

インターネットを利用した自治体広報活動 —岩手県内自治体アンケート調査結果を踏まえて—

賀 来 健 輔

1.はじめに

世はまさにインターネット花盛りといった状況である。些かその言葉も使い古された気がしないでもないが、ともあれわが国の経済・社会に相当のインパクトを与えているという点に関しては誰しも否定しえない事実となっている。政治・行政分野においてはやや波に乗り遅れた感があったものの、ここにきてようやく本格的に緒につき始めたように思われる。そのきっかけとなったのは既に指摘されて久しいように、総理府首相官邸のホームページ開設や神戸市が阪神・淡路大震災の際にインターネットで世界に情報発信を行ったことなど¹⁾であることは疑う余地のないところであろう。以後政治過程の諸アクター（政党、政治家個人、利益集団或いは市民団体、そして、行政機関までを含む非常に広範に渡るものだが）が競ってインターネット上にホームページを開設し、それぞれ活発な活動を展開している（その一端として、表1,2を参照）。

表1 中央省庁のホームページ・アドレス
(96年12月1日現在)

省 庁 名	ドメイン名 (URL)
総理府首相官邸	http://www.kantei.go.jp/index-j2.html
法 務 省	http://www.moj.go.jp/
外 務 省	http://www.nttl.co.jp/mofaj/index.html
大 蔵 省	http://www.mof.go.jp/
文 部 省	http://www.monbu.go.jp/
厚 生 省	http://www.mhw.go.jp/
農 林 水 産 省	http://www.maff.go.jp/
通 商 産 業 省	http://www.miti.go.jp/index-j.html
運 輸 省	http://www.motnet.go.jp/mothome_.htm
郵 政 省	http://www.mpt.go.jp
労 働 省	http://www.mol.go.jp/
建 設 省	http://www.moc.go.jp/index-j.html
自 治 体 省	http://www.mha.go.jp
総 務 庁	http://www.soumucho.go.jp/
経 済 企 画 庁	http://www.epa.go.jp/j-j/menu.html
防 衛 庁	http://www.jda.go.jp/
科 学 技 術 庁	http://www.sta.go.jp/
環 境 庁	http://mx.eic.or.jp/eanet
国 土 庁	http://www.nla.go.jp/

1) その指摘の一例として、会津泉「行政におけるインターネットの活用事例」日本インターネット協会編『インターネット白書'96』、インプレス、1996年、102~105頁、社団法人日本情報処理開発協会編『情報化白書1996』、コンピュータ・エージ社、1996年、103頁等を参照。なお、震災以後現在に至る神戸市長田区のインターネットへの取り組みを扱った、「神戸市長田区から世界へ—震災1周年にインターネットホームページ開設」『地方自治職員研修』29(5)、公職研、1996年5月号、30,31頁も併せて参照のこと。

表2 主要政党のホームページ・アドレス
(96年12月1日現在)

政党名	ドメイン名 (URL)
自 民 党	http://www.sphere.ad.jp/ldp/
社 民 党	http://www.omnics.co.jp/politics/SDPJ/SDPJ.html
新党さきがけ	http://www.coara.or.jp/coara/~sakigake/
新 進 党	http://www1.meshnet.or.jp/NFP/
民 主 党	http://dpj.smn.co.jp/
日本共産党	http://www.infoweb.or.jp/jcp/
公 明 党	http://www.gorilla.or.jp/komei/
新 社 会 党	http://www.sss.co.jp/shinsyakai.html
市民リーグ	http://www.omnics.co.jp/politics/CAL/cal.html
自 由 連 合	http://www.jiyuren.or.jp

そして、その傾向はまた自治体においても例外ではなく、既に全国のかなりの自治体がホームページを開設し、他の自治体もそれに追随する動きが見られる²⁾。この自治体によるホームページの開設すなわちインターネット上の活動は、いわゆる自治体広報活動の一環として捉えることが可能である。しかし、果たして今後自治体広報活動の手法の一つとして定着し、その主たる目的としてある「行政と住民との円滑なコミュニケーション」すなわちPRの意味するところの公衆関係の建設的発展に寄与しうるか否かはいまだ未知数と言わねばならない。その意味では現時点において、どの自治体もおよそ手探りの状態で取り組んでいるように思われる。それは筆者の住む岩手県内の自治体の動向を眺めてみても、ほぼ同様である。

さて、このようなインターネットと自治体広報活動を焦点とする考察を行うにあたっては、出来れば全国規模、少なくともブロック単位の実態調査や他都道府県との比較検討が不可欠であることは十分に承知しているが、本稿ではその予備的作業の意味合いからひとまず岩手県内の各自治体を対象としたアンケート調査を行うことで、インターネットを利用した自治体広報活動の現状を探り、現在どのような課題を抱えているのかを明らかにすることにしたい。一地方の県内の実情を明らかにすることは、今後同様の他都道府県レベルの研究に対しても、何らかの指針を与えるのではないかと考えている。

なお本研究の遂行にあたって、アンケート調査にご協力頂いた各自治体並びに関係者各位には、この場を借りて感謝の意を表する次第である。

2. WWWを使った自治体広報活動

自治体に限らずいわゆるインターネット上にホームページを開設するといった場合、それは専らWWW(=World Wide Web)という方法を使って行うことを意味する。詳細は専門書に委ねる他ないが、大雑把に言ってそれは、画像、音声、動画を見ることを可能にし、そして、何よりもインターネットの利用価値を高めている要因といわれるリンク機能を備えていることがその特徴として挙げられる。このリンク機能によって、見ている画面から他の関連する画面やサイトへ瞬時に移動することが可能になる。文章で表現することは些か困難を伴うが、例え

2) この点についてはさしあたり、新田一郎「インターネットによる地域情報化」『地方自治職員研修』29(5)、公職研、1996年5月号、18～21頁及び、自治省大臣官房情報管理室「地方公共団体におけるインターネットの利用に関する調査結果(概要)について」を参照。後者については、自治省のホームページより入手可能(ニュース・ソースの項)。アドレスは次の通り。[http://www.mha.go.jp/kn2.html]

ばA市のホームページを見ていて、姉妹都市のアメリカB市が紹介されていたとしよう。もしその時B市にリンクされていれば、その文字をクリックすることによって、一気にアメリカB市の発信するホームページ(=サイト)に辿り着くことができる。このような世界中から発信されるWWWという方法を使ったありとあらゆる分野のホームページが、インターネット上に溢れているのである。

これら無数にあるホームページから自分の目的とするそれにアクセスするには、前もってそのアドレスを知らない限り容易ではないのかということそういうわけではない。現在検索して探し出す各種のサーチ・エンジンや関連分野毎にアドレスを集めたディレクトリ・サービスを行うサイトが存在し、目的の自治体にアクセスするのを手助けする。一般的に有名なものは、Yahoo Japan(ヤフー・ジャパン)、CSJ(Cyber Space Japan)、NTT Directory等であるが、特に自治体へのアクセスを目的とするならば、それを専門とするサイトの利用が便利である。このようなサイトには、自治省系のNIPPON-Net、野村総研系のCyber Case Data Bank、日立情報システムズのad world等がある³⁾。なかでもNIPPON-Netは本格的なサーチ・エンジンを備えており、適当な事項(例えば「広報」とか「観光」などの単語)や自治体名を打ち込むことによって、目的のホームページにアクセスできる仕組みになっている。このように現在では目的に応じたアクセスが、非常に容易である⁴⁾。

ところで、このようなインターネットを利用した自治体の広報活動は、いつ頃始まったのであろうか。自治省の調べにあたる限りでは、熊本県の93年(平成5年)5月の開設が一番早かったようである⁵⁾。これをわが国の自治体における最初の事例とするならば、冒頭に述べた総理府首相官邸のホームページ開設が94年(平成6年)8月であったから、それよりも一年余りも早いことになる。以来現時点(96年(平成8年)9月1日)までに、およそ340の自治体のホームページが開設されるに至っている⁶⁾。現況からみてまず間違いなく本年度の開設数が過去一番多いと思われるが、この4年余りの間にこれだけの著しい増加数は特記されてよいだろう。

この自治体のホームページ開設状況を観察していくと、興味深い点が浮かび上がってくる。それは最初の事例が熊本県(たとえ滋賀県であっても同様)であったように、必ずしも大都市の一般には先進自治体と言われているところから開設されているわけではないという事実である。開設順を見るならば、熊本県、滋賀県、和歌山県、北海道、広島市といった順になる⁷⁾。

3) それぞれのアドレスは以下の通りである。

NIPPON-Net[<http://www.nippon-net.or.jp/>]

Cyber Case Data Bank[<http://www.ccci.or.jp/city-cb/index.html>]

ad world[<http://www.netforward.or.jp/adworld/index.html>]

- 4) NIPPON-Netの概略については、新田一郎「インターネット地域情報検索システム<地域発見>について」『地方自治職員研修』29(9)、公職研、1996年9月号、30,31頁を参照のこと。
- 5) 自治省大臣官房情報管理室編『地方公共団体における地域情報化施策の概要[平成7年版]』、第一法規、294頁。但し、『農』、ぎょうせい、1996年8月号が報じる自治省大臣官房調査室の調査結果では、滋賀県工業技術センターの'94年1月を最初の設置としており、どちらが正しいのかは判然としない。誤植による相違とも考えられる。従って、この記述も参考程度の理解に止めておきたい。
- 6) 但しこの数は、現時点でNIPPON-Netで見ることが可能なホームページの合計である。また、この数字自体はそれほど正確ではないことを予め付記しておく。というのは、この時点で開設はされているものの、まだ登録していない、或いは登録が完了していない自治体があること(例として注11を参照)、さらにこの数字の算出にあたっては、同一の自治体であっても、複数の部署で独立して開設していれば、それぞれ別個に勘定に入れていること等の理由による。従って、これらの数字はおおよその傾向を把握するための目安として理解されたい。因みに、'96年5月現在の公式の調査結果の概要は、注2)で紹介したアドレスで観ることができる。
- 7) 自治省大臣官房情報管理室編『前掲書』、293,294頁に拠る。

また、現在までの開設数をそれぞれ各自治体を包する都道府県単位といった括り方で眺めてみても、大都市を多く擁する都道府県はそれほど開設数が多いわけではない。この方法で開設数の多い方から都道府県を記すならば、島根県[30]、長野県[22]、北海道[21]、石川県[17]、富山県[14]といった順になり⁸⁾、いわゆる大都市圏の都道府県は上位5位までには1つも含まれていない⁹⁾。どちらも地方に位置する自治体の活発な動きを示すものと言えるだろう。それはまた、インターネットという新しいメディアの性質と自治体がそれに惹かれる心理を見事に物語っているのではないかと思われる。

どうということかという既に民間団体が指摘するように、「インターネットはさほど投資を必要とせず、地方の自治体でも大都市の自治体と同等にできる」¹⁰⁾ことを筆者のこの調査によっても改めて裏付けており、それはまた、地域間格差の比較的少ないメディアであることを示していると思われることである。もちろん、プロバイダーへの接続という点で金銭的格差を生まないわけではないが、その点を考慮してもなお他のメディアに比べかなり格差が少ないと言えるだろう。

このような理由によって地域情報発信に相応しいメディアであると見なされた結果が、上記の開設状況に表れたのではないだろうか。つまり、手軽に開設できる地域情報発信の手段であることが、地方活性化、特に観光資源や特産品のPR等の格好の手段として上手く結びついたのである。それが故にこそ大都市圏の自治体よりも地方の自治体において、盛況を生んだと理解するのである。このような認識には未だ不確定な要素を含まざるをえないが、今後の開設状況、発信内容がある程度の回答を示してくれるものと思われる。

以上、一通りインターネットを用いた自治体広報活動の概略を見てきた。次に岩手県内の現状を、アンケート調査の結果をもとに明らかにしていく。

3. 岩手県内自治体の現状～「インターネットを利用した自治体広報活動に関するアンケート調査」結果より

(1) 概要

このアンケート調査は、岩手県内の各自治体の活動状況、現状認識、課題等を探ることを目的として行ったものである。96年(平成8年)7月22日付で岩手県内全60(県及び全市町村)の自治体に向けて実施し、配布・回収とも郵送法によった。回答基準日を7月22日に設定し、一応の回答期限を8月5日とした。この日までに未回答の自治体については改めて返送を促し、最終的に全60自治体のうち59の自治体から回答が得られた(未回答は山田町のみ)。特段無効となす回答は見られず、有効回答率は98.3%であった(表3)。

8) この数字も、注(6)同様NIPPON-Netで見ることが出来るホームページ数である。従って、この数字の性格については先述の通り。

9) これは、自治体に関する限りにおいてである。当然のことながら、民間企業、個人等を含めたインターネットの開設数となると、圧倒的に大都市が多い。その場合多い方から、東京都、神奈川県、大阪府、愛知県、京都府の順となる(96年3月31日現在)。詳細は、「都道府県別インターネットのホームページ数」郵政省編『通信白書[平成8年版]』、大蔵省印刷局、1996年、323,324頁を参照。

10) 社団法人日本情報処理開発協会編『前掲書』、103頁。

表3 調査の概略

調査期間 1996年7月下旬～8月上旬
 調査方法 調査法郵送方式
 調査対象 岩手県内全自治体
 調査対象別回収率

	回収自治体数	各自治体数	回収率(%)
県	1	1	100.0
市	13	13	100.0
町	29	30	96.7
村	16	16	100.0
計	59	60	98.3

表4 岩手県内自治体のホームページ・アドレス

(96年9月1日現在)

自治体名	ドメイン(URL)	開始時期
岩手県	http://www.office.pref.iwate.jp/~yamada/	96年9月
遠野市	http://www.echna.or.jp/~tohno/	96年4月
花巻市	http://www.michinoku.or.jp/~hanamaki/	95年12月
大槌町	http://www.mwnet.or.jp/OTSUCHI/	96年6月
大迫町	http://www.echna.or.jp/~ohasama/	96年8月
大東町	http://www.etos.co.jp/~daito/	96年4月
川井村	http://www.nnetown.or.jp/kawai/	96年7月

(付記) 脱稿後岩手県内自治体においては、山田町 [http://www.echna.or.jp/~yamada/] 岩手中部地区広域市町村事務組合(花巻市, 北上市, 大迫町, 石鳥谷町, 東和町, 湯田町, 沢内村) [http://www.michinoku.or.jp/~iwachuu] カシオペア連邦(二戸広域市町村圏: 浄法寺町, 一戸町, 二戸市, 九戸村, 軽米町) [http://www.miconet.or.jp/casindex.html], 軽米町 [http://www.nnetown.or.jp/karumai/] 等が新たにホームページを開設している(12月5日記)。

(2) アンケート調査の結果

1. ホームページの開設状況

アンケートの冒頭において、まず調査の前提をなす「現在インターネットによる広報活動を行っていますか」という質問を行った。回答を寄せた59自治体のうち既に「行っている」と答えた自治体が6自治体、「行っていない」と答えた自治体が53自治体であった。この結果は現時点において回答を寄せた岩手県内自治体の約1割に相当する自治体が、既にホームページを開設し広報活動を行っていることになる。(但し、その後の筆者の調査によれば、回答基準日以降現在までに(96年9月1日)、さらに1自治体が開設し(大迫町)、アンケートに未回答の1自治体(山田町)は現在開設していないことが判明していることから、最新の開設状況となると7自治体となる(表4及び付記参照)。この数字は全自治体の比率からすると11.7%を占め、先のアンケート結果同様ほぼ1割を示す。)この結果は、若干の他都道府県との比較を試みる限り決して少ない数字ではない¹¹⁾。

開設状況が明らかになったところで、以下開設・未開設の自治体に分けてアンケート調査の結果を見ていくことにする。

11) 例えばNIPPON-Netで東北6県にあたる限り、岩手県の開設数は3番目である。なお東北6県の開設数は、1)秋田県[8], 2)山形県[6], 3)岩手県[5], 3)宮城県[5], 5)福島県[3], 6)青森県[1]の順になる。実際には岩手県は7自治体開設されているのだが、このNIPPON-Netに現在までに登録されているのは5自治体と実際の数と異なっていることに注意のこと。

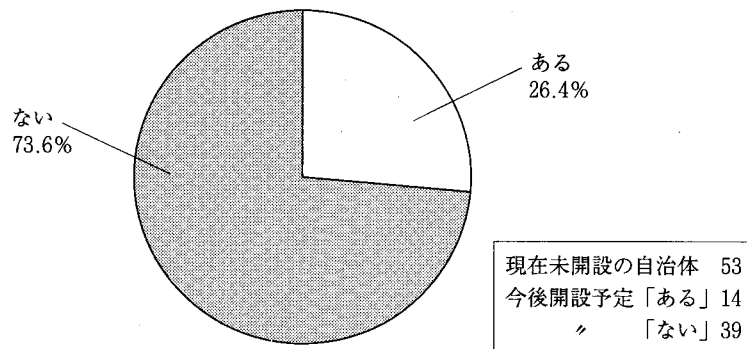
表5 開設予定のある自治体（14自治体）

(96年7月22日現在)

自治体名	開始予定時期
盛岡市	未定
一関市	未定
大船渡市	未定
北上市	平成9年3月
久慈市	平成8年度中
水沢市	平成8年度中
胆沢町	未定
大迫町	平成8年8月
軽米町	できれば今年度中
三陸町	平成8年度中
住田町	未定
大野村	平成8年内
川崎村	平成8年8月
新里村	—

注) 現時点(96年12月5日)で、大迫町、軽米町では開設済。川崎村は未確認。

図1 開設予定状況



2. 未開設自治体のアンケート調査結果

現時点において、岩手県内ではまだ未開設の自治体が多数を占めている。そのことを鑑み、まず大半を占める未開設自治体の調査結果から見ていくことにする。

a. 開設の予定

未開設の自治体は先述のようにアンケート調査実施の時点では53自治体にのぼったが、これらの自治体に「インターネットを使った広報活動を今後行う予定はありますか」という質問を行った。「ある」と答えた自治体が14自治体、「ない」と答えた自治体は39自治体であった¹²⁾。この結果現在未開設であるものの今後開設を予定している自治体は26.4%にのぼり、それは未開設自治体の約1/4にあたる(図1,表5)。

12) この問いに対し山形村は、回答欄にはない回答項目を設定した上で「意向はあるが具体化していない」という回答をしている。これについては他の自治体同様(意向はあるが具体化していない場合、他の自治体は「ない」を選択している。)予定が「ない」という回答として取り扱った。

図2 開設しない理由

(該当自治体=39, 複数回答)

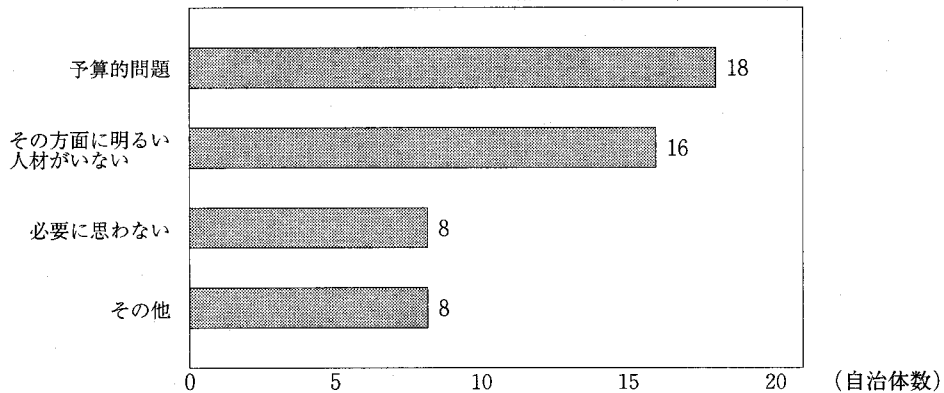
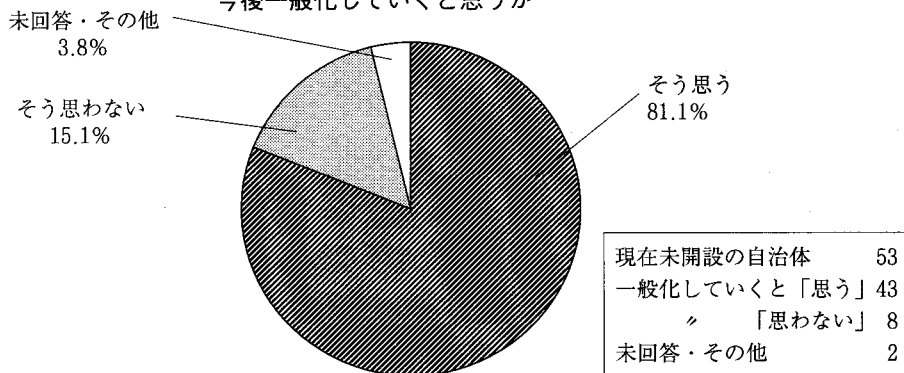


図3 インターネットを使った自治体広報活動は、今後一般化していくと思うか



b. 開設しない理由

上記の開設予定のない39自治体に対してはまた、「開設しない理由は何故でしょうか」という質問をしてみた[複数回答可]。回答は多い方から「予算的問題」[18]、「その方面に明るい人材がない」[16]、「必要に思わない」[8]、「その他」[8]という結果になった(図2)。第1位と第2位の回答を双方挙げた自治体が9自治体あった。また、「その他」を挙げた8自治体の中では、「構想はあるが具体的な検討を行っていない」、「導入の検討段階」といった現時点において開設の緊急性を認めていないと思われる点を理由に挙げる自治体が幾つかあった。

c. インターネットを使った自治体広報活動の今後

「インターネットを使った自治体広報活動は、今後一般化していくと思われますか」という問いには、「そう思う」と答えた自治体が43自治体、「そう思わない」が8自治体、「未回答・その他」が2自治体という結果が得られた(図3)。これは現在は未開設であっても今後一般化していくと見なしている点では、8割強もの自治体が同意していることになる。

一方今後の一般化に否定的な見解を示した8自治体の主な具体的理由としては、「当該住民にとって必要性が薄い」という点に理由を求める自治体が幾つか見られた。特に、「過疎の高齢化率の高い町村では無理だと思う」とコメントした自治体もあった。この点については、「3.

分析と検討」の項で改めて触れる。

d. インターネットを使った自治体広報活動に対する意見

設問の最後に「インターネットを使った自治体広報活動に対する意見」を自由に記述してもらったところ、13自治体から意見が寄せられた。そこからは「ホームページの内容」、「環境整備」、「コスト」、「人的確保」等の点で苦慮する自治体の姿が明らかになった。なかでも開設した場合に、「ホームページの内容をどうするのか」、「どのように独自性を打ち出していくのか」という点を指摘する自治体が4自治体にのぼった。

3. 分析と検討

以上得られた調査結果から、気づいた点を幾つか指摘しておきたい。

第1点は、約1/4もの自治体がホームページの開設を予定していることである。これはかなり高い数字ではないだろうか。地域情報発信の手段に向いていることは先に指摘した通りだが、それを自治体側も十分に感知している証拠とも思われる。この点からはまた、自治体側でもインターネット・ブームが、かなり浸透してきていることを窺わせる。

第2点は、ホームページを開設しない理由として「予算的問題」と「その方面に明るい人材がない」という点を挙げる自治体が多く、かつ双方を挙げた自治体が39自治体中9自治体(これは23.1%を占める)も見られたことである。筆者はこの点から自治体のインターネット利用の問題が、一方ではブームに乗り遅れまいと過熱気味に参入の方向で検討が行われ、他方では全く自分の自治体には関係のないこととして無関心な立場をとる自治体とに二極に分かれつつあるのではないかと認識を強めている。この無関心な自治体こそが、「予算的問題」と「その方面に明るい人材がない」という双方を理由に挙げたものと推測しているのである。

というのは、ホームページ開設は個人でもやれる投資額であり、かつ開設にそれほど専門的な技術を要しないことがインターネットの新しいコミュニケーション・ツールとしての特徴の一つであった。それはある程度内容を理解していれば自明のことであると思われるが、理解されていないためこのような結果が出たのではないかと見ている。

第3点は、第2点と同じ問いで「その他」を挙げた8自治体の多くが、現時点での開設の緊急性を認めない点に理由を求めていたことである。この点については過熱したブームの中での冷静な対応とも受け取れ、中小規模の自治体にとっては拙速を戒めるという意味で賢明な選択とも思われる。

第4点は、今後のインターネットを使った自治体広報活動の一般化に、未開設の自治体のうち8割強もの自治体が同意している点である。この結果は、今後徐々に普及・一般化していくであろうことを予感させるには十分に足る数字である。

しかし、一方で一般化に否定的な見解を示した8自治体の中に、「過疎の高齢化率の高い町村では無理だと思う」というコメントを寄せていた自治体があった。この点は過疎と高齢化の問題を共に抱える自治体がかかりにのぼる岩手県では、避けては通れない深刻な課題である。高齢化と新しいコミュニケーション・ツールの利用を考える時、その利用に際して常に持ち上がる持っ者と持たざる者との問題に関連し、さらに使える者と使えない者との問題をも高い比重で考慮しなければならなくなるし、それに加えて過疎化とその利用の問題も複雑に絡んで来ることから、問題の解決を一層困難なものとする。この他予算配分等でもこの種の問題を抱えない自治体とは必ず異なる配分方法を強いられたりと、この種の問題を抱える自治体が新しいツールの利用を検討するにあたって、乗り越えなければならないハードルは極めて高い。これらの点については、近い将来真剣な検討を要することになる。

第5点は、「インターネットを使った自治体広報活動に対する意見」の中で、「内容」、「環境整備」、「コスト」、「人的確保」等に苦慮する自治体の姿が浮き彫りにされたことである。実はこれらの課題は、そのまま一般的な地域活性化のための広報戦略の課題として常々指摘されていることとほぼ同様であることに気づかされる。その意味ではインターネットによる地域情報発信は決して広報の手法として特殊な要素を含むものではなく、結局その成否は自治体側の広報体制、或いは総じて自治体全体の地域活性化戦略の姿勢にかかってくることを示していると言える。

以上5点ほど指摘したが、筆者が強く感じたことは大半の未開設自治体はインターネットの利用に無関心ではなく、非常に関心を抱きつつ当該自治体の持つ既存の問題と絡め真摯に受け止め検討しているということであった。もちろん、なかには無関心な自治体も散見されはしたが、今後他自治体の動向と併せ開設するしないを問わず必ず検討せねばならなくなる時が来ると思われる。

4.開設自治体のアンケート調査結果

次に、調査実施の時点で既にインターネットによる広報活動を行っていた6自治体の調査結果をみていく¹³⁾。

推進体制

a.担当部課

「インターネットによる活動はどの部課で進めていますか」という問いに対しては、(表6)に掲げるような結果になった。各自治体により内容的に同一部課であっても名称が異なる場合があるので調査結果だけでは一概に言い表すことはできないが、およそ企画関係(広報、観光等含む)で推進している自治体、情報化関係で推進している自治体、そして、各部課を横断して推進している自治体の3つに大別することが可能であろう。

b.担当者数

「何名で担当されていますか」という問いに対しては、4名の自治体が2自治体(遠野市,大槌町)、2名の自治体が1自治体(大東町)、1名の自治体が2自治体(花巻市,川井村)という結果が出た(表6)。自治体の規模にもよるだろうが、1名から4名と自治体間でかなりばらつきがあることが分かった。なお専従者を置いている自治体は、ひとつも見当たらなかった。

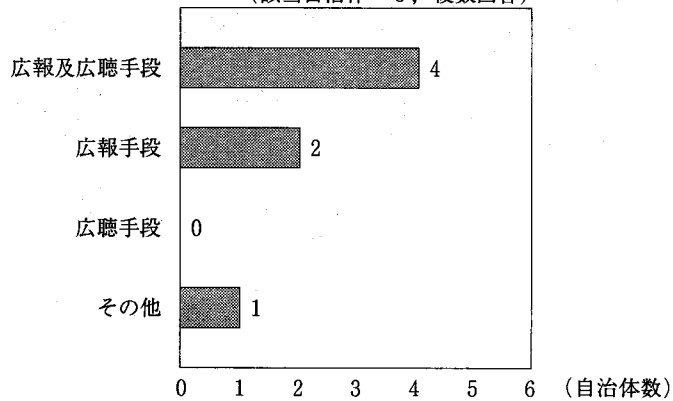
表 6 推進体制

自治体名	推進担当課	担当者数
岩手県	企画調整部公聴広報課	—
	総務部行政情報室	—
	その他農蚕課等関係課	—
遠野市	産業部商工観光課	4名
花巻市	総務部総務課(情報管理係)	1名
大槌町	企画商工課	4名
大東町	企画調整課	2名
川井村	農林課	1名

13) 開設自治体のアンケート調査結果については、支障がないと思われる範囲内で自治体名を記す方針をとった。

図4 開設目的

(該当自治体=6, 複数回答)



c. ホームページの制作

「ホームページの技術面の作成は誰が行っていますか」という問いに対しては、花巻市が自治体職員の手で行っているのを除いて、他の自治体は全てホームページ制作の代行会社によって行われていた。

開設の目的

a. 開設目的

「開設の主たる目的は何でしょうか」という問い[複数回答可]には、予め用意した回答のうち、「広報及び広聴手段」と答えた自治体が4自治体(遠野市,花巻市,大槌町,大東町)と最も多く、「広報手段」は2自治体(岩手県, 川井村)、「その他」は1自治体(川井村)であった(図4)。因みに川井村の「その他」は、「バーチャル販売所」というホームページ上の特産品販売を挙げているが、これも「広報手段」の一部と見なしてよいだろう。

b. 具体的な開設目的

また、「具体的な目的を教えてください」と質問したところ[複数回答可]、予め用意した回答のうち「観光客誘致を中心とした地域情報発信」と答えた自治体が5自治体(遠野市,花巻市,大

図5 具体的な開設目的

(該当自治体=6, 複数回答)

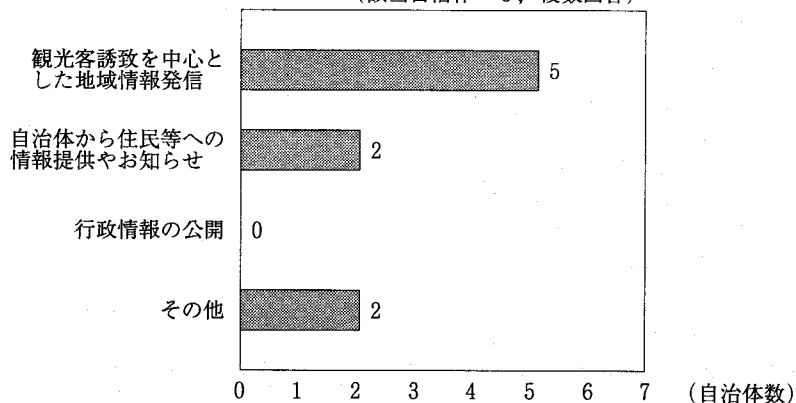
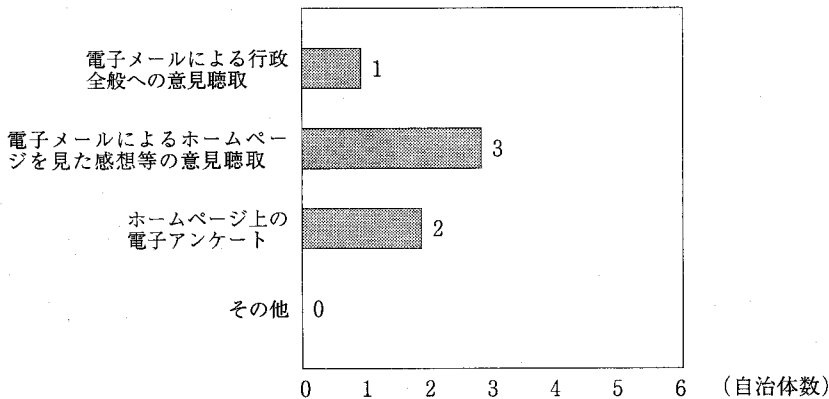


図6 具体的広聴手段

(該当自治体=4, 複数回答)



槌町,大東町,川井村)で最も多く,次に「自治体から住民等への情報提供やお知らせ」と答えた自治体が2自治体(岩手県,大東町)あった。「その他」を挙げた自治体も2自治体(岩手県,川井村)で,それぞれ岩手県は「県のイメージ醸成」,川井村は「地元特産品,イベント等のPR」と答えている。なお,「行政情報の公開」という回答も用意していたが,それを挙げた自治体は1つも見当たらなかった(図5)。

c. 具体的な広聴手段

a. の設問で「広聴」を含んで回答した4自治体には,さらに「具体的な広聴手段として,どのようなことを行っていますか」という質問をしたところ[複数回答可], 予め用意した回答のうち,「電子メールによるホームページを見た感想等の意見聴取」が3自治体(花巻市,大槌町,大東町),「ホームページ上で行えるアンケートの実施」と答えた自治体が2自治体(遠野市,大東町),「電子メールによる自治体行政全般への意見聴取」と答えた自治体が1自治体(大東町)という結果が得られた(図6)。このことから電子メールとホームページ上で行われる電子アンケートが,広聴活動の専らの方法であるようだ。

d. インターネットは新たな行政参加のチャンネルか?

さらに同様にa. の設問で「広聴」を含んで回答した4自治体に,「インターネットは住民の行政参加への新たなチャンネルという捉え方をされていますか」という質問をしたところ,「はい」と答えた自治体が2自治体(花巻市,大東町),「いいえ」と答えた自治体も2自治体(遠野市,大槌町)という結果になった。このことから,自治体間でインターネットの捉え方に開きがあることが分かった。

対受け手

a. 開設にあたっての周知体制

「ホームページの開設にあたって周知等は行われましたか」と質問したところ,全ての自治体が何らかの周知を行っていた。具体的には,岩手県は「情報管理主管課から全国都道府県に通知」,遠野市は「新聞等への掲載」,花巻市は「サーチ・エンジンへのリンク登録」,大槌町は「開設に合わせて行ったインターネット実践セミナーへの案内」,大東町は「官報速報,自治省ホームページ等とのリンク」,川井村は「新聞広告,パンフ他」等である。残念ながらどの範囲でそれらを行ったかがこの調査結果だけでは判然としないものもあるが,ある程度周知の方法は明らかになった。

b.外国語による情報提供

「外国語による情報提供を行っていますか」と質問したところ、行っている自治体が2自治体(岩手県,花巻市)あった。因みに共に英語による情報提供である。

c.情報の更新

「情報は定期的に更新していますか」という問いには、「はい」と答えた自治体が3自治体(岩手県,花巻市,遠野市),「不定期」と答えた自治体も同数の3自治体(大東町,大槌町,川井村)あった。定期的に行っている自治体の更新頻度は、岩手県と遠野市が30日に1回、花巻市が15日に1回の更新であった。

d.他サイトへのリンク

「他のサイトのリンクを貼っていますか」という問いには、川井村を除いて5自治体が「は

図7 他サイトとのリンク状況

(複数回答)

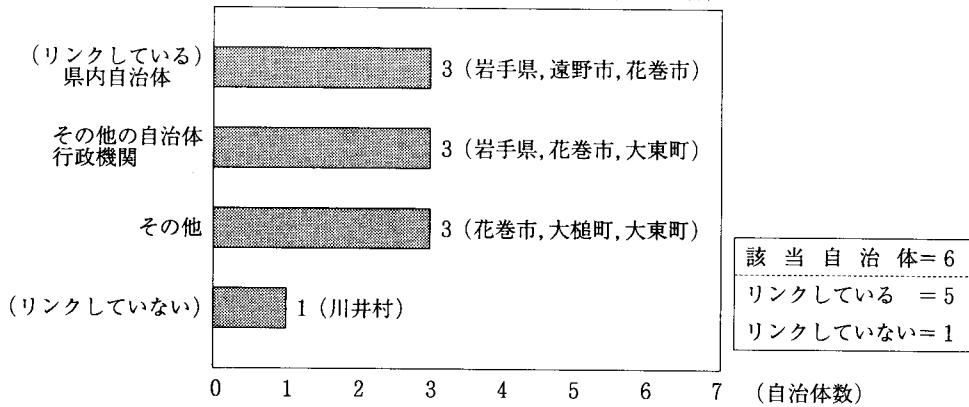
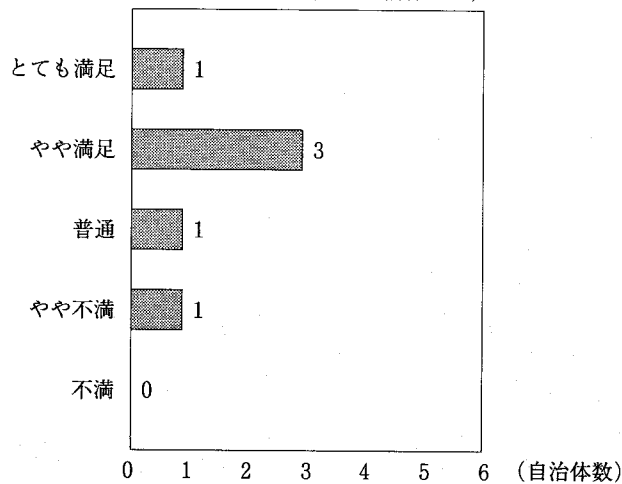


図8 広報ツールとしての評価

(該当自治体=6)



い」と答えた。さらにそのリンク先についても尋ねたみたが「複数回答可」,「県内自治体」と答えたのが3自治体(花巻市,遠野市,岩手県),「その他の自治体,行政機関」と答えたのも同数の3自治体(花巻市,大東町,岩手県),さらに「その他」と答えたのも3自治体(大東町,花巻市,大槌町)であった(図7)。この「その他」で目立ったのは,サーチ・エンジンへのリンクであった。

インターネットを使った広報活動への評価

a. 広報ツールとしての評価

「広報のツールとして,どの程度満足していますか」という問いに対しては,「とても満足」が1自治体(大東町),「やや満足」が3自治体(遠野市,花巻市,大槌町),「普通(他の広報ツールと同程度)」が1自治体(岩手県),「やや不満」が1自治体(川井村)であった(図8)。この結果からは,現時点でかなりの開設自治体が肯定的評価を下しているといえる。

b. インターネットを使った自治体広報活動の今後

「インターネットを使った自治体広報活動は今後一般化していくと思いますか」という問いに対しては,既に開設している自治体全てが「思う」と回答している。

インターネットを使った広報活動の課題

a. 活動の課題

「インターネットを使った広報活動の課題」について自由に記述して貰ったところ,集約すればほとんどの自治体がホームページの内容に関することを挙げた。具体的には,「いかにしてリピーターを確保するか」,「多くの人に見て貰う内容作りとPR」,「発信情報内容の充実・強化」等である。この他,「どうしたらホームページを見た人が自治体に足を運んでくれるか」,「当該自治体の住民の利用を最終的目的としつつも,自治体内にインターネット・ユーザーが少なく,どのように受け手の環境整備を行うか」等を課題として挙げる自治体も見られた。

ホームページで一番伝えたいこと

a. 一番伝えたいこと

最後に「ホームページで一番伝えたいことは何でしょうか」と質問し,自由に記述して貰った。その結果半数の自治体が「イベント,観光のPR,観光客誘致といった地域活性化のための事業周知」を挙げ,その他には「自治体のイメージ醸成」,「伝統・自然をPRし,誇りをもった地域づくり」等を挙げる自治体もあった。

5. 分析と検討

以上の得られた調査結果から,気づいた点を幾つか指摘しておきたい。

第1点は,この活動に関わる担当者数をどう見るかという点である。専従者がいないであろうことはある程度予想していたが,自治体間で担当者数のばらつきが見られる中で1名というのはどう見ても少ない数字である。規模の小さい自治体といえども,少なくとも2名以上でこの活動にあたるべきではないか。複数で行うことで内容に拡がりや深みが期待されることもあるが,何よりも1人にこの活動の実質的な責任を負わせるのは荷が重すぎる。ただ全般的な担当者数の少なさは,昨今の自治体全体の龐大な事務量によりこの種の活動に人員を割り当てる余裕がそれほどないことを端的に示しているものと思われる。

第2点は,「開設目的」のところで「広報手段」とのみ答えた自治体が6自治体中2自治体あり,また,「具体的な目的」で「行政情報の公開」と答えた自治体が全く見当たらなかったことである。この結果は,自治体側が当該住民をその対象として重視していないと受け取られても仕方がない。この点は,「具体的な目的」で「自治体から住民等への情報提供やお知らせ」と答えていた2自治体についても例外ではない。次章で概観するが,その内容はどの自治体も観光

や特産品のPR等地域活性化促進を目的とするそれに偏っており、現在まで当該住民を対象とした独立した内容を発信している自治体は殆ど見当たらない。このような当該住民軽視の姿勢はまた、「行政参加の新たなチャンネルと見なすか」という趣旨の質問に対して、「広聴」を開設目的に含んで回答した自治体においてすら半数の2自治体が「見なしていない」と明確に答えていることから大いに察することが出来よう。この自治体側の姿勢には重大な問題が含まれていると言わざるを得ない。この点については、終章において改めて取り上げる。

第3点は、ホームページの更新頻度に関する点である。定期的に更新している自治体とそうでない自治体とが同数であったが、情報は常に新鮮でなければならないことを考えると、たとえ流すべき大きな情報がなくても不定期の更新はまずいのではないか。小規模な内容の追加、変更は幾らでも出て来るはずである。定期的に更新されていれば受け手は大体の更新日を見計らって覗けばよく、無駄な手間を省くことができる。その意味でも不定期の更新は、定期的に覗いてくれるリピーターに対して不親切と言わねばなるまい。さらにこれは岩手県内自治体ではなかったが、筆者が数多くホームページを観察した中で酷いところでは、既に過ぎたイベントの告知をかなり長い間放置していた例も見られた。これが度重なれば、そのうちリピーターが自然と離れていくに違いないことは想像に足る。定期的な更新プラス付加的な更新というスタイルが本来一番望ましいのであろうが、そこまで求めなくとも最低月1回は更新されるべきと考える。その点に関して花巻市の更新頻度が半月に1度というのは、受け手にとって極めて望ましい姿といえる。

第4点は、ホームページ開設の周知体制に関する点である。どの自治体も何らかの方法で周知を行っているが、筆者にはかなりの自治体が不十分であると思われて仕方がない。開設する以上はなるべく多くの人に見て貰うのが目的のはずで、その意味からは最大限効果的な周知が行われるべきはずである。その点からすると各種サーチ・エンジンやディレクトリ・サービスへの登録が一番手っ取り早く確実な方法と思われるが、県内開設自治体のそれへの登録状況を見てみると、かなりばらつきがある。主要なサーチ・エンジン、ディレクトリ・サービスにほとんど登録している自治体もあれば、1つか2つ程度しか登録されていない自治体もある。開設後内容面で悩む以前にまず見て貰わなければ話は前進しないわけで、周知の方法は非常に重要な問題であると言わねばならない。なお、既にほとんどの自治体で行われている各自治体間相互のリンクも、周知方法として有効と思われる。

第5点は、広報ツールとしての評価をめぐる点である。この結果からは6自治体中2/3にあたる4自治体までがある程度満足感を示したと受け取れる一方で、他方自治体間の評価にかなりのばらつきを指摘することも可能である。後者の評価の差は、恐らくインターネットに対する「思い入れ」の相違として理解出来るのではないかと考えている。つまり、ホームページを開設し地域情報を発信しさえすれば、反応もあるし人も来てお金を落としてくれると期待していた自治体にとっては、それほど直接的な効果が得られるツールではないことを思い知らされ落胆しているのかもしれない。

しかし、所詮インターネットは広報ツールの一手段でしかなく、現時点で広報活動に万能なツールなどあり得ない。結局インターネットを利用する明確な必要性があるのか、インターネットの性質を知悉した利用の仕方をしているのか等の点が自治体側に問われていると言えよう。とはいえ、まだインターネットによる自治体広報活動は全国的にも始まったばかりである。その意味ではどの自治体もこれから利用と評価をめぐって暫くの間は暗中模索しながら、それぞれの自治体に相応しい利用法を見つけ出すしかないであろう。

第6点は、「活動の課題」に対する意見をめぐってである。ほとんどの自治体が内容に関し試

行錯誤する姿が浮き彫りになったが、ブームが廃れ共倒れしてしまうのを恐れているかのようだ。筆者は決してインターネットによる自治体広報活動が域外からの観光客誘致を主とするような類いの地域活性化の手段のためだけに使われる傾向をよしとしないが、この思い悩む姿は未開設自治体のインターネット利用に関する意見とほぼ同様である点に興味を抱いている。というのは、開設前の危惧がそのまま開設後現実のものとなって表れているように受け取れるからである（もちろん同じ自治体に前後質問したわけでないが、傾向として）。この点は先にも述べた如く、既存の地域活性化の課題と同様（例えば各地に類似のテーマパークが氾濫したりといった）、結局満足のいくホームページの内容作りを行っていくためには、自治体の広報体制や地域活性化戦略そのものを問い直すしか方法はないものと思われる。

4. 岩手県内自治体の活用事例

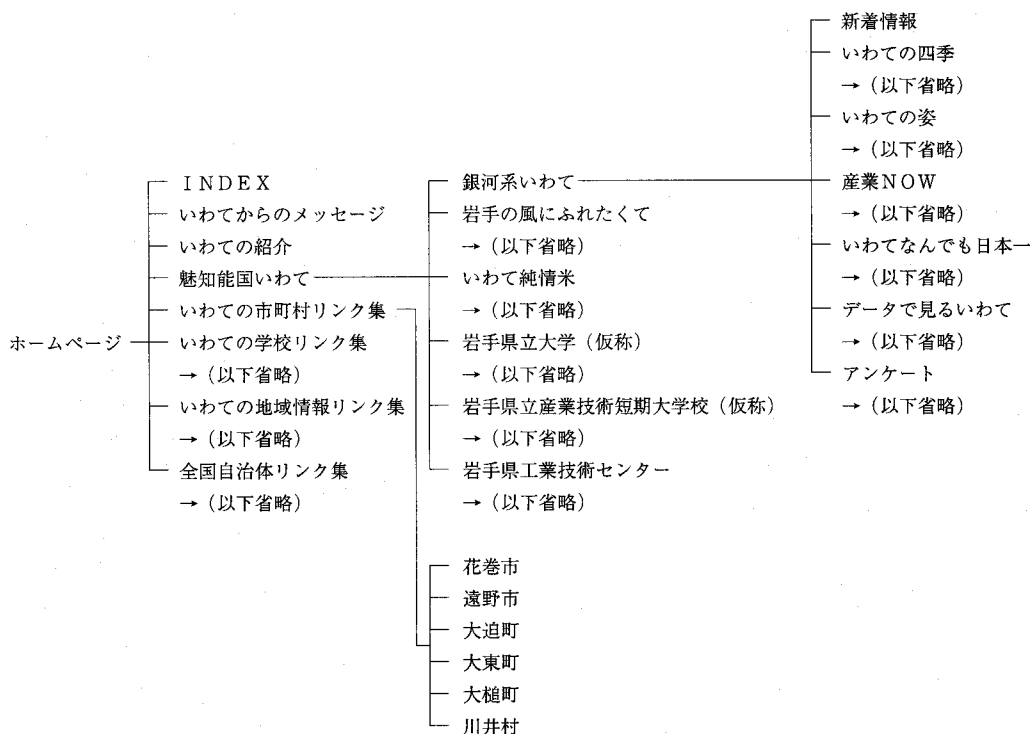
(1) 概況

本章では既にインターネットを用いて広報活動を行っている県内自治体を事例にして、どのような内容を持って行われているのか概観し若干のコメントを付しておきたい。

既に見てきたように、現在（96年（平成8年）9月1日）までにホームページを開設している自治体は、岩手県、遠野市、花巻市、大東町、大槌町、大迫町、川井村の7自治体である。これ

図9 岩手県の内容構成

（96年9月1日現在）



らの中には総合的な自治体広報活動を展開しようとするものから、当該地域の特定のイベントに絞った限定的なものまで様々なレベルの活動が見られる。ここでは特に岩手県、花巻市、大東町を中心に取り上げる。その主な理由としては、規模の異なる自治体であること、そして、これら3自治体は、いずれも総合的な広報活動を目指したホームページ作りを目指していること等による¹⁴⁾。

(2) 岩手県の事例

岩手県のホームページは、96年(平成8)9月26日に開設された。これは、県内開設自治体の中では6番目にあたる。ホームページは、日本語、英語の2カ国語表記で行なれている。主な内容構成は、「いわてからのメッセージ」、「いわての紹介」、「魅知能国いわて」、「いわての市町村リンク集」、「いわての学校リンク集」、「いわての地域情報リンク集」から成る(図9)。

「いわてからのメッセージ」では増田寛也岩手県知事の顔写真入りのあいさつが行われ、「いわての紹介」では、岩手の地理、人口、風土、産業などが簡潔に紹介される。このより具体的な紹介は、次の「魅知能国いわて」で行われている。そこでは、それぞれ「いわての魅力」、「いわての知力」、「いわての技能」に分かれ、さらに「いわての魅力」は「銀河系いわて(いわて広報ページ)」、「岩手の風にあふれて(岩手路観光情報)」、「いわて純情米(県産米の紹介)」に、「いわての知力」は「岩手県立大学(平成10年開学予定の大学案内)」、「岩手県立産業技術短期大学校(平成9年開校予定の学校案内)」に、「いわての技能」は「岩手県工業技術センター」に分けられ、詳しく説明されている。この下位のディレクトリは、独立したホームページとして見ることも可能である。そして、「いわての市町村リンク集」、「いわての学校リンク集」、「いわての地域情報リンク集」では、それぞれ岩手県内の各方面へのリンクが集められている。

大体以上が主な内容構成であるが、観光情報、特産品のPRはもとより県の工業技術や新設大学の案内まで非常に幅広い領域を扱っているのが岩手県の特徴である。全体を通してみ率直な感想を記しておく、これだけの内容量があるということは、悪く言えば詰め込みすぎ、散漫という印象を与えかねない。受け手に対して、1)本当に全て伝えなければならない情報か、2)興味のある情報が探しやすいか、3)どこまで見続けてくれるか、という点で若干の疑問を持った。それは結局受け手(対象)をどのように想定しているのかということでもある。

この他内容に関して気づいた点を3点ほど指摘しておく、第1点は多くの異なる内容から構成されているが、それぞれのコーナーの意見聴取先に直接関連部課の電子メール・アドレスをあてていることである。これはある程度庁内の行政情報化が進んでいることを示すものであろう。この点は、受け手からの意見に迅速に対応するという意味で評価されてよい。

第2点は「銀河系いわて(いわて広報ページ)」は恐らく総合的な広報を目的としているページと思われるが、そこで電子アンケートを試みていることである。一般に自治体のホームページに見られる傾向は情報発信にばかり力を入れ、意見聴取の手段という申し訳程度に全体を通して一つだけ電子メールのアドレスが付されているのみであることが多い。それだけに双方向のコミュニケーション・ツールとしての機能を上手に利用しようとするこの試みは、評価されてよい。ただ願わくば、ホームページの内容の感想のみならず住民の行政参加の手段としての方法としても活用されれば申し分ないのだが。

第3点は平成10年度開校予定の岩手県立大学のページ(これを独立したホームページとして

14) 以下の3自治体の事例の記述は、それぞれのホームページの観察に基づいていることを予め付記しておく。

みることも可能であることは、先述の通り)において、ある学部の教員公募を行っていることである。各方面から優れた人材を確保しようという観点からは、インターネットの活用は理に叶っている。幾つかの自治体では既に職員採用試験の案内をホームページ上でやっているが、県のホームページで大学教員の公募というユニークな試みはまだ珍しいと言えよう。今後のこの成果が注目される。

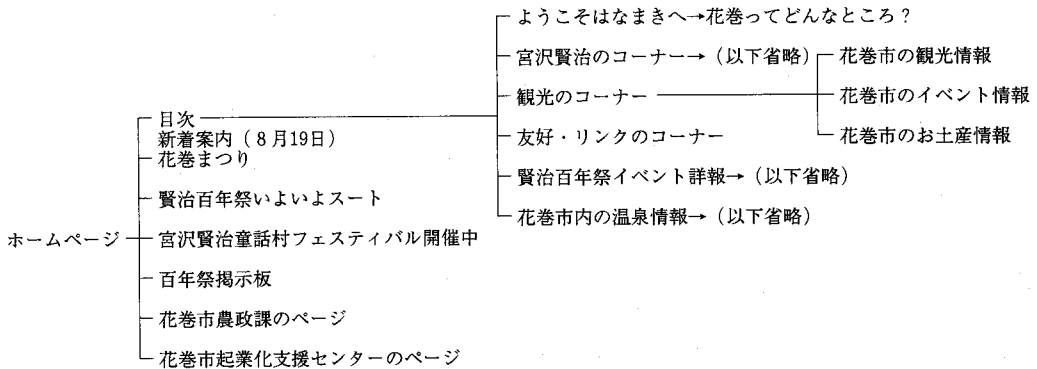
(3)花巻市の事例

花巻市のホームページは、95年(平成7年)12月5日に開設された。これは、岩手県内の自治体の中で最も早い開設である。花巻市は宮沢賢治ゆかりの地でもあることからそれをかなり意識した内容構成をとっており、全体を通したレイアウトからは、宮沢賢治の世界がイメージされているようだ。ホームページは「銀河鉄道の夜」をもじって蒸気機関車の絵が添えられているが、これをクリックすると音が出る仕組みになっている。音が出る作りは花巻市の特徴で他の箇所においても幾つか見られる。このような遊び心が加えられた作りは、受け手を飽きさせないという点で成功しているように思われる。

主な内容構成(図10)は最初に目次のページがあり、そこでは新着案内と各ページの目次が添えられている。目次はそれぞれ「ようこそはなまきへ」、「宮沢賢治のコーナー」、「観光のコーナー」、「友好・リンクのコーナー」、「賢治百年祭イベント詳報」、「花巻市内の温泉情報」から成る。

図10 花巻市の内容構成

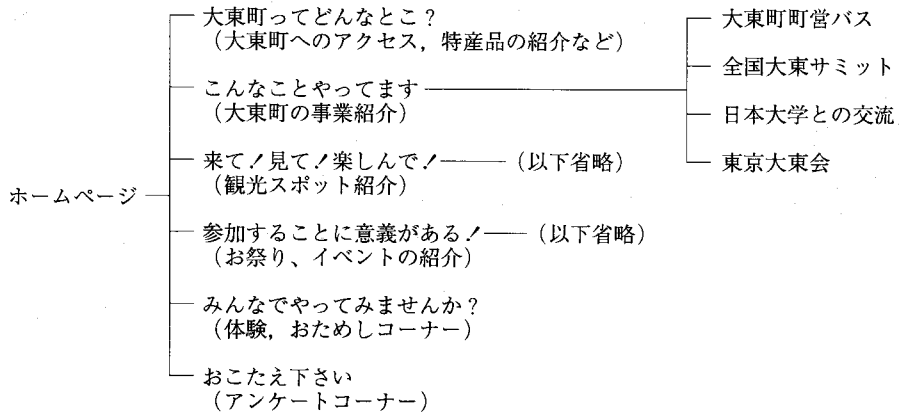
(96年9月1日現在)



まず、「ようこそはなまきへ」はさらに「はなまきってどんなところ」に進み、そこでは花巻市の地理的位置や市木、市花、景勝地などの概略が写真を交えて紹介されている。ここでも写真をクリックすると音が出る。次に「観光のコーナー」ではさらに「花巻市の観光情報」、「花巻市のイベント情報」、「花巻市のお土産情報」などに分かれて情報提供が行われている。「賢治百年祭イベント詳報」では、さらに宮沢賢治百年祭の主要なイベント案内に進めるようになっている。そして、「宮沢賢治のコーナー」では宮沢賢治の人と形が紹介され、賢治の作曲した歌が聞けたり、賢治の文学碑へのアクセス、賢治の年譜など宮沢賢治の概略が掴むことができる。さらに「友好・リンクのコーナー」では姉妹都市、友好都市の紹介がなされ、幾つかの都市とはリンクしている。興味深いところでは花巻市は米国のクリントン大統領を生んだ

図11 大東町の内容構成

(96年9月1日現在)



ホットスプリングス市と姉妹都市を結んでいるが、そことリンクされている。

花巻市のホームページは、新着案内に農政課のページや花巻市起業化支援センターのページがあつたりすることから総合的な広報活動を目指しているようではあるが、現在のところは全編宮沢賢治にちなんだ観光案内といった感が強く、それ意外の情報提供となるとまだこれからといった状況である。これも担当者が1名というスタッフの少なさに起因しているのかもしれない。

(4)大東町

大東町は、96年(平成8年)4月1日にホームページを開設した。これは県内自治体では2番目にあたり、町村レベルでは最初であった。具体的な内容構成は「大東町って、どんなところ?」、「こんなことやってます」、「来て!見て!楽しんで!」、「参加することに意義がある!」、「みんなでやってみませんか?」、「おこたえ下さい」の大きく6つから成る(図11)。

まず「大東町って、どんなところ?」では大東町へのアクセスや特産品の紹介が行われ、次に「こんなことやってます」では大東町の行っている事業の紹介が行われている。「来て!見て!楽しんで!」では観光地の案内、「参加することに意義がある!」ではお祭りやイベントの紹介がそれぞれ行われている。「みんなでやってみませんか?」は、体験、おためしコーナーと銘打たれ、具体的には農家ステイ他の体験案内と地元特産品の販売情報が行われている。最後の「おこたえ下さい」は、このホームページをみた感想を電子アンケートを使って求めているものである。

以上がホームページの主な内容であるが、やはり観光と特産品のPRに偏っている傾向は見られる。ただ岩手県同様電子アンケートを設置したりと、中小規模の町でこのレベルまでの内容作りが行われているという点は評価されよう。上記以外の分野の広報活動は、今後の課題として指摘しておきたい。

(5)小括

以上簡単にはあるが、3つの自治体のホームページの内容を概観してきた。この他遠野市、大迫町、大槌町、川井村でも開設されているが、どれもおよそ地元の観光地や特産品の紹介が

専らである。このうち、大迫町、大槌町、川井村では現在までのところひとつのイベントに絞った広報活動といえる。具体的には、大迫町では早池峰神楽にちなんだイベント、大槌町は海のイベントに関する情報、川井村は赤ベコ共和国と銘打った地元特産品の紹介、販売といった内容である。

さて全体を通して見た感想は、岩手県を除いてどこも観光資源や地元特産品の紹介に殆どの比重をおいた内容展開であり、いわば地域活性化事業促進のための手段としてのインターネット利用ということが出来よう。しかし、それとても内容的にはこれからといった感が強い。例えば、遠野市、大東町、川井村等では特産品等の販売が行われているが、これなども直接画面を見てその場で注文出来る仕組みにはなっておらず、電子メールかファックス、電話で問い合わせをするという旧来のスタイルから抜け出るものではない。その意味では言葉本来の意味でのヴァーチャル・ショッピングからは程遠い。双方向のコミュニケーション・ツールの利用という点を今一つ上手く使いこなすアイデアが必要であろう。

また、これは繰り返しになるが、どの自治体も当該住民とのコミュニケーションの手段として使っているようには思われない。納税者である住民を蚊帳の外に置くというのはいかなるものであろうか。この点はまた終章で取り扱う。

5. 今後の利用課題

最後にこれまで見てきたアンケート調査の結果や実際の利用事例を踏まえ、現在の最も大きな課題と思われる当該住民向けの広報活動の軽視という点を取り上げ小稿の締め括りとしたい。

誤解のないように最初に述べておくが、筆者が求めているのは域外向け、域内向け双方のバランスのとれた広報活動であって¹⁵⁾、地方の活性化やまちおこし等の観点からも地域活性化戦略の一環としてインターネットで観光情報や特産品のPR等を発信することに些かの疑問も挟むものではない。しかし、当該住民を対象とした広報活動も一方で行われなければならないと強く考えているのである。この点に関しては、現在県内の開設自治体全てが不十分であるか全く行われていないかのどちらかであったことはこれまで見てきた通りである。県内の開設自治体が全てそうであるならば、恐らく全国の（特に地方における）開設自治体にもある程度共通する課題ではないかとも思われる。以下ではこの課題克服の方途として、今後インターネットを利用してどのような域内向け広報活動が行われていくべきか幾つかの提言を行うこととする。

この当該住民向け広報活動の課題は、いわゆる狭義の広報、広聴双方の活動に関わってくる。具体的には広報活動の側面からは行政情報の公開・提供という点、広聴活動の側面からは新たな行政参加のチャンネルという点、そして、さらに双方の活動の前提となる住民のインターネット利用のための条件という点である。

15) 域外向けと域内向けのバランスのとれた理想的な内容構成を実現している自治体として、例えば小田原市など。小田原市のホームページの概略については、朝倉紀之「市役所のホームページから市民のホームページへ」『広報』No.528、日本広報協会、1996年5月号、15～17頁を参照のこと。参考までに小田原市のホームページ・アドレスは次の通り。[<http://www.space.ad.jp/vcity/odawara/index-j.html>]

16) 財団法人地方自治協会『地方自治体における情報公開に関する研究』、財団法人地方自治協会、1983年、18頁。以下の記述もこれに拠る。

(1) 行政情報の公開・提供

行政情報の公開・提供は、現在の行政にとって求められている焦眉の課題である。行政学で一般的に理解されている情報公開の体系に従うならば¹⁶⁾、自治体広報活動の一環として行われるそれは情報提供施策という大きなカテゴリーに属し、その中の広報施策といわれる活動にあたる。この情報提供施策はいわゆる条例に基づく情報公開制度とは異なり、行政機関に提供の裁量が委ねられている。要するに、自治体側の自主的な情報提供ということである。これまで特に広報施策におけるこの種の情報提供が住民側に不評であった主な理由には、余りにも形式的な情報提供しか行われて来なかったことが挙げられる。知りたい情報が知らされていないが故に、食糧費を巡る一連の公開請求などが起こったとも言える。

しかし、見方を変えれば自治体広報活動が自主的な情報提供であるということは、自治体の住民に対する姿勢を示す格好の場とも成り得る可能性を秘めている。住民側が納得するような自主的な情報提供が行われるならば、わざわざ条例を利用して公開請求を行うまでもない。これらのことを考えるとき、インターネットは行政情報の公開・提供に極めて適した広報ツールに他ならない。一例を示せば、時間を選ばないという性質を利用して住民が都合の良いときに情報にアクセスすることが可能になるし、わざわざ役所まで出向く必要もない等である。このようなインターネットによる行政情報の公開・提供の試みは、あらゆる面でアメリカが範となす進展を見せていることはよく知られているところであるが¹⁷⁾、わが国でも幾つかの自治体で既に興味深い試みが行われている¹⁸⁾。なかでも高知県はホームページの中で食糧費の執行状況の概況を公開・提供するといった非常に興味深い試みを始めている¹⁹⁾。これなどは先程の住民に対する姿勢という点からすれば信頼回復の試みとあってよく、効果的な広報活動と言えよう。このような先進的な事例を参考にして、質の高い住民向けの行政情報の公開・提供が望まれる。

(2) 新たな行政参加のチャンネル

新たな行政参加のチャンネルであることを認識した広聴活動の展開が望まれる。アンケート調査の結果ではそのように見なしていない自治体があったが、新たな行政参加のチャンネルであることはよく認識されなければならない。これまでの広聴活動のツールに比べ、極めて柔軟で使い途のある可能性が開かれたツールとあってよい。申し訳程度に電子メールのアドレスを付すだけでなく、住民からのフィードバックが迅速・簡便であることを利用して自治体行政全般について電子アンケートで疑似住民投票のような住民意識を探る利用法もあるだろうし、既

17) アメリカにおけるインターネットを利用した政府情報の公開については、さしあたり指宿信・米丸恒治「インターネットにおける法情報の現状とその利用(3)」『法律時報』第67巻11号、日本評論社、1995年。関連して、アメリカ議会のインターネットの活用について、大津修一「インターネットを活用する米国議会」『議会政治研究』36号、1995年、40～51頁、わが国の国会の情報化の動きについて、長久保洋二「インターネットと国会の情報化—参議院の事例を中心に」『同上』、52～57頁、石川俊行・森正英「国会の情報化と未来像」『同上』、67～72頁、各国政府、議会の動向について、畠基晃「各国政府によるインターネット活用と議会」『同上』、58～66頁をそれぞれ参照のこと。

18) わが国他の電子メディアを利用した情報公開について触れたものとして、今里滋「インターネット時代の情報公開」春日市個人情報保護審議会専門研究会編『「知る権利」・「知られない権利」—春日市「情報二条例」の回顧と展望—[10周年記念論文集]』、信山社、1996年、98～107頁。

19) 高知県のホームページ上の食料費執行状況に関する記述としては、谷口泰三「マルチメディア社会創世期の現場第47回」『毎日新聞』1996年8月25日付等。参考までに、高知県のホームページ・アドレスは次の通り。[<http://www.pref.kochi.jp/>]直接食糧費の執行状況のページにアクセスするには、上記/以下に[bunsho.htm]を追加のこと。

に西宮市などパソコン通信で実施している自治体もある電子会議やモニター制度など双方向性を生かした広聴手段としての活用法も大いに期待される場所である²⁰⁾。この種のインターネットによる活用事例としては、既に東京都中央区のまちづくりアドバイザーや神奈川県大和市の都市計画マスタープランへの意見聴取の手段などが知られているが²¹⁾、これらは決して大都市圏における例外的な試みではない。(もちろん、その前提として後述する住民に対する環境整備が重要となってくることは言うまでもないが)。この他ハンディキャプトや子育てで忙しい主婦など外出しにくい層に対しても行政への参加を可能にするという点で有効な方法であると思われる。このように双方向性をフルに生かした活用法が求められている。

(3) インターネット利用の条件

(1)、(2)で指摘したことを十分に機能せしめるためには、まず以て住民が利用するための条件をクリアせねばならない。つまり、インターネットの周知、普及が大きな課題としてある。この点については富山県山田村では全458世帯のパソコン導入が準備されているという新聞報道が暫く前にあったが²²⁾、これは特殊な例だとしてもまず比較的行いやすいところから一例えば、図書館や公民館への配置など進めていくべきであろう²³⁾。興味のある住民がまず触れる場が近くに用意されているということが大切である。また、既に実施している自治体もあると思われるが、市政モニター等選ばれた人にはその期間貸し出すのも一つの方法であろう。このように環境整備は極めて重要な課題であり、その早急な進展が求められる。

(4) その他

この他気づいた点としては、まずホームページの内容作成に関し職員でチームを編成すること、そして、それに加えて住民から募る検討委員会の設置が望ましい。名称や性質には特段こだわる必要はない。要は内容作りを深く豊かにするために多くの人の意見を募るという観点から行われるべきである。その意味では、電子メールによる参加も大いに活用されるべきである。

それから、インターネットを利用できない者に対しても十分な配慮が求められるということである。くれぐれも広報活動の目的を履き違えてはならない。あらゆる広報ツールを重層的に利用して、差別なく広報活動を享受できる仕組みが必要とされている²⁴⁾。その意味ではインターネットの利用は、広報ツールの一つ的手段でしかないことを自治体側は十分認識しておかねばならない。

さらには域外の受け手に対して、観光や物産関連の情報だけでなく地元出身者への広報活動

20) 西宮市のパソコン通信を利用した広聴活動については、古賀偉夫「広聴におけるワープロ(パソコン)通信の利用(上)―時間・場所に拘束されない市政モニター事業」『広報』、日本広報協会、1993年6月号、48～51頁、及び、同「広聴におけるワープロ(パソコン)通信の利用(下)―新しいコミュニケーションの場をつくる電子会議」『広報』、日本広報協会、1993年7月号、28～31頁を参照。

21) 東京都中央区の試みに関する紹介は、「インターネットを通じて提言を募集」『農』、ぎょうせい、1996年6月号、62頁、神奈川県大和市の試みに関する紹介は、「インターネットで都市計画への意見を聴取」『農』、ぎょうせい、1996年4月号、66頁を参照のこと。なお、それぞれのホームページ・アドレスは次の通り。東京都中央区[<http://www.ccci.or.jp/chuo-city>]、神奈川県大和市[<http://www.mag.keio.ac.jp/~yamatotk/>]。22) 朝日新聞、1996年6月11日付。

23) その一例として、「図書館にインターネット用パソコン設置」『農』、ぎょうせい、1996年3月号、55頁を参照。このインターネット利用の環境整備への言及として、大阪府『公共部門におけるインターネットの活用をめざして―公共部門インターネット活用ガイド』、大阪府、1996年、37,38頁。

24) この点については、大阪府『前掲書』36頁においても指摘されているところである。

やUターン情報、或いはその他の受け手に対しても職員採用試験の案内やUターンなどの情報など実用的で役立つ情報を増やしていくことが必要であると思われる。

最後に自治体の広報活動というのは、効果が測りにくいものである。特にインターネットの利用についてもアクセス数だけでは判断できないし、そのことは当てはまっている。言えることは、結果を早急に求める性質のものではないことだけは確かだということである。まだこの活動は始まったばかりでもある。本当に受け手が求める内容を提供し上記の指摘した課題を少しずつでも克服する過程において、住民から必要な広報ツールとして認知されてくるのではないだろうか。

(1996年9月2日受理)

参考文献

- 大野健一・福田敏彦『地域が語り始めたー自治体と情報発信』, 電通, 1995年
兼子仁・堀部政男編『シリーズ自治体情報政策・情報システム4 広報広聴と情報政策』, 労働旬報社, 1986年
下條美智彦『ネットワーク時代の情報政策』, ぎょうせい, 1989年
社会情報システム学コロキウム編『社会情報システム学・序説』, 富士通経営研修所, 1996年
西尾勝編『自治体の情報政策』, 学陽書房, 1989年
西尾勝・村松岐夫編『講座行政学第5巻 業務の執行』, 有斐閣, 1994年
林上編『高度情報化の進展と地域社会』, 大明堂, 1996年
船津衛『地域情報と地域メディア』, 恒星社厚生閣, 1994年
本田弘『行政広報』, サンワコーポレーション, 1995年
三浦恵次『自治体の広報活動』, 総合労働研究所, 1986年
特集「高度情報化と都市行政の変容」『都市問題』第87巻第6号, 東京市政調査会, 1996年6月号
文部省科学研究費補助金・重点研究「情報化社会と人間」第1群第3班(研究代表者井出嘉憲)研究報告書『高度情報化と行政過程』, 信州大学教育学部, 1995年。
特集「自治体の広報」『都市問題研究』第48巻第5号, 都市問題研究会, 1996年5月号
特集「インターネットと広報」『広報』No.528, 日本広報協会, 1996年5月号