

# 令和6年 議会改革・広報広聴特別委員会（広報部会）行政視察報告

## 〔参加委員(部会員)〕

部会長 清水秀三郎  
副部会長 三石知志  
部会員 城田領 中條壽一 加藤夕紀子

1 視察日時 令和6年8月8日（木）～8月9日（金）

## 2 視察先及び視察事項

- (1) 東京都 株式会社 電通 「市議会に係る広報全般」について  
(2) 千葉県 千葉市 「SNSを活用した広報活動」について

## 3 視察概要

### (1) 東京都 株式会社 電通 「市議会に係る広報全般」について

現在、佐久市議会として、議会の見える化を推進しており、広報部会として議会広報誌「ギカイの窓」が市民にとって読みやすく身近なものとなるよう検討しています。

この間、「議会広報モニター制度」で市民の意見も反映し改善してきたが、どこをどのように改善していけば良いか判断に迷う事もあったため、本職の方からの意見を参考とし、改善するため、株式会社 電通と議会広報誌を中心に意見交換会を行いました。

ア 日時 令和6年8月8日（木）午後1時30分から午後3時30分

イ 対応 戦略プロデュース部長、クリエイティブディレクター2名、研修生7名

ウ 内容

佐久市議会だよりは、一般的にはDM(ダイレクトメール)と捉える事ができ、一番に市民が手に取って読んでもらうことが大事であり、読んでもらい「佐久市議会だより」の情報が有益であると感じてもらうことが重要であります。

しかし、最近ではSNSの普及もあり、社会へ発信される情報量が増大している中で、議会だよりをどのように選ばれ、読まれるものにしていくかが一番重要です。

そのために、「目的」、「ターゲット」、「他の施策との組み合わせ(≒相乗効果)」、「効果検証」について、検討していく事が大切であるとのこと。

また、さいたま市議会だより「ロクマル」と比較事例として、比較していただき、両議会だよりの良いところと改善を検討しても良いところをご教示いただきました。

大まかに、「表紙」はシンプルに中面を開きたくなる仕掛けを、「市民の広場」のページは誰に何を知ってもらいたいのか、「定例議会の内容」のページは適正な情報量なのか、紙面とWEBで役割分担をするのも一つの案、「一般質問」のページは適切な情報量と読みやすさの工夫を、「その他、裏表紙」のページは伝えるべき情報とコンテンツが読みやすく掲載出来ているか、また全体として議会だよりの目的と誰に伝える紙面にしていくかの徹底などの改善点を、広報の専門家

の視点から提案をいただきました。

## エ 考察

意見交換をする中で「議会だよりは、市民と議会のコミュニケーションツールであり、市民と意見交換を行える数少ない場所」との意見から、現在の「ギカイの窓」はこの間の委員会内での沢山の議論の中で、形成され、確立されてきたものであるため、大幅な改善が難しいものとの考えもあったが、目的を明確にしつつ、紙面上で市民との意見交換が出来るものに改善していけるように議論していけたらと考えています。

なお、「ターゲット」に関しては佐久市民全体であり、年齢層的なターゲットを絞ることは出来ないが、今後WEBの多く利用する傾向のある若者層などには、若者層向けにWEBを活用した方法も検討していけたらと考えます。

また、現在の議会だよりの市民に読まれているかなどの効果測定を客観的に把握する場合の情報の収集などは行ってきていない状況なので、今後、紙媒体とWEB上(佐久市の本棚)の情報も含めて収集、分析して、しっかりとした目標設定を持ちつつ、より良く改善していけたらと考えております。

その他、「市民の広場」は、市民活動がメインなのに活動写真を一番大きくしてみてもとの意見から写真の大きさを変更し、「市民が知りたいと思っている事を書くのが大切」との意見から、今後意見の分かれた議案や陳情などに関して、審議結果だけではなく、双方の要約した意見も記載していけるように改善していけたらと考えております。



## (2) 千葉県千葉市 「SNSを活用した広報活動」について

佐久市議会基本条例第6条第2項に「広報誌、ウェブサイトその他の様々な媒体で情報を配信」と規定されている事、また議会の見える化の充実を図るために、SNSのFacebookでも議会情報等を配信し始めました。

議員が配信担当となっているため、議会開会中の投稿が疎かになってしまうなど、配信の充実課題を抱えています

SNSを活用し、充実した発信を行っている千葉市議会の先進事例を学ぶため視察を行いました。

ア 日時 令和6年8月9日(金) 午前9時30分から午前11時00分

イ 対応 千葉市議会議長、議会事務局調査課 課長補佐、主査、主任主事

ウ 内容

千葉市議会では、X(旧 Twitter)を平成23年7月に議会の発信力を高める事を目的に、議長から広報委員会へのX開設の協議依頼があり、広報部会で運営基準等を整備し、平成24年2月から運用開始。Facebookを平成26年1月に広報部会運用基準等を整備し、平成26年6月から運用開始しました。令和6年7月31日時点の登録者数はX：1,835人、Facebook：650人(市民約98万人中)とのことです。

主な投稿内容として、本会議・委員会等の日程、インターネット中継のお知らせ、広報紙・ポスター発行、行政視察、議長・副議長の出席行事などを、X、Facebookともに同一内容を投稿しており、議会開会中は配信日程の計画を作成し、進捗管理を行っています。

投稿については、議会事務局(調査課)が会議を所管する課より、必要な事項(会議名、日時、場所、議題等)を入手作成し、課内で決裁して投稿。議長・副議長の出席行事は、総務課が実施。

投稿頻度は、X、Facebookそれぞれ約200回投稿しており、定例会開会中はほぼ毎日投稿し、多い時で約30回の投稿をしています。

今後の課題として、投稿内容の固定化や硬い文章になってしまう中で、いかにフォロワー数を増やすかとの事で、今後、議会閉会中に議会の説明をシリーズでの投稿、本会議録画放送のお知らせの投稿、親しみやすい投稿(地元のお祭りなど)に取り組んでいるとのことです。

エ 考察

佐久市では、議員が投稿をしており、議会事務局に投稿を依頼することも一つの案ですが、千葉市の議会事務局は16人(担当の調査課8人)に対し、佐久市の議会事務局7人のため、議会事務局に依頼する事は難しい状況であります。

佐久市議会のFacebookの投稿は、広報部会長が投稿案文をメインで作成し、複数人で確認後に投稿しています。

今後、千葉市議会の配信日程の計画を参考に、配信日程計画を作り、複数人で投稿案文を作れる体制や議会ホームページに掲載されない最新の議決情報なども含めた投稿、FacebookだけではなくX等の開設の検討などを行い、定期的な投稿と共に、フォロワーも増やし、多くの方に見てもらえる発信を、目指していければと考察します。

