

## 令和4年度葛飾区行政評価委員会 議事要旨

会議名	葛飾区行政評価委員会 第3回第二分科会
開催日時	令和4年8月3日(水) 午前10時から正午
開催場所	葛飾区役所5階 庁議室
出席者	【委員8人】 (出席) 小松原会長、大伴委員、折登委員、倉持委員、岩田委員、服部委員、荻野委員 (オンライン出席) 谷本委員 【区側8人】 事務局(政策経営部長、経営改革担当課長、事務局職員4人) 地域防災課(地域防災課長、地域防災課職員)

### 会議概要

#### 1 開会

(事務局より資料の確認)

#### 2 事務事業評価

(事務局、地域防災課より事業の補足説明した後、議論)

A 委員：毎年度制作しているケーブルテレビの番組内容は、どのように決めているのか教えてほしい。

地域防災課：事前に計画はせず、その年の時勢に合う内容を選び、制作をしている。

会 長：水害の啓発事業について、危機管理課と地域防災課で実施していると思うが、違いは何か。

地域防災課：ハザードマップ説明会の事業として、水害についての説明をする場合はハザードマップを作成した危機管理課となり、出前講座など、一般的な説明をする事業は地域防災課で実施しているが、水害に限らず、それぞれの事業をお互いが連携をして説明会などに出向き実施している。

会 長：意識啓発事業をまとめ、専門の知識を持っている危機管理課を担当課とすることは難しいのか。

地域防災課：地域防災課は区民と接する機会が多いため、区民への意識啓発の担当課として相応しいのではないかと考えている。

B 委員：例えば水害が起きた際の被害イメージを区民へ明確に伝え、その後

の避難行動も具体的に示すことで、区民に危機感を持ってもらうことが、啓発事業として大切ではないか。

地域防災課：出前講座などを通じて区民へ具体的に説明し、危機感を持ってもらえるよう努めている。

C 委員：地域防災課の意識啓発と危機管理課の水害に関する意識啓発の事業はまとめてもよいと考える。また、質問が2点ある。1点目だが、ケーブルテレビの番組は、使いまわすことができるのか。また、ケーブルテレビを視聴する人は少ないと思われ、効果は出ているかが疑問である。例えば、視聴率を測定することは可能なのか。2点目は、意識啓発の主なターゲットを、若年者層ではなく今後増えていく高齢者層にするのが良いと思うが、若年者層にターゲットを絞る理由はあるのか。

地域防災課：ケーブルテレビは1日3回、1か月の期間で放送されている。また、番組をDVD化し、防災訓練等で流している。さらに、YouTubeでも番組を閲覧できるようにしている。視聴率については、今後ケーブルテレビ局へ確認していきたい。YouTubeの視聴実績も確認していく。意識啓発のターゲットについてだが、災害時には次世代を担う若い人の力が必要になる。そして、若いときから防災についての意識を高めることで、防災訓練への参加や将来の地域防災活動の中心人物として活躍してもらいたいという思いがあり、若年者層を主なターゲットとしている。

会 長：YouTubeで番組を見たが、最後まで視聴したいと思うことが難しい内容だったので、見てもらえるような工夫が必要である。

D 委員：現在、防災訓練に参加している若年者層は、どのようなきっかけで参加をしているのか、推測でもよいので教えてほしい。

地域防災課：年代別の参加者数は不明だが、子ども連れの若い親の場合、町会の知り合いの方から誘われるといったことや、子供を通じて親同士のつながりで参加しているのではないかと推測する。

D 委員：所管課による補足説明の中で、今後は、区公式ホームページに掲載している情報を整理するとの話があったが、若年者層は、区公式ホームページで情報を探そうとはしないのではないかと。仮に区公式ホームページに情報を載せるのであれば、すぐに探したい情報を得られるように、ページ構成から検討をする必要がある。また、SNSも有効活用することが効果的だと考える。

会 長：区公式ホームページの情報を整理しても、閲覧してもらえなければ意味がないと思うため、区側からの積極的な情報発信が必要ではないかと考える。

- E 委員：区公式LINEアカウントを登録しているが、LINEの画面はカテゴリごとに整理されており見やすいと思う。しかし、LINEから区公式ホームページに遷移した後は見やすいとは言えなかった。区公式ホームページの見せ方を改善することは必要だと思う。また、地区の特性を知っている方々をリーダーとし、地域の人もそのリーダーを頼れる仕組みがあると良いと感じた。自身の生活の中で自然と防災に関する話ができる環境が良いと思う。さらに啓発に関しては、就学前から社会人になるまでの期間で、継続して防災の意識啓発を受けることができると良いと思う。例えば、大学の入学式や新入社員の入社式で行われるオリエンテーションの中で、防災の意識啓発を行うといったことである。
- F 委員：20代の独身者にとって、防災については対岸の火事と考えているのではないか。
- G 委員：防災への意識が一番高いのは、子育て世代ではないかと思う。実際、防災訓練をする際に若い人を呼び込む場合、PTAや子ども会を活用している。
- 会 長：コロナ禍で意識啓発が図りにくい中、危機管理課でオンラインによる受援訓練を区内で実施したという記事を見たが、地域防災課でもテレビ会議等を活用し、地域の人へ意識啓発はしているか。
- 地域防災課：現状は行っていない。
- 会 長：地域防災課でもオンラインで意識啓発ができる取組を考えてほしい。
- C 委員：成果指標として「政策・施策マーケティング調査」の結果を設定することは良いが、毎年度の成果の動きが見えないため、新たに成果指標を追加することを提案したい。例えば、防災啓発キャラバンや防災講習会への目標参加人数を設定するなど、「人数」を目標値として設定するのはどうか。また、啓発事業に参加した人の防災意識を啓発できたかを測る指標も必要だと考える。その指標が低ければ、事業自体を見直すきっかけになり、逆に高ければ、効果があると判断できるため、事業規模を拡大する判断材料になるのではないか。
- 会 長：若年者層の子育て世代が防災活動の担い手となることは重要であると思う。現行の成果指標を確認すると、一定の成果は出ていると思われるが、幼少期からの啓発にどの程度の目標を設定し、実績としてどうであったかを新たな指標として設定することも大事である。
- B 委員：制作したDVDがあるのであれば、小学校の授業の中で活用できないかを、教育委員会へ働きかけしてみてもどうか。また、防災の情報を区から積極的に発信できる仕組みも検討してほしい。
- 会 長：20代などの子育て世代に向けた啓発事業を充実させつつ、ケーブル

テレビの番組を制作するのであれば、その番組を他で有効に活用することや、区公式ホームページの情報を一度でわかりやすく把握できるように改善すること、さらにはSNSによる働きかけなどにコストをかけていき、テレビを見ない若者にも情報が届くよう工夫していくべきではないかと考える。

E 委員：子育てをしている母親は、横のつながりが強いので、女性をターゲットにした意識啓発も効果があると考えます。また、女性ならではの視点による共助があると思うため、これまで以上に女性が地域の防災活動へ参加してもらえるよう働きかけも工夫してほしい。

会 長：女性視点の防災対策の啓発について、所管課は危機管理課かもしれないが、やはり防災の意識啓発を区として重点的に取り組んでいくためには、啓発事業としてまとめることも有効ではないかと考える。

C 委員：ケーブルテレビの制作費用を、他の事業に移していくのはどうか。既存の活動指標を思い切って変えることで、成果指標にどのような影響が出るのかも検証できると考える。また、動画を作成するのであれば、テンポ良く、楽しいと思ってもらえるものが良い。1本ではなく、短い動画を多く作成し、視聴回数を増やすことも有効ではないか。多様な動画の見せ方を試してほしい。YouTubeに掲載するだけではなく、どのような人を対象に、どの程度見てもらいたいかを意識し、周知を含め積極的に事業を展開してほしいと考える。さらに防災訓練自体を魅力的にすることも大事ではないか。例えば、他自治体で実績のある防災運動会について、区の観光大使となっている YouTuber と一緒に参加ができるといったイベントを加味した上で区でも開催してはどうか。またその様子を YouTube に掲載することも有効である。試験的に様々な事業に取り組み、効果があれば通常の防災訓練に取り入れてみてはどうかと考える。また、区が開催している産業フェアなどに区民が多く参加をしているので、そこで短い動画を流してはどうか。

会 長：次回、答申をまとめていきたいと考える。

### 3 その他

事務局より事務連絡

### 4 閉会