

議長（茅根猛君） 日程第 1，一般質問を行います。

通告順に発言を許します。

1 番藤田謙二君の発言を許します。

〔 1 番 藤田謙二君登壇 〕

1 番（藤田謙二君） おはようございます。1 番藤田謙二でございます。

ただいま，議長より発言のお許しをいただきましたので，今議会トップバッターとしての一般質問をさせていただきます。

まず冒頭，先月ニュージーランド，クライストチャーチ近郊で発生したマグニチュード 6.3 の地震により不運にも被災に見舞われ，いまだ行方のわからない日本人を含む多くの方々の一日も早い身元の確認，そして残念ながらお亡くなりになられました方々のご冥福を心からお祈り申し上げます。また，崩壊した建物や町の悲惨な状態などを報道を通じて拝見し，改めて震災の恐ろしさや耐震化対策に向けた取り組みの重要性を再認識した次第であります。

それでは，通告順に従いまして質問をさせていただきます。

多くの市民が，自分たちの住むこの常陸太田に愛着や誇りを持って暮らしていくためには，まず地域を知ることが大切であります。そのためには，さまざまな媒体を通じて地域の情報を提供していかなければなりません。また，そのような地域の情報や地域資源など，地域の財産ともいえるべく，常陸太田の魅力を内外に広げていくことこそ，交流人口の拡大にもつながり，ひいては市民力や郷土意識の向上にも大きく影響を及ぼすものと考えています。そして，何よりも情報の共有化を図っていくことがとても重要であります。

そこで今回は，情報の発信と地域の P R という観点から大きく 3 つの項目について質問をさせていただきます。

1 つ目は防災無線のさらなる有効活用についてでございます。防災行政無線については，導入当時と比べれば放送対象も広がり有効に活用されるようになってきていると感じています。特に，毎週金曜日午後 6 時 5 0 分からの定時放送は，大分定着されてきたように思います。一方で随時放送や地域情報放送に関しては，昨年 9 月の先輩議員の一般質問における答弁の中でも，公民館行事など地域イベントの放送については，運用基準において地域情報に該当するものについては放送可能となっており，利用申し出の簡略化など窓口となる所管課と調整を図っていく。さらに，でき得る限り市民の意見や反応をとらえながら適切な運用に努めていくと話されています。

私も以前からこの防災無線の利活用については，市民へ向けたリアルタイムでの情報提供の手段の 1 つとして，火災や行政情報以外にも防犯や公共性の高い地域イベントの案内などに有効活用していただきたいと願っていた一人であります。

現在，「広報ひたちおおた」や「ひたちおおたお知らせ版」などの広報誌を中心に，多くの情報が提供されており，今年 1 月に発表された茨城県広報コンクールにおいては，広報誌部門で「広報ひたちおおた」がはえある特選に選出されるなど，本市の広報誌が高い評価を受けたことは大変喜ばしいことであり，市民にとりまして読みやすい広報誌というのは，とてもあり

がたいことであります。

一方、防災無線を活用しての情報提供については、もっと有効に活用できる余地があるように感じてなりません。県内の自治体においても活用方法などがさまざまであり、いまだ防災に関する情報しか放送していない市町村もあれば、行方市などでは昨年11月の1カ月間30日中土日を含めた4日間を除く、実に26日間にわたりさまざまな情報提供を行っているといった実例もございます。

回数がすべてとは言いませんが、このように頻繁に放送するに至るまでには、当初はうるさいなどの苦情も多分にあったことと思います。しかし、なれてしまえば防災無線を使っての情報が今では当たり前になっているとさえ感じるわけであります。

そのような中で、本市における現在の運用状況について、昨年1年間週1回の定時放送以外の随時放送がどれくらい行われているのか。また、内容別に人名や身体の安全、火災関係、生活安全、行政情報、地域情報の5つに区分されているようですが、実際にどのようなあんばい、割合で運用されているのかについてお伺いいたします。

次に、地域情報など内容によっては、地域が限定されるようなケースの場合、その放送エリアについてどれくらいの小さい範囲まで地域を限定することが可能なのか。また、その地区の組み合わせも臨機応変に選択が可能なのかどうかについてお伺いいたします。

そして、せっかく放送対象項目が拡大されているのに、その効果が十分に発揮されていないように感じてしまうわけですが、その要因として利用申請システムに課題があるように思われますが、現在市民や所管課からの利用申請に当たり、どのような流れ、システムになっているのか。また、利用申請の簡略化に向けて今後の改善策など検討されているようであればお示し願います。

2つ目は、フィルムコミッションのかかわりについてでございます。映画やテレビドラマ、CM等のロケーション撮影などを誘致することによって、地域活性化、文化振興、観光振興を図る目的で、全国各地でフィルムコミッションが推進されています。

特に茨城県は映像制作会社が集中する東京から近距離にあり、変化に富んだ自然などさまざまなシーンの撮影に対応できるロケ適地を数多く有していることから、全国の中でも上位にランキングするなど注目され、県内各地で多くの撮影が行われています。

本市においても、2008年夏、映画ディアドクターのロケが2カ月間にわたり河内地区を中心に市内各地で撮影が行われたことは記憶に新しく、ロケ期間中は町じゅうが活気にあふれていたように思います。常陸太田市がロケ地として取り上げられることは、市民にとっても誇りであり、経済効果も期待され、そして何よりも地域の知名度アップにつながるなど、とても大きな影響をもたらしてくれます。

そこで、これまでのフィルムコミッションとのかかわりとその成果について、また現在本市のロケ地登録状況についてどれくらいの件数が登録されているのかについて、お伺いいたします。

そして、現在17自治体が加盟している茨城県フィルムコミッション等協議会への正式加盟

や、受身の態勢ではない積極的な攻めの姿勢で、今後フィルムコミッションへ積極的にかかわっていくべきと考えますが、ご所見をお伺いいたします。

3つ目は、市のホームページについてでございます。

ITの進化に伴い、今や情報の収集にはインターネットが欠かせない時代となりました。エジプトではツイッターやフェイスブックといったソーシャルネットワークが革命にまで大きな影響を与えるなど、世界で情報化時代の流れが物すごいスピードで進んでいます。

私も常日ごろインターネットを有効に活用しており、今回の一般質問に関してもかなりの情報をネットを通じて入手しているといった状況であります。そのような中、市民へはもちろんのこと、市外の方々への情報提供のツールとしてホームページというものは大変大きな役割を担っていると思っています。

そこで大切なのは情報量もさることながら、見やすい、わかりやすいといった観点と、一方的な情報の提供のみではなく、市民の意見や要望などを広く吸い上げるといったことも必要になってまいります。

そこで現在、市のホームページ上では運営に際してのホームページに関するアンケート調査や市政に関する意見、要望等を受け付けていますが、現在日々どれくらいのアクセス数があるのか、またアンケートや意見、要望などの問い合わせ件数、さらにはその結果をどのように活用されているのかについて、お伺いいたします。

また、県内44市町村のホームページに目を向けてみますと、全体的には行政独自の活字が多くかたいイメージの似通った形態が多い中、大洗町や大子町などはトップページに町のイメージ映像を取り入れるなど工夫されており、とりわけ大子町ではBGM入りの動画を多用し、トップページもアクセスするたびに動画の内容が変わるなど、町の雰囲気やイメージをうまく伝えるような戦略が感じられ、興味深い演出がなされています。

そのような中、本市においてもトップページ等にもう少し常陸太田市の魅力をイメージさせるような画像や映像を取り入れるなど、リニューアルを検討されてみてはいかがでしょうかと考えますが、ご所見をお伺いいたします。

以上、3項目8件についてお伺いいたしまして、私の1回目の質問を終わります。ご答弁よろしくお願ひいたします。

議長（茅根猛君） 答弁を求めます。総務部長。

〔総務部長 大森茂樹君登壇〕

総務部長（大森茂樹君） 防災無線のさらなる有効活用についてのご質問にお答えいたします。

初めに随時放送の状況でございますが、平成22年の随時放送は114件で、月平均9.5件となっております。定時放送をあわせると297件で、月平均24.8件となっております。なお、平成21年におきましてはインフルエンザや台風多発により333件と多くなっております。

昨年1年間の放送内容別につきまして多い順に申し上げますと、行政情報が121件40.

7%、生活安全が63件21.2%、地域情報が34件11.4%、人命・身体の安全が25件8.4%、火災関係が24件8.0%、その他30件10.1%となっております。

なお、期日の確定しました本市関連のテレビ放送7件につきましても、地域情報としてお知らせをいたしております。

次に放送エリアにつきましては、最小の範囲では小学校区単位での放送が可能となっております。地区の組み合わせも可能となっておりますが、全市放送以外では旧市町村単位での放送依頼が多い状況でございます。また、区域指定とは別に、市職員や消防職員、消防団員に特定して放送することも可能となっております。

次に利用方法でございますが、各課から時間、区域及び放送内容などを記載しました放送依頼書によって行っております。また、市民団体等からの放送要請につきましては、担当課によって依頼を受け付けているところでございます。利用申し出の簡略化など今後の改善策につきましては、地域の要望等を踏まえましてその活用を図るため、平成20年4月に運用基準の見直しを行い、放送対象項目の拡大を図ってきたところでございますが、前段申し上げましたとおり、昨年1年間の地域情報につきましては34件11.4%と活発な活用までには至っておりません。

運用基準において、地域情報放送に該当するものなどにつきましては放送可能となっておりますので、今後防災無線の利用方法につきましては、職員への周知徹底を図り、効果的な活用を進めてまいりたいと考えております。

議長（茅根猛君） 産業部長。

〔産業部長 江幡治君登壇〕

産業部長（江幡治君） フィルムコミッションとのかかわりについてのご質問にお答えをいたします。

初めにこれまでのかかわりと成果についてでございますが、茨城県内における映画の撮影などの統一的な相談窓口となり、ロケを積極的に誘致をするため、県が平成14年に設立をいたしましたばらきフィルムコミッションとのかかわりにつきましては、商工観光課が窓口となりまして、市内におけるロケに関する相談案内、宿泊施設や飲食店への紹介、エキストラ手配の協力、撮影に関する許認可等の協力を行ってきているところでございます。

また、最近の主な成果としましては、平成18年度は映画「フラガール」ほか3件、平成19年度はNHKのテレビドラマ「風の果て」、平成20年度は映画「ディアドクター」、平成21年度はNHKの朝の連続テレビドラマであります「ゲゲゲの女房」、そして今年度はAKB48のプロモーションビデオの撮影が行われております。

2点目の現在のロケ地登録状況につきましては、現在ロケ地としまして18件を登録してございます。映画やテレビドラマでのロケ地として採用されますことで、本市の魅力を広く発信できますことから、今後におきましてもロケ地候補地の調査を行い登録数を増やしていきたいと考えております。

3点目の今後のかかわりについてでございますが、茨城県フィルムコミッション等協議会は、

活動に関する調査研究，情報収集，意見交換等を目的としまして，茨城県を中心に平成20年度に設立をされております。議員ご発言のように，現在17市が加入をしております。本市は受け入れ組織等が未整備でありますことから加入をしておりますが，今後はロケ地候補地としてより多く取り上げられますよう，エキストラの登録制や撮影支援体制などを整備しながら，協議会加入へ向けて取り組んでまいりたいと考えております。

議長（茅根猛君） 副市長。

〔副市長 梅原勤君登壇〕

副市長（梅原勤君） 市のホームページについてのご質問にお答えをいたします。

市のホームページへの現在のアクセス件数でございますが，平成20年度は19万6,610件，リニューアルをいたしました平成21年度には27万1,456件，今年度は2月末時点でございますが27万7,497件，3月末の件数では30万件に達するものと見込んでございます。

また，意見要望の件数でございますが，年集計で平成21年度は107件，22年度は57件でございました。22年5月からはトップページ内にホームページに関するアンケートを開設いたしました。しかしながら，お答えいただいた方が極めて少数で2件でございました。投稿された意見要望につきましては事務事業に関するものが多く，担当部署に報告をしまして参考とするとともに，必要なものにつきましては速やかに投稿者に回答をしているところでございます。

次に，ホームページをもっと見やすく魅力あるものにできないかのご質問でございます。

現在のホームページは平成21年8月にリニューアルをし，トップページに掲載情報の項目を分類して掲載するなどして利用しやすい構成とし，リニューアル後のアクセス件数でございますが，約5割の増加となったところでございます。

しかしながら，議員ご発言のようにトップページの項目が多すぎてわかりづらいとか，画像が不足していて魅力に欠けるといったご意見もいただいております。今年度に市が整備をいたしました光ファイバー網によりまして通信容量の大きな画像を快適な環境で閲覧することが可能となりますことから，これを機にトップページを含めましてわかりやすい，利用しやすい構成にしたり，地域の話や催しなどを画像で迅速に発信したりするなどして魅力ある内容を検討し随時改正してまいりたいと考えております。

議長（茅根猛君） 1番藤田謙二君。

〔1番 藤田謙二君登壇〕

1番（藤田謙二君） ただいまは各項目ごとにご答弁をいただき，ありがとうございます。

今回の3項目の質問に関しましては，実は非常に相互のかかわりが深いため，2回目の質問については各項目とあわせて相対的な観点からの要望を述べさせていただきます。

1つ目の防災無線のさらなる有効活用については，現況理解をいたしました。平成20年4月の運用規定の見直し以降，放送対象項目の拡大に伴い，活用状況も増えてきているとのことですが，その対象項目の拡大変更が図られていること自体，そのものを知らない市民も

多いように感じます。

また、万が一ボリュームを低く設定されていたとしても緊急的な放送については強制的に通常通りの音量で流れるといった高性能なシステムになっていることなども伝わっていないように思われます。今一度、防災関連以外にも利活用できるようになったという点や無線機の機能などについても、市報やホームページ等を活用して改めて周知していただきたいと考えます。

新しい取り組みを進めるに当たっては、まずその情報をしっかりと伝えて理解をいただく、結果すべての市民の賛同を得られるということは難しくても、大多数の方に理解を示していただけることであれば、苦情などの処理に対応しながらも停滞や後退することなく、勇気を持って前進していただきたいと望んでいます。

また、協働によるまちづくりの推進という観点からも、各市民団体の開催する公共性の高いと認められる事業に関しては、告知の分野で行政がサポートしていただけることを切に望んでいます。

多くの団体にとって、事業自体に予算を捻出するのが精一杯で、なかなかPR、宣伝費用にまで十分な予算を取ることができていないのが現状であると思います。せっかくよい事業を行っても、その情報が伝わっていかなくては成果も薄れてしまいます。どうかその点を考慮の上、関係所管課の共通理解も含めてさらなる有効活用に期待します。

2つ目のフィルムコミッションのかかわりについても、現況理解をいたしました。

以前、市内の小学校の総合的な学習の一貫で開催されたシンポジウムに招かれ、伺ったことがあります。5年生の児童から常陸太田市を元気にするためのアイデアがグループごとに発表され、その中には佐竹寺を大河ドラマにするためのPR活動やホームページで古墳公園をつくるためのキャンペーン、または旅行雑誌「るるぶ」等に常陸太田市を紹介してもらおうキャンペーンなど、常陸太田をもっともっとPRし、地元が有名になってほしいといった意見が相次いでいました。

子どもたちの純粋な気持ちの中にも、自分たちの住んでいる町が有名になり、そして自慢したい、すなわち地域に愛着や誇りを持ちたいとの願いをかなえる手段として、テレビなどメディアの活用を訴えていたのです。

ぜひ、そのような観点からも、現在のフィルムコミッションへの登録地の定期的な見直しや更新・追加などを行いながら、町をセールスするといった気持ちで、積極的に常陸太田の魅力を内外に広めていていただきたいと要望いたします。

3つ目の市のホームページについてですが、正直なところアクセス数が多いことには驚きました。昨年の件数、1日平均にしてみますと約750名もの方が。今年度でいいますと1,000名に近い方が現在のホームページを目にしているということでありますから、情報の提供次第によってはますます有効に活用できる可能性が高いということが裏づけられると思います。

そのためにも、大幅なりニューアルこそ予算の関係もありますので、トップページの一部リニューアルなど、ぜひできることから少しずつ改善を図っていただきたいと望みます。また、その際には検討委員会等を設置し、市民の意見にも耳を傾け、特に女性の目線を大切にされる

とよいと考えています。そして、広報誌同様、今度は茨城県の広報コンクール・ウェブサイト部門でも高い評価を受けられるようなホームページになっていくことを期待しております。

最後に、相対的な観点からではありますが、情報の発信と地域のPRについては相互にかかわる点が多い分野であります。所管課が別々に推進するのではなく、連携を図って取り組むことにより、市民へのよりよい情報の提供となっていきます。

例えば、最近常陸太田がテレビで取り上げられるケースが増えてきていますが、事前にわかっていたら見たかった。または、全然そんな情報知らなかったといった声をよく耳にします。庁内の職員間ではメール等のやりとりで情報が伝わっていることが多いようですが、ぜひ市民サイドにまでそのような情報を流していただきたいと思います。

その手段として、取材内容や番組の放送日などの情報を、まずホームページで事前に放送予定として掲載し、さらに放送当日には番組制作会社など先方に予定どおり放送されるのか時間等を最終チェックの上、防災無線を活用し、直前のリアルな情報として提供するなど、相互に連携することにより確かな情報を伝えることができるわけです。

流山市などでは、ホームページのトップページにフィルムコミッション担当課からの情報として「TVで雑誌で流山」というコンテンツがあり、これまでに流山市が取り上げられた雑誌やテレビ番組などのお知らせと、これから流山市が取り上げられる番組のお知らせといったように、これまでの報告と今後の予定がわかりやすく掲載されている事例もございます。

いずれにしましても、所管課が相互関係をより深めて情報の収集及び提供に努めていただき、市民と行政が情報を共有し、さらには交流人口拡大のためにも情報の発信と地域のPRというものが一層推進されますことを望みまして、私の一般質問を終わります。ありがとうございました。