

## 会議概要

- 名 称：第1回新潟市広報検討会議
- 日 時：平成29年5月29日（月）午後1時から午後3時まで
- 場 所：新潟市役所本館4階 401会議室
- 出席委員：伊藤委員，岩佐委員，椎谷委員，長尾委員，藤田委員（5名：五十音順）
- 事 務 局：高井地域・魅力創造部長  
                    広報課（加藤課長，佐藤課長補佐，米山係長，岡村係長，伊藤主査，小林主査）  
                    広報戦略課（鈴木課長）
- 傍聴者    ：2名

## 会議録

（事務局）

ただ今より、第1回新潟市広報検討会議を開催いたします。

皆さま、本日はご多忙のところご出席をいただきまして、大変ありがとうございます。

本日の進行を務めさせていただきます、広報課課長補佐の佐藤と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

ご報告があります。まず、この検討会議は、“公開”の会議となっております。本日は、現時点でお二人の傍聴者が入室されておりますことを報告いたします。また、議事の過程を明確にするために、内容を録音させていただき、議事録など、後日、市ホームページ及び市政情報室で公開させていただきますので、お含みおきください。

開会にあたりまして、高井地域・魅力創造部長よりごあいさつを申し上げます。

（地域・魅力創造部長）

地域・魅力創造部長の高井でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

新潟市広報検討会議の開催にあたりまして、一言ごあいさつを申し上げます。委員の皆さま方には、大変ご多忙の中、委員就任のご快諾をいただきまして、誠にありがとうございます。また、日頃から本市のさまざまな取り組みにつきまして、格別なご支援とご協力をいただいておりますことを改めて心から感謝申し上げたいと思います。

さて、地方自治体を取り巻く環境は、超高齢・少子化の進展に代表されるように、急速に変化をしており、広報の分野でも限りある予算を最大限に活用し、戦略的に広報活動を進めることが重要となっております。こうした中、本市におきましても、市の広報の在り方について見直しをしていこうということで、幅広い分野からご意見をいただきたく、この新潟市広報検討会議を設置したところでございます。

本日は、最初の会議となりますが、委員の皆さまから忌憚<sup>きたん</sup>のないご意見をお聞かせいただければと思っております。どうぞよろしく願いをいたします。

(事務局)

続きまして、委員の皆さま方をご紹介いたします。お手元の委員名簿に沿ってご紹介いたします。大変恐縮ではございますが、本日、会議初回ということでございますので、一言ずつごあいさつをいただきたいと思えます。

まず、最初に事業創造大学院大学客員教授でキャスターとしてもご活躍中の伊藤聡子委員でございます。

(伊藤委員)

伊藤聡子です。どうぞよろしく願いいたします。

私も新潟出身で、現在は東京を拠点に活動しているのですが、新潟市の魅力を高め、その意味では、広報の役割というのは非常に大きいのかと思っております。私はどちらかという、外から見た新潟の目線というものもあると思えますので、それと事業創造大学院というのは、地域をいかに活性化して、そして雇用を生み出して、元気をつくり出していくかというところを目的にしている大学院大学でもありますので、その意味では、どうやったらこの新潟の価値を高められるかといった視点も私なりに入れていけたらいいかと思えます。どうぞよろしく願いいたします。

(事務局)

続きまして、新潟県広報監の岩佐文恵委員でございます。

(岩佐委員)

新潟県の広報監の岩佐と申します。よろしく願いいたします。

私は2014年4月に民間から短期登用ということで、過去3年は広報広聴課長をやらせていただきまして、今年4月から広報監という職でまた1年間お世話になることになっております。出身は横浜です。新潟とは縁もゆかりもなかったのですが、こちらにお世話になったということで、私も過去3年間、広報広聴課で、県のほうも県民だよりですとか、そういったものをはじめとして広報媒体を出しているのですが、恐らく今日、これから討論される内容というのは、県の広報媒体にとっても非常に参考になるものもあると思えますし、同じ悩みを持っているということも何となく想定をしながら、今日、ここに参加させていただいております。特に県よりも市また区になりますと、生活者の方に最も近い情報というところもありますので、県とは少し違う部分もあるかと思えますが、いろいろと皆さまのご意見を聞かせていただきながら、一緒に検討できればと思えます。どうぞよろしく願いいたします。

(事務局)

続きまして、NPO法人ヒューマンエイド22代表理事の椎谷照美委員でございます。

(椎谷委員)

NPO法人ヒューマンエイド22の代表の椎谷です。よろしくお願いいたします。

私どもの法人は、新津にあります子育て支援センター育ちの森を指定管理で受けております。そこで館長をしております。毎日、ゼロから3歳までのお子さんとしてお母さんたちが楽しく遊びに来る施設になっています。子育てをしているお母さんたちに私どものほうでは、どうしたら情報が届くのだろうかということで、非常に大きな課題になっております。その課題として、情報は目と耳と口からということで、今日、皆さまの机の上に置かせていただきました情報紙が、目から入っていくということです。耳からということで、私どものほうでラジオ番組を持っておりますので、耳からラジオを聞く。一般の方が「こんな情報があったよ」ということで、お母さんたちに伝えていっていただけたらなということです。そして、最大の口は口コミになります。これは、大きな情報の広報、情報は口コミというのが一番になります。最近プラススマホということで、ホームページがスマホから見られるように、とにかく情報をどう届けていくかということで、私共も一生懸命やっております。

今回は、お話しいただきましたので、子育て中のお母さんたちにリサーチをしてまいりましたので、そのこともお話の中に入れさせていただければと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

(事務局)

続きまして、新潟大学大学院技術経営研究科准教授の長尾雅信委員でございます。

(長尾委員)

皆さまこんにちは。新潟大学の長尾でございます。大学院と工学部と経済学部と複数の部局でマーケティングという科目を担当しています。研究課題などはないですけれども、地域のブランディングということに関心を持って、企業の方ですとか、自治体の方と一緒に研究をしています。そのような話が少しでも今回の会議にお伝えすることができればと思っておりますし、今、皆さんのご紹介を伺っていて、さまざまな分野の方がいらっしゃいますので、とにかく楽しみだなと思っています。

私生活では12年前に新潟に越してまいりまして、それから家族も増えていったりして、すごくとても住みやすい場所だなと思っています。こういった地域により愛着や誇りを持ってもらえる方が少しでも増えていただければなと思っていますので、とても意義を感じる委員会でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

(事務局)

続きまして、新潟市社会福祉協議会北区社会福祉協議会会長の藤田清明様でございます。

(藤田委員)

藤田です。よろしくお願いします。社会福祉協議会に所属しているのですけれども、ここに選ばれる項目を見ていたら、地域と高齢という形になっておりました。昨年、たしか介護保険証が届いたので65歳になりましたが、広報はまったくど素人、皆さんから見ると本当にど素人なのですけれども、情報を得るほうの立場として、言いたいことを言わせてもらおうかと思っておりますので、よろしくお願いします。

(事務局)

皆さま、大変ありがとうございました。

続きまして、事務局のご紹介をさせていただきます。加藤広報課長です。

(広報課長)

よろしくお願いします。

(事務局)

米山主幹です。

(事務局：米山)

よろしくお願いします。

(事務局)

岡村広報係長です。

(事務局：岡村)

よろしくお願いします。

(事務局)

広報戦略課長の鈴木です。

(広報戦略課長)

鈴木でございます。よろしくお願いします。

(事務局)

企画系の伊藤主査です。

(事務局：伊藤)

よろしくお願いします。

(事務局)

私、広報課長補佐の佐藤と申します。よろしくお願いします。

大変恐縮ではございますけれども、高井部長につきましては、公務の都合によりまして、

これにて退席させていただきます。

続きまして、資料の確認をさせていただきます。本日、お手元にお配りしております、会議次第、検討会議委員名簿、座席表、当日配付資料、このほかに本日、事前にご送付をさせていただきまして、本日、ご持参いただく旨お願いしておりました資料といたしまして、会議資料1-1、1-2、2-1、2-2、資料3、参考資料。以上の資料で会議を進めさせていただきます。そのほかに参考資料といたしまして、青いファイルがございます。中のほうにアンケートの結果などございます。併せまして、市報にいがたが4種類、暮らしのガイドをお配りしているところがございます。不足などございましたら、事務局のほうにお申し付けいただければと思いますが、よろしかったでしょうか。

これより議事に入りたいと思います。議事に入ります前に、会議を進行する委員長を選出いたします。検討会議開催要綱第6条の規定に、委員長は委員の互選により選出するとなっております。事務局案をご提案させていただいてよろしいでしょうか。(異議なしの声あり)皆さま方からご賛同いただきまして、事務局といたしましては、長尾委員を委員長に推薦したいと思います。皆さまよろしかったでしょうか。(異議なしの声あり)ありがとうございます。それでは、長尾委員、委員長の席へお願いいたします。

以後の進行につきましては、長尾委員長にお願いいたします。よろしく申し上げます。

(委員長)

改めまして、委員長を務めさせていただきます、長尾でございます。どうぞよろしくお願い申し上げます。

先ほども申し上げましたけれども、広報であったり、それぞれの生活者の現場に密着した方が今回、たくさんいらっしゃって、規模としては小さい委員会かもしれないですけども、その分、充実した意見交換ができるのかと感じております。先ほど、部長がおっしゃってましたように、市の財政が厳しくなってくる中で、限られた資産というものをうまく使いながら戦略的広報ができる体制であるとか、手法が磨かれていくということが望ましいと思っておりますので、この委員会の議論、意見交換というものがうまく市政に反映されていけば良いと思っておりますので、どうぞご協力のほど、よろしくお願いいたします。

それでは、引き続き次第に沿って、進めさせていただきます。お手元の次第の4の議題に入りたいと思います。まず、始めに(1)市の広報についてと(2)の現状と課題については、関連があるということですから一括して事務局からご説明をお願いいたします。

(事務局)

改めまして、広報課長の加藤です。よろしくお願いいたします。

市の広報について、そして現状と課題についてご説明いたします。始めに事前にお配りい

たしました資料1-1をご覧ください。この会議を設置した背景に、大きく二つの要因がございます。一つには、1の行財政運営の現状のところにありますとおり、全国的な人口減少、超高齢・少子化の中、持続可能な行政運営のために、行政として重点的に取り組む分野の選択と、その分野への集中的な経営資源の投資が求められているということがございます。参考資料をお配りしておりますのでご覧ください。事前にお配りした参考資料1は、新潟市の人口の状況を示したもので、昨今、人口が減少している状況、また人口割合としても65歳以上の高齢世代が占める割合が年々高くなっているということが示されています。参考資料2ですが、こちらは新潟市の財政状況を示したものでございます。平成29年度は、人件費の部分は、県から教職員の給与負担が市に移譲された関係で割合が高くなっておりまして、こうした特殊事情を除きますと、高齢者福祉や子育て支援にかける扶助費の予算が増加しています。広報に係る予算は「その他」に約3億円含まれておりますが、こうしたその他経費は年々圧縮傾向にあることが分かります。こうした中で、広報活動が限られた予算や人員配置をふまえて、これらの経営資源を適正に配分するとともに、市民との情報共有や市民参画をさらに進め、民間活力も活用して効率的かつ効果的に行っていく必要がある。そういうことで、今回、こうした広報の在り方を見直すものでございます。

資料1-1に戻りまして、二つ目の背景として、広報環境の変化がございます。参考資料3をご覧ください。これは総務省が実施した全国的な通信利用動向の調査結果です。インターネットの利用動向は、一番左の全体のところを見ますと年々上昇しておりまして、平成27年には83パーセントの方がインターネットを利用していることが分かります。また、13歳以上60歳未満のどの世代でも利用率が9割を超えていること、さらに60歳以上80歳未満の利用率の上昇傾向が強いことが分かります。

次に、どのような機器でインターネットを利用しているかですが、これについては、平成26年から平成27年にかけて、スマートフォンの利用が大きく高まっております。特に40歳代では、パソコンよりスマートフォンのほうが多く使われるようになったことが分かります。また、タブレット端末もすべての世代で増えていることが分かります。さらにその下の情報通信機器の普及状況を見ると、ここ数年でスマートフォンが大幅に、タブレット端末も着実に保有世帯が増えており、スマートフォンに至ってはパソコンの保有世帯とほぼ変わらないという状況になっています。このような全国的な状況は、新潟市民にもおおむね当てはまると想定でき、市民が情報を取得する機会や利用する機器が大きく変化していると考えられます。実際に新潟市のホームページのアクセス数につきましても、スマートフォンによるアクセスが大幅に増加しておりまして、こうした傾向は今後も加速していくと思われま。さらに機器だけでなく、インターネット利用の中身としても、ウェブサイトの利用だけでなく、

ソーシャルメディアの利用が広がることで、情報が伝わり、拡散するスピードも速くなっています。こうした市民の情報入手手段の変化も市の広報の在り方を見直すべき理由の一つです。

一方で、すべての市民に必要な情報をお届けするという行政広報の役割を考えたとき、これからますます増加する高齢世代のニーズもおおそかにはできません。後ほどご説明する市民アンケートなどの結果からは、高齢世代を中心に新聞などの印刷物を介した情報へのニーズも依然として高いという状況がございます。さまざまな世代、それぞれの市民のニーズを大切にしながら、情報媒体の特性に合った対象者や発信内容を整理することが必要であると考えています。

最後に3として、市の広報の役割を改めて整理いたしました。一つは、市民や市内企業・団体といった市域内に向けて、日々の生活や事業活動に必要な情報をお届けするとともに、市の政策を理解し、共感してもらい、市民参画へとつなげていくための市民・地域コミュニケーションを目的とした広報です。もう一つは市域外に向けて観光客や企業の誘致、あるいは移住促進など、対外マーケティングを目的とする広報活動です。この広報検討会議では、このうち一つ目の「市民と行政をつなぐ」（市民・地域コミュニケーション）を目的に行う広報に、主に焦点を絞って、課題解決に向けた検討をしていきたいと考えております。

それでは、市民・市域内の広報について、現在、本市がどのような広報活動を行っているかを広報課が実施している広報活動を中心にご説明いたします。資料1-2「市民・市域内への広報の概要」をご覧ください。この資料では、広報媒体ごとに広報活動を整理しています。

一つ目は印刷物です。印刷物には、保存して見返すこともできるという媒体そのものの大きな特徴がございます。広報課では、月4回、日曜日に新聞折り込みなどで全世帯配布を原則に配付している市報にいがたを発行しています。また、市の施設や窓口などの案内情報をまとめて掲載している、にいがた暮らしのガイドは、青いファイルの中にお配りしましたが、こちらは冊子形式になっておりまして、2年に一回発行し、ポスティングにより全戸配布しています。また、転入された方には、窓口でもお渡しをしております。

次に、テレビ、ラジオなどの電波を介した広報活動です。まず、テレビについては、迅速に大勢の人に情報を伝えることができる、また、映像と音声を併用することで、強く訴えかけることができることが媒体の特性であると考えています。本市では、地元放送局4局とケーブルテレビでそれぞれ異なる放送日、放送内容で市政情報をお届けしています。

次に、ラジオには、運転中や作業中、もちろん子育て中のお母さんなどもそうなのかもしれませんが、何かをしながら聞くことができるというのが特徴です。新潟ですと農作業をし

ながら聞くという方などもいらっしゃるかもしれません。時間帯によってターゲットを絞りやすいというのが媒体の特性なのではないかと考えています。本市では、地方局4局で市政情報を放送しています。こちらは、放送日や時間帯は異なりますが、おおむねどの局も同じ内容を放送しています。

もう一つ、電波媒体として市政情報モニターというものを挙げてありますが、これは各区役所の窓口に映像モニターを設置して、市からのお知らせやイベント情報をテロップと音声で紹介しているものです。

次に、ウェブを活用した情報発信についてです。ウェブ媒体には、いつでも、だれでも、どこでも素早く情報にアクセスできるという特性や膨大な量の情報でも蓄積できること。そして、使い方によっては、双方向のやり取りも行えるというのが特徴であると考えています。本市では、パソコン、スマートフォン、携帯電話、そのいずれでも最新の市政情報にアクセスできるように、新潟市公式ホームページを運用しています。また、YouTube、フェイスブックなどのソーシャルメディアの活用やアプリの活用も進めているところです。

次に、こうした広報活動の現状と課題についてご説明いたします。資料2-1「現状と課題(予算と事業実績などから)」をご覧ください。データ1をご覧くださいと、市報にいがたの発行部数は、新聞購読者数の減少とともに年々減少しているのが分かります。データ2をご覧ください。新潟市公式ホームページのほうは年々アクセス数が増加しており、特に下の訪問者別で見ますと、スマートフォンの増加率が大きくなっています。データ3は、このホームページへのアクセスを年代別に分析したのですが、20代から40代の方の利用が特に多いことが分かります。最後に、データ4は、これらの広報媒体に係る予算の推移ですが、こうした利用状況の変化にもかかわらず、予算としては相変わらず市報に係る経費がその8割以上を占めていることが分かります。

次に、市政情報をご利用になる市民の皆さまへの調査、アンケートの結果をご説明いたします。資料2-2「現状と課題(市民アンケートと市政世論調査結果から)」をご覧ください。本市では、毎年、市政全般についての世論調査である「市政世論調査」を実施し、広報活動については隔年で設問を設けております。ちょうど昨年度の第43回の世論調査で市民の方に市の広報活動についてお聞きしました。対象は18歳以上の市民4,000人です。また、世論調査には盛り込みきれない詳細についても把握しようということで、昨年度、広報課独自で市民3,000人へのアンケート調査も実施しました。青いファイルに市政世論調査と市民アンケートについて、その結果をファイリングさせていただいております。後ほど、もしよろしければご覧ください。

これらの調査結果のうち、情報入手手段についてまとめたものが、この資料2-2の資料



です。データ1をご覧ください。市政情報の入手手段として三つまで選んでいただいたところ、7割以上の方が市報にいがたを選択されました。市政情報の入手手段としては、おおむねどの世代でも市報にいがたが高い割合を占めました。データ2をご覧ください。一方、こちらは市政情報以外の情報、日常生活に必要な情報をどういったものから入手していますかと尋ねたところ、新聞、スマートフォン、テレビなど、さまざまな回答がありました。これを年代別にしたデータ3を見ますと、若年層はスマートフォンなど、高齢世代になるほど新聞と世代間の差がはっきりしていることが分かります。データ4をご覧ください。テレビの視聴頻度です。新潟市が放送している広報テレビを情報入手手段にあげた方は、データ1でいうと3割弱なのですが、日常的にテレビそのものを見るかどうかを尋ねたところ、どの世代でも6割以上の方がほぼ毎日視聴すると答えています。最後に、データ5、市政情報の入手手段として最もよく使われている市報にいがたですが、その発行頻度の希望を訪ねたところ、現行どおりほぼ毎週という方も3割、月1回、月2回などという方も3割ずついらいらっしゃって、現状より減らしてもいいという方が6割以上いらっしゃるという結果となりました。これらの市民の声から市政情報の入手手段として利用度の高い市報にいがたを適切な回数で発行しながら、年代ごとにそれぞれに適した情報媒体を選択していくことが、より効果的な広報につながるのではないかと考えています。

(委員長)

ありがとうございました。今、市民の方の媒体の選び方というのは多様になってきますし、広報紙の役割というものもまだまだあるということが伺えました。目的のところでご紹介いただきましたけれども、市の広報の役割で二つお話しいただきまして、今回の委員会は市民と行政をつなぐという内的なものを目的にしているということでした。ただ、手段や考え方というのは対外的な手法も重要かと思しますので、皆さん、知見をどんどん出していただければと思っています。

それでは、ただいまのご説明に対しまして、ご質問やご意見がございましたらお願いしたいと思います。

(委員)

6割以上の方が現状より少ない回数でよいということなのですが、これは特にアンケートの中で、なぜ回数を減らしてもいいかという理由まではあるのでしょうか。

(事務局)

市政世論調査でも毎回、発行頻度はどれくらいがいいと思いますかという質問をしています。それだけを漠然とお聞きしますと、6割くらいの方が、今のまま、毎週発行してほしいとお答えになります。今回、市民アンケートでは、もう少し現実的にといたしますか、実際に

市報を毎週お届けするために、どれくらいの費用がかかっているか。今は毎週ですけれども、月2回になったらいくらになるか。月1回になったらいくらになるか。そういったこともお示ししながら、どのくらいの回数が適切だと思いますかといった設問をさせていただいたところ、こういった結果となりました。理由を書く欄はないのですけれども、自由意見のところ、市報にお金をかけすぎなのではないかとか、そんなにお金が掛かるのだったら、毎週でなくても、月2回くらいでもいいけれども、やはりやめないでほしいといったご意見がございました。市民の方も、費用と効果というものをお考えいただいてのご回答だったのではないかと考えています。

(委員)

今のご質問に関連して、例えば年齢、お住まいの場所によって、回数を減らしてもいいとか、そういった違いというのは出てきたりしましたか。

(事務局)

本日、当日資料でお配りした資料の中に、2番のアンケートというものがございます。そのアンケートをまとめた資料の12ページをご覧ください。どの回数で発行することが適切だと思いますかという設問ですが、全体としてはこういった結果になっておりまして、データ2が年代別になっています。これを見ますと、やはり若い方は、月1回、月2回でいいと。赤とピンクの方が多いのですけれども、高齢になってきますと、やはり毎週発行がいいという方が若干増えている感じがあります。

(委員)

区などでは特に違いははっきりしていないということですか。

(事務局)

区別でも分析ができるので、次回、ご用意ができると思います。

(委員)

負担のない程度でお願いいたします。

ほかに、委員の皆さまからご質問、ご意見などはございますでしょうか。

後戻りでもいいので、ご質問、ご意見をいただければと思います。

次に、(3)「今後の検討会議の進め方と検討内容について」を事務局からご説明をお願いいたします。

(事務局)

資料3の「新潟市広報検討会議の進め方と検討内容について」をご覧ください。この検討会議は8月下旬までに、月4回、全部で4回程度の開催を予定しています。今回は第1回ということで、見直しの経緯や現状についてご意見をいただこうと考えているところです。今

後は、それぞれの媒体ごとに、もう少し詳しく、今後の在り方についてご検討いただきたいと思いますと考えております。第2回は来月下旬前後を予定しておりまして、主に、市報にいがたについてご検討いただきます。第3回では、テレビ、ラジオ、ウェブなどのメディアについてご検討いただきたいと思いますと考えています。最後に、第4回でさまざまなご意見を提言のような形に集約していただきたいと思いますと考えています。いただいた提言を参考に、広報刷新の中・長期計画を事務局で策定し、早急に取り組むべきものについては、来年度、平成30年度予算に反映できるようにしていきたいと考えています。また、市民意見の反映の一つとして、長尾委員長のご厚意により、新潟大学経済学部の授業の中で学生によるワークショップを行うことができることとなっております。来週6月7日にマーケティングを勉強されている学生の皆さんに、市が発信すべき情報や、その発信手段について、若い世代に伝えるにはという視点で議論していただきたいと思いますと考えています。ワークショップの様子については、後日、この会議でも報告させていただきます。

次に、それぞれの会のテーマごとの検討内容についてです。まず、次回の市報にいがたについては、そもそも市報にいがたでは、だれに、どのような情報を伝えるのが適切なのか。そのためにはどのような紙面、発行頻度であるべきなのかについてご検討いただきたいと思いますと考えています。これについては、後ほど、本日お配りした資料で議論や論点についてご説明させていただきますと考えています。また、テレビ、ラジオ、ウェブについては、それぞれの特性を生かした情報発信となるよう、活用方法を検討し、ご意見をいただきたいと思いますと考えています。また、雑誌やフリーペーパー、自治会回覧など、現在、十分に活用しておりませんが、有効性が想定されるようなメディアがございましたら、ご提案やご意見をいただきたいと思いますと考えています。

(委員長)

ありがとうございました。短い期間で行うということですが、よろしく願います。

ただいまのご説明に対して、ご質問、ご意見などがございましたらお願いいたします。

(委員)

6月7日に新潟大学で実施されるときに学生さんの人数というのはどれくらいですか。

(事務局)

30名くらいです。

(委員長)

学生には強制していないので、ぼろぼろと抜ける学生もいるかもしれませんが、意義のある取り組みだということをおたっております。

(委員)

学生さんは当然、市報を読んでいるとか、読んでいないとか、下調査も何もなくてテーマを掲げて出ていただくといった感じですか。

(委員長)

事前に、来週、市の方にお越しいただいて、資料は提供するという事になっています。みんな読んでいますかと、一応、聞きましたけれども、だれも読んでいないという状況で、もしかすると、先ほどのスマートフォンや、検索か何かして、知らない間に市のサイトへアクセスしている可能性もあるのではないかと思いますので、そのところもワークショップか何かで掘り起こせればと思っております。

(委員)

私どものところへ来ているお母さんたちにいろいろとお話を聞いたのですが、今後、将来的には2回という方向になっていくのかと思うのですが、お母さんたちは、市報にいがたより区役所だよりをよく見えています。区役所だよりのほうがより近いのです。イベントにしても、自分たちに一番近い情報が出ているのは区役所だよりになっています。私どもでセミナーやイベントを行うときに、何で知りましたかと聞くと、広報、区役所だよりで知りましたという人がとても多いのです。回数を減らすということになったときに、例えば2回の区役所だよりが1回にならないようにしていただきたいと思います。今日いただいたもので、アンケートはまだ読んでいないのですけれども、区役所だよりがどうですかといったアンケートをとったら、多分、すごく読んでいると思います。削らなくてはいけないものと、残さなくてはいけないものをより考えていかなければいけないと思います。よくスマホで見ている方もたくさんいるのですが、ただ、クリック数が多いと、逆に面倒になってくるので、だれかがいい情報だよというのを聞いて、口コミで広がるということです。ですので、全部見るというのはすごく大変で、特にスマホは、私くらいの年齢になりますと、タブレットも持っていますけれども、スマホは字が小さいので、大きくしなければいけないと、なおさら見づらいので、全員が全員スマホというわけではないのだらうと思います。

(委員長)

子育て世代ではないのですが、あそこで出てくる、例えば農家の交流の情報なんていうのは見つけるのが大変で、ぱっとあそこで見つけて、アクセスして、体験に出したりするので、そういう意味ではいいメディアだと認識しています。おっしゃったように、情報の話題の選別ですとか、アクセスの仕方ということも、よりデジタルにしていくのであれば、考えていかなければならないことではあるなど、お聞きして思いました。ありがとうございます。

そのほかにありますか。

それでは、次の議題に移りたいと思います。次に、(4)「その他」について、事務局からご説明いただきたいと思います。

(事務局)

その他として、次回、第2回の検討会議でご検討いただくテーマについて、本日、お配りいたしました当日配付資料でご説明いたします。

第2回会議では、市報にいがたの在り方についてご検討いただきたいと考えています。市報にいがたは、先ほど来申し上げておりますように、現在、第1週から第4週までの日曜日に、毎月4回発行しています。このように毎週広報紙を発行しているのは全国的にも非常にまれでございまして、ほかの政令市ではおおむね月に1、2回の発行となっています。ブルーのファイルの中に実際に発行している市報にいがたをご用意しました。

毎月、第2週と第4週として、2月12日号と7月10号を参考にお配りしましたが、こちらは市報にいがたの単独号になります。それぞれ、発行する週によって情報量が違いますので、4ページだったり、6ページだったり、8ページだったり、10ページだったり、ページにばらつきがあります。第1週と第3週の例として、5月21日号をお配りしております。裏面をご覧くださいますと、中央区役所だよりということで、第1週と第3週は市報にいがたと区役所だよりの合体号になります。最初の5ページが市報にいがた、後ろから3ページが区役所だよりと、毎回、決まっております。

最後に、今年度からの取り組みとして、毎週日曜発行なのですが、第5週に日曜日がある月は、4週に5週の情報に合わせて“合併号”という形で、4月23日・30日合併号というものをお配りしておりますが、このような形で、特集的な情報を合わせてお届けするようになっております。

市報にいがたについては、ご覧いただくとお分かりになるのですが、通常のをご覧いただくと、第1面はメインとなる政策的な記事と、肩記事と呼んでいますが、左側に二つくらいの、やはり政策的な記事を書けるといって構成しています。3面までいくときもありますが、2面は注意喚起ですとか、催し物の紹介なので、比較的スペースが必要なものについて丁寧にお伝えする記事。それ以降は、逆に裏側から読んでいくような形で、「情報ひろば」というものがございまして、こちらのほうには講座案内やお知らせの記事がございまして。先ほど〇〇委員からも、区役所だよりにありがたいお話をいただいたのですが、市報にいがたの情報ひろばについては、掲載依頼も非常に多くて、紙面が限られている関係で、市が実施する事業しか載せることができていない状況です。一方で、区役所だよりについては、第1週と第3週に3面を確保しておりますので、中央区役で言えば、「ふれあい掲示板」といった

ところに、〇〇委員がやってくだっているような、子どもの関係の情報だったり、講座などが載るときもございます。

市報の編集スケジュールなどですが、毎週発行しておりますので、発行日の4週間前が各課から掲載依頼の締め切りとなっております。3週間前に編集会議をして原稿を出し、その後、3回程度の校正を経て、発行日の10日くらい前に校了し、印刷し、配送業者に入れています。ほぼ毎週発行しているということで、ご覧いただくとお分かりになるとおり、あまり凝った紙面構成や時間をかけた取材ができていないのが現状でして、よくいえば実務的、悪く言えば単調な紙面となっております。

お手元の当日配付資料に「市報にいがた掲載記事一覧」という資料がございます。A3のほうは膨大になってしまったのですけれども、どのような記事をどれくらい掲載したかというものを、平成28年度1年分をまとめた資料です。これをまとめたデータをご覧いただきたいのですが、データ1をご覧いただきますと、市報にいがたの内容の8割が、先ほどお話ししました「情報ひろば」への掲載の記事となっております。また、データ2をご覧いただきますと、「情報ひろば」以外の、いわゆる記事と呼んでいるものの中でも、お知らせやイベント案内が7割以上を占めておりまして、特集のような記事は2パーセント程度に過ぎません。データ3は、記事のテーマですが、「食・観光・イベント」あるいは「文化・スポーツ」の記事が多く掲載されています。だれに伝えたいかという記事の対象者は、ほぼ9割が全市民対象となるもので、子ども、子育ての関係が7パーセント、高齢者向けのものが2パーセント、若者向けが2パーセントという状況になっています。

次に、市民アンケートの分析結果ということで、先ほどご説明したものよりもう少し詳しいものが「2. アンケート」という資料がございます。1ページは、市報にいがたを読んでいますかと。これは、市報にいがた、区役所だよりを読んでいますかということなので、どちらも読んでいるかどうかということでございますけれども、毎号読んでいるという方や、半分くらい読んでいるという方を合わせますと、全体で65パーセントの方が読んでくださっているのが分かります。これを年代別に見ますと、やはり高齢世代ほど読んでいる割合が高く、逆に30歳未満の若年層では、先ほど新大の学生はだれも読んでいないという、衝撃的な結果があったのですけれども、ほとんど読まない、あるいは全く読まないという方が75パーセントに上っております。

2ページをご覧ください。市政情報の入手手段を三つ選んでいただくという設問でも、市報にいがたは、高齢世代ほど利用率が高く、若年層では、テレビやホームページなどの利用率が比較的高くなっています。

3ページと4ページですけれども、市政情報をどのような手段で受け取りたいですかとい

うことを自由に記載していただいたものです。自由記載なので、答えていただいたり、答えていただかなかつたりということなのですが、おおむねまとめますと、40代から60代の方は市報のような印刷物で情報を知りたいという方が圧倒的に多く、若い世代だと、ウェブが多くなっております。

データの2は、同じ印刷物でもいろいろな種類がございますけれども、こちらを見ますと、人数は少ないのですけれども、70歳以上の方は回覧で受け取りたいという方が結構いらっしゃいます。若い世代の方ですと、フリーペーパーであるとか、ポストインといったものもご利用になりたいということでご回答をいただいております。自由記載のほうでもおおむねそのようないろいろなご意見がございました。60代の方は、電子画面は目が疲れるし、全体が見えないという、先ほどいただいたようなご意見がございますし、70歳以上になりますと、新聞も読み切れないから取っていないし、町内の回覧板で届けてくれるとありがたいというご意見もございます。若い方だと、アプリがいいとか、ごみのサイチョクんのアプリを新潟市も出しておりますが、使い勝手がいいというご意見もありますし、30代の子育て世代になってきますと、商業施設やスーパーでフリーペーパーのように置いたあつたほうが見やすいというご意見もございます。40代くらいになると、興味を持ったものはインターネットで調べるのだけれども、概要くらいは市報にいがたで知りたいとか、いろいろな媒体をご活用になっているという状況もあります。

5ページは区別の分析です。こちらは、読んでいますかということではないのですけれども、市政情報の入手手段は何ですかと、三つ選んでいただくものです。どの区でも、市報にいがたの利用率は高いのですけれども、江南区、秋葉区、南区、西蒲区などの区域になりますと、自治会回覧なども半数近くの方が利用されていると。やはりコミュニティがしっかり形成されている地域では、回覧も有用だといった結果が出ております。

6ページは、市報にいがたを読まないという方に、なぜ読まないかお聞きしたものです。若年層は、そもそも市報にいがたを発行していることを知らないという方が多く、80歳以上になると、市の情報に関心がないという方もいらっしゃいます。それ以外の世代ですと、必要な情報は他の手段で得ているという回答になっております。

7ページに、市報にいがたに掲載してほしいテーマ、情報は何かとお聞きした結果が出ています。全体でも食・観光・イベントを掲載してほしいというご意見が多くございます。やはり若い世代ほど食・観光・イベント、文化・スポーツという回答が多く、子育て世代の30代から40代は、子育て、児童福祉の情報を掲載してほしいと。また、高齢世代になってきますと、高齢者福祉が高くなるのはもちろんですが、医療とか健康づくりの情報もほしいというように、若干、世代によってほしい情報にも違いがあるということが分かります。こ

のA3の資料は、1枚目は市報ですし、2枚目はテレビ、3枚目がラジオ、4枚目がホームページということで、媒体ごとに整理をさせていただいたものです。

11 ページです。自由記載で市報にいがた全般についてのご意見として、特徴的なものをご紹介いたします。若い世代はグルメやレジャーに関する情報へのニーズが高く、情報化社会の中で自分にとって必要な情報を取捨選択することに慣れているからか、興味のあるホームページやネットしか見ないという回答がありました。30代、いわゆる子育て世代、若年ファミリー層も、必要な情報は個別に調べるので、ポイントだけ知らせてくれればよいと。費用対効果も考えて、効率的にしてほしいという現実的なご意見をいただいております。40代の方ですと、人生の節目でいろいろな情報が役立ったと振り返っていただきながら、ある程度、紙面での情報も評価されています。50代以降、60代、70代と年齢が上がるにつれて、今までどおり、市報を届けてほしい、やはり印刷物が読みやすいというご意見が多くありました。

12 ページは、先ほどご説明いたしました市報の希望する発行頻度の状況になっています。

これらの状況から、今後の市報にいがたの在り方を考えるときに、次の三つの視点が必要なのではないかと考えています。一つ目の視点は、市報にいがたで情報を伝える対象者、ターゲットについてです。市報にいがたの利用度が高いのは高齢世代や子育て世代なので、これらの世代の方にターゲットを絞った情報発信が有効なのではないかと考えています。ただ、一方で、現在の市報にいがたは読まないという若年層に、どのように情報を届けるかという課題も出てまいります。

当日配付資料3に、他都市事例があるのですが、2枚目、3枚目に、最近、広報紙のリニューアルに取り組んだ都市の例があります。そういったものを見ますと、若い人にも読んでもらえるようにということでリニューアルをしている都市が結構あります。今年の広報コンクールで総務大臣賞をとった京都市の広報紙です。マンガなどを使って、中もアプリをイメージしたような、スマホの画面をイメージしたような広報紙で、若い方も読んでみたいと思うようなページなのではないかと思えます。また、神戸市はこの5月に、このようなかわいらしいポップな感じですが、今年、神戸は新潟市より一足早く開港150周年を迎えて、それを機にリニューアルしたのだそうです。子育てに関する情報など、「こうべ子育てナビ」ということで、結構親切に、紙面を割いて載せています。

紙面をリニューアルするということで、若年層に情報をお伝えするということに対応するのがよいのか。あるいは若年層には情報の届け方そのものを変えた方がいいのか。そのあたりも考える必要があると思っております。新大の学生のワークショップでも大いに議論していただいて、若い方のご意見を直接伺ってみたいと思えます。

二つ目の視点は、発信内容に応じた紙面づくりです。市報の利用度の高い高齢世代や子育て



て世代に向けて、さまざまな取り組みをお知らせしようとするときに、単に事業を羅列するだけではなく、実際の利用者や関わっている人の声を集めたり、共感が得られる紙面づくりをする必要があるのではないかと考えています。今、ご覧いただいている京都市、神戸市、川崎市などもいろいろな工夫を凝らした紙面を作っているのですけれども、紙面全体を通して特集記事が組まれておりまして、取材やインタビューなどに非常に時間をかけた記事作りが行われています。川崎市の場合は、企画を作るのが二カ月くらい前からいろいろな企画を考えて事業者とやり取りをするということでした。

次の視点は効率性です。世代に応じた内容や紙面にするには、これまで以上にももちろん時間や協議をかけていく必要があるのですが、冒頭ご説明したとおり、資源は限られております。効率的かつ効果的な紙面作りをしていくためには、民間活力の導入、あるいは発行頻度の見直しも考えていく必要があります。また、現在、新聞折り込みと、新聞は読まないけれども市報を届けてほしいという方への個別配送をしています。配送方法はどのような配り方がいいのか。新聞購読者の方が年々減少しておりますし、個別にポストインするには大変費用が掛かるというデメリットがあります。

参考資料の3、他都市事例の最初のA3の資料は、新潟市と世帯数の規模に近い都市の広報紙の発行状況の一覧です。網掛けをしているところが予算に関する部分ですけれども、新潟市は毎週発行ということもございまして、特に配送費に費用が掛かって、他都市と比較しても多くの経費を市報発行に要しています。こういったものを効率化しながら、さらに効果的にということもしていかなければいけません。

いろいろと資料があちこちに行ったり、雑ばくな説明になってしまっていて大変恐縮ですけれども、委員の皆さまにはこれら三つの視点、当日配付資料5に第1回目の議題とありますけれども、この三つ、1番、市報にいがたで情報を伝える対象者、2番、発信内容に応じた紙面作り、そして3番、効果的、効率的な発効に向けてと、この三つについて、次回、第2回までにいろいろとご意見、思いを巡らせていただければと思います。次回の会議でご意見をいただきたいと思いますので、いろいろご検討するに当たって必要なデータや資料がございましたら、いつでも事務局に申し付けください。事務局からは以上です。

(委員長)

ありがとうございました。今ほど市民アンケート、それから各種の事例についてご説明いただきまして、この検討委員会の主な4点の視点について、ご提案いただきまして、ありがとうございます。

ただ今のご説明に対してご質問、ご意見ございましたらお願いいたします。

(委員)

ほかの政令指定都市、よく見れば分かるのでしょけれども、新潟は全市版と区役所版があるけれども、ほかの政令指定都市というのは、その辺の状況というのはどうなっていますか。

(事務局)

当日配付資料の3、他都市事例の1枚目のA3の表をご覧ください。これは世帯数が同規模くらいの政令指定都市ということでまとめております。

新潟市の場合は、発行回数のところをご覧くださいますと、全市版が月2回の市と区一体版が月2回で月4回となっております。ほかの都市をご覧くださいますと、やはり全市版と区版を1回ずつとか、あるいは全市版と区版を合わせて1回とか。静岡市の場合は全市版しか出さないとか、様々な都市がございます。やはり多いのは、全市版は月1回か2回、区版は月1回という頻度が大体多いのかなと。どの都市も別の冊子で配るというよりは、一緒にして配るという形が多いかなと。新潟市の月2回(1回当たり)3ページというのは、非常に区版としてはページ数が多い方だと思います。

今現在、例えば、区役所だよりについては、地域の方に密着した情報をお届けするのに一番有効な手段ということもございまして、区だよりについて回数を減らすとかページ数を減らすということは、今のところは考えてはおりません。

(委員)

質問というか、先生にお願いしたいことなのですが、学生が見ないというところにとっても興味があると思います。とても大事なことだと思うのです。見れないのかもしれないし、新聞を取っていない場合は自分から申請しないと届かないからそれが面倒なので見られないとか、いろんな理由があるのです。中には、もしかしたら紙がたまるのが嫌だとか。ということで、これから若い世代の人たち向けというのは大きいと思うのです。その辺を、ぜひ、ワークショップの中で聞いていただきたいと思います。どうしたら見たくなるのかということで、このサイズが本当にいいのかどうかというのはもちろんそうなのですが、例えば、A4にして全部一枚物にするとか。

学生さんは、私たちがワークショップをしたときに、思いがけないような意見が出てくるのです。どんな意見も拾っていただいて報告していただくと何か見えてくるような気がしますので、ぜひともお願いします。

(委員長)

いただきました意見をまた皆さんと協議してみたいと思います。

確かに、サイズという問題もあったり、個別に頼めば市から送ってもらえるということ、

そもそも知らないという人もいると思うのです。

(委員)

家族で過ごしている人たちは、回覧版が自分まで届かないという方も中にはいるのです。おじいちゃんおばあちゃんまで終わってしまって自分のところに来ないとか、いろいろな理由があると思います。多分、そこで何か見えてくるものも出てくると思いますので、お願いします。

(委員長)

世帯主というか、自分で家を切り盛りしなければいけないという権限が、それこそ一人暮らしを初めてした人たちは全然、ばたばたしながらやっていくとなると、そういった回覧版とか情報を取るということをすっかり忘れてしているということがあります。ありがとうございます。ぜひ、反映させていきたいと思います。

(委員)

次回が出られるかどうか分からないので。

何となく、今ご説明いただいた感想なのですけれども、ここまでしっかりとデータが出ているのであれば、私はその時代は、どんどん変わっていくと思いますし、私自身も新聞は全部タブレットで読むようになっていきますし、それは私より下の世代はもっとそうなると思うのです。実際に読んでいる方が高齢者と子育て世代ということであれば、それはどういう方が何歳までのお子さんを持っているとかというのは行政は情報を持っているし、65歳以上の方なのか、その紙で全員配布というのは、ばつさりと割り切ったほうがいいのかなど。

市報にいがたで一番テーマにしているのが食、観光、イベントなのです。そこをこれだけの印刷物をお金をかけて全員に配布する必要があるのか。そういうところに行きたい人というのは、多分、まめにインターネットなどでチェックして、自分から情報を取りに行く世代だと思うのです。そのところは結構割り切らないと、本当に財政的にどんどん厳しくなってくると思うので、そこはやはりきっちりとやったほうがいいのかなどとも思うのです。

ただ、先ほど回覧板ですか、実は私は両親が西蒲区に住んでいまして、やはり回覧板が来るのです。私などは離れて暮らしていると、両親の日々の動向とか地域のコミュニケーションがどうなっているかとても心配です。しかし、そのようにして近所の方々と、この渡す瞬間でもコミュニケーションが取れていると思えば少し安心するところがあるのです。だから何か災害が起こったりしたときに、やはり声を掛け合って何かしなければいけないという意味では、とても昔のやり方なのだけれども、非常にあれは有効なのかなと。どこにだれが住んでいるということが近所で分かるということはとてもいいことなのかなと思うのです。切り捨てる部分と、何かもう一回、ここはコミュニケーションの手段として残したほうがいい

かなというものはもう一度再検討する。

若い世代などは、本当に市のアプリというのは私は見ていないのですけれども、例えば、LINEとかそういうもので、例えば、スタンプをもらおうとしたら常に市のほしい情報が来ると。興味があれば見るというような形で。企業などは割とそういうふうになっているので、市も思い切ってLINEの活用とかがあってもいいのかなと。今、見て思ったところです。

(委員)

新潟市の状況が、詳しいことが私も分からない、私は横浜出身なので、横浜だと回覧板にはこういうページがあって、ポスティングなのですけれども、私も高校や大学の時はほぼスルーしてごみ箱に入れたかなと思います。それはやはり、例えば、区、市あたりから何かしてもらわないと、あるいは何かの情報があって、それが自分の生活に密着した部分にプラスアルファになる世代と、まだそれが不要な世代と、自活していけるところと、結構、それは県も一緒なのですけれども、ケースバイケース。例えば、家族構成によってもだいぶ違うのかなと思います。それから一戸建てに住んでいるかマンションに住んでいるかによっても、情報の伝達の仕方とか情報の取り方が全く違うのではないかとということがあります。本当に〇〇委員がおっしゃったようにばっさり切り捨てる部分が本当に必要なのかなと思いつつ聞いていたのです。

何というのでしょうか、役所のよくも悪くもという部分で、360度外交ではないのですけれども、ステークホルダーをどこまで保ち続けなければいけないのか。それが、例えば、業界団体とかNPO法人という、また同じステークホルダーでも少し違うと思うのですけれども、本当に一市民、一区民の方々の中で情報がもらえるというか、自分で取りに行ける人はまた別なのですけれども、何かプッシュ型でないと全く社会との接点がなくなってしまうような方々が、それはこういう世代だけではなくて、例えば、病気を持っていて普通というか、毎日のように外出できない方々とか、そういう社会的弱者といわれる方々との条件設定をどうするのかというところが、第2回検討会議で答えが出るとは思えないのですけれども、そういう部分をどう考えていくかということが、シリアスな課題としては残るのではないかと、というのが雑ばくな意見として、今日、第1回に出て何となく思ったところです。

(委員長)

確かに残す部分と残さない部分、戦略的というお話が最初にありましたように、そういったところは意識しなければいけないのかなと思います。回覧板はまさに、子どものころに回していくと、隣のおばちゃんと話すことになったりありまして、災害のことなども考えると、阪神・淡路大震災のときもやはり、あれでだれがどこにいるかが分かっていたから、助かっ

た命もあるということが分かっておりますから、そういうことも考えていかなければいけない手段なのかなと、伺っていて思いました。

一つ伺いたいなと思っていましたのが、市で、今、広報紙の編集に係わっている人の数はどれくらいなのか。その方々はウェブの方までタッチして全般的に見ていらっしゃるのかお伺いしたいと思っていたのですけれども、いかがでしょうか。

(事務局)

広報課では、広報係という係が係長以下全部で5名おまして、この5名と臨時職員の1名の職員、6名で、基本的には紙版の市報にいがたの編集を主にしております。プラス、これをホームページに記事ごとにHTML版とPDF版で掲載する、あるいは広報紙をお届けするアプリが一応ありまして、そのアプリでお届けするための作業は広報係とはまた別のウェブのチームでやっております、そちらのチームも五、六人いるのですけれども、人数的にはそれだけであれば1名分くらいでできるかなというくらいの作業量での仕事という感じですか。一応、私と補佐も広報紙の編集作業には口を出したりしますので、大体10人前後でやっている感じです。

(委員長)

今、編集とおっしゃいましたけれども、取材に当たるようなことも皆さんがされているということですか。

(事務局)

先ほどもご説明しましたとおり、なかなか今は取材に出る時間が取れなくなってしまうというのが正直なところでして、どちらかというと区役所だよりなどは、各区に1名から2名の広報担当がありますが、区役所だよりの方は隔週ですので、まだこういう形で取材に行ったという感じの写真などもあったりするのですけれども、私どもはなかなかタイムリーに取材に行ってインタビューして、それをタイムリーな記事にしていくということが今はできていないというのが正直なところです。

(委員長)

ニーズのところは出てきたのですけれども、提供側の体制がどうなっているのかとか、あと、もう少し取りに行きたいというお話がありましたけれども、そういったところの思い、課題に感じているところなどが、意見が集約できたら、次回以降いただければと思っています。

(委員)

アンケートの7番、市報にいがた、区役所だよりで充実してほしいテーマのトップが食・観光イベントということなのですけれども、想定だと思うのですけれども、イベントという

のは市が主催のイベントなのか。あと、食と観光というのはどのレベルのところを皆さん期待されているのかなど。

(事務局)

一応、設問としても、単純に私どもの聞き方もあれなのですけれども、やってもらいたいのはとって、ほぼこのとおりの設問で選んでいく形でしたので、お答えくださった方がどこまで市のイベントということを意識しているかまでは把握できないというのが正直なところですが、市や区の情報でという前提条件は一応付けてあります。

(委員)

そうなったときに、イベントなどは多分、何月何日にこういうことがあるのでどうぞ、というお知らせの中の、どこかに入れれば、食や観光というのは市役所に期待する食と観光の情報というのは、市民として期待する行動、あるいは区民として期待するものは何なのかが、このデータからだけだとちょっと分からないです。その内容によっては、果たしてこれは市として提供する意味があるのかというところも、もしかしたら検討する必要があるのかなと思った次第です。

(事務局)

食、観光、イベントというくくりがやはり、例えば、いわゆる雑誌やフリーペーパーに載っているグルメ情報やそういったことであると違うのかなという感じが私どももするのですが、逆に、新潟市の場合、新潟市民に、新潟市の何に誇りや愛着を感じますかということ世論調査で聞いたときに、圧倒的に農産物とか食、果物、食べ物が美味しいということで、市のブランドとして認識されている方が非常に多かったという結果がございます。同じように食と回答されていても、美味しいお店が知りたいという方もいるのかも知れませんが、普段、市報をご覧になっていて、もっと充実させてほしいという方としては、恐らく、市の農産物とか市の郷土料理、食文化というか、こういったレストランバスの記事などあるいは食、観光、イベントという情報に当てはまるのかもしれないのですけれども、そういったことを要望されている方もいらっしゃるのかなというのが事務局としての感想ではあります。

(委員長)

アンテナに引っかかってこないような思わぬ情報があったりするといいいので。確かに、先ほど〇〇委員が学生にとって魅力があるような市に、そうなっているかとおっしゃいましたけれども、若い人にとっては少し外に出てみたい、新潟の町を知ってみたいというような、うまく動線につながるような情報はあまり入って来ていないのかもしれないと、変な話ですけれども、新大生は全国一同棲率が高いというらしいのです。家でぶらぶら過ごしている人が多いと。もっと町とか、それからあの回りにいいところ、西蒲区とかいい場所がある

から行けばいいのになと思うのですけれども、あまり足が鈍いというか、そういうものがある。先ほど、デジタルになるかどうかですけれども、伝え方としてコンテンツをまとめてうまく動線が流れるようにするというのも、今、お話を伺っていてあるのかなと思いました。

(委員)

市報にいがたの他に行政で出している、例えば、水道局が出していたり、それからごみの関係でサイチョプレス、ああいうものはこの中には一緒になくて別になっているのですか。この中に入っていないですよ。

(事務局)

水道局の方は全く別で水道局のタイミングでやっているのですが、サイチョプレスやにいがた市議会だより、あるいは区の自治協議会だよりといったものは、別立てで作るのですが、折り込むときは一緒に折り込んでいます。

(委員)

では、形式的には1部というカウントなのですか。

(事務局)

失礼しました。折り込みは別々にやっています。折り込みは単純にページ数で2ページなら倍、4ページなら4倍みたいに変わっていくので、一緒にやってもあまりメリットはないです。ただ、個別にお届けするポストインについては、一緒に入れてもらうことで経費の削減が図れるので、その部分は、新聞は取っていないけれども、市報を届けている方にはサイチョプレスや、にいがた市議会だよりは一緒にお届けするようにしています。

(委員)

そういうやり方でやっているのですね。

(事務局)

そうです。ある程度経費負担していただきながらですが、一緒に届けるようにしています。

(委員)

アンケートの中にあつたかどうか分からないですけれども、あなたにとって市報にいがたはどんな役目を果たしていますかみたいなことがあって、例えば、情報を得るものとかいろいろあると思うのですけれども、市報にいがたの中で絶対にこれだけは知ってほしいというものが含まれているわけですよ。例えば、スマートフォンにしてみるとか、自分から見ようと思ってスマートフォンで見るのと、送られて届けられたものを見るというのは少し違うと思うのです。先ほど〇〇委員が言われたように、LINEで重要みたいなものとか、来たよというのがあると、多分、人は見ると思うのですけれども、その見せ方とか、市報に

がたというのは本当に重要なものが書かれているので見てほしいというアピールとかが必要だと思っております。

新潟大学の学生が他県から来たときに、ごみの分別がまず分からないとか。うちの子どもは茨城に行ったのですけれども、茨城はごみが全部一緒なのです。新潟は逆に茨城の子どもが来たときに、何でこんなに分別するのだと、分からない。大学の方で、引っ越してきたらこれが重要だというものがないのであれば、市報にいがたというのはそういったものも入っているとか、情報源だということを学校側からも伝えていかなければいけないものだと思うのです。ただ、月4回とかはいらないと思うのですけれども、情報源として考えたときに、皆さんにとっての広報というのはどんなイメージを持っているのかなと、少し思いました。ほしい情報はもちろん、こういうものも大事なのですけれども。私たちは全部の区の広報を秋葉区からもらって見ているのです。その中で、お母さんたちによいものを全部ピックアップして張り出すようにしているのです。やはりいいものが詰まっているなどは思うのです。ですので、そういうアンケートが中であつたらよかつたなど、皆さんの市報はどうかなというのがあつたらよかつたなと思います。

(事務局)

あなたにとって市報はという聞き方ではないのですけれども、自由記載の中で市報そのもののイメージというか、そういうものがあつたらまた見てみたいと思います。あと、やはり自由記載などを見ていると、委員の皆さまからのご意見があるように、スマートフォンとかホームページは自分でアクセスする、立ち上げる、見に行こうと思わないとみないので、なかなかそういう時間さえないと。そういう方にとっては、やはり自由記載の中で、別に回数はいいけれども、市報に書いてあれば後で見ようと思って取っておいたり、気づくきっかけになるので、そういう意味では市報も大事ですというご意見などは、私は個人的に自由記載を見ていてなるほどと思ったところです。

(委員長)

今ほどおっしゃった、お母さんたちにとって必要な情報というのは、何か記事を並べてピックアップしてみんなでやっていくという。

(委員)

例えば、10月にあるのが保育園の入園です。新潟市内の保育園が全部出たり、予防接種とか、見逃さないでというところです。あと、面白いイベントとか講演情報とかも載せています。

(委員長)

写真か何かを入れるのですか。



(委員)

掲示板みたいにしてあります。

(委員長)

それまた何かデータみたいなもので、この委員会で。

(委員)

写真を撮って来て回します。

(委員長)

ありがとうございました。多分、とても言い足りないのかなと思ひまして。

(委員)

見逃さないでというものがあるので。

(委員長)

子どもの予防接種は細やかにあるからスケジュールも組まなければいけないし、大変ですよ。

(委員)

市報にいがたをどこに発行するかというターゲットを絞ると、そこの絶対見逃せない情報の紙面の作り方とか、結構もっと具体的に分かりやすいように、お年寄りにとって重要な情報が分かりやすいようにというように、多分、全然変わったものになっていくのかなと思うのです。ただ、やはり子育て世代であってもお年寄りであってもこういう(レストランバス)楽しいことは、新潟が楽しいと思えることもとても大事なので、こういうものも必要かなと思うのです。こういう紙面ごと、新聞紙面みたいにそのままがタブレット、スマートフォンで見られることになっていますけれども、これもそうなっているのですか。

(事務局)

はい。「マチイロ」というアプリがありまして、全国の自治体で登録すると、紙面そのものが見れるアプリがありまして、それには新潟市も参加しているので、タブレットがスマホの大きさになるので、読むのが大変だったりするのですけれども、一応この紙面のイメージがそのままタブレットなりスマホでご覧いただけるようになっています。私どもホームページにもこれのPDF版が載っていて、それもこの紙面のまま載るようになっています。

アプリの方は、それこそプッシュ型といいますか、住んでいる地域とか読みたい広報紙を登録すると、市報にいがた何月号が出たよというような、プッシュの通知が行くようになっています。私も登録はしているのですけれども、毎週来ても「分かっている」と思うのですけれども、今は何月号が出たよというお知らせしかないので、今週はこれが推しだというのがあるといいのですけれども、まだそこまでできていないので。

(委員長)

今のはマチイロのアプリの問題ですけれど、よくアプリで、ヤフーとかでも昔の記事だけぱっと出るみたいな、ありますよね。そういうものにはなっていないのですか。

(事務局)

マチイロではできるけれど、今そこまでできていないという状況です。機能としてはできる。

(委員長)

クリック数というのもデータとしては取れる訳ですね。

(事務局)

ございます。ただ、残念ながらアプリのダウンロード数はそんなに多くはないですけれども。今は、1,060 人の方が市報にいがた、区役所だよりも全区のものが見れるので、8 区合計で 1,400 人の方がダウンロードして見てくださっています。

(委員)

配られなくなったら登録しようという考えかもしれない。今は、自動的にもう来ることになっているから見れるかもしれないですけれど。

(委員)

先ほどの〇〇委員の話ではないですが、8 区のいろいろな情報、子育てに関係するもの、今までも区は区ごとでいろいろな形で競争しましょうみたいな形があったと思うけれども、これからは各区が連携しながらいいところを伸ばせばいいと思っているのですけれども、情報も、やはり子育ての関係でも高齢者の関係でも、ほかの区のやっていることが参考になる、いいことやっているなど、新潟日報にも出ていますけれども、そういう形で、そこで静岡は、全市版しかないのですよね。静岡は各区の情報みたいなものをどう紙面に載せているのか、参考に静岡のものを取り寄せることができれば。新潟市も協働によるまちづくりみたいなものを一生懸命打ち上げているけれど、よその区でどういう、高齢者の見守りでもいいですし、何でもいいけれど、こういう取り組みをやっているよと、立ち上げるときにはこんなことを苦労したよとということが載っていると、ほかの区の人にはそれを見て、こういうやり方もあるのかと、参考になるかということをおもったので、静岡のを見てみたいと思いました。

(委員長)

結構な厚さですものね。16 ページ。各区載せているのかもしれないですね。

(事務局)

やはり公民館の講座情報などですと、今、団塊の世代の方は非常にアクティブなので、別段自分の住んでいる区でなくても、自分のやってみたいサークルがあればどこにでも行きま

すので、全区のものをくださいという話なども結構あります。

(委員長)

先ほど情報の見せ方という話がありましたけれども、京都とか川崎のものを拝見していると、結構余白を使いながら、贅沢に使っているなどと思いますけれども、ああいうふうになっているとちょっと読めるかなど。情報がつまってもね。ぎゅっと詰めすぎてしまうと、置いてしまうかもしれないですけど。

(事務局)

そうですね。

(委員長)

伝えたい核のあるところは少し余白を使いながら。

(委員)

書く人も若い人に読んでもらいたいという前提で、リニューアルなのか、工夫されているか分からないのですが、そういうことなのですか。

(事務局)

リニューアルの経緯を見ますと、やはり神戸、川崎あたりは、川崎の場合はよく読んでいる世代は高齢者層だけれども、30代くらいの人にも、もう少し読んでもらいたいということからリニューアルしたのだそうです。神戸の場合は、もしかしたらもう少し若い世代なのかもしれないし、京都などは完全に振り切れている感じがありまして、とにかく楽しい紙面ということですが、ただ、伝えている中身としては、別段10代20代の情報というわけではないので。

(委員)

通しでとっつきやすさみたいな。

(事務局)

とっつきやすさというか、関心を持って手にとってもらいたいというのが一番大きいのかもしれない。

(委員)

それでいくと最近の学生さんは文字を読むというよりも、文字量といいますか、それが減ってきているのではないですか。

(委員長)

それはありますね。SNSにしても、メッセージトークとかは使わずにインスタグラムの方を使って、それで何となく想像をして共感するみたいな。

(委員)

視覚に訴えている感じですよ。

(委員長)

ありますね。

(委員)

細かい文章が書いてあると、それだけでもう読まない。そういうことはあるのではないのでしょうか。

(委員長)

フェイスブックなんていろいろ書かれますけれども、「もっと見る」とありますよね。そうしたらそれが出た瞬間にめんどくさいという。

(委員)

もっと見ないんですね。

(委員)

今はなくなってしまったのですが、東京で若者向けのフリーペーパーでR25 というのが昔出ていたのです。あれの1コンテンツが800ワード、それ以上は書かない。なぜならば読まないからというのがあって、それが14～15年前の話なので、多分それからさらにワード数が減ってきていると思われるので、先ほどおっしゃったように、ターゲットによって例えば高齢者向けだときっちり読んでくださるけれども、若者だと写真でばんばん訴えていくくらいの使い分けをしていかないと、それは県民だよりも実は言えますね。

(委員)

うちは県民だよりと、にいがたボイスというのは一応若者向けということで出しているのですが、表紙になるだけ著名な方を持ってきて、みんなが知っているという人で手に取りやすいようにしているのですけれど、でも、よくよく見ると紙面は文字だらけです。

(委員)

ちっちゃいですし。

(委員)

ちっちゃい字。若者向けなので強調していますけれど。

(委員)

これはどなたがもらえるのですか。

(委員)

これは設置型なのです。ポスティングではなくて、例えばコンビニですとか万代エリアなどある美容室とか、そういうところに置いてあったり、制作をしてくださっているのがニュ

ーズラインさんなので、Komachi と WEEK にはさみこまれています。年4回ですけど。目にしないと目にしないんだよねという問題もあるので、YouTube で出たよというお知らせを映像化して、抜粋版にして、それをツイッターに上げるようにしています。

(委員)

さかなクンのファンなんですけど。見ちゃいますものね。

(委員)

たまたま、今年5月5日に錦鯉を県のシンボルに指定したこともあってさかなクンが登場した。さかなクンは新潟県のおさかな大使なのです。

(委員)

そうですか。知らなかった。

(委員)

それ知らないことはだめですよ。我々の情報発信不足なのですけれど。それもあって、錦鯉にもいろいろ。今日持ってきているので、お持ち帰りいただきたいと思います。

(委員)

大使が並ぶとおもしろいですね。横澤さんもそうでしょう。

(委員)

婚活大使になったり、ほかにも何かやられている。

(委員)

おもしろい人が出ると中を見ますね。

(委員長)

留め置きを、スーパーなどに置くこともという話がありまして、過去にもされたのでしょうか。

(事務局)

若い人にももう少し読んでいただきたいということもあって、新潟大学の近くの内野駅と白山駅。あとは学校周辺のコンビニとかに置かせていただいたことがあるのですが、あまりはげが良くなかったというか、残念な結果になってしまい、ただ、新潟市も駅前の観光情報案内センターには毎回置いていて、ご覧になっていただいている、そこから持って行かれるという方もいらっしゃいます。

(委員長)

アンケートの自由意見では、30代の方が子育ての世代なのでしょうけれども、そういったスーパーなどに置いたらという話もありましたけれども、それはまだ配付されたことはないのですね。子育ての方は、あつたら見ますよね。

(委員)

設置型で一つ問題なのが、結局、契約をしているので置いてはくれるのですけれども、最終的にどこに置くかですとか、置くそのものも含めて結局箱側の問題なのです。問題というか箱側が決めるので、置いてくれないということはないのですけれども、なかなか自分たちが思ったようには置いてもらえないということはあります。

(委員長)

確かにスーパーの棚割りなどを考えても、皆さん血のにじむような経営をされているわけですからね。なかなか難しいですよ。

(委員)

しかも行政の場合は、お金を払って置くというよりは、ご好意で置いていただくということが多いので、特にコンビニのラックは、あれは商売でもともと売っているものですから、そこを、ただで置いてくださいと言うと、どうしても優先順位は低くなると思いますし、もっと楽しい音楽情報とかチケット情報みたいなものが並んで、やはりお店としてはそちらを持って行ってもらいたいから、例えばこういうものを、分かりましたと言っても、結局分かったまま倉庫に置いたままということもなくはないと思います。

(委員長)

反響としては、若い層から声が上がってきたというのは。

(委員)

具体的にそういうことがあるわけではないのですけれども、一応プレゼントをしているのです。今回だとさかなクンが書いた色紙プレゼントとか。県民だよりでも、一応毎号毎号プレゼントみたいなことをやって、ただ結局、県民だよりなどは特にそうなのですけれども、応募してくる方がだんだん決まってきたりするので、反響の取り方とか、反響を取らせるための手法というのは、市報もそうだと思うのですけれども、考えていた方がいいかなと。京都でしたか、今週のプレゼント、それが表紙にばっと出てきているようなものも一つの手なのかもしれないです。それを見るのが楽しみという感じで出てくるので、今回は何だろうとか。

(事務局)

おいしそうなゼリーとか、これは毎回お菓子とか、これがもらえるよということで、中を見ると、良かった記事、悪かった記事を書いて応募するとこれが抽選でもらえますと。川崎市も毎号市民アンケートをしていて、抽選で粗品みたいな感じ、それで意見を集めている。

(委員長)

雑誌のような流れになってきているのですね。

(事務局)

そうですね。私ども今回、市民アンケートは経費も掛かるので、毎年やるわけではないのですが、今回3,000人の方に、今回は紙で郵送でお配りして回収するという形だったのですが、何のお礼の品物をつけなくても、5割、6割の方が回答をしてくださるということで、ほかの都市からびっくりされた。新潟の人っていい人が多いんですねみたいな感じでびっくりされたのですが、大阪市とか関西の方だと、何か粗品を付けないと回答してもらえないというふうに聞いて、非常にありがたい結果です。

(委員長)

アンケートなどを配ったら、普通2割あったらいい方だと思うのですが、4割、5割とか、市民の方が書いてきたりするので、人の良さが、温かさというか、感じられますね。

(事務局)

書き方をわざわざ電話で問い合わせさせてくださって、書いてくださる方もいらっしゃいました。

(委員長)

委員同志でも、もし気になることがありましたらどんどん質問をしていただければと思います。

〇〇委員や〇〇委員は、秋葉区であるとか北区の方がおられると思いますけれども、回覧板が、大分まだ残っていて、コミュニティの一つのメディアになっているというのがありましたけれど、かなりそれは実感として。

(委員)

回覧板ですけれども、回るところと回らないところがあって、アパートに住んでいる方が回覧板が回らないというような話を聞いたことがあります。回覧板というのは、地域の大事なことが書いてあって、回覧板が大事なことだと。一方でアパートの人たちに回らないというのは、秋葉区ではない、別なところから来ているママだったのですが、そういったことが起きているのかなと思ったのですが、やはり次の人に渡すという部分がとても大事だと思います。

(委員)

回覧板ですか。自治会の班とか、組長になったときには回覧板を持って行ったりするけれど、私は必ず戸を開けて、郵便ポストに入れるのではなくて、家の人に渡すようにして、そういう見守り的な感覚での使い方が一つあると思うし、〇〇委員が言ったように、うちの組にも若い家庭がいるのですが、そこに行くとき止まってしまうのです。回ってくるのが遅くなって、古紙回収の期限が過ぎていたとか、そういうことがあるので、今度、回覧板の

ところに何月何日に見たというはんこを押して回すようにすると、早く回るかなと思ったりしているのですけれど。ただ、行政のものだけでなく自治協とか、うちの方は今、小学校、中学校の校長先生が原稿を書いたり、いろいろな人が、教育コーディネーターが書いたりしているところもあるのですけれど、そういうものが回ってくるので、回覧板はやはり間違いなく、私などはそうしますけれども。ネックは止まってしまうということ。

(委員)

共働きで、どうしても時間がなくて見れないというところもあるでしょうし、昨今も、Amazon のじゃないですけど、配達の人が大丈夫かという、隣の人が分からないということもあったりして、警戒してというのもあったりすると。ただ、今おっしゃったように、地域の魅力ある、土着のいい情報などもある、そういう意味では、活動はされているのでしょから。

(委員)

先ほど、市として何を伝えるべきかという話で、観光情報とかそういうものはもちろんあるけれども、市からの情報というのを一番欲している世代というのは、やはり子育ての方々かと思うのです。一人で育てている中で不安があったりとか、そういう中で〇〇委員はすごくご尽力されていると思うのですけれども、そうした人たちは、一人で家の中で、時間もあると思うのです。時間もある中で、情報を知りたいと思っている人が多いと思うので、本当にそういうターゲットをきっちり絞れば、例えば先ほどの京都みたいな、30代とか40代だとすれば、その人たちが喜び、食いつきそうな表紙の在り方だとか、マンガなのか、そんな作り方にもきつとなってくるんだろうなと思うので、何かやはり、しっかりとターゲットを絞る、観光情報もターゲットを絞ったならば、週末に家族で行けるようなイベントの絞り込みであったり、そういうこともできるかなと思います。逆に高齢者の方も、別の意味でまた時間があって、高齢者の人が知りたいような情報の作り方もあるし。このレストランバスは、子育て一生懸命頑張っている人は行けないと思うのです。私たち世代はすごくいいと思うのですけれども。そういうことで考えるならば、紙でしっかり残して、情報を知りたい世代というのを絞りきる方が、紙面づくりにおいてもすごく分かりやすいものになるのではないかという気がします。

(事務局)

例えば、毎号毎号でなくても、例えば月に1回とか二月に1回は子育て世代向けのものとか、高齢者世帯向けのものとか、ときどきターゲットを絞ったものを出すみたいなことも考えてもいいのかなと、今、ご意見を聞いて思いました。それで反応をみながらというか。



(委員)

中央区のミニカフェくらいのスペースがあるといいのだろうと思うのです。区役所だよりのほうが、多分より詳しく分かると思うのです。全体になると一面必要になるけれど、区だよりとなると、この半分くらいがあるといいと思うことと、もう一つはカレンダーがあるといいと思うのです。どこの支援センターも必ず月のカレンダーを出しているのですけれども、必ずカレンダーを入れているのです。カレンダーがあると、例えば子育てだけではなく、いろいろなイベントが、いつどこに何があるのかということが分かって、冷蔵庫にはったりしているわけです。例えば日曜日を見ると、こんなふうにいっぱいイベントを区でやっているとか、区役所だよりの話ですが、市報でもあってもいいかと思うのですけれども、そのようにひと目で分かる。これはどうしても中を見て、いいなと思っても閉じてしまうとなかなか見ないので、カレンダーというのはすごく有効だと思います。そこにイベントが入って、はみ出すかもしれないけれど、こういうものもいいかなと思います。行き場がないのです、小学校のお子さんもそうですし、小さいお子さんもそうですし、これを見ながら、こんなこともやっているんだというのが、一目瞭然で分かる紙面の作り方があるといいと思います。

(事務局)

今、ちょうどお話をいただいたカレンダーというのが、今日お配りした当日資料の3の他都市事例の最後に、各地の広報誌のリニューアルに戦略ありというのが、両面でお配りしたのですけれども、13 ページに当たるところ、藤枝市がカレンダーにしているということで、本当におっしゃったように冷蔵庫に貼ったりとか、家庭内で貼るように、日にちから探せるようにカレンダーを掲載するようにしましたというような、これは藤枝市の場合は子育て世代により読んでもらいたいということでのリニューアルということなので、こういったいろいろな取り組みがあるんだなと拝見しました。

(委員)

学生さんたちは、ごみのとか、貼っているのですかね。

(委員長)

多分、貼ってないんじゃないかと思うのです。先ほど話があって、ごみの出し方は入学のガイダンスで渡すのです。ただ、それこそ分厚い中にどんといろいろなものが入っていて、多分そこまでたどりついていないのではないかと思うのですが、やり方を考えなければいけないと思います。

(委員)

学生さんもあってもいいですよ。新潟市でいっぱいおもしろいものがね、学生さんが喜

ぶのもありますし。

(委員長)

先ほど〇〇委員がおっしゃったように、ほかの区のものも見えたりすると、新潟市は車を持っている方が多いから、少し遠出してみようとか。交流が区の間で深まりますし。藤枝市のを見ると同じサイズなのではないでしょうか。

(事務局)

これはもしかするとA4かもしれないですね。

(委員)

A4版ですね。

(事務局)

A4版ぽいですね、表紙の感じが。

(委員)

中身の段組も5段、4段とか、そんな形なので、おそらくA4じゃないかと。

(委員長)

情報をいちいち探すというのを考えたら、カレンダーでばっと視覚的に飛び込んできて、冷蔵庫の、よくいく場所にあると入ってきますよね。

(事務局)

そういう意味では、毎週だと週間カレンダーをもらってもしょうがないと思うので、月2回くらいになると、月2回カレンダー載せようかみたいなことがやりやすくなるのかと、今思いました。

(委員)

若い人はスマホ、タブレットだと思います。

(委員)

なかなか若い人は、紙を見ないと思うのです。

(委員長)

役所の人に話したのですけれど、スマホだけでレポートとか卒論を書く人も出てきているのです。簡単な図表は作れるわけでしょう。ぱぱっとやって送ってくるという人も。新大は少ないですけども、ほかの県の学校の先生に伺うと、大分出てきているということで、逆にパソコンさわらないという。

(委員)

メールはもう読まないといえますね。プッシュ型のメールマガジンとかは一切開けないので、就職活動などで、どちらかというとまだDMの方が、どうしてもポストは見るので、そ

うするとそれは見るけれどメールマガジンは開かないと言っていました。

(委員長)

学校の送信メールは、やはり未読というのが多いのですね。使い方を考えなければいけないと思うのですけれど。

楽しく会話しておりますと時間が過ぎてしまっているのですけれども、今、皆さんからご意見をいただいたのですけれども、今日の会議ですとか次回以降のご要望ですとか、何かございましたらいただきまして、事務局の方にお答えをいただければと思いますが、何かそれは、これは聞きそびれたとかということがございましたら、いただけましたら、お願いいたします。

(委員)

次回の課題のところ、3点、これは例えばとりあえずいろいろ持ち帰って、いろいろな意見をまた次回持ってくればよいという理解でよろしいでしょうか。さみだれ式にここで討論するようなイメージでよいでしょうか。

(事務局)

もし差し支えなければ、本日もいろいろとご意見をいただきましたので、少し事務局で本日のご意見、あとはじゃあこんなことが考えられるとか、あんなことも考えられるとか、あるいはもう少し詳しい他都市の例ですとかを用意して、また、こんなことで考えてみたのですけれどもいかがですかというような形で、ご意見、それ以外でももちろんご意見をいただければと考えますが。

(委員長)

ほかにはよろしいでしょうか。では以上で用意された議題については意見交換が終わりました。皆さまから積極的にご意見をいただきまして誠にありがとうございます。以降の進行は事務局にお渡しいたします。

(事務局)

ありがとうございます。長尾委員長はじめ委員の皆さま方、長時間にわたり意見交換をいただきまして、大変ありがとうございました。