

配付資料③

【当日出された意見等】

グループディスカッション

・区民へ伝わる有効な情報発信について

Aグループ（岡本委員、北原委員、野村委員、濱田委員、山崎委員）

	意見内容	対応
①	<p>・区の広報ツールとしては、広報紙、ホームページだけではなくSNSも複数開設されており、区民に見てもらうためにはそれぞれの媒体の特長を活かせるよう整理が必要ではないか。どんな場面に、誰に向けて発信するのか、それぞれ分けて考えれば媒体の強みを活かせる。</p>	<p>〔政策推進課〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広報紙や区ホームページは全ての区民を対象に区政情報全般を発信しています。 ・広報紙は紙面に限りがあり、また、印刷に一定の時間を要するため情報の新しさには限界があり、区政に関して区民の皆さまに知っていただきたい情報の概要を掲載し、詳細については関心をお持ちの場合には区ホームページで見ただけのよう紙面にリンク先の二次元コードを付けています。 ・SNSは、Twitter、Facebook、LINE、Instagram、YouTubeの5種類を開設しています。 ・Twitterはイベント・地域情報、Facebookは歴史・文化情報、LINEは子育て情報、Instagramはすみよしの魅力、YouTubeは各種情報の動画と、それぞれの特性を活かして対象や分野を分けて発信していますが、見たことがある区民の割合が3割程度といまだ低い状況です。 ・いただいたご意見を踏まえて、まずはどのSNSがどのような内容を発信しているのかが区民の皆さまに浸透するよう、令和3年9月からホームページ上の各SNSのアイコンに説明を追記し、広報紙令和3年10月号から紙面（2面～5面）に掲載している各SNSへのリンクの二次元コードに説明をつけました。（別紙1をご参照ください。） ・区民の皆さまに伝わる広報をめざして、広報媒体自体に関する情報発信も含め、引き続き区政情報の発信に取り組んでいきます。
②	<p>・視覚障がい者には広報紙の点字版しか情報を入手する手段がなく、区政情報が伝わるよう行き届いた配慮が必要である。</p>	<p>〔政策推進課〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・視覚障がいのある方への情報発信については、広報紙の点字版のほか、インターネットを利用できる環境にある方であれば大阪市のホームページはアプリ等が不要の音声読み上げサービスが備わっておりますので、広報紙では紙面の制約上掲載できない詳細な情報や最新の情報を入手していただけます。 ・また、市民の皆さまの暮らしに役立つ情報をまとめた生活ガイドブック「くらしの便利帳」の点字版と音声版を2年に1度作成しており、転入者及びご希望される方にお渡ししています。 ・今回いただいたご意見を踏まえ、引き続き視覚障がいのある方への情報発信の充実に取り組んでいきます。
③	<p>・災害時に必要な情報を区民が迅速に入手できるよう工夫してほしい。最近では24時間ライブカメラが設置されていたりするので、緊急時には迅速に最新情報を発信できるよう考えてほしい。</p>	<p>〔地域課〕</p> <p>災害時には大阪市役所及び区役所が連携し、その時点で活用できる広報手段により、迅速に行います。</p> <p>なお、自らの判断で行動がとれるように適宜、的確に周知するとともに、次のとおり様々な発信を行うことにより、区民の皆さまへリアルタイムに情報をお伝えできるよう努めます。</p> <p>【情報発信ツールについて】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大阪市役所から市全体の情報として次のようなツールで情報発信を行います。 同報系防災行政無線（防災スピーカー）、大阪市防災アプリ、おおさか防災ネット、Yahoo!防災速報アプリ、ケーブルテレビ（防災情報サービス）、ガス警報器、緊急速報メール、危機管理室Twitter、大阪市公式LINE、ケーブルテレビ（テロップ） 等 ・区役所からは主に区内に特化した情報を次のようなツールで発信を行います。 同報系防災行政無線（防災スピーカー）、住吉区ホームページ、住吉区Twitter、広報車、Yahoo!防災速報アプリ・ケーブルテレビ（防災情報サービス）、ガス警報器 <p>【災害時における避難情報発信内容及びタイムライン例】</p> <p>主に震災や風水害が発生した時には、さまざまな情報を適切なタイミングで発信するように努めます。</p> <p>具体的なイメージは別紙2・3のとおりです。</p> <p>※災害の規模や種別、被害状況等により異なります。</p>

Bグループ（大久保委員、小嶋委員、島谷委員、山下委員）

	意見内容	対応
①	<p>・広報紙は区政情報発信の非常に重要なツールであり、</p> <p>(1) より多くの区民に見てもらうためには区民にもメリットがあるような発信ができないか。例えば広報紙に毎月応募券のような欄をつくり、3枚集めたら景品がもらえるとか。</p> <p>(2) 中学生や高校生にも見てもらえるように、この年代に関連する行事などについて、2か月前の情報ではなくできるだけ最新の情報を載せることはできないか。この年代が大人になった後も引き続き広報紙を見てもらえる流れになれば良い。</p> <p>(3) 1面でインパクトを与えられるよう工夫できないか。</p>	<p>〔政策推進課〕</p> <p>(1) について</p> <p>・ご意見いただきました景品の配付については、当区でも募集企画で入選者に景品をお渡ししたことがあり配付自体は可能ですが、公費で景品を調達することから配付の範囲や頻度には一定限界があると考えており、例えば、広報紙に広告を掲載している事業者等から景品を提供してもらうことも一つの方法ですので、事業者等に働きかけてみるなどいただいたご意見も参考に、区民の皆さまに見てよかったと感じてもらえるような発信方法を検討していきます。</p> <p>(2) について</p> <p>・広報紙は編集・印刷作業に2か月程度の期間を要するため最新の情報の発信は難しいのですが、中学生や高校生に関連する学校関係の取組としては、今年度は住吉区内の全中学校で実施している「子どもの将来のライフプラン支援事業」の記事を掲載しました。この事業は、中学校の「性・生教育」授業を支援し、こどもたちが自分と家族・社会との関係性や結婚・妊娠・出産・子育て等のライフプランを考えるきっかけとなるよう、助産師が講師となって中学校で授業や個別相談を行うという内容です（8月号で概要、10月号で中学校校長と養護教諭のインタビューを掲載）。また、今後、区内の公立高校から表紙写真を募集する予定です（4月号）。</p> <p>・若年層に区政に関心を持っていただくことは重要であり、中学生、高校生にも関心を持ってもらえるよう記事内容について工夫していきます。</p> <p>(3) について</p> <p>・広報紙の1面については、より多くの方に読んでみようと思っていただけるよう写真やイラストを使った紙面づくりを行っています。</p> <p>・いただいた意見を受けまして、令和3年10月号から住吉区の Mascot キャラクター「すみちゃん」を活用し、インパクトのある紙面となるよう工夫しています。（別紙1をご参照ください。）</p>
②	<p>・地域活動協議会は区民への情報の発信にも大きな役割を果たしており、積極的に活用してほしい。また、回覧板や掲示板も情報発信効果が高い。</p>	<p>〔地域課・政策推進課〕</p> <p>・地域活動協議会は、地域単位できめ細やかに情報を伝達していただけることから、区民に身近な区政情報をお伝えするに際して重要な役割を果たしていただいています。この間も、新型コロナワクチン接種に関する情報や防災、成人式等の情報を必要な方に迅速に届けていただきました。</p> <p>・また、区から提供する情報の伝達にとどまらず、高齢者のワクチン予約の支援など地域の実情に応じた支援を実施された地域もあり、引き続き情報を共有し連携を図っていきたいと考えています。また、回覧板や掲示板での周知が図りやすくなるよう、チラシやポスターを作成し提供していきます。</p>
③	<p>・区役所のどこの部署にいけばいいのかわからない人は結構いると思うので、まずは一回受けてもらえる総合案内室のような、気軽に何でも相談できる、何でも聞いてください、みたいな部署を広報紙でもホームページでもいいので目立つところに掲載できればわかりやすいのかなと思う。</p>	<p>〔政策推進課〕</p> <p>・区役所のどの部署に行けばよいかかわからない場合には、来庁された場合には1階の庁内案内で、来庁される前であればいったん区役所代表電話に問い合わせただければ、ご用件を聞かせていただき適切な部署のご案内をいたします。</p> <p>・広報紙では、1面に区役所代表電話番号を従来から掲載していましたが、ご意見を踏まえて令和3年10月号から「ご用の担当がわからないときは、代表電話におかけください」と説明を追記するとともに、大阪市総合コールセンター「なにわコール」の連絡先も1面に掲載しました。（別紙1をご参照ください。）</p> <p>・区ホームページでは、トップページで「よく検索されるキーワード」の例示や「転入・転出」「福祉・介護」などの場面別のアイコンを表示し、関連する項目のメニューから知りたい情報のページへ誘導していく形で必要な情報を検索できるようにしていますが、それではわからない場合には区役所代表電話に問い合わせいただくこととなりますので、トップページの下部に掲載している代表電話の番号をトップページ上部からご覧いただける「お問い合わせ」のページにも掲載しました。さらに、トップページ上部にある「所在地・開庁時間・アクセスなど」の表示を「所在地・代表電話・アクセスなど」に変更し、こちらからご覧いただけるページに代表電話番号を掲載しました。（別紙1をご参照ください。）</p> <p>・また、実現は少し先になりますが、現在大阪市全体でICTの活用を進めており、その中で来庁者や電話でよく尋ねられる質問に回答するチャットボット（人工知能を活用した自動会話プログラム）の開発に取りかかっています。現段階では職員専用として整備していますが、将来的には市民に公開していくことをめざしています。</p>

Cグループ（金沢委員、原田委員、前川委員、松木委員）

	意見内容	対応
①	<p>・区民意識調査に回答するのは区政に興味のある人と考えられるので、そういった人の中でも情報が届いていると感じている人が半数もいないのは由々しき問題。区民がどんな区政情報を欲しいと思っているのか、情報を取りにいっきっかけづくりやニーズの把握が大事ではないか。</p>	<p>〔政策推進課〕</p> <p>・令和元年度の区民意識調査で、広報紙で取り上げてほしい内容についてアンケートを行っています。その結果をみると、「防災」、「防犯」、「講座・イベント」に関する情報の掲載のニーズが高かったことから、これらのテーマをとりあげた記事を作成しています。</p> <p>・また、年代別にみると、10～30代では「こども・子育て」に関する情報のニーズが最も高くなっており、こども・子育てに関する情報の掲載も行っているところです。</p> <p>・時期をみて再度ニーズ調査を実施し、区民が必要としている情報を的確に発信できるよう取り組んでいきます。</p>
②	<p>・区政情報をわかりやすく、入手しやすくすることが必要ではないか。区政情報を得ることの「お得感」をアピールしているのでは。そのためにもホームページのレイアウトをもう少し考えて、例えば若年層はホームページを見に来ていないのであれば、若いクリエイターに頼んで若い人たちが興味を持つような内容を載せるとか、他の区の取組も参考にしてやってみることが大事と思う。</p>	<p>〔政策推進課〕</p> <p>・区政情報の中には、生活に困ったときの支援や市民活動をしたと思った時の相談先など、役に立つ、お得な情報があるので、そういった情報をすぐに見つけられるようにしていくことが重要と考えています。</p> <p>・ホームページ全体のレイアウトの変更には経費がかかるため、可能な範囲で例えばトップページ上部で大きな画像（現在7種類掲載）を載せている部分に役に立つ、お得な情報に誘導するバナーを設置していくなど、より多くの区民に区政情報へアクセスしてもらえ工夫を、他の自治体や区のホームページも参考にして進めていきます。</p>
③	<p>・堺市のハニワ課長が結構話題になっているので、こういった発信力のあるキャラを使うことも大事。そういった意味で、すみちゃんを前面に打ち出して発信したらいいのではないか。</p>	<p>〔政策推進課〕</p> <p>・いただいたご意見を受けまして、広報紙令和3年10月号からすみちゃんを広報紙の1面で大きく目立つように活用し、インパクトがあり親しみがわくような紙面づくりを行いました。（別紙1をご参照ください。）</p> <p>・区民に人気の高いキャラクターであるすみちゃんを前面に打ち出した発信を継続して行うことはもとより、より多くの区民に広報紙をみていただき、区政情報にふれるきっかけとなるよう、さまざまな手法を研究し駆使していきます。</p>
④	<p>・SNSは楽しさやエンターテインメント性が必要ではないか。例えばホームページに広告を出している事業者等の情報を見た人から先着100名はその事業者等の商品を割引してもらえるとといったものがあれば、それを目的に区ホームページに入ってくる人もいるのでは。まずは入ってくる人を増やさないといけない。不公平にならないよう配慮は必要と思うが、互いにメリットを得られる形で、こういったものもあればいいのかなと思う。</p>	<p>〔政策推進課・教育文化課〕</p> <p>・SNSのうち、すみよしの魅力を発信しているInstagramについては、区民の皆さんがハッシュタグ「#えーとこ住吉」をつけて投稿した住吉区の魅力が伝わる写真を区役所公式アカウントで転載してご紹介しておりますが、「#えーとこ住吉」をつけた投稿がまだ少ないため、このInstagramの取組について引き続き区民の皆さんに周知を行います。また、区内公立高校の生徒には、「#えーとこ住吉」をつけた積極的な投稿をお願いしており、高校生の感性で住吉区の魅力を発信してもらうことで、若年層にも興味を持ってもらえるような内容にしていきます。</p> <p>・歴史・文化情報を発信しているFacebookについては、これまでは新たなイベントや講座の開催のお知らせが中心となっていましたが、今後はできるだけ親しみやすい表現で発信を行うとともに、閲覧数を増やすため信頼できるサイトへのリンク、ショート動画の貼り付け、ハッシュタグの利用などで楽しめる内容にしていきます。</p> <p>・イベント・地域情報を提供しているTwitterや子育て情報を提供しているLINEについても、写真やイラストを活用するなどしてより多くの方にみていただけるよう工夫していきます。</p> <p>・ホームページに広告を出している事業者等との連携については、区民への割引やプレゼント等を条件として低価格の広告料金を設定することは可能ではありますが、そのような条件付き広告に対して事業者等のニーズがあるかどうかも含めて調査・検討していきます。</p> <p>・また、ご意見いただいた、民間事業者と連携して区ホームページを見た方の中から抽選でグッズをプレゼントするような企画などについても検討を行い、区ホームページのアクセスが増えるような仕組みについても検討していきます。</p>