

# 研修視察報告書

この度、埼玉県戸田市、千葉県柏市、埼玉県志木市を視察した概要について、別紙のとおりご報告いたします。

資料その他については、事務局に保管してありますので、ご高覧ください。

平成31年1月22日

## 広報広聴委員会広報分科会

分科会長	奥山 豊和
副分科会長	山形 健二
委員	加藤 勝義
委員	播磨 博一
委員	土田百合子
委員	高橋 聖悟

横手市議会議長 齋藤 光司 様

# 平成 30 年度広報広聴委員会広報分科会 研修視察報告書

## 埼玉県戸田市議会 (11月5日訪問)

### 《戸田市の概要》

総面積は 18.19k m<sup>2</sup>である。

平成 30 年 10 月現在、人口 139,383 人、64,762 世帯となっている。

昭和 41 年市制施行。埼玉県南部に位置し、荒川を隔て東京都板橋区、北区と接している。東北・上越新幹線の上野駅開業に伴う埼京線開通後から急速にベッドタウンとして発展を続け、2015 年の国勢調査では、埼玉県最大の人口増加率である。

### 《調査事項》

## 1. 議会だよりの取り組みについて

### (1) 編集体制と役割分担について

議会広報委員会（特別委員会）8 人により編集にあっている。

### (2) リニューアルの経緯について

寄居町議会をはじめ、他の議会だよりの紙面のいいところ取りをしながら、随時リニューアルしている。

### (3) 紙面づくりで工夫されている点について

- 表紙は「親子のふれあい」をテーマにイベントを探し、担当の委員が撮影を行っている。
- 表紙の題字「とだ」は、市内 12 小学校と 6 中学校の生徒がローテーションにより書いている。学校への依頼は教育委員会を経由している。また、題字の色は季節に合わせている。
- 表紙目次については写真が目立つように小さくしている。
- 一般質問記事は内容に誤りがないよう執行部が確認している。
- 「議会を知っとこ」コーナーで議会のしくみを紹介している。また、6 月と 12 月定例会号に「知っとこクイズ」を掲載し、応募者の中から 5 名にクオカードを贈呈している。これまでは 1 号あたり 9 人から 20 人の応募状況となっている。
- 議会モニターから、常任委員会の活動状況が市民に見えないとの意見があったことにより、年に 1 回年間活動成果を掲載している。
- 号数がわかるように表紙定例会号のロゴマークを変更している。
- 議会広報委員会の行政視察後は、すぐ変えていくべき点や時間をかけて検討する点などについて協議している。

#### (4) 議会だよりの配布方法・配付先について

45,500部発行し、配付先は、全戸配布及び公共施設、市内 JR 埼京線 3 駅、大型店舗、金融機関などである。町会加入率が 4 月時点で 55.1%、であり、賛助会員と未加入世帯にも配布しており、配付率 63.5%。全戸配布からは程遠い。平成 22 年、市広報とポスティングによる配付も検討したが予算の都合上進展していない。

#### (5) 広聴部門との連携について

広聴活動は議会モニター制度のみであり、他には実施していない。

#### (6) その他

- ・発行までの日数は、35 日から 40 日となっている。
- ・業者選択は三社見積り合わせによる。H30 年度 3 月定例会号は 24 ページ 1 部 15.6 円、1 ページは 0.65 円、その他の号は 14.2 円。単価は年々下がってきている状況である。
- ・委員会研修については、埼玉県町村議会議長会主催の議会広報研修会への参加や、全議員を対象に研修会を開催している。

## 2. 議会モニター制度の取り組みについて

#### (1) 導入の背景と目的について

平成 22 年度から導入。議会報告会等市民との意見交換となる事業のかわりとして実施している。導入の際は四日市市議会を参考とした。

モニター募集の周知はチラシの配付による。

モニターへは謝礼として 1 万円の図書カードを贈呈している。

#### (2) 導入の成果について

モニターの応募審査は議会運営委員会で行い、年に 1 回のモニターとの意見交換会で議会全般についての意見・要望をいただき、議会運営委員会で検討・報告後、ホームページで掲載している。

#### (3) 今後の課題について

- ・モニター委員定数 15 人に対し、初年度から応募が満たない状況が続いている。今年度の応募は 5 人、平成 28 年度は 2 人、多い年でも 6 人。議会モニターの目的や役割が市民にわかりにくい、周知されていない、興味を持たれていない等の状況が伺える。
- ・議会の中では制度をなくそうという声はない。どんどん応募してもらうためにどうするかについての協議はある。今のところは様子を見ている状況。

- 12月定例会の傍聴者へ応募用紙を渡しているが、傍聴者からの応募はいない。退職して地域の課題に目が向いた年代の応募が多い状況となっている。モニターになった方から次の方に声かけしてもらい、応募した方もいる。
- 委嘱の際に説明はしているものの、議員個人に対する意見や委員長報告への質問など、議会運営以外の誤解に基づいた意見がある。



戸田市議会から説明を受ける広報分科会



とだ市議会だよりの表紙

### 3. シティセールスの取り組みについて

#### (1) 政策研究所設立の背景と取り組み状況

10年前に自治体シンクタンク（戸田市政策研究所）設立。

戸田市は人口が増え続けているが、やがては減少することになる。国の指示・通達に従い進めていた時代から、平成15年頃には、それぞれの自治体でできることを打ち出した。住民から選んでもらって住んでもらうことが必要であり、政策形成能力の向上がこれからの鍵になる。戸田市の現状に合わせた政策がどのようなものがあるか、職員全員がその能力を向上させ、どの部署も磨く必要があるということで設立された。

- 政策研究所は市長直轄の組織で、副市長が所長を務めており、他に室長、主任研究員2名の計4人。経費的には少額である。政策形成アドバイザーとして、10年前から牧瀬稔准教授（関東学院大学）に引き受けていただいている。
- 各部署で必要と思われ、翌年度に取り上げてもらいたいテーマを年度末に募集している。その中で各部署を横断するような幅広いテーマが採用され、翌年度のテーマとなる。それとは別に市長からの指示があれば研究テーマとなる。

- 4人の職員の他にプロジェクトチームを機能させている。プロジェクトチームについては、課長職が入っている自治体が多いが、係長職以下でやるのが特色。若い感覚で柔軟に作り上げることに重きを置いている。
- プロジェクト協議終盤には所属長に成果物を見ていただき、助言を仰ぐ。
- 法政大学、目白大学と連携し研究事業を行っている。日本都市センターとも共同事業を行っている。
- 戸田ゼミは入庁1年目から10年目の職員で構成。月1度の開催で時間外に開催するが時間外手当はない。希望制としており、牧瀬先生に講師を依頼している。公民連携により地域について議論し、人脈作りから身近な話題の政策という観点の内容となっている。
- 大学において寄附講座を開催。戸田市全般の授業から、福祉、子育て、経済、防災等の話題を、消防士や保育士等により生の声を聴いてもらう。配属されて1～2年の職員から話をしてもらうことにより、自分の業務知識の獲得につながり、市としてもメリットがある。戸田市には大学がないが、大学を誘致するよりは、戸田市と関係を築きたい大学で授業し、戸田市で何かやるときは大学の先生にも協力いただく関係を作っている。
- 研究発表はメールマガジンやホームページを利用している。

## (2) シティセールスとの関連について

平成22年に人口移動実態調査を行った。今でいう「まち・ひと・仕事総合戦略」であるが、転入・転出について当時はデータがなかったため、市民課に人を貼り付け調査を行った。

戸田市の人口流動は非常に激しいが、どの自治体からどのくらい引っ越し、どういう理由で転入しているか、データ結果をもとに平成23年、シティセールス戦略を作った。さらに28年に改訂版を出している。

- 東北新幹線を誘致する際に東北本線に新幹線を通すことはできないということで、新しく大宮と赤羽を結ぶよう誘致活動を行い、その時に選ばれたのが戸田市だった。戸田市は駅が一つもなく陸の孤島となっていた。当時は通過するだけの提案だったので反対が起こったが、JRから、新幹線と並行し在来線を通す提案をし、実現したのが埼京線だった。それまでは、殆ど未開発で、田んぼ、畑が多かった分住宅に充てる土地は多くあった。以降、ベッドタウン化し転入が増えている。

## (3) シティセールスの取り組みについて

- 昨年は1万人の転入があり、9千人転出している状況がある。いかに転出をとどめるか、転入した人にいかに住み続けてもらうか。インナープロモーション（市民に向けたプロモーション）とシビックプライド（郷土愛）の観点から力を入れている。
- まんべんなくシティセールスを行うよりはターゲットを決める必要がある。

自分の自治体の強みや環境、交通、観光、人気の地産物などで、こういったものをターゲットに、どういう方を呼び込むのかを明確にしたうえで、その次にそれを達成するためにシティセールスという、対象者によって効果的なものが変わってくる。分析をし、数値に基づくシティセールスの企画、ターゲット、企画が必要になる。

- 住民発信の祭り（朝市、結び市）で数千人を動員。行政は許可業務のみ行った。
- 民間マンションのパンフレットに、市民が住んでみての子育て事情の感想などを掲載した。

#### （４）ターゲットへの効果的な情報発信

- ① インターネットバナー広告に「戸田市に住もう」を掲載。ターゲットは東京圏在住の子育て世代。市の移住定住のページにリンクしている。成果として、850万回表示。クリックすると課金されるシステムである。導入前は450アクセスしかなかったが、導入後は7,012アクセスとなった。転入・転出の時期を見図って実施している。保育士確保のための転入PRについても戦略的に行っている。
- ② 転入者向けホームページを創設し、戸田市に転入した家族に実際住んでみてどうだったか、印象が変わったかなどを聞き、8組を掲載。口コミ効果あり。
- ③ 新宿アルタビジョンを活用し、1か月間PR動画を流した。保育士確保と子育ての町戸田のPR。放送に数百万単位かかるものだが、提供に天気予報を入れることにより、1月30万円で済んだ。動画は横手市出身の職員が作成した。
- ④ イオン北戸田店のデジタルサイネージに動画を流している。市職員が素材を作成した。

#### （５）その他

教育で他市との差別化を図っている。ハード面では全小中学校に冷暖房・冷水器を完備。

ソフト面ではキャリア職員の出向を実現することで、国と直接話ができる環境が整い、企業に戸田市をPRすることにも成功。-googleやベネッセと包括協定を結び、ICT教育に全校にタブレットを導入した。

また、英検3級の受験費用を助成したことにより、3級取得率が上がっている。戸田市に赴任を希望する教員も増え、県内学力トップ争いをするまでになっている。

- シティセールスを成功させるための5要件
- ① 明確なターゲットングが必要
  - ② 人を呼び込むための新たな仕掛けが必要

- ③人と人のつながりから生まれる共感や感動が必要
- ④コアコンピタンス（自治体の強みを磨くこと）が必要
- ⑤ 都市イメージの浸透が必要

## 《戸田市議会広報の取り組み、議会モニター制度、戸田市シティセールスについての各委員の所感》

### ■奥山 豊和分科会長

議会広報の取り組みについては、「常任委員会の年間活動成果」という特集コーナーがとても興味深く、それぞれの委員会が1年間の活動テーマを設定し、月に1回程度調査研究を行い、執行部に対し具体的な提言書の提出まで繋げているという活動の成果が大変分かりやすくまとめられていた。決まったことだけを羅列する議会だよりではなく、こうした日常の議会活動の成果をしっかりとアピールしていくことも議会改革の一環として物凄く大切な要素だと思う。今後の参考にしていきたい。

シティセールスについては、広報戦略一つとっても、血税を投入するにあたり明確なターゲットと戦略が感じられた。呼び込んだ人をどうやって定着させていくかという明確な課題に対し一つ一つが具体的であるし、何より緻密な分析に裏付けられた覚悟を感じさせる取り組みの蓄積があって初めて、「選択されるまち」に「市民が誇りを持って住み続けられるまち」になるのだと痛感した。

### ■山形 健二 副分科会長

議会広報の取り組みについては、議会だよりがオールカラー、20ページであり、発行部数も横手市よりも多いのに、印刷代が安かった。戸田市を担当する業者の努力ももちろんだが、決まった印刷会社で指名競争入札の横手市では実現できないと感じた。

議会モニター制度については議会報告会をやっている横手市では新たに導入する必要はないのではないかと感じられた。

シティセールスについて、戸田市と横手市では都市部と田舎で環境が違いすぎて、同じやり方はできないが、ターゲットを絞り込むという考え方は必要であり、横手市のシティセールスのあり方を考える上で参考になった。

個人的には戸田市議会だよりの3月定例会にある、「予算マップ」を横手市の議会だよりでもやりたい。

### ■加藤 勝義 委員

議会広報の取り組みについては、埼玉県で最も人口が増えている市であり、子供が増えている若い町のイメージである。議会だよりの題字を「とだ」と小中校生が交代で書いていることから、議会だよりを市民と一緒につくるという意識がうか

がえた。そして、題字を書いていた子どもたちからのコメントを裏表紙に掲載していた。これも子どもたちに市や議会を身近に感じてもらうための、議会だよりの役目と感じた。

議会だよりの配布については、65.3%であり都市部の配布方法の大変さを感じた。

議会モニター制度については、モニター委員は上限 15 名ということだったが、応募が少ない問題があるようだ。

広報やフェイスブック、チラシなどからお知らせしているようだったが、平成 24 年から実施していることは感心した。出された意見も議会運営から外れたものも多く、試行錯誤しているとのこと。このように、議会モニターや議会だよりモニターを実施する際の課題は、都市部や地方部も共通したものでしょう。

シティセールスについては、まずは、明確なターゲティングにより新たな仕掛けづくりがあることは注目された。その為に、市長直轄で職員参加の自治体のシンクタンク「戸田市政策研究所」を設置し外部機関とのネットワークづくりをしている。居住によるシティセールスで人口増加から人口維持という発想の転換に目的を持っていることなど、しっかりしたターゲティングをしていることはとても参考となった。

#### ■播磨 博一 委員

議会広報の取り組みについては、資料として配付された広報誌を拝見したが、非常に読みやすい紙面構成になっていて、委員会の取り組みの姿勢が感じられた。特に表紙は毎号レイアウトが違っていて、評価は分かれると思うが、積極的な姿勢としては参考になると思う。また写真についても、毎号子どもと大人が一緒に構図が組まれていて、ほのぼのの感があると思う。紙面は全ページカラー刷りになっていて読みやすく、予算的にも安く仕上がっているということだったので地域的な差を感じながらもカラー刷りの良さを痛感した。また、委員会研修として埼玉県町村議長会主催の議会広報研修会に参加するなどしていたが、こういったことは横手市でも検討に値すると感じた。

議会モニター制度については、この制度を取り入れている自治体は多くあると思うが、私が研修の際などに伺った話では、大きな課題として応募者の少なさをあげるところが多かった。戸田市においても同様の傾向であったが、モニターから提出された意見を見るとさまざまな意見が出されており、議会改革に参考になる提言も多くあるように感じた。有用な制度ではあると思うが、横手市で取り組むとすれば議会としてモニター制度をよく理解し、その上で市民が制度についてよく解釈できるような環境整備を進めてからでないとい尻切れトンボになるのではないかと危惧する。

シティセールスについては、人口増加が進んでいるにも関わらず、先を見据えて積極的に取り組んでいることに驚いた。特に若手職員の人材育成も視野に入れた戸田市政策研究所の設置は、激しい都市間競争の時代を勝ち抜くためには市全体の政策形成力の向上が不可欠として立ち上げていたが、まさにそのとおりと感嘆した。シティセールスとしてのしっかりとした戦略を立て、それを具現化するための方策、施策の多様な角度から検討、実行、さらなる磨き上げ、このサイクルの中に政策研究所をうまく絡ませ、成果を上げようとしていると感じた。また、市民が自分の街に愛着が持てるような仕組みづくり、「インナープロモーション」の考え方も興味ある内容だった。シティセールスにはいくつかのタイプがあり、戸田市の事例が即当市で可能かとなると、実態と合わない部分も多いと感じたが、ベースの考え方はとても参考になった。

### ■高橋 聖悟 委員

戸田市議会の広報については、オールカラーがうらやましい。都会ならではの競争原理があり、そこそこの金額でそれができている。内容については我々と大差はない。

ここの特筆すべきことは、議会モニター制度を実施していること。いわゆる議会に対しての市民の声を広く聴取し議会運営に活かしていこうとのことである。しかし、表向きはいいが難題があるようである。

まずは、モニターが集まらないそうだ。15人に委嘱したいそうだが毎年数人しか来ておらず、全員採用しているそうだ。語弊があるかもしれないが、欠格者がいたらどうするのだろうと思ったが、今のところそれはないようだった。振り分け理由も考えないといけないときもあるだろう。大変なことの想定も必要か。

また、議会運営から外れた意見がくることに対処するのが難儀しているとのことであり、市民の声をくみ取るのは容易ではないと思った。

難儀しているが続けるのか、との問いには続けるという答えだったが限界があるのではないか。また、手法の変更も必要ではないかと感じた。

シティセールスについても学んだ。横手市とは違い、その体系やデータ活用が上手い。体制ができている。ターゲット、戦略の内容は、都市部の自治体間競争の様相を呈している中において尖鋭的である。また内向きの施策（インナープロモーション）の強化にも努めている。持続可能に向け必死さが伝わる。

基幹産業、オリンピック、マンガ原画収蔵世界一、インドネシア！？。バラバラセールスでは、予算の無駄遣い、非効率だが……。そんなことを感じさせられてきた。

## ■土田 百合子 委員

議会広報の取り組みについては、常任委員会の活動成果の掲載について、常任委員会ごとに1年間の活動テーマを決め、原則月1回の委員会を開催している。これまでは、執行部から3か月ごとの報告だったが1か月ごとに事業の進捗状況を把握することができるようになった。このような委員会の取り組みは市民目線からも良い企画だと思うので、取り入れてはどうかと思う。

議会モニター制度については、広聴活動がないための議会モニターであるとのこと。平成24年から実施しているが、応募する人が少なく定員に満たない。また、議会を傍聴しての内容や議員個人に対する意見、委員長報告、執行部に対する意見など議会運営から外れているため課題が多い。

委員会の研修は、埼玉県町村議会議長会主催の議会広報研修会へ参加し、先進自治体を中心に視察し、いいところ取りをしているとのこと。秋田県でも「町村議会議長会主催の議会広報コンクール」を提案してはどうかとの意見もあったようだ。

大変に充実した研修視察であった。

## 千葉県柏市議会（11月6日訪問）

### 《柏市の概要》

総面積は114.74K m<sup>2</sup>である。

平成30年10月現在、人口は424,322人、185,715世帯となっている。

千葉県北西部に位置し、東西の距離は約18km、南北の距離は15km、地勢は概ね平坦で、下総大地を中心に市街地や里山が形成されている。台地に入り込んだ大堀川、大津川、金山落などの川沿いや、手賀沼や利根川沿いに分布している低地では、干拓事業や治水事業なども進められ、まとまった農地等となっている。

### 《調査事項》

## 1. 議会だよりの編集について

### (1) 編集体制と役割分担について

議会広報委員会（協議の場）10人により編集にあっている。

### (2) リニューアルの経緯について

- 平成28年度の全国中核都市議会議長会総会で行われた議会報コンクール開催後、リニューアルの平成29年度から編集業務を外部委託している。
- 契約はプロポーザル方式により、1社の応募であった。初年度の状況も見て2年目以降は随契とした。議会に精通していることや編集体制が整っていること等も随契理由のひとつとなっている。

契約は、①編集業務委託 単価契約 3,022,000円

②印刷請負	//	5,077,000 円
③折込手数料	//	5,471,000 円

- 中核市議長会広報コンクール審査員特別賞を受賞している。
- 右開き縦組みから左開き横組みに変更
- タイトルロゴを「かしわ市議会だより」から「Gikai-plus」に変更。ポスターでの提案であった。一部の議員からは横文字を使うことに難色を示す意見もあった。市民からも発行のたびに意見等が寄せられ、浸透するまでは時間がかかった。
- レイアウト作業は、業者がパソコンで作成しながら協議できる。
- 見出しは、第一回広報委員会で決定している。
- 議論の多かった議案や市民生活に関わる議案2～3件をピックアップして取り上げている。
- 注釈を欄外でなく、注釈の帯を設け意識的に入れている。
- 一般質問の文字スペースは、質問した議員数で按分している。
- 視察報告は1都市のみをピックアップしてレポートしている。
- 簡潔なデザイン、写真、イラスト等を活用し、より読み見せる紙面とした。
- 議決結果と賛否一覧は会派ごとに二段書きで表示している。
- 自治体情報発信アプリ「マチイロ」の登録も業者からのアイデアであった。分野ごとに閲覧可能。

### (3) 議会だよりの配布方法・配付先について

142,000部を朝日、読売、毎日、日経、東京、産経、赤旗の7新聞に織り込み。また、希望者への宅配（広報広聴課で市内新聞配達協会と契約）、市役所行政資料室、市内近隣センター、柏駅前パンフレットラック、インフォメーションセンター、ショッピングモール内。



柏市議会から説明を受ける委員



かしわ市議会だより」から「Gikai-plus」にリニューアル

## 《柏市議会広報の取り組みについての各委員の所感》

### ■奥山 豊和分科会長

1面には定例議会で話題になった案件を1つピックアップし、従来型の文章中心ではなく、写真やイラスト・図等のビジュアルを多用した「読み見せる市議会だより」になっていて、いわゆる概要の記載はどこにもなく、注目議案と各議員の一般質問、そして議決結果の一覧の掲載が中心で、とてもシンプルな内容だった。文字の羅列からの脱却は私たちにとっても課題だと考えている。議会側からの一方通行の表現ではなく、今議会では具体的に何が決まって市民生活にどんな影響があるのかということをより具体的に分かりやすくお知らせすることも、読み手の立場を考えた議会だよりの役割であると改めて感じた。今後の参考にしていきたい。

### ■山形 健二 副分科会長

議会だよりはお金を払い、プロにお任せというスタイル。インパクトのある一面の写真と見出しは、議会だよりだとわからなくても手に取ってしまうような感じを受ける。

まず、手に取ってもらうというところは必要なところであり、参考にしたい。

また、マチイロというアプリの存在を知ることができた。横手市でも取り入れたい。

### ■加藤 勝義 委員

議会広報の取り組みについて、昨年市議会だよりを、より見やすく読んでもらいやすいデザインにリニューアルした。表紙題字も「Gikai-plus」としイメージチェンジを図っていた。人口約42万人、一般会計当初予算約1200億と、横手市とは格段に違うが、議会広報も含めて都市部ならではの課題はあるようだ。議会広報の編集は業務委託約300万円。印刷は約500万円。さらに配布は新聞折り込みとして約500万円であった。また、一般質問の各質問者のスペースが、会派の大小により決められていることに注目した。最後に新たな取り組みとして「マチイロ」アプリを利用した情報発信の紹介があった。これは、全国の自治体の情報を発信するアプリであるが、秋田県内では秋田市や男鹿市、湯沢市などで利用しているとの事であった。初めて聞いた情報発信アプリである。横手市でもこの無料発信できるアプリを利用したらいいのではないかと感じた。

### ■播磨 博一 委員

議会広報の取り組みについては、横手市同様議会広報誌のリニューアルに取り組んでいたが、その内容について研修した。リニューアルのきっかけは、全国中核市議会議長会の総会にて行われた議会広報コンクール開催後、出席した副議長からの提案があってからということだった。他自治体の広報誌を拝見するのは参考になることが多いので、視察の際にはいただくことも多いが、町村議会報コンクールのような客観的に評価してもらう機会がないのが、これまでの横手市の現状であると思

う。よりよい紙面作りを意識するのであれば、前日視察した戸田市のように町村議会の研修に参加させてもらうのもいいかと思う。ちなみに柏市では、職員が参加しているとのことだった。編集については外部委託をされていて、横手市とはまったく違っていた。それぞれの市の特徴だと思う。また、議会広報の新たな取り組みとして、「マチイロ」というアプリケーションを利用した配信の話があった。自治体の費用負担がなく、操作性もよく、若年世代の登録が多いということで、すでに県内でも秋田市はじめ5自治体で導入例があり、検討に値する事例だと思う。

### ■高橋 聖悟 委員

「手にとってもらえるための紙面づくり」というコンセプトの柏市議会の広報は、我々当市議会のような、委員自らの作成手法と違い、業者による編集での作成であった。故に随所に斬新さや柔らかな部分があり、コンセプトを踏まえたものになっていた。具体的には、議会にありがちな文章中心ではなく、写真やイラスト、図など、ビジュアルを多用し「見せる」部分がたくさんあって、気を惹かせる。そして、手にとらせるということであった。

編集作業の業者委託については、コストも考えると横手市にとっては非常に難題であるが、それをクリアできる団体であればそれも可だろう。

当面、我々はそこに向けていくことはないが（手づくりへのこだわり）、細かな手法は使わせてもらおう。とりわけ新年号で成果を出したい。

### ■土田 百合子 委員

かしわ市議会だより「Gikai-plus」は平成 29年度から編集業務委託により、市議会だよりのリニューアルを行っていた。2回の広報委員会ではほぼ完成するため、編集内容について要望があれば、委託業者が委員会の場でパソコン表示しながらレイアウト変更しているとのこと。

注釈については、各ページの下に帯を設けることにより、1 ページ目に5つほどの掲載が可能となり、単なる解釈ではなく柏市がどういう状況にあるかを意識的に入れている。

視察報告はQRコードによりホームページに誘導している。

課題として、中核市議会議長会議会だよりコンクールで審査員から答弁の内容が硬いとの講評があったようだが、議員が執筆しているため改善は難しいとのことであった。

また、新たな取り組みとして、昨年11月から「マチイロ」アプリを始めており、新聞を取っていない人に対しても有効と考えているとのこと。当市でも、このような取り組みが出来れば、若い人たちにも読んでいただけるものと感じ提案をしたいと思った。

## 埼玉県志木市議会（11月6日訪問）

### 《志木市の概要》

総面積は 9.05 km<sup>2</sup>である。

平成 30 年 10 月現在、人口は 76,225 人、34,456 世帯となっている。

埼玉県南西部に位置し、昭和 45 年 10 月 26 日市制施行。志木の中心を流れる新河岸川と柳瀬川、東を流れる荒川と 3 本の川がシンボル。歴史的には、新河岸川の舟運で栄えた商業都市として発展した。昭和 40 年頃から都心まで 20 分という好条件から、人口も増加し、住宅都市としても発展してきた。自然や田園風景も残されており、市の基本構想に定めている「市民力でつくる未来へ続くふるさと志木市」の実現を目指し、まちづくりを推進している。

### 《調査事項》

#### 1. 議会だよりの編集について

##### （1）編集体制と役割分担について

議会だよりの編集は議会運営委員会の所管事務となっており、委員 7 人で編集にあっている。

##### （2）契約の状況について

印刷製本費 2,208,000 円（指名競争入札）

12P 年 4 回

他に DTP 機械リース料

##### （3）紙面づくりで工夫されている点について

- 平成 27 年 5 月から、「教えて！議長」のコーナーをスタートし、議会のしくみを掲載している。
- 平成 27 年 8 月から、表紙題字をリニューアルした。
- 議会事務局が DTP ソフトを用い、レイアウトのたたき台を作成し、編集作業にあっているが、業者が再度作成し直している。  
市広報担当経験者が携わっている。
- 一般質問の答弁者が市長ではなく部長名となっているのは、通告の際に議員が答弁者を指名できることによる。
- 1 回目の質問と答弁を掲載するルールとしている。原稿作成の時点で会議録のあら原稿を参考にしており、答弁書の提供はない。
- 綴り用の穴がないのが特徴。市報の方が早く廃止したため、議会だよりもやめた。そのことに関し市民からの苦情はない。
- イメージカラーは、いつも同じ色がよいだろうとのことで青に統一した。

#### (4) 議会だよりの配布方法・配付先について

- ・28,500部を全戸配布。他に、市内のスーパー、コンビニ、金融機関等に送付している。

#### (5) その他

市の広報誌も「Shiki」で議会だよりと同じ題字となっている。



志木市議会から説明を受ける広報分科会委員



志木市の議会だよりと広報「Shiki」

### 《志木市議会広報の取り組みについての各委員の所感》

#### ■奥山 豊和分科会長

議会運営委員会が議会だよりに編集委員会を兼務しているというのが特徴的だった。私たちと同様に表紙の写真は議員自らが撮影していて、議会中話題になったテーマに出来るだけ沿うかたちで題材が決められていた。私たちは市内7中学校の取り組みを紹介中だが、今後の展開としてこういった視点で表紙を考えていくというのも、大変おもしろい取り組みだと思う。

都市部で人口が増えているベッドタウンである3市議会共通の課題としては、配布方法が挙げられる。全戸配布をしようとしても低い自治会の加入率が根底にあって、新聞折り込みの他、公共施設や人が多く行き交う場所にフリーペーパーのように置かせてもらうなどさまざまな手段で配布を行っているようだ。そうした背景から、議会活動を広く市民にお知らせするために、いかにして多くの市民の「目に止まる」議会だよりにしていくかという切実な思いが、様々な改革に取り組む原動力でもあるようにも感じた。

#### ■山形 健二 副分科会長

議会事務局に元広報担当者がおり、お任せしているスタイル。議員も少なく、編集委員会の設置で広報委員会までにはなっていない。スタンダードな議会だよりと

という印象。何かを参考にするというよりは、横手市の議会だよりもなかなか良いのではないかと再確認できた。

#### ■加藤 勝義 委員

議会広報の取り組みについて、人口約7万6千人と横手市よりも少なく、世帯数は横手市とほぼ同じ約3万4千世帯の志木市である。平成27年に、議会だよりの表紙をリニューアルし題字も「Shiki」としていた。編集は委員会がDTPを導入し行っていたが、最後は業者に委ねていた。発行までの日数は20日から25日を要すとの事だったが、横手市の10日から13日は、早い方だと自負した。配布方法は、広報と同時配布であり横手市と同じであるが、平成29年度から、スーパーやコンビニ金融機関にも配布していた。裏表紙全面を使い「教えて！議長」として議会のQ&Aを掲載していることが目についた。

#### ■播磨 博一 委員

ここでも議会広報の編集やリニューアルについて伺った。資料としていただいた広報誌を拝見し、表紙についてはリニューアル後にかなり洗練されたような印象を感じた。ただ、編集については柏市議会でもそうであったが、議員の関わりが薄いような印象を受けた。全体的なイメージとして、もう少し市民を引き込むような広報誌作りをしているという話を伺いたかった。

#### ■高橋 聖悟 委員

ゆるキャラには力が入っている町のようなようだった。配布においては、集合住宅が多いということで苦労しているようだった。

#### ■土田 百合子 委員

志木市では、市民の自治会加入率が70%で、全戸配布の他にコンビニエンスストアや銀行に「議会だより」を配置するなどの対応をしている。発行部数は28,500部であり、発行までの日数は20~25日であった。また、議員数が少ないため、2常任委員会で、議会だより編集は議会運営委員会が担っていた。

当市との主な違いについては、平成13年よりパソコンによる編集DTP（割付の作業）を導入していることや、議員13人全員が一般質問し、選挙用顔写真を使用、写真と文章については議員に任せているとのこと。

また、インターネットで調べてみると「音声版議会だより」が配信されているようだ。当市では、社会福祉協議会のボランティアまんさくの会と六星会が希望者にCDを送るなどの活動をしており、一人一人に対応してくださっていることに感謝したい。これからの発信ツールとして「音声版の議会だより」はあった方が良くと思うが、現状把握も大事であると感じた。

平成 30 年 11 月 20 日に視察研修の振り返りを広報分科会委員全員で行い、下記事項について確認しました。

【戸田市議会 議会だよりについて】

- ・他議会のいいところ取りをしていた。
- ・目次では、注目記事をピックアップ記載している。
- ・目次をあえて載せない議会もある。
- ・表紙に、〇月定例会のロゴがあるのが良い。
- ・オールカラーは羨ましいが費用がかさむ。
- ・委員会年間活動を掲載、テーマをあげて取り組んでいる点が良い。
- ・予算マップは興味ある課題について掲載している。
- ・毎回 20 ページの紙面にしている。
- ・題字も市民参加型になっている。
- ・広報の研修に参加したことが今に活かされているし大事なことだ。
- ・自分達の広報の客観的な位置づけ（評価）が知りたいと思った。
- ・勉強の機会がまたあればいい。
- ・紙面に議会のクイズを掲載しているのは面白い。
- ・議会だよりの配付率は 65% というのは問題だ。当市は町内会の配布体制がしっかりしているので、全戸配布も問題なくやれている。
- ・原稿を執行部に確認していたが、当議会では必要ない。

【戸田市議会 議会モニター制度について】

- ・広聴の機会がない代わりに設置した制度であったことがわかった。
- ・応募状況は少なく、15 人定員に対し 6 人程度であった。他の市議会でも同じ悩みを聞いたことがある。
- ・出された意見は貴重な内容だと思う。
- ・市民が制度を良く理解しているのかは疑問。
- ・制度自体は悪くない。
- ・導入するとすれば、市民の理解は大事だ。
- ・議会広報（議会だより、FM 放送、ホームページ）は比較的導入しやすいのではないかと。市民と議会の懇談会等も活用できる。
- ・良識がある方に委員になってもらいたい。クレマーのようなモニターだと困る。
- ・広聴を充実させてから検討するのがいい。
- ・出されたすべての意見を生かすことはたいへんだ。相当の覚悟が必要だ。
- ・議会全体の雰囲気醸成が必要だ。
- ・紙面に意見を募る方法もあるが、謝礼の問題がある。市広報は協賛があった。
- ・市民の反応を知りたい。

【戸田市 シティセールスについて】

- まさに都市間競争で、住環境を整備し、他自治体との取り合いだ。
- 市以外に売り込むのではなく、市民にPRすることが大事だ。
- シビックプライドの醸成が大事だ。
- 親の意識とこどもの時から街の良さを伝えていくことが大事。
- 高校生になると地域のことに触れなくなる。
- ターゲットの絞り込みはとても大事。当市ではどうするのが疑問。
- 実業高校の存在がとても大事だと感じた。

【柏市議会 議会だよりについて】

- 大都市向けのタブロイド版となっていた。
- 外注で全て業者委託であった。
- 注釈の「知って+（プラス）」というネーミングとレイアウトは参考になる。
- 一般質問の文字数も会派毎に違っていた。
- 「マチイロ」アプリは参考になった。
- 表紙と題字「Gikai-plus」文字のインパクトは良い。
- このような紙面は全体のバランスが大事になってくるだろう。

【志木市 議会だよりについて】

- 事務局職員が作っている印象が強かった。
- ○月定例会のロゴマークはとても参考になる。
- 議会運営委員会が編集の所管になっていた。
- 裏表紙の「教えて議長」の使い方がもったいないと感じた。

【今後の広報活動に生かしていく事項】

- ◆議会モニター制度については、実施する上での課題も多くみられたことや、現段階では広聴活動が徐々に展開されてきている状況にあり、市民の声を聴く機会もあることなどから、必要性も含め今後も検討していく。
- ◆議会だよりについては、他市議会のいいところ取りをしながら、紙面の向上につなげていきたい。
- ◆紙面表紙には、いつの定例会の報告かが分かるように、○月定例会のロゴマークを作成する。
- ◆定例会概要ページが見やすくなるよう、文字の羅列から議案のピックアップ掲載など、レイアウトについて検討していく。

以上のとおり報告します。