

令和4年3月4日 予算審査特別委員会第一分科会（総務財政委員会所管分）

○西委員 堺創志会の西でございます。よろしく申し上げます。

通告に基づいて質問させていただきたいと思いますが、2款総務費、1項総務管理費、第5目文書広報費に関連をして戦略的広報推進事業についてからお聞きをしていきたいと思いますが、戦略的広報ということで皆さん非常に頑張ってください、いろんな工夫をされてるとのことだと思いますけれども、戦略的広報推進事業の概要と予算額についてお示しくください。

○東野広報戦略推進課長 戦略的広報推進事業につきましては、市内外に堺の施策や魅力を効果的に発信し、市政への信頼獲得、ブランド力の向上など、堺のプレゼンスを高めることを目的に取り組んでおります。令和4年度は堺市広報戦略に基づく各部局の広報活動のサポートやインスタグラムを活用した情報発信、また堺名誉大使を務めていただきましたさいとう・たかをさんの作品を活用した魅力発信事業など、合計で2,153万7,000円を計上してございます。以上でございます。

○西委員 いろいろと魅力発信に向けて皆さんで工夫しながら取り組んでいただいているということだと私は理解をしているんですが、これ何を解決をしようとしているのかというイメージを共有していかなきゃいけないということだと思いますけれども、事務事業予算要求シートですね、見てたところ、成果指標が広報活動をサポートした各部局の事業の数値目標の達成件数と書いてあるんですね。行動指標じゃないんですね。この成果指標、どのような内容かお示しくください。

○東野広報戦略推進課長 広報の成果指標といたしましては、各部局の広報活動がどのように事業に効果があったのか測定をすることが重要というふうに考えてございます。堺市広報戦略に基づきまして、令和3年度から年度当初に設定した重点取組事業の広報計画を立てまして、広報活動に取り組んだ効果検証を行っています。これらを通じまして、各事業の広報活動の目標達成状況を把握することによりまして、広報活動による課題の抽出や改善につなげることをめざしてございまして、戦略的広報推進事業の成果指標といたしましては、各部局の事業の数値目標の達成件数を設定をいたしました。以上でございます。

○西委員 これ後ほど申し上げますが、これはどちらかというと行動指標に近いようなイメージはあるんですが、取り組まれている内容としては非常に評価をしたいというふうに思っています。それぞれの現場の皆さんが頑張っているいろいろな事業をどのように広報的観点からサポートしていくかということ、長年、委員会や分科会で議論してきましたし、

そのことに向けて現場の課の皆さんがやっぱり専門家としてそれぞれの現場では分からないことをいろいろとノウハウやナレッジを提供していただいているということだと私は理解をしているところでありますが、具体的にどのようなサポートを行っているか、ぜひお示しをいただきたいと思います。

○東野広報戦略推進課長 広報戦略部では、令和3年度から広報相談窓口を設置をいたしまして、各部局が自ら取り組む事業の広報活動を効果的、効率的に実施できるようサポートを行っておりまして、これまで60件の相談に応じてございます。具体的には、カスタマージャーニーの考え方を取り入れた効果的なターゲット設定であるとか、タッチポイントの助言などを行いまして、適切な広報媒体のほうに誘導をしてございます。また、戦略的広報の具体的な考え方や進め方を示しましたマニュアルのほうを作成いたしまして、職員研修のほうを実施をし、多角的なサポートを行ってございます。以上でございます。

○西委員 まさに行動を頑張っているということだと思うんです、こだわって申し訳ないんですが。このカスタマージャーニーとかタッチポイント、まさにこれ議論してきたことだと思います。このことについてもいろいろと皆さんの中でいろいろとかみ砕いていただいて、現場のところにタッチポイントの重要性、カスタマージャーニーとは何なのか、そんな話を毎年毎年どんどんレベルが上がっていきながら、現場にいろいろと指導といいますか、アドバイスといいますか、していただいているというのは非常にいいことだなというふうに思ってます。この議事録の中でカスタマージャーニーとかタッチポイントというのは、なかなか他市議会の議事録を検索しても出てこない中で、こういうことを当局の皆様が答弁をしてくださるとするのは非常にすばらしいことだと思ってますが、しかしながら戦略的広報ということで、それがでは何をやろうとしてるのかということが入ってないと、やっぱり成果指標というのはなかなか難しいと思うんですね。この間もう何年かですが、やっぱり何の価値を皆さんの頑張りによって評価を上げていこうとしてるのかということをしつかりと評価指標にしなきゃいけないんじゃないかというふうに議論をしてみました。やっぱり広報を戦略的に推進するために、やっぱりEBPMという議論もありますけれども、調査をしつかりやっていかなくちゃいけないということだと思います。特に堺市に対して、いろいろと市外から流入をしてきたり、人口移動、引っ越しをされる場合もありますし、もしくは観光かもしれませぬ。そういうときに戦略的広報をやったことによって、どういふふうにイメージが転換をして流入が増えた、転入が増えたということもしつかりと、せっかく皆さん頑張ってくださいってるのに、その価値が評価されない状況になってますから、やっぱりそのことについては本当に堺市が知られてないのか、知られてるけれどもイメージは最悪なのか、もしくは場所が実態以上に遠く感じられているのか、いろんなことがあり得ると思いますけれども、そういうことをまずは調査をして、そのデータに基づいて戦略的広報を行うということがまさに戦略的広報なんじゃないかなというふうに思いますけれども、

その認識についてお示しいただけますでしょうか。

○東野広報戦略推進課長 広報活動におけるターゲット設定やタッチポイントを考える上で、データに基づきまして取り組むことは必要であるというふうに考えてございます。そのことから、本市の都市イメージをはじめ必要なデータを収集・分析できる調査等を定期的実施する必要があるというふうに考えておりました、令和4年度にはそのための調査業務の予算を計上してございます。調査で得られたデータについては分析・検証した上で庁内に情報も共有いたしまして、各部局の取組と連携することにより、広報活動を戦略的に取り組んでいきます。以上でございます。

○西委員 それに取り組んでいただいております。ぜひよろしくお願ひしたいなと思っております。調査業務、これまでも何度か申し上げましたが、必ずしもお金を1回単発でごとにかける、たくさんかけることがいいかどうかというのも議論があると思います。よくあるのは、廉価でやれるのはオフィステストといたしまして、これ申し上げるまでもないかもしれませんが、やっぱりオフィスの中で関係する方にまずは聞いていく、この堺市の職員さんにも、御家族ももしかしたら堺市外にお住まいの方もたくさんいらっしゃると思いますし、まずはその方に堺市がどうイメージで見られてるかということ、ボランティアなのかかもしれませんが御協力を求めてアンケートをしていく、その中で仮説をつくってネット調査につなげる、そういうことによって予算を効率的に運用しながら、いろんな調査ができるんじゃないかなというふうに思っておりますので、そういうことも含めてしっかりと調査をしていただいて、そして何の価値を上げようとしているのか、何の項目を挙げようとしているのか、しっかりと議論を早く始めていただきたいなと長年思っておりますので、ぜひ、コロナでなかなかいろいろデータが狂う部分もあるというふうにお聞きをしておりますが、ぜひよろしくお願ひしたいと思っておりますが、長年議論してきました浦部部長、決意をお願ひできませんか。

○浦部広報戦略部長 私も課長時代からずっとデータに基づいて戦略的な広報を進めるということは委員とも議論してきた間柄ですので、意図は理解して今後進めていこうと考えておりますけれども、なかなかその意識を各局に浸透させるというのが難しい状況でありますので、来年度、収集したデータを基に、こういう状況下にあるという分析に基づいてしっかりと発信に取り組んでまいりたいと考えております。以上です。

○西委員 ありがとうございます。いろいろと庁内でいろんな議論の積立てがあつてここに至つてるということは理解しておりますので、ぜひよろしくお願ひしたいと思っております。次の項目に移ります。広報さかいについてお聞きをしたいと思っておりますが、この制作に関する予算額とその内訳についてお示しください。

○河盛広報課長 令和4年度の広報さかいの制作に関する予算額でございますけれども、印刷製本費といたしまして7,397万8,000円、企画制作委託料といたしまして978万6,000円、合計8,376万4,000円の計上をしております。広報さかいにつきましては、令和3年10月にリニューアルをしております。紙質を変更することで、従来の予算額の範囲内で全ページカラー化を実現をしております。また、市政情報を分かりやすくお伝えし、これまで以上に興味・関心を持っていただきますように、デザインやレイアウトの見直しを行ったところでございます。以上です。

○西委員 今お示しをいただいたように、我々議員のところにもこのリニューアルについての紙が届きました。また市長の記者会見もありました。これ来たときに、こうやって書いてありますから、私はずっとロゴのことをリニューアルなのかなと思ってましたし、市長も記者会見でロゴをリニューアルしたというお話をされてたと思いますが、このロゴの変更の意図や選定理由についてお示しく下さい。

○河盛広報課長 広報さかいは今回、安心と発見を届ける、市民の頼りになる広報紙といたしましてリニューアルの編集コンセプトを掲げ、堺市の変化や魅力を市民により伝えられる媒体となるように内部を工夫をして発行しております。リニューアルを視覚的にも効果的に伝えるために、表紙面と併せまして、タイトルロゴにつきましても広報紙のリニューアルを特徴づけるものとして変更をいたしております。タイトルロゴ単体のデザインコンセプトのほうは掲げず、表紙面全体といたしまして、若い人にも読みたいと思ってもらえるように魅力が伝わる写真やイラストを大きく印象的に配置をいたしまして、情報を最小限に抑えたシンプルなデザインとしております。タイトルロゴにつきましても、表紙面のデザインやリニューアルコンセプトに沿ったもので、印刷・デザイン事業者から提案をされたものを選定、改良いたしまして、シンプルで柔らかい印象のあるロゴ向けのフォントと、ポイントに堺ブルーのほうを採用させていただきました。また、アイコンといたしまして旧堺燈台を表記をいたしまして、月号の部分につきましては古墳アイコンのほうを使用して、堺らしさと分かりやすさのほうを両立をさせていただきます。以上です。

○西委員 今のお話をお聞きしながら、少し不思議なんですね。これだけロゴが前面に出てくるんですが、ロゴ単体のデザインコンセプトは掲げてないということによろしいですか。

○河盛広報課長 これはプロポーザルのほうで業者のほうから提案のほうをしていただいているんですけども、あくまで広報紙のコンセプトと、併せましてまた表紙面全体としての仕様のほうを提示いたしまして、このロゴの採用に至ったものでございます。以上です。

○西委員 ロゴについては単体では求めてないということなのですが、さっき御答弁の中で、広報さかいは安心と発見を届ける、市民の頼りになる広報紙ということでお示しをされていますが、なかなかこれ感覚の問題なので、答弁は求めませんが、広報さかいの文字、大分細くなったんですね。これを見たときに、少しこれは感覚なので1人の感想ではありますが、ちょっと頼りがいというのは少し弱くなったかなというふうに思ったわけですが、それは感じ方の問題なのかなと思って、どういうふうにロゴをリニューアルの発注をしたのかなというふうに思ったわけですが、ロゴについては特段ロゴだけをどうしたいということはないので、その注文趣旨にオリエン趣旨に合ってるかどうかというのは議論のしようがないんですね。でも、安心して頼りになる広報紙ということをめざすのであれば、やっぱりロゴもそういう、ロゴっていうのは恐らく大事というのは、恐らく全体を表す表現するものだというふうに思いますので、実際だからこそ皆さんこうやって議員提供資料にも、ここの題字の部分だけ強調して出されてるわけですから、象徴的なものがそういうコンセプトに基づいてるもので作ってほしいということを依頼を出してほしかったなというふうには思うわけでありまして。そういう観点もこれから、今さらこれ変えようがないですから、ちょっとそれはぜひこれからこういうことを考えていくときに1つ覚えておいていただきたいなというふうに思います。それで、堺ブルーの色の統一など、堺らしさをしっかり伝えていくということでありましたが、なかなかこのプロジェクターでも見せにくいんですけど、全体を通したデザインというのはあるのかなというふうに思っています。お聞きをすると、この上の堺の文字の色とこの下の堺の文字の色と、この下の堺の文字の色は比べると大分違って見えるんですが、発注上は同じ色でやってるとということなんですけれども、それはじゃあ色は統一していただいているのかなというふうに思うわけですが、じゃあこれは何なんだろうというふうに思うわけですね。堺区の堺という文字、この題字だけで堺という文字、3つも4つも全く違うフォントが使われてるんです。ここの袋文字、堺区公式Instagramと堺市堺区エリアスタートも全く文字違うんですよ。この担当課長もいらっしゃいますけど。つまり全体としてしっかりと統一感を図っていくことというのは大事なんじゃないかなと思います。いかがですか。

○河盛広報課長 広報紙といたしまして、全体的な理念に基づいて作っていくことは当然大切なことというふうに考えております。その中でも堺らしさを出していくことはもちろん、他者に情報が適切に伝わるようにするためには、字体それからデザインの統一を図ることというのは中でも最も重要なことの1つと考えてまして、現在全庁にその意識のほうに浸透するように取り組んでいるところでございます。以上です。

○西委員 一つ一つあげつらうのも恐縮ですが、先ほども申し上げましたが、ぜひ広報部の皆さんは各部署にしっかりとコンサルティングをしていくというか、ちゃんと意味を伝えていくということ、大事なミッションだと思いますので、よろしくお願ひしたいと思

います。次の項目に移ります。地方分権及び広域連携推進事務では、全国青年市長会負担金として予算が計上されていますが、幾らでしょうか。

○戸松広域連携担当課長 全国青年市長会負担金は令和4年度予算に地方分権及び広域連携推進事務として6万円を計上しております。以上です。

○西委員 すみません。6万円が計上されているということですが、この全国青年市長会とはどのような団体ですか。

○戸松広域連携担当課長 全国青年市長会は昭和63年6月28日に同世代による情報共有、意見交換により会員相互で研さんすることなどを目的設立された団体で、49歳までに当選した市長に加入資格があり、本市は令和元年8月に加入しております。同会が実施する事業としては、会則において会員相互の意見、情報の交換、市政に必要な施策の調査研究、研さんを通じた国への提言とされています。以上です。

○西委員 この事業の目的は何でしょうか。

○戸松広域連携担当課長 目的ですが、事務事業の目的ということでよろしいでしょうか、すみません。この地方分権及び広域連携推進事務の事務事業について御説明させていただきます。分権型社会の実現による住民サービスの充実及び自治体連携による広域的行政課題の解決と考えております。以上です。

○西委員 この青年市長会の目的、何ですか。

○戸松広域連携担当課長 全国青年市長会の会則に目的が書いてございます。「本会は、新しく時代を切り拓くために会員同士の若い情熱とエネルギーをぶつけあい、共に本音で研鑽し、もって地方自治の発展に寄与することを目的とする」と記載されています。以上です。

○西委員 事務事業で合ってますか。

○戸松広域連携担当課長 全国青年市長会の活動ですが、活動や取組については自治体が抱える様々な行政課題の解決につながるものと考えております。本市としては指定都市市長会や大阪府市長会などに加え、様々な機会を捉えて情報共有や意見交換を行い、行政課題に対応していく必要があると考えており、同会もこうした場の1つとして認識しております。以上です。

○西委員 これ、青年じゃなきゃ加入できないんですよね、会の目的を見る限り。自治体としてのお付き合いじゃなくて市長としてのお付き合いされてるんですよね。交際費としてこういうことが計上されているのであれば、それは他市が幾つもありました。室蘭市、一宮市、みんな加入されている市、見ていったら交際費で加入されているところがたくさんあります。そこまで否定するつもりはありませんが、少なくとも事業目的に合っていないんじゃないんですかと思いますが、合ってると思われませんか。

○戸松広域連携担当課長 繰り返しになるんですが、先ほど申し上げたように、同会の活動や取組については自治体が抱える様々な行政課題の解決につながるものであると考えております。以上です。

○西委員 大分無理があると思うんですね。これいろいろとちょっと昼休みにも各市の計上の仕方を見て、深谷市は財政が大変なので負担金見直しということで平成24年に廃止されてるんですが、それ以外もさっき申し上げた室蘭市とか交際費に入っています。ところで、これ6万円は負担金ですか。

○戸松広域連携担当課長 負担金として計上しております。以上です。

○西委員 全国青年市長会の規則に会費についての規定がありますが、何て書いてあるかわかりますかね。

○戸松広域連携担当課長 本会の運営に関する経費については、会員がこれを分担し、年額3万円とするというふうに記載されております。

○西委員 何で6万円が3万円なんですか。

○戸松広域連携担当課長 今回令和4年度の負担金として運営費総会費として6万円というふうに予算計上させていただいております。内訳としましては、先ほど申し上げた運営に関する会費及び総会費相当分ということを事務局から言われてまして、その分を合わせて6万円を計上しております。以上です。

○西委員 さっきそれ言ってないじゃないですか。

○西川良平会長 西委員、申合せの発言時間が超過しておりますので、簡潔にお願いします。

○戸松広域連携担当課長 それを含めて負担金ということで計上しております。

○西委員 時間がないので終わりますが、これ各市は3万円と書いて、堺市だけ6万円と書いてるんですよ、僕が調べる限り。御答弁の内容でも全くそのことについて最後に言われたと。このことについてはまた取り上げますので、よろしくお願いします。終わります。