高めるということで地道に研修を重ねている。

【事務局】

変化は感じる。以前は、字でびっしり埋めて、誰が読んでくれるんだろうというチラシも多かったが減ってきた。言いたいことが端的に書いてあって、まず目を引くということが浸透してきた。細かいところはまだまだあるが継続していくことで、浸透していけたらと考えている。

(2) 広報紙「あかるいまち」のリニューアルについて

■広報「あかるいまち」のリニューアル(開く方向・文字の方向)

①【委員】

広報クリニックで指摘を受けた3点について、どのように考えているか。縦書きか横書きか、伝統を破るのは難しいと思うが、いっそのこと開く方向を変えて、全部横書きでもいいと思う。

【事務局】

あかるいまちと一緒に県広報紙「さん SUN 高知」を配布しているが、それが右開き。また、広報水道や議会だよりなどもあかるいまちに挟み込んで配布しているものも全て右開き。以前は、広報水道は左開きだったが、綴じて保存している市民からの開く方向を合わせてほしいとの意見があった。基本的に一緒に配布するものについては、開き方は合わせる方がいいと思っている。また、紙面を開いた時に、読み応えのある特集記事などは、縦書きがいいと個人的には考えている。あわせて、県内外の他自治体も右開きがほとんどなので、右開きと考えている。

【委員】

右開きを残しながら工夫していくということだと理解した。

【委員】

雑誌は一般的に右開きだと思うので、これでいいと思う。基本的には縦ベースでやってみるのも一つだと思う。

【委員】

現在の開き方向でなじんでいるので、個人的にはこの方向でいい。

【事務局】

特に情報掲示板の部分が、縦書きか横書きかという課題がある。広報クリニックでは、開き方に合わせて縦書きの方がいいという意見をいただいたが、また別のところからは、最近では広報紙をネットやLINEなどの様々なWEB媒体にも掲載しているので、WEBに掲載された際には横書きの方がスクロールしたときに見やすいという意見もあった。

【委員】

全然何も感じてない。横書きでいい。

【委員】

例えば前半ページは縦書きで、後半は横書きの方が見やすい情報もあると思う。コーナーに合わせて統一しては。縦書きにしても、ずらずらと書くと読みづらくなるので、新聞のように段落を短くつけて動きがあった方が目線も楽で、文を短く切れば、スクロールもしやすいのでは。

【委員】

縦書きの方が文字数が少なくなるのではないか。

【事務局】

横書きの方が詰めることができる。

【委員】

横書きの方が詰めることができ、見やすいのではないか。縦書きで見やすくなるかというところでもないというイメージ。横書きに慣れている。

【委員】

表だと縦書きはしんどくなるので、横書きの方が見やすいと思う。

【委員】

市営住宅入居者募集記事は、よく載っているが縦書きは難しそうに思う。

【委員】

内子町は、縦に統一している。後半の情報ページは横だが、縦書きもうまく使っている。

【事務局】

大きな記事は縦書きにし、情報掲示板や写真紹介は横書きがいいと思うので、記事によって使い分けるイメージ。

【委員】

正直やってみるしかないという気もする。

【委員】

これが高知市広報紙の特徴ということであれば、クリニックも怖くないという感じかもしれない。

■広報「あかるいまち」のリニューアル(広告)

①【委員】

広告は、入札によって広告代理店の方が落札しているとのことだが、今風ではないと感じる。リニューアル時に、広告業者の宣伝広告含めてリニューアルすると良いのでは。毎回同じ業者の広告ではなく。市の広報紙なので、きちんとしたところでないといけないということは理解しているが、少し今時ではないと感じるので検討してはどうか。

【事務局】

以前聞いたときには、昨年広告を掲載した事業者から声を掛けているという話を聞いたことがあ

る。デザイン的な面では、あかるいまちのリニューアルにあわせて、広告のデザインではこういうことを配慮する等を仕様にする事は可能かとは思いますが、入札している関係上、落札金額が下がる場合もあるので、落としどころをどこにするのが課題。

【委員】

広告で稼ごうとするのであれば、紙面後半に雑誌のような広告ページを入れる方法が分かりやすいと思う。現状では、あかるいまちの主旨と広告がマッチしてない。広告は2、3個しか載っていないが、全世帯に配布しているものなので、正直不公平感がある。それで言うと、本当は広告を出したい方がいるけれども、結構クローズになっていると思うし、例年以前の広告主に声を掛けているというのは競争性がないと思う。プレゼント企画の話もあったので、例えば毎月プレゼントの協賛を出すので広告を掲載したいということであれば、そういう趣旨で広告主を応募する等。もっと別の事業者でも広告出したい方は結構いると思う。

■広報「あかるいまち」のリニューアル(デザイン・レイアウトについて)

①【委員】

紙面デザインは、広聴広報課でやっているのか。

【事務局】

はい。

【委員】

ロゴだけでもデザイナーに依頼するなど、目をひくようなデザインにした方がいいと思う。手作りで制作していることは、温かみがあっていいところではあるが、ちょっと目立たないという印象の号もある。

【事務局】

おしゃれな広報紙はロゴをローマ字にしたり、英語にしたりしている。あかるいまちの由来は、昔の市長が高知市を明るいまちにしたいという思いで決定しているので、ここは絶対変更することはできない。英語にするとおしゃれには見えるが、どうなのかというところ。

【委員】

読者層的にそれを受け付けられない人もいると思うが、そこはバランスを取りながらだと思う。英語やローマ字表記にすることによって、若い世代が手を取りたくなるかもしれない。自社の事業では、今まで自分たちでデザインをしていたところを、コンサルに入ってもらい、デザインも全て任せたとこ、一気に垢抜けた。素人とプロでは全くデザイン力が違う。タイトルだけでも全然変わってくると思う。写真は毎回すごく良く、十分表紙を飾れる写真だと思っている。

【事務局】

いろんなパターンを考えてみたい。

②【委員】

編集期間はどの程度か。

【事務局】

通常のレイアウトは大体決まっているので、1か月程度。発行月の2か月前から編集を開始し、1か月前には校了して印刷している。

【委員】

常に2、3号同時に編集している感じか。

【事務局】

印刷をしている間に次の号を編集している。

③【委員】

あかるいまちをポストから出して、家に入るまでに軽く見る感じだと、読もうと意図せずに見ているのが表紙と裏表紙。裏表紙を見たときに、今一番目につくのは広告の部分。リニューアルによって、裏表紙に「おおきくなーれ」を持ってくるのはすごくいい。

最近の学生は、140字以上の文字を読めなくなっているといわれている。裏表紙を見たときに、文字が多いとそれだけで広報紙を読まなくなってしまうと思う。意図せずに目に入る表紙と裏表紙だけでも、文字が多くなければ、紙面を開いてみようというハードルも下がるのでは。

④【委員】

あかるいまち以外の広報紙をほとんど見たことがないが、参考にしている他自治体の広報紙はあるか。

【事務局】

それぞれここが好きというものがあると思うが、個人的には内子町を参考にしている。

【委員】

今回のリニューアルの参考にしているのか。

【事務局】

紙面案としてお示しした資料のうち、情報掲示板の部分は内子町の広報紙を参考にしている。その他は、高松市、宮崎市、郡山市を参考にしている。

【委員】

他自治体でも紙面は職員が制作するのか。あるいは、業者に依頼している部分もあるのか。

【事務局】

自前で制作している自治体の方が多い。委託すると金額が高くなるため、自前で制作する方向にシフトしている自治体が多いという話を聞いたことがある。

【事務局】

県広報紙は委託している。

⑤【委員】

情報掲示板の色分けは、とても好きなので残してほしい。ぱっと見た時に内容を読まなくても何となく分かるのでありがたい。

■広報「あかるいまち」のリニューアル(コーナーの内容について)

①【委員】

内容については、お任せというもの変だが、やはりいろんな想いがあると思うので、それでいいと思う。

②【委員】

SNSの二次元コードを列挙しても見ない人もいると思う。例えば「えいね高知市」のコーナーを小さく掲載するのはどうか。それをきっかけとして、もっと見てみたいという人が出てくる。ただ単に紹介するよりは、こんなものを投稿しているというのが分かるだけで全然違う。改めての取材も必要ないので、そういう小さいコーナーがあってもいいと思う。

③【委員】

内子町の広報紙は、住民がクローズアップされている。住民が写っている表紙だったら紙面で紹介したり、人にクローズアップしたりしている感じがあっていい。雑誌も新聞もそうだが、やっぱり知り合いが出ていると見ようとするきっかけになって非常によい。もちろん赤ちゃんもそう。例えば10月の表紙にも2人写っているが、そこに撮影の背景などがもう少しクローズアップされると、みんなが更に紙面を見るようになるのではないかな。

【委員】

紙面上に市民が登場するいろんなシーンがほしいというのは、委員会でもずっと意見が出ていた。限られたページ数なので難しいとは思いつつも、地域で活動している市民の情報がほしいという思いがある。

表紙と裏表紙は、とても大事だと考えていて、裏が表みたいなものだと思っている。私自身は、最初に市長コラムを読んでいるが、思い出話がたくさん出てきたりして、とても面白い。市長にそっくりのイラストも好き。歴史万華鏡は、文字量が多いのであまり要らないかもしれない。リニューアル案を見て、初めに心配に思ったのは、市長コラムが前のページに移動することによって、政策的な話になってしまわないかということ。紙面の前の方に出てきて、政策の話をする

ようになるのならば市長コラムは要らないと思う。書く人が居るからコラムであって、後ろのページだからこそ、味わい深く人間味が出ていて好き。

歴史万華鏡は、知り合いの学芸員が出てくるので読んではいけるが、分量があり、読むのにかなり力が要る。文字を減らして写真を1～2枚入れて、ミュージアムに足を運んでもらうための案内の方がいいかもしれない。格調が高いが、教養がついていけない感じがある。前の方のページに移動させるなら、情報として写真などを入れ、その解説を学芸員にしてもらう方が読みやすいと思う。

市長コラムも少し文字を減らしてもいいとは思いますが、人間味溢れる今の書きぶりが変わってしまわないことを祈っている。

【事務局】

市長からは文字数を減らさないように話があったので、少し検討してみる。

【委員】

赤ちゃんや頑張る学生、若者を裏表紙に持ってくることで皆が手に取ってくれるようになることはいいことだが、市長コラムのファンが居るといこともお伝えしておく。

④【委員】

「おおきくなーれ」の赤ちゃんはどのように選ばれているのか。

【事務局】

応募があった人を順番に全員載せるようにしているが、人気があるため応募から掲載まで半年遅れになっている。

【委員】

掲載スペースを増やして追いかけた方がいいのでは。

【事務局】

半年経つと子どもが大きくなるので写真を差し替えたりしている。

【委員】

枠を小さくして写真を多めに載せるとか、裏表紙に自分の子どもの写真が載ったら嬉しいと思う。

【事務局】

応募写真が溜まってきたらそういう手もあるかもしれない。

■広報「あかるいまち」のリニューアル(人権シリーズについて)

①【事務局】

市はこれまで人権に関する取り組みをしてきたので、形を変えたり、テーマを広げたりしながら人権に関する記事を掲載してきている。現在は、人権に関するポスター等の作品を掲載したりしているが、毎年同じような形になってしまっており、市民が読んでくれているのかという懸念があった。そういった中でリニューアルに伴い、人権シリーズの形を変えて、広くSDGsというテーマの中で人権やいろいろなものを取り上げていく方がいいのではないかと考えている。

【委員】

市としては、SDGsに取り組んでいるのか。

【事務局】

総合計画でも、SDGsの視点で事業に取り組んでいくこととしており、個々の事業をSDGsに紐づけながら、市全体で取り組んでいる。

【委員】

市としてSDGsに取り組んでいるのであれば、いいと思う。人権の問題となると、どうしても人権に特化した話になりがちなので、若い世代などは、SDGsに関連させての説明の方が話が入ってきやすい。特に小中学生は、学校で、SDGsを学んでいるので、そちらにターゲットをかえていく方がいい。

【委員】

2号続けて成年後見の話が掲載された時には、社会福祉協議会の相談件数がぐっと増えた。それだけが理由かは分からないが、あかるいまちを読んでいるのだと思う。こういう記事を皆が自分のことと捉えて読んでいることに感動した。人権シリーズについても、別の形で残すことはいいと思う。

【事務局】

例えば子育て世代向けのページに、人権の情報を入れるなどターゲットごとに読みやすくするのはありだと思っている。全く人権について載せないというわけではなく、読みやすくしていきたいという気持ちはある。

【委員】

いろんな情報が掲載されている紙面において、人権シリーズを読みたいという方もいると思うので、このまま残してもいいし、新しくSDGsをテーマにやっていくのもありだと思う。SDGsの場合は、小中学生などの若い世代も授業で習って知っているし、行政機関の人も知っている。企業でも取り組んでいるテーマなので、若い世代から高齢層までが注目する内容。例えば、小学生に取材する、中学生に記事を書いてもらう、企業に質問してみるなど、いろんな層がSDGsの枠

の中で入ってくると面白いコーナーになるのでは。今までの人権シリーズのような形で残るのもありだとも思う。

【委員】

人権シリーズをあまり読んでいないが、SDGs にシフトするのはいいなと思った。高知市が、にじいろのまち宣言をした際にいいことだと思っていたが、そういった情報も SDGs なら触れることができると思うので、ある程度 SDGs の軸を持って、どんなことでも載せられるようなコーナーとしてすごくいいと思う。

【委員】

SDGs の方がキャッチーで、人権と聞くよりも子どもたちも受け入れやすい部分もあると思うので、コーナーがあるのはいい。過去の人権シリーズを見ていると、時には重たい話題もあって疲れたり、読むのを今度にしようと思ったりしたこともあったので、やわらかいイラストを入れるなどした方がいいと感じたことがあった。

【委員】

SDGs は、実は環境問題だけではなくて、ほぼ福祉と公共の問題。開発目標ではなくて、公共と福祉をどう考えるのかと読み取ることができる。高知市が SDGs をどう捉えているのかというしっかりとしたコンセプトがあり、環境問題ばかりについて触れるのではなく、その枠の中で、ジェンダー平等や貧困の問題など全ての話題に触れることができると、全ての人が住みやすいまちという、まさしく高知市のまちづくりになる。全ての人がどのように高知市で暮らしていくのかというメッセージを届けるための SDGs という枠組みとして押さえておくことが大切。いろんな話題を取り入れることができるので、いい企画になると思う。

ただ人権シリーズがなくなることによって、掲載していた相談窓口などが見えなくなることは、広報紙として残念なことなので、そこは意識してほしい。ヤングケアラーの話もとても重たい話ではあるが、当事者にとっては相談窓口があることが分かり、救われる人がいるかもしれないので、とても大切な情報。SDGs の中で、どのように扱うことができるかを考えていただければと思う。

■広報「あかるいまち」のリニューアル(登場する市民の発掘方法について)

①【事務局】

リニューアルに際して、高知で頑張っている人達のインタビューコーナーを載せたいと考えているが、以前もそういうコーナーがあった際に、ネタ切れになったと聞いている。どんな世界の人でも頑張っている人はたくさんいるので、ネタは尽きないはず。登場する人をどんどん見つけるコツや情報があれば教えてほしい。

【委員】

一番手っ取り早いのが、出た人につないでもらう形だが、いろんな手段を持っておくべき。

まずは紹介してもらうことと、市役所の中で企業表彰などの制度があると思うので、男女共同参画や子育て支援で表彰を受けた企業の経営者など。他にも、商工会議所に声をかけるとか、NPO関係では市民活動サポートセンターに声かけして紹介してもらうなど、いろんなチャンネルを持つておくことは必須。人の紹介が安心で、人から人につながっていく。

【委員】

あとは、どういう人を紹介したいのかというところ。県外から来て、事業を起こした人だと、成功した部分にクローズアップしたいのか、あるいは県外から来たことをクローズアップしたいのかとか。

【委員】

この委員会にも委員が8人いるので、ここから紹介していても人につながっていくと思う。もしネタが足りなくなったらそういう形もある。

(3) その他

■広聴広報推進委員会の公表について

①【事務局】

通常、高知市の委員会については公開が原則だが、広聴広報推進委員会は、今までマスコミの方に取材依頼等せずに、開催してきた経緯がある。公開の原則に則って、合意がいただければ、次の会からマスコミに取材依頼し、公開していきたいと考えている。

【委員】

市民個人の名前が出るような会ではないので、公開で構わない。

【事務局】

次回からは、マスコミにも取材依頼等をさせていただく。