

秦野市議会議員

やひろ伸二



議会だより

連絡先：

〒259-1392 秦野市堀山下1番地
Tel. 0463-88-2777 (後援会事務所)
ホームページ：https://www.shinjiyahiro.com

令和7年6月秦野市議会第2回定例会月会議報告

令和7年6月秦野市議会第2回定例会月会議が、6月5日～6月24日の日程で開催され、市長提出議案9件、諮問2件、報告8件、陳情5件、委員会提出議案3件を審議・議決しました。主な内容は以下の通りです。



1. クアーズテック秦野カルチャーホール特定天井の改修



過去2回にわたり入札が不調となっていたクアーズテック秦野カルチャーホール(文化会館)の特定天井改修工事について、請負契約の再検討を経て下記の内容で提案がありました。審議の結果、賛成全員で可決しました。

<特定天井改修工事の請負契約内容>

金額	800,800,000円(税込)
契約相手	厚木市中町四丁目16番21号 小島・関野共同企業体
納入期限	令和8年3月3日
工事概要	(1)大ホール及び小ホール ①既存天井を存置し、落下防止措置(ワイヤー工法)を講じる。 ②舞台音響を更新する。 (2)大ホールホワイエ及び市民ロビー ①既存天井を撤去し膜天井に改修する。 ②天井改修に伴い電気設備及び機械設備を更新する。

2. 令和7年度一般会計補正予算

令和7年度一般会計として、下記を含む総事業費8億6,359万円を追加する補正予算が議案として提出され、賛成全員で可決しました。

<補正予算の主な事業と金額>

事業名	予算額
定額減税補足給付金給付事業費	7億3,327万円
震生湖周辺整備事業費	8,900万円
公共下水道事業会計繰越金	1,605万円
民間保育所等支援事業費	455万円

3. 震生湖「太鼓橋」架替え工事

震生湖の「太鼓橋」の老朽化に伴い、約1億円をかけて架け替え工事が実施されました。しかし、橋台工事において湖水の止水対策として設置された大型土のうでは、隙間や湧き水により止水が不十分であったため、鋼矢板による仮設工が追加されました。さらに、進入路の法面が脆弱であったことから、大型重機の使用を断念し、小型重機による施工へと変更。その結果、杭の本数を増やす工法に見直され、事業費は約2億円へ増額されることとなりました。この提案は賛成多数で可決されました。費用は当初の約2倍に膨らんだものの、震生湖を訪れる多くの方々の安全・安心を確保するためには、必要な措置であると考え、私は賛成しました。ただし、事業費の増加については、市民に対して丁寧な説明が必要であると感じています。

<特定天井改修工事の請負契約内容>

金額	変更前：102,695,670円(税込) 変更後：200,874,300円(税込)
契約相手	秦野市平沢319番地の5 株式会社水野建設
納入期限	令和8年2月2日
変更内容	① 仮設工(シートパイル)の追加(延長81m) ② 杭基礎工の工法変更(直径1.0mの杭4本から直径0.4mの杭11本へ変更)



4. 人権擁護委員の再任

人権擁護委員法第3条の規定で選任された人権擁護委員のうち、2名の任期が本年9月30日に満了することに伴い、同委員を委員候補者として再推薦するため、議会へ対し意見を求める諮問がなされました。その結果、下記2名が再任で承認されました。

- ・ 瓜本 公正 氏
- ・ 露木 和子 氏

令和7年6月第2回定例会月会議

一般質問内容 やひろ伸二



秦野市の公式 YouTube チャンネル『はだのモーピック』を活用し、より多くの人に秦野の魅力を発信できるように、現状の効果を分析し、今後の活用方法について質問しました。主な質問内容は以下の通りです。

動画共有サービスの有効活用について
・シティプロモーションや行政サービスの周知での活用

質問

問1:本市の公式 SNS はどれくらいあるか?

問2:本市公式チャンネル「はだのモーピック」の名前の由来は?また、登録者数の推移は?



問3:最近1年間で投稿されたタイトルをAIに入力し、ジャンル分けしてみたところ、①防災・消防・救急、②自然・観光・景観紹介、③教育・次世代育成、④健康・子育て・高齢者支援、⑤市政・政策・式典、⑥地域活動・イベント・文化、⑦生涯学習・講座、⑧表敬訪問・来庁者紹介の8つに分類された。それぞれのジャンルにはターゲットがあると思われるが、どのようにターゲットを決めているのか?

問4:視聴者からのコメントが少ない理由は?

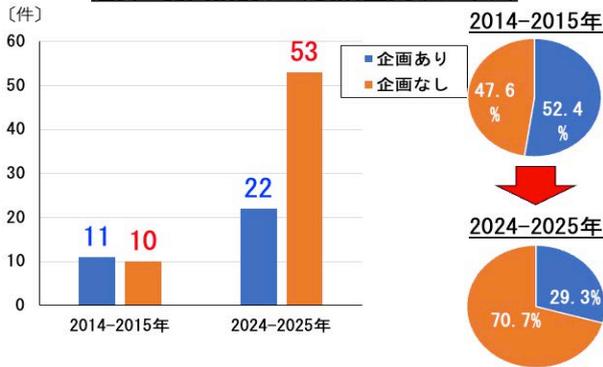
問5:会派で配信しているショート動画を見ると、どの地域で視聴されたかなどを分析するアナリティクスという仕組みがあるが、実際に分析は行っているのか?



問6:最近、企画動画が減っているのではないか?

はだのモーピック(秦野市公式YouTubeチャンネル)

過去の動画投稿との比較(企画あり・なし)



出典: はだのモーピックより

問7:先日、秦野市ソフトボール協会で、大会をPRするため広告動画を流す地域を指定できるインストリーム広告(有料CM動画)を実施し、効果的だと感じたが導入は検討されないのか?

回答

答1:本市では、YouTube、LINE、X(旧Twitter)、Instagram、Facebook、クックパッドなど14の公式SNSアカウントを運用し、全体的な管理は広報広聴課が担い、災害情報や観光情報などの専門分野は各担当課が運用・管理を行っています。

答2:「モーションピクチャー(映画)」を省略した「モーピック」と「はだの」を組み合わせた造語で、世代を問わず親しみやすい動画を届けたいという思いが込められています。令和7年6月現在、687本の動画を公開し、登録者数は5,351人となっております。県内19市で6番目の多さを誇ります。

答3:より大勢の方に秦野市が発信するものを広い分野で見たいという視点で、ターゲットを絞っていません。

答4:行政が作成する動画は中立性が高く、過激な表現や対立的なテーマが少ないため、一般のYouTube動画に比べてコメントが付きにくい傾向にあります。

答5:秦野市のチャンネルの中では、視聴回数が約2万回の「初心者向けのよく分かるリアル動画の作り方」や「中学生英語スピーチコンテスト」が多く視聴されています。この結果から、いわゆるハウツー系が一定の需要があると分析しています。こういったものを企画立案することが今後の発信の意味になっていくのではないかと考えています。



▲【初心者向け】よく分かるリアル動画の作り方

答6:職員の制作負担や時間的制約があります。但し、消防関連や市制施行60周年記念映像のように、必要に応じて委託制作も行っており、今後も費用対効果を見ながら必要に応じて効果を高めていきたいと考えています。

答7:現在、委託制作をしているものとして、市制施行70周年記念映像を作成しており、委託事業者からインストリーム広告の提案を受け、実施を検討しているところです。この結果をしっかりと捉え、今後の研究を進めていきたいと考えています。

意見・要望

丹沢の山々などの動画は、訪れて欲しい地域をターゲットに、例えば、東京や横浜という地域に向けた企画動画をインストリーム広告と組み合わせることで高い効果が得られると考える。市外にお住まいの方から、魅力的なまちに映るような動画共有サービスの運営をして欲しい。