

## 会議録

会議の名称	令和4年度第9回新城市若者議会
開催日時	令和4年10月24日（月）午後7時から午後9時まで
開催場所	市役所4階会議室
会議の内容	令和4年度第9回新城市若者議会 ・政策案共有と質疑応答 ・議決

### 1 政策案共有と質疑応答

各委員会から現在検討をしている政策について全体へ共有を行った。また所属委員会以外のメンバーから政策内容について質問がなされた。質疑応答の内容は以下のとおりである。

<p>交流委員会 「ヤングコネクト事業」</p>	<p>質問：何をもって交流が促進されたと考えるか。成果指標などは考えているのか。</p> <p>回答：ゴールは若者がもっと交流に意識を持つようになることや、知る機会がなかったから交流できなかったという若者がヤングほのかを読んで交流に参加し、チャレンジしてくれることである。</p> <p>質問：小学生には配らないのか。</p> <p>回答：対象は13歳から29歳にするため内容が少し難しくなってしまう可能性があるが、このような活動を知ってもらうために小学生にも配る予定。小学生に配ることで保護者にも知ってもらうことができる。小学生や外国人でも読みやすいように難しい漢字にはふりがなをつける。</p> <p>質問：制作実行委員はどのように決定するか。また何人集める予定か。</p> <p>回答：今後決めていく。</p> <p>質問：最初の年は年4回作成し、それ以降の年は回数を調整するとの説明があったが、具体的にどのような指標をもって調整するのか。</p> <p>回答：この頻度で間に合うかどうか、情報が集まるかどうかで調整していく。</p>
------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>質問：政策シートに広報ほのかとは違った若者目線で伝えるとあるが、どのような違いか。</p> <p>回答：広報ほのかとは異なり、絵や写真などを多く用いながら新城の若者のトレンドや若者向けの場所の情報等を紹介する。</p> <p>質問：広報ほのかの表紙にも写真が使われているが、どのような差別化をして若者に手に取ってもらうか。</p> <p>回答：広報ほのかは学校では配られないが、ヤングほのかは学校で配布することで見てもらうことができる。</p> <p>質問：最近の若者の間では鞆を小さくするファッションが流行っていることもあり、とくにコンビニや公共施設ではA4のような大きなサイズは手に取って持ち帰らないのではないか。</p> <p>回答：今後検討していく。</p>
<p>観光委員会 「家族がつなぐ新城 思い出事業」</p>	<p>質問：魅力を知ってもらうとのことであったが、観光委員会としては何を魅力と考えているか。それは家族を連れて行きたくなるようなものか。</p> <p>回答：観光委員会として考える魅力を知ってもらうというよりは、ターゲットを設定した上でそのターゲットに合う魅力を考えて。家族連れにとっての魅力は自然豊かなところであり、子どもが楽しめるようなアトラクションがある点であると考えた。</p> <p>質問：費用対効果の点で、どれくらいの人がYouTube広告を見て来てくれたらよいか。</p> <p>回答：佐賀市が外国人に対してYouTube広告を実施した例があるが、観光案内所のアンケートでは23.7%の外国人が佐賀市の広告を見たことがあると回答しているため、一定の効果があると考えられる。ただ、今回はあくまで知ってもらう段階の政策であるため、まず知ってもらうことができたらいと考えている。</p> <p>質問：子どもが大人になったときに自分の子どもを連れてきてくれるという好循環をつくることであったが、少子化が進む中で子どもをターゲットとしたところで将来的に観光客が</p>

	<p>増えるという見込みはないのではないかと。</p> <p>回答：少子化の問題については今後検討していく。</p> <p>質問：移住定住につなげたいとのことだったが、観光で感じた魅力から移住定住につながるか。</p> <p>回答：移住定住は主の目的ではなく、観光はあくまで移住定住につながる1つの要素になればと考えている。</p> <p>質問：感動的なストーリー仕立てだと出演者に演じてもらうことになると思うが、公募だと難しいのではないかと。</p> <p>回答：最初は役者の方に出演していただく方向で進めていたが、出演料だけで200万円ほどの予算がかかり、さらには5年間の使用期限があることから、市民の方の税金を使ってまでして役者の方に頼む必要はないと考えた。また、子どもが演じるようなシーンはほとんどなく、楽しんでいる様子を映すだけであるため、むしろ一般の方のほうが自然体で撮影することができると考えている。</p> <p>質問：YouTube広告はインストリーム広告かバンパー広告どちらか。</p> <p>回答：スキップ可能なインストリーム広告を考えている。</p> <p>質問：YouTube広告以外で動画のPRは考えているか。</p> <p>回答：YouTubeチャンネルでの通常の投稿は実施する。SNS等その他のPRについては今後検討していく。</p> <p>質問：YouTube広告にはサムネイル画像と文字だけの広告もあるが、検討しているか。</p> <p>回答：ストーリーを含めた動画で魅力を伝えたいため、それについては考えていない。</p> <p>質問：広告の下に出るリンク先は考えているか。</p> <p>回答：佐賀市のYouTube広告の結果を見ると、リンク先のクリック数は1%以下でありあまり期待ができないため、まだ考えていない。今後検討していく。</p> <p>質問：ポスター等の紙媒体は考えなかったか。</p> <p>回答：最初は紙媒体での広告も検討していたが、今まで紙媒体でのPRがされてきた上での現状</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>だと考え、新たな手段を用いることにした。YouTube広告はターゲットを絞ることができるため、紙媒体よりも的確にターゲット層に届けることができると考えた。</p>
<p>教育・子育て委員会 「目指せwell-being! プレコンで明るい未来を作ろう事業」</p>	<p>質問：講座の講師は誰か。謝礼等が予算に入っていないがどうするのか。</p> <p>回答：プレコンセプションケアに関する講座についてはしんしろ助産所の助産師の方にお問い合わせする予定。市の職員のため謝礼は不要であり、予算に入っていない。</p> <p>質問：本当に必要としている人たちは来ないのではないか。そのような人たちに対するアプローチについてはどのように考えているか。</p> <p>回答：来ないのではないかとこの点については委員会内でも話題となり、オンラインでの参加を可能にする予定。社会や環境から変えていくために定期的実施していく。</p> <p>質問：小学生には妊娠の仕組み等について教えないとのことであったが、日本は性教育が遅れているため軽い内容なら教えてもよいのではないか。中高生の自殺が近年話題になっているため、積極的にいのちの大切さを伝えていくべきだと思う。</p> <p>回答：小学生にも伝えたいという意見は委員会内でもあったが、プレコンセプションケアの対象は高校生以上という厳格な規定がある。いのちの大切さについては小中高すべての年代に伝えられるように発信していく予定。</p> <p>質問：プレコンセプションケアの講座は1回で終わらせてしまうのか。続けていくのであればどれくらいの頻度で実施するか。</p> <p>回答：プレコンセプションケアの講座については、今後お出かけ講座に追加されるものである。モデルとして1年間に2回実施した上で今後の実施頻度を検討していく。</p> <p>質問：お出かけ講座のチラシが企業に配られたところで開催したいと思ってもらえないのではないか。また学校の現状からしても難しいのではないかと思うが、どれくらいの効果を見込んでいるか。</p>

	<p>回答：お出かけ講座自体が知られていない現状であるため、まずはこの制度を知ってもらうことに意義があると考えている。現状では小中高校から年間7回ほどの依頼がある。</p> <p>質問：チラシが配られても行きたいと思われないと考えるが、イベントの規模を10～20人とした理由は何か。</p> <p>回答：体験もあるため、大人数だとうまく回らないと考え、10～20人とした。まずは知りたいと思っている人に知識を深めてもらい、他の人に広めてもらえたらと考えている。周知方法についてはそれぞれの主催者が行うため、直接声をかけるなどして身近で知りたいと思っている人に周知していただけるかと思う。また、中学生の親からも性教育を充実させてほしいという意見があったと聞いている。</p> <p>質問：チラシとリーフレットを分ける意味は何か。</p> <p>回答：リーフレットには教育・子育て委員会がプレコンセプションケアや命の大切さ等の性教育を取り上げたい理由と、講座において必要な内容を載せる予定。チラシについては事業を周知するためのものである。</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## 2 議決

各委員会は、質問や意見のあった内容について改めて話し合い、最終的な政策内容と予算を決定し、その結果を全体に共有した。議決に関しては、新城市若者議会条例第6条に基づき、議長進行のもと「答申すべき」「答申すべきでない」の2択で投票を行い、当日の出席委員の過半数で決した。以下は議決結果である。

### ●交流委員会 「ヤングコネクト事業」

政策：政策内容に変更なし  
 予算：変更なし  
 投票の結果：答申事業と決定

### ●観光委員会 「家族がつなぐ新城思い出事業」

政策：政策内容に変更なし  
 予算：変更なし  
 投票の結果：答申事業と決定

●教育・子育て委員会 「目指せwell-being!プレコンで明るい未来を作ろう  
事業」

政策：政策内容に変更なし

予算：変更なし

投票の結果：答申事業と決定

終了時間：午後 9 時