

中間報告書

熊本市の情報共有の 取り組みについて

熊本市自治推進委員会

平成27年3月

■ 情報共有の提言に向けて意見のまとめ

事例検証を踏まえて、市民の市政・まちづくりへの関心を高めるための情報発信のあり方や情報共有の為の取り組みについて、6つの項目に整理した。

◆市民に情報を届け、興味と関心を惹くために【発信者としての市のあり方】

①積極的で継続的な情報発信

- 市民に有益でニーズのある情報について、多くの厳選された情報を積極的且つ継続的に発信すること。
- 構想・企画・実施・評価という政策過程の各段階において、細やかな情報発信を意識すること。
- 無関心層へのアプローチの必要性も十分に意識して、効果的且つ粘り強く情報を発信すること。

②情報発信の為の4事項（目的・対象者・媒体・時期）の確認

- 情報発信の目的を明確にすること。
 - ※受信者への単なるお知らせ、受信者の学び、気づきを促すもの、受信者に課題として考えてもらうものなど、情報を発信する目的を明確化すること。
- 伝えるべき対象者を明確にすること。
 - ※どこに情報を届ければ効果があるか等を、十分に考慮して対象者を絞り込むなど、情報の目的に応じてターゲット層を見定める。
- 最適な広報媒体の選択と効果的な組み合わせを行うこと。
 - ※情報発信の目的を達成するために効果的で且つ、対象者に情報が届き易いと思われる広報媒体を選択すること。さらには、複数の広報媒体を選択して、それらの媒体の効果的な組み合わせについても工夫すること。

○情報を発信する時期について意識し、発信のタイミングを見極めること。

※社会情勢や流行、季節を捉えるなど、情報への関心が高まるタイミングについて意識すること。

③情報にインパクトを持たせる構成や内容の工夫

○情報にインパクトを与える4つの要素を意識すること。

※キーワードは「見やすい」、「分かりやすい」、「考えやすい」。

★伝えたい内容のポイントを絞る

★図表や写真、イラストを効果的に活用する

★事業の具体的なコンセプトを示す

★事業の『達成目標が見える化』する

○市民の気づきや学びに繋がる内容となるよう検討すること。

※受けて側の市民が身近な課題として、自分自身の事に置き換えて考え、或いは、学ぶきっかけとなるような内容とすること。

④情報の流れや浸透を意識した情報の発信

○課を越えた行政同士の横の連携による情報発信を積極的に行うこと。

※複数の課で協力して情報を流すことで、事業担当課と関係がない層へ情報を届ける。また、組織の枠を超えた、担当者の独創性や創意工夫や、多様な機会を通じた情報の浸透、といった効果が期待できることから、行政内での横断的な連携に努める。

○校区自治協議会や市民活動団体など、既に存在するネットワークを有効に活用すること。

※地域団体や市民サークル、地域団体代表者で組織された検討会など、個々のネットワークのコミュニティにおける、繋がりや連携を有効に活用する。

◆受け手として市民が理解を深め、関心を高めるために【市民を巻き込む】

⑤市民の学びの機会を充実

○地域での説明会や出前講座の開催など、市民の学びの機会を充実させ、広報媒体での情報発信との効果的な組み合わせについて検討すること。

※説明会や検討会、勉強会、体験会等の開催により、市民が理解を深め、必要に応じて危機感を共有化するなどして、事業への関心を高める。

⑥地域での対話の機会の創出

○検討会や懇談会など住民等の対話・合意形成の場を、できるだけ地域に創っていくこと。

※問題意識を共有する人たちが集まり、膝付き合わせて話し合う場、市民と市民、市民と行政の間で合意形成を行う場といった、個々の思いや考えを共有する機会を設けること。

■ 今後の方向性

第3期熊本市自治推進委員会において、前述の中間取りまとめを踏まえ、平成27年度、情報の受け手としての市民のあり方も念頭に、本市の自治推進のための情報共有のあり方の具体的方法論について、今後、審議を深めていく。

<参 考 資 料>

今回の検証では、区役所のまちづくりを推進事業から5事業、その他、全市的に展開している事業から3事業、併せて8事業を抽出して、「表1 検証の着眼点」に留意しながら、情報の共有に焦点を当てた検証をおこなった。それぞれの事業の概要及び情報共有の為の主な取り組みについては、「表2 検証事業一覧」のとおりである。その上で、委員間での考え方の共有を図るとともに、提言に向けた意見の整理を行うため、その優良点と改善点について意見を出し合い、「表3 意見整理表」のとおり整理をおこなった。

★表1 検証の着眼点

情報の共有	検証の着眼点
情報の発信 ↓ 情報の理解 ↓ 課題の認識 ↓ 取組への共感	情報発信の時期は適切か。
	情報発信のために活用した媒体は、適切か。
	対象者の興味関心を高める工夫がされているか。
	理解を深めるための、工夫や手続きがされているか。
	事業の必要性について十分に理解しているか。
	事業の目的や達成目標を共有できているか。

★表2 検証事業一覧

<区のまちづくり推進事業>

事業名	事業概要	情報発信・共有の主な取り組み
校区カルタ作成 (中央区まちづくり推進課)	住むまちへの理解を深め、誇りを育むため、地域において校区カルタを作成。	○校区連絡会議で各校区の代表者へ募集チラシ配布 ○先進地で作成された「カルタ」を見本として紹介 ○フェイスブック、テレビ等により事業概要を紹介 ○ワークショップや勉強会、作業部会等を作成過程で随時開催 ○ラジオにて出水校区の読み札案を紹介
地域課題検討会 (東区まちづくり推進課)	区民と区の職員がともに課題を整理し、地域課題解決に取り組むための検討会を設置。	○校区自治協議会を対象にヒアリング調査を実施 ○校区自治協議会において共通課題を報告 ○地域課題検討会を7回開催
華ある歴史探訪ウォーキング (西区河内まちづくり交流室)	西区の魅力の再発見及び区民の健康増進を目的とし、自然や歴史、文化を巡るウォーキングを実施。	○自治協議会へ説明を行い地元による実施組織として実行委員会を設置 ○実行委員会での何度も協議を重ねる ○地元広報誌の積極的な活用 ○多様な媒体を活用した大会実施の広報
南区シンボルマーク作成 (南区総務企画課)	地域を知り、愛着を育むことを目的に、区民公募等でシンボルマークを作成。	○区内の小中学校やPTA連絡会を直接訪問し趣旨説明と児童・生徒への呼びかけを依頼 ○シンボルマーク説明会(勉強会・ワークショップ)を開催し、参加者に「地域のしるしアドバイザー認定証」を配布
いきいき交流スポーツフェスタ (北区福祉課)	北区4地域の一体感醸成、健康促進を目的とし、スポーツ大会を開催。	○各校区の体育協会を通じて、地域(団体)への情報を発信 ○各校区の体育協会員が大会への参加者へ直接会い、大会の目的について説明し参加を依頼

<全市的な事業>

事業名	事業概要	情報発信・共有の主な取り組み
節水対策事業 (水保全課)	平成 30 年度までに市民 1 人 1 日あたりの水使用料 218 リットルを目指し、節水市民運動を展開。	○夏季の節水重点期間に市政だより、ホームページ、ラジオ等による広報、アーケード内パレード実施 ○チャレンジ小学校として、小学校 4 年生を対象に学校へ節水の出前講座を開催 ○わくわく節水倶楽部の活動促進として、節水重点期間に会報誌・ポスター配布、メールマガジン配信 ○イメージキャラクター「節水ちゃん」の活用 ○節水器具普及協力店へ節水ブース等に、ポスターの掲示依頼、のぼり旗やリーフット等の設置を依頼
生ごみ減量対策事業 (ごみ減量推進課)	「家庭ごみ 20% 減量」を達成するため、5 月 10 月の推進月間中心に広報活動を実施。	○市政だより、テレビ、新聞等で推進月間を中心に広報 ○若者世代へは若者向けの雑誌への広告を掲載 ○主婦層へはエコレシピの募集・配布、エコレシピを活用した料理教室の実施 ○大型スーパー等での、ごみの分別ゲーム、ひとしぼりゲーム（生ごみ一人一日 20 g 減量の重さや量を体感させる目的）等のイベント実施 ○エコレシピを掲載したグッズの配布
災害時要援護者登録制度 (健康福祉政策課)	災害時に自力で避難できない方などを対象として、本人の申請に基づき「要援護者登録名簿」に登録し地域と市が協力し迅速な対応ができるよう整備を行う	○ホームページへの掲載 ○市民生児童委員協会会長会議や民生委員を対象とした各種研修会等で登録推進に係る協力依頼 ○障がい者団体等の関係団体への説明会 ○地域関係者向けの手引書を作成・配布

★表 3 意見整理表

	主な見出し	優良な点	改善が必要な点
区 の ま ち づ く り 推 進 の 取 り 組 み	発信の工夫	早いタイミングでの情報発信 ターゲットの絞込み 多くの広報媒体を活用している FBでのリアルタイムの情報発信がおもしろい	地域での情報発信に工夫 文章や構成などに分かりやすさや興味を惹く工夫 発信したい情報の目的が明確でない
	分かりやすい (見やすい) (考えやすい)	他都市事例の紹介でイメージしやすい 対象者同士が向き合い楽しみながら会話していた 自分の地域という意識がある	事業の名称が難しい 情報が偏在していた
	巻き込み (繋がり) (口コミ) (広がり)	小中学生を巻き込んだ情報の発信 広い年齢層に届く情報発信 行政間の横の連携が有効(情報が2課から発信) 地域組織と連携した体制が作られていた	市(区)役所内での連携をもっと高めること ボランティア団体を活用 年齢、性別、職種を超えた巻き込み 行政主導、地域の自発性不足
	丁寧さ	直接訪問による説明努力がよい 度重なる地域への訪問 ワークショップ等による話し合いの「場」の設定	もう一息、もう一押しの検討を期待 繰り返しの情報発信が不足
全 市 的 な 取 り 組 み	発信の工夫	年間を通しての(継続的な)情報発信 段階に分けた情報の発信が良かった タイミングを計った情報発信がある 対象者を絞った情報発信がよい メディアの活用に工夫・多くの媒体の活用 親しみやすいキャラクターを使用していた	情報は不均等、不平等であることを認識する 飽きさせない情報の発信が課題 ひとりひとりに向けた浸透の難しさが課題 無関心層の分析と情報発信の検討 発信したい情報の目的が明確でない キャラクターの更なる積極活用 事業の名称が難しい(愛称の使用)
	分かりやすい (見やすい) (考えやすい)	明確な数値目標を出していた「目標の見える化」 自らの問題として考え易い 自宅でもできる工夫が示されるため興味が沸く	住民の意識まで届く情報の内容を検討 必要性や危機感に気づかせる工夫 本質を伝えきれていない おもしろみが足りない
	巻き込み (繋がり) (口コミ) (広がり)	様々な組織と連携していた 企業を巻き込んだ取り組みが行われていた 地域組織と連携した体制が作られていた ネットワークが作り上げられていた	市役所、各区との連携が必要 ネットワークが十分に活用できていない 地域団体の有効活用
	丁寧さ	対象者を絞り込み丁寧に説明をしている 地道な取り組みにエールを送りたい 必要な方へ適切に情報発信している	伝え手と受け手の温度差を狭める 「相手の身になって」、「自分の事として」が必要
	教育	学校教育への取り組みに力を入れている 出前講座を充実させている	学校現場での教育に更なる努力を 危機感、問題意識の教育 生涯学習とのタイアップを
	イベント (楽しい)	バスツアーの実施が良かった パレードなどのイベントが注目を集めていた 大型ショッピングセンターでの分別ゲームが面白い 頭でなく体に覚えさせる方法を評価	イベントは楽しいが、家に帰ると忘れる