

## 総務常任委員会視察報告会 要点記録

日 時:令和7年12月15日(月)11時28分～11時56分

場 所:岸和田市役所第1委員会室

出席者:委員長 西田武史/副委員長 河合達雄

永野紗代/南加代子/井舎英生/友永修/岸田厚

視察の行程:

10月30日(木)東京都荒川区 荒川区自治総合研究所と荒川区民総幸福度  
(GAH)の取組について

10月31日(金)静岡県浜松市 SNSを活用した情報発信について

報告会での発言要旨

### ■岸田委員

#### 【荒川区】

◆荒川区自治総合研究所は市からの派遣が5人、財団職員が2人、補助金として研究所に市から支出されている。

財団独自の研究機関のようではあるが、研究内容は市と協議を行いテーマを決めているようである。現在の研究所の主な仕事は、毎年行っている「荒川区民総幸福度(GAH)」の分析がおもな業務と感じた。

調査研究費については補助金の枠内で行うということなので、独自の調査研究を行うことは難しいように感じた。

自治総合研究所という市からの独立財団なので、独自の研究テーマを決め行っている機関であると想像していたがそうではなかった。「荒川区民総幸福度」の調査については、毎年同じ項目で調査をすることにより統計的には変化が分かりやすいということではあるが、幸福度を調査する項目としてふさわしいのかは、項目の検討することが必要であると感じた。

「幸福度」を求めることは大切だが、それぞれ幸福の概念が抽象的なものを、無理やり数値化することが、市民の幸福度につながるのかは疑問に感じた。

毎年の調査結果を基に、市の施策につなげていくということは期待できるが、毎年項目により点数が異なるのはなぜなのかの詳細な分析が行われていないようなので、施策に生かされているのか疑問に感じた。本市も毎年行っている「市民意識調査」をうまく活用すれば、十分活用できるように感じた。

#### 【浜松市】

◆行政の情報提供の手段としての SNS の活用は今では当たり前ようになってきてい

る。それゆえ、こういった内容の情報をどのような情報媒体を使って発信することが必要かが今問われている。

浜松市では広報広聴課内に報道グループ(5人の職員2人の会計年度職員)が SNS の発信をする担当と位置付けられ取り組んでいる。

「フェイスブック」「X」「LINE」「YouTube」を中心にそれぞれの課で発信してほしい情報を報道グループで更新する作業を行っている。

各課の情報を集中し専門的な部署を設けることによって、市民に情報を発信できることは大切である。

職員の専門性が問われると感じ、職員の日々の研鑽が重要であると感じた。

ソーシャルメディアを積極的に活用し、市民に行政の情報を発信することを積極的に位置づけていることにより、活用する職員の増加に伴い、ガイドラインを「業務編」「プライベート編」を策定し、職員が利用する際の指針として位置付けている。

SNS の活用でのトラブルが増えていることへの、対応としてのガイドラインの設定は大変重要である。また、メディアリテラシーに対する日々の職員の研鑽の必要性を感じた。

ソーシャルメディアを活用できる市民にとっては、大変有意義なものではあるが、情報弱者と呼ばれる人にとってどのように情報を提供していくのか、紙の媒体も含め、すべての市民に情報格差が生じないようにすることもこれからの課題だと感じた。

## ■友永委員

### 【荒川区】

- ◆荒川区自治総合研究所がどのような組織で、また、その組織が行うアンケートにより、どのような結果が得られているのかなど説明を聞いた。荒川区から独立した組織であること。しかし、構成員 7 名のうち、5 名が区の職員が出向、2 名が研究員であり、区からの補助金を研究費にあてているとのこと。そこで、区の職員が出向しているといっても、区の事業に対して意見等(口を出す)を行うことに対して、庁内での摩擦は起こっていないのか疑問に思い尋ねてみたが、そういうことは起こっていないとのことだった。区長が代わり、この取り組みに対する新区長の思い入れが非常に強かったことが理由ではないかと付け加えていた。調査については、①健康・福祉②子育て・教育③産業④環境⑤文化⑥安全・安心などのテーマで、質問項目を 5 段階評価するものである。これを毎年行っており、ここ数年の結果をグラフで見たが、例えば⑤文化のグラフでは、令和 3・4 年がぐっと低い数値になっていて、これはコロナにより、文化に関する事業や活動が取り組めなかったことが、しっかり反映されていた。継続して取り組むことにより、区民が幸福を感じている度合いと幸福を感じるための重要度(ニーズ)が一つのグラフに表され、区民サービス向上のために、何が今必要な取組なのか分析できるようだ。その分析結果から、具体的な施策につなげるため、提言等を行い、実際に区の部局が事業化する流れが出来ているようだ。実際に、荒川区民の総幸福度は右肩上がりに上昇して

いるとのことだった。20 年後の荒川区の目指すべき将来像として「幸福実感都市あらかわ」と荒川区基本構想を策定されている。幸福度が増せば、郷土愛も大きくなると思うし、地元から転出しようとする考えも起こりにくくなるのではないかと考える。そのため、取組の一つとして、総幸福度アンケート調査は有効だと思った。岸和田市においても、調査・研究すべきではないかと考える。

#### 【浜松市】

- ◆各種 SNS を活用した情報発信について説明を受けた。浜松市広聴広報課が管理しているのは4種類で、そのうち①Facebook②X③LINE の3つには、①「いいら」②「てんこちよ浜松」③「しゃんべえ情報局」といった、地元方言の名前をつけられていて、デジタルが苦手と言われる方(特に高齢者)にも馴染みやすいのではないかと率直に思った。広聴広報課の報道グループが、各部局から発信して欲しい情報を受け付け、Facebook は土日祝日も含め、毎日更新しているとのことある。担当者も大変だが、各部局も積極的に情報発信を心がけている。また、LINE などは、情報発信が多すぎるとノイズになってしまうことから、リッチメッセージやカードタイプメッセージ機能を追加調整するなど対応しているようだ。4 つめの YouTube「はままつ動画チャンネル」では、市政情報番組や広報動画、市長の定例記者会見を公開している。岸和田市でも、テレビ岸和田による市政情報番組やトピックスなど行っており、情報発信を大きく担っていると思う。ただ、若年層への発信は、YouTube などの方が有効的ではないかと考える。その若年層向け情報発信の一つに、地元の方が出演し地元の魅力を伝える動画「ハマロコ〜だって、幸せはここにある〜」という短編動画(CM)があり、視聴させていただいた。地元の紹介場所に出向いて撮影。素人感が伝わってくるやりとりが、逆に身近に親しみやすく感じる動画だった。これを、YouTube に加え、Tver や駅周辺デジタルサイネージ等で発信することにより、若年層に届きやすいよう工夫されている。そして、取り組む狙いの一つに、若年層の市外転出を防ぎたいとの思いもあるとのことだった。最後に、浜松市ソーシャルメディア活用のガイドラインを「業務編」「プライベート編」に分けて作成しており、「職員一人ひとりが本市の広報マンであり、PR マンである」という意識のもと、浜松の魅力の発信に努めてもらうことを目的とすると強調されていた。自身も含め、見習う点が多くあったと感じた。

#### ■永野委員

##### 【荒川区】

- ◆GAH は、従来の経済指標だけでは捉えきれない住民の幸福や満足度を総合的に把握し、行政施策に反映させることを目的とした指標である。区民にアンケートを実施し、健康・教育・経済・生活環境・コミュニティ・防災などへの意識を多面的に測定し、区民の主観的な幸福度を重視している点が特徴である。  
幸福度の低い分野を分析することで、行政施策の改善に役立てることができる。例えば、

参加者が高齢化していた防災訓練を見直し、大人から子どもまで防災を学べるイベントに切り替えた事例がある。このように分析結果を深掘りすることで課題を発見し、具体的な改善策を実行できる点が有効であった。

市民の実感を尺度に、施策評価を行う仕組みを導入することで、行政施策をより生活者目線に近づけることができる。また、住民参加型の指標づくりを行うことで、行政への信頼や自治意識の向上が期待できる。幸福度という価値を行政と市民が共有することにより、協働によるまちづくりの基盤が強化されと考えられる。

つまり、GAHを導入することで、本市においても、市民の幸福を中心に据えた持続可能な自治体運営が可能となり、市政課題を把握するための有効な手段として活用できる。

#### 【浜松市】

- ◆浜松市における SNS を活用した情報発信の取組は、市政への関心を高め、市民参加を促進する上で大いに参考になるものであった。広聴広報課が中心となり、複数の SNS を目的別に使い分け、各課が迅速な災害情報の通知や行政政策の周知、市主催のイベントの告知などを実施することで、市民への自治体広報の役割を果たしている。さらに、インフルエンサーの起用やインターネット広告を利用して地域の魅力を発信し、地元の良さに気づいてもらうことで、人口減少の抑制や地域経済の活性化につなげようとしている。このことは、人口減少が続く本市にとって、これからの情報発信の方向性を考える上で大いに参考となる点である。

導入に際しては、SNS の特徴を十分に理解し、ソーシャルメディア活用ガイドラインの策定や職員のリテラシー向上のための研修、投稿前のチェック体制の確立等が大変重要である。浜松市のように、ターゲット層を明確に設定し、効果検証を行いながら継続的に改善していくという取組を参考にしながら、本市においても導入を検討していくことが必要だと感じた。SNS を活用させることで、市民により身近で分かりやすい行政情報の提供が実現し、地域の魅力発信や人口減少対策にも効果を発揮できると考える。

#### ■南委員

##### 【荒川区】

- ◆荒川区では、区民の主観的な幸福感を可視化し、それを行政施策に反映する仕組みを構築しており、自治体としての在り方や市民との関係性を改めて考えるきっかけとなった。

GAH(荒川区民総幸福度)は、区民アンケート調査をもとに、「健康福祉」「子育て教育」「産業」「環境」「文化」「安全安心」の6分野に分類された計 46 の指標で構成されている。これらの指標は、区民の生活実感や価値観を反映したものであり、単なる統計ではなく、幸福の“実感”に焦点を当てている点が特徴的である。分析結果は区の基本計画や個別施策に反映されており、政策形成の根拠として活用されている。

特に印象的だったのは、2024 年でこの取組みから 10 年を迎え、区民の幸福実感の変

化をまとめた冊子が策定された点である。これにより、区民自身が「自分たちの声が政策にどう活かされてきたか」を実感できる仕組みが整えられており、行政と市民の信頼関係を築く上で非常に有効な手法であると感じた。

また、荒川区はこの取り組みをさらに発展させ、「幸せリーグ」という基礎自治体連合の発起人となり、現在では全国 62 の自治体が参加している。住民の幸福実感向上を目指す理念を共有しながら、互いの取組みを学び合うこのネットワークは、自治体が単独で課題に向き合うのではなく、横のつながりを通じてより良い地域づくりを進める新たなモデルであると感じた。

視察を通じて改めて実感したのは、行政機関は市民が困ったときの「最後の砦」であると同時に、「この町に住んで良かった」と思える幸福実感を呼び起こす存在であるべきだということだ。そのためには、制度や施策の整備だけでなく、市民の現状や「こうなればいい」という期待の声を、継続的に聞き取り、受け止める姿勢が不可欠である。

荒川区のように、アンケート結果を施策に反映し、その変化を市民に見える形で示す取り組みは、行政と市民の信頼関係を築く上で非常に有効である。市民の幸福実感を行政の目的として位置づける姿勢は、自治体の本質的な役割を再認識させてくれるものであり、岸和田市においても、こうした理念と仕組みの導入を検討する価値があると強く感じた。

#### 【浜松市】

- ◆近年、ソーシャルメディアの普及に伴い、地方自治体においても情報発信力の強化が求められている。なかでも浜松市では SNS を戦略的に活用し、市民との双方向コミュニケーション力が育つ取組がなされている。Web サイトによる公式情報の掲載と併せて、X(旧 Twitter)、Instagram、LINE、Facebook、YouTube などの SNS を活用し、刻々と変化する状況に対応した情報発信、たとえば、ブログ「浜松の元気」や X アカウント「家康くんのつぶやき」など、ご当地キャラクターや地域にちなんだ名称を用いることで、市民にとって親しみやすく、検索しやすい工夫がなされている。また、LINE では原則として日に 1 回の投稿、Facebook では毎日更新を行うなど、世代に応じた媒体活用が意識されている。さらに、YouTube では人気インフルエンサーを起用した市政動画を配信し、年間平均 7.3 万回の再生数を記録するなど、若年層へのリーチも拡大している。

こうした取組みの中で、情報発信の「正確性」と「効果」の両立についても確認を行った。浜松市では「ソーシャルメディア活用ガイドライン」を策定し、各課がそれに基づいて運用を行っている。ガイドラインには、発信内容の確認体制、誤情報の訂正手順、炎上リスクへの対応方針などが明記されており、情報の信頼性を担保する仕組みが構築されている。また、職員がスマートフォンを活用し、現場からのリアルタイムな発信を行うなど、柔軟かつ機動的な運用が実践されている。市民ボランティアも情報発信に参画しており、行政と市民の協働による広報体制が整えられている。

さらに、職員個人による SNS の活用についても「業務編」「プライベート編」に分けてガイドラインを整備し、遵守事項を明確に規定している。これにより、職員が安心して SNS を活用できる環境が整えられており、情報発信の自由度と責任のバランスが保たれている。

一方、岸和田市では、LINE や Facebook などの公式アカウントに対する運用方針は存在するものの、浜松市のような体系的な「ソーシャルメディア活用ガイドライン」は未整備である。現状では、各課が運用方針に基づき活用される言わば当たり前のルールでもある。しかし、職員個人の SNS 活用に関する統一的なルールや支援体制は十分とは言えない。また、情報提供の多くがホームページや広報紙による一方向的な発信にとどまっており、市民の多様なニーズに十分に応えられていない現状であると考ええる。

浜松市の事例から学び得たことを活かしていくには、岸和田市においても、各課の SNS 活用を促進し、媒体ごとの運用方針とガイドラインを整備することが求められる。また、浜松市の方針のように、職員一人ひとりが「広報マン・PR マン」であるという意識を持ち、日常的な情報発信に取り組む体制づくりが重要である。市民との双方向コミュニケーションを意識したコンテンツ制作と発信を進めることで、より開かれた、信頼される市政の実現につながるものと考ええる。

#### ■河合副委員長

##### 【荒川区】

- ◆荒川区民を幸せにするというシステムがあるという考え方を明示し区民の幸せを政策に加えているというのは画期的且つ先進的な取り組みをしていて、心の豊かさや幸福度を行政運営の尺度とする考えを明文化しそれを実際区民の幸福度にアンケートを取って結果悪いところを直し、良いところは更に強化するといった取り組みは区政に余裕がないとできないと思った。

本市も他市からみると現状かなり悪いイメージがあるので今のままでは人口増加どころか右肩下がり現状を打破するには市の中身を変えていかないと周りの市町村よりかなりの遅れを取り、それが市民の不安につながると思う。

職員の士気もそうだが市民のレベルも上げていかないとダメになると思う。

今回の視察で思ったことは市の職員や市民のヤル気次第で互いに幸せになっていくように思った。

市民は生活レベルを上げ、職員自体も士気を高めて派遣や他の会社に依頼ばかりせず 1 人 1 人の職員がもっと岸和田を良くしようという考え方でないと市が良くなっていかないと考えた。本市も市民総幸福度に取り組んで欲しい。

##### 【浜松市】

- ◆浜松市は広報がうまく浜松市ソーシャルメディアで様々な SNS アカウントを使い市民や市外の方に向けて情報発信を行っていることをお聞きし上手く利用していると思った。

浜松市の色々な情報が満載で「職員 1 人 1 人が広報マンであり、PR マンである」という意識のもと浜松の魅力発信に努めてもらうことを目的とし若年層の利用率も高く幅広い年代が利用しているそうで浜松市はその公式 SNS にかなりのカネをかけていて本市では現状無理な気がする。

本市は広報の仕方が悪く宣伝力もないと感じているがカネもかけてないのも原因の一つかなと感じる。

だんじりに関しては普通に動画を撮って YouTube に流すと観てる人も多数いるが他の行事等を流しても観てる人が少なく色々なイベントにしても市民は知らない人が多過ぎると感じているのでもっと本市を盛り上げるために広報は頑張っ欲しい。

浜松市の SNS を活用した先進的な取り組みはインフルエンサーを起用し市政情報動画を制作し公式 YouTube を公開したところ毎回 7 万回超えでやり方一つで変わる。

それもやはり財源が豊富でこれもカネ問題があると思われる。

広報に関しては重要な役割があるため週末のイベントは必ず参加し市内あちこちに向き写真や動画を撮り魅力ある本市をもっとアピールして行く必要があると思う。

今回浜松市の視察で感じたことは職員のヤル気、楽しく仕事をしていると思った。

## ■西田委員長

### 【荒川区】

- ◆2004 年当時の区長の「区政は区民を幸せにするシステムである」と言う強い思いからこの取り組みが始まっているが、大きく感じたことはトップの思い入れの強さとリーダーシップが実現に至らしめ、長きにわたり継続されていることや、新たに変わられた区長も継続して推進していることが、いかに荒川区にとって良い事業であることがかいみられた。全国 62 もの自治体や民間団体が賛同し、「幸せリーグ」という組織を立ち上げられていることも本気度の表れであると痛感した。今後、本市としてもまずは市長の熱い思いとリーダーシップを発揮して頂けることを切に願う。

### 【浜松市】

- ◆発信母体は Facebook, X, LINE, YouTube を活用した広報活動であり、本市の行っている母体と変わりませんが、圧巻だったのが庁舎吹き抜けに展示されているエヴァンゲリオン像で、このロケ地(アニメの舞台)として使われたことを活用して市を PR することと、YouTube チャンネルで人気お笑い芸人を活用し、面白おかしく市を宣伝しており、お金の掛け方が本市と全く違う印象を大きく受けた。また、担当職員の積極性を大きく感じた。

本市においても何事も予算が無いからできないとあきらめ気味の風潮を強く感じる昨今であるが、これがやる気のある職員のやる気を無くす要因ではないかと思う。予算がつかないからあきらめるのではなく、強い思いのある事業に対してつけてもらえる様な環境を作っていくべきであると感じた。