

Case Study

*ikutahara
*shibeche
*betsukai

北海道内における 情報化の取り組み

道内では地域情報化に向けたさまざまな取り組みが

見られています。ここでは、昨年開催された「北海道市町村ホームページコンテンツ・コンペ」で最優秀賞を受賞した生田原町、地元プロバイダーをNPO的な組織で立ち上げた標茶町、そして中央省庁のモデル事業を活用して情報化に取り組む別海町取材しました。

Case Study @ ikutahara-cho

地域事例 #01

生田原町

毎日更新のコツと情報の質を考える
～生田原町のホームページ制作～



■道内でもっとも優れたホームページ

昨年、開催された「北海道市町村ホームページコンテンツ・コンペ」(北海道総合企画部地域振興室地域政策課主催)で174市町村のなかから最優秀賞に選ばれたのが生田原町です。生田原町は、人口約2,700人、木工やキノコの生産のほか、最近では世界の木のおもちゃが展示された博物館

「ちゃちゃワールド」や、オホーツク文学館、文学碑公園など、文化的な香りのするまちとして知られています。昨年のコンペでは、生活に密着した情報を緻密に、そしてタイムリーに発信していること、地域住民と地域外向けの情報をバランスよく発信していることなどが評価され、最優秀賞と暮らしの手引き部門賞のダブル受賞を果たしています。



生田原町ホームページ
<http://www.ohotoku26.or.jp/ikutahara/>

■町民向け情報を追加し、ホームページが充実

生田原町のホームページを開くと、「週間いくたはら 毎朝9時、生田原の今が3分でわかる!」という言葉が目飛び込んできます。ぱっと見た瞬間に、非常に分かりやすい言葉でメッセージを伝えているのが印象的なトップページです。

生田原町のホームページは、'96年10月に開設されました。そのきっかけは、オホーツク26市町村が集まり組織したオホーツク委員会のオホーツク・ファンタジアのホームページ開設でした。これと同時に生田原町を含む26市町村のホームページがスタートしています。当時の生田原町のホームページは、観光情報を主にした地域外に向けての情報発信が中心で、作成作業も外部委託でした。しかし、当初から住民向けの情報発信をという狙いがあり、'99年に町民を中心ターゲットに据えた「週間いくたはら」を開設しました。「こんな小さなまちでも日々出来事があるし、人の動きがあります。そんな動きを伝えたいと思った」と、週間いくた

はら開設当時からホームページの作成・更新を担当する企画振興課の太田主幹は言います。当初は太田主幹も、ホームページ作成の技術を持っていたわけではありませんが、オホーツク委員会で開催されたホームページ作成ソフトの講習会をきっかけに、その技術を身に付けました。5年前のホームページ開設当時は、組織内の体制も確立されておらず、職員が対応できるようになり、ようやく2年前に週間いくたはらを開設、これまでの観光情報と合わせて、町外だけでなく地域住民向けの情報を加えて情報発信が開始されました。

■ネット上の掲載情報をどう見極めるか

週間いくたはらでは「今日の空模様」「重要なお知らせ」「今、お伝えしたいこと」「今週の話題」など、非常に分かりやすい言葉でメッセージを伝えていることが特徴です。「情報を掲載することで満足しているホームページがありますが、見る人の視点が重要と考えているので、できるだけ役所的な言葉を廃し、分かりや



世界の40カ国の木のおもちゃを集めたミュージアム「ちゃちゃワールド」



生田原駅前の様子

すい表現に加工しています」と太田主幹。神奈川県や三重県など、全国でも有名なホームページにアクセスして、そのコツを自分なりに学んだと言います。

また週間いくたはらは、情報が毎日更新されていることが大きな評価につながっています。最終更新が1年前、2年前というホームページもあるなかで、行政が毎日情報を更新することについては、さまざまな課題があります。多くの行政が実行したいと思っても、なかなか実行できないというのが本音でしょう。生田原ではその点をどのようにクリアしているのでしょうか。週間いくたはらの基本的な考え方にはいくつかの要点があります。一つは、そのターゲットで、町民及び町外に在住する生田原町出身者や関係者に向けて町内外の出来事を発信することです。また、インターネットは情報の鮮度が命であることから、最新の情報を伝えるために、町民が知りたい情報を可能な限りお知らせできるように

しています。日付、お天気写真と記事、宿泊状況、今日・明日・明後日の行事、旬の行事などは毎日更新を原則とし、各課の情報は、各課からの情報提供を基本に、発信のタイミングと偏りのない“中庸の精神”を心がけて、広く一斉に知らせたい話題を提供するという考え方です。また、広報誌とのバランスをよく考え、記事掲載のタイミングや、重要な情報の開示などをよく検討して情報発信しています。

これらの考え方は、行政として情報の質をどう考えていくのかということにつながります。簡単にいうと情報とは何かということです。発信してしまえば、それはもう情報ではないと言う人もいます。かといって、何でも発信をすればいいとも限りません。情報を発信することで、混乱することもあります。そこをどう選別しているのか。この点は今も悩みの種であるようですが、「とにかく発信のタイミングと中庸の精神が重要」と、そのポイントを整理します。組



生田原町役場



JR生田原駅に併設された「オホーツク文学館」

組織全体の秩序を把握しながらバランスよく情報発信していくことがホームページ情報の考え方といえるのではないのでしょうか。

また、広報誌とホームページをどのように棲み分けしていくかということも一つの検討課題です。現在は、ホームページの役割は、話題性のあるものを紹介することと、お知らせと周知を中心に掲載し、募集情報については連絡先、問い合わせ先を明記する以外はインターネット上では行わないとしています。これは「インターネットがすべてではない」という考え方のもと、それぞれの媒体にあった情報を発信していこうという狙いでもあります。いずれにしてもインターネットの情報は広報誌とは質の違うものが望まれています。それは行政の意志決定のスピードと柔軟さが求められてきているということでしょう。

■毎日情報更新のコツ

現在、週間いくたはらの情報更新は、太田主幹が中心となり、不在のためのサブスタッフ体制があるという状況です。毎日の更新のためには、組織として決裁が必要となるものもあり、当初は詳細に決裁をとっていたようですが、現在では庁内でも徐々に理解を得られるようになったため、担当者レベルで判断できるようになったこともあり、毎日更新という思い切った運用が可能になって

います。情報発信に伴って、組織内での体制確保や対応策の検討を要することもありますから、その意味では毎日の情報更新は評価されて当然でしょう。一方で、生田原町では情報公開条例が制定されていないため、どの情報を発信すべきか、あるいはどのように発信するかという「住民に何を、どのように伝えるか」を日々模索しています。

ところで、毎日更新の作業は負担になっていないのでしょうか。「出勤途中にその日の様子をデジカメに収めて、毎朝更新していますが、楽しくやっています」と、意外と切迫感はありません。慶弔に関する記事もあるため、24時間体制で臨まなければならないので、自宅に持ち込んでの作業もあると言いますが、「情報を発信するという意味では、ネットがすべてではないので気楽にやっています」。そんな気負いのなさが、毎日更新の一番重要なコツかもしれません。

生田原町のホームページアクセス数は現在1日当たり150～200件程度で、網走管内の北見・網走・紋別の3市を除けばベスト3に入っています。ホームページの内容についてはまだまだ模索が続いているなかで、ホームページコンテンツ・コンペで最優秀賞を受賞したことは、「正直なところ、とまどっている」と言いますが、“作ること”が目的化されたホームページが多いなかで、「何を伝えるか」を追求している生田原町の姿勢が高く評価されたということでしょう。