



## 管外視察研修報告書

先に実施した議会広報特別委員会管外視察研修の結果について、つぎのとおり報告します。

平成28年8月10日

名取市議会議長 郷内良治様

議会広報特別委員会

委員長 荒川洋平



### 記

- 1 視察期間 平成28年7月19日(火)～21日(木)
- 2 視察先 埼玉県寄居町議会  
東京都あきる野市議会  
千葉県千葉市議会
- 3 参加者 委員 7名  
荒川洋平 委員長 大久保主計 副委員長  
齋浩美 委員 菅原和子 委員  
吉田良 委員 大友康信 委員  
村上久仁 委員  
随行 1名  
議会事務局 主査 高橋一暢
- 4 欠席者 大泉徳子委員 (亘理名取共立衛生処理組合議会視察のため)
- 5 視察行程 別紙のとおり
- 6 調査事項 別紙のとおり  
及び考察

平成28年度 議会広報特別委員会管外視察研修行程表

	行程	宿泊	視察自治体	調査事項
7/19 (火)	<p><b>集合：午前8時20分 仙台駅2階コンビニ向かい</b></p> <p>8:33 はやて112号 9:50 大宮 10:09 高崎線 10:46 熊谷 10:58 秩父鉄道</p> <p>11:26 風車・タクシー 13:00 寄居町議会視察 15:00 寄居 15:18 八高線</p> <p>八高線 16:01 高麗川 16:03 八高線 16:45 八王子 16:58 徒歩 宿泊先</p>	<p><b>京王プラザホテル八王子</b></p> <p>所在地 八王子市旭町 14-1 電話 042-656-3111</p>	<p><b>埼玉県寄居町</b></p> <p>人口 35,083 人 面積 64.25 km<sup>2</sup> 所在地 寄居町大字寄居1180-1 電話 048-581-2121 (町代表)</p>	<p>議会広報紙の発行及び編集について (1)発行についての基本的な考え方について (2)編集方法(編集主体や編集の流れ)について (3)市民との関わり及び反響について</p>
7/20 (水)	<p>9:12 八高線 9:28 八高線 9:38 五日市線 9:47 タクシー 秋川 ……</p> <p>10:00 <b>あきる野市議会視察</b> 12:00 昼食・徒歩 14:15 五日市線 14:23 14:26 押島</p> <p>青梅線 14:37 立川 14:47 中央線特快 15:27 15:36 総武線 16:15 千葉</p> <p>徒歩 …… 宿泊先</p>	<p><b>京成ホテルミラマール</b></p> <p>所在地 千葉市中央区本千葉町 15-1 電話 043-222-2111</p>	<p><b>東京都あきる野市</b></p> <p>人口 81,396 人 面積 73.47 km<sup>2</sup> 所在地 あきる野市二宮 350 電話 042-558-1111 (市代表)</p>	<p>議会広報紙の発行及び編集について (1)発行についての基本的な考え方について (2)編集方法(編集主体や編集の流れ)について (3)市民との関わり及び反響について</p>
7/21 (木)	<p>10:00 タクシー <b>千葉市議会視察</b> 12:00 送迎・昼食 13:24 千葉</p> <p>総武線快速 14:04 15:20 はやぶさ25号 16:52 仙台台</p> <p>東京</p>	<p><b>千葉県千葉市</b></p> <p>人口 974,135 人 面積 271.76 km<sup>2</sup> 所在地 千葉市中央区千葉港 1-1 電話 043-245-5472 (調査課)</p>	<p>議会情報発信(SNSの活用)について (1)情報発信の基本的な考え方について (2)発信手段の選定について (3)運用状況について (4)市民との関わり及び反響について</p> <p>議会広報紙の発行及び編集について (1)発行についての基本的な考え方について (2)編集方法(編集主体や編集の流れ)について (3)市民との関わり及び反響について</p>	
委員長 荒川 洋平	委員 菅原 和子	委員 村上 久仁		
副委員長 大久保主計	委員 吉田 良	名取市議会事務局 022-384-2109		
委員 齋 浩美	委員 大友 康信	随 行 議事調査係 主 査 高橋 一暢		

## 総 括

委員長 荒 川 洋 平

今回の議会広報特別委員会視察研修は、委員長以外は初めての研修となった。各視察先で活発に質疑をし、内容を理解しようとしている様子が見受けられた。

1日目の寄居町、2日目のあきる野市では、紙面のレイアウトや発行までの流れなど多くのことを学ぶことができた。さらに「まずは手に取ってもらう」という考え方を聞いたことは、委員長を含め各委員の心に響いたのではないかと思う。

そして3日目の千葉市ではSNSを用いた議会の情報発信が、市民に向けたこれからの新しい手段の一つであると学ぶことができた。

本市は年々人口増加を続けているが、そのほとんどは社会的要因による増加である。これまで本市に縁もゆかりもなかった人々がこの名取を選んで転入してきている。このような方々や若い世代など、多くの方に名取市・名取市議会に興味を持っていただくためにも、まずは、今回学んできた「まずは手に取ってもらう」ことを念頭において、委員会の中で有効な手段を検討していきたい。

# 議会広報特別委員会管外視察報告書

視察場所 埼玉県寄居町

視察日程 平成28年7月19日(火) 13:00~15:00

視察項目 議会広報紙の発行及び編集について

報告者 大久保主計・吉田 良

## 1 発行についての基本的な指針について

平成9年5月、それまで行政広報の一部であった議会広報を「お元気ですか 寄居議会です」として独立させた。編集委員が変わっても紙面の質が低下しないよう、編集作業には会議録作成などの実績を持つ業者が加わり、完成後の紙面を視覚化によってイメージできる環境で編集を行っている。

発行にかかる費用として、平成28年度当初予算に396万円を計上している。発行部数が1万3,000部であることを考えると割高感があるが、町民に読んでもらうためには必要な経費であるとの考え方である。

行政広報が「結果を知らせるもの」であるのに対し、議会広報は「経過を知らせるもの」と捉えている。

編集委員は年1回、春か秋に研修に参加している。これまでに、埼玉県町村議会議長会が行う実務研修・広報クリニックと、全国町村議会議長会広報コンクールに参加している。全国コンクールには平成20年度から出展し、25年度に奨励賞、26年度に優良賞(第7位)を受賞した。現在、全国1位を目指している。

## 2 編集方法(編集主体や編集の流れ)について

編集委員は6名で、総務経済・文教厚生 of 2常任委員会からそれぞれ3名の委員を選出する。編集委員会において、正副委員長を互選する。

編集委員会は、1回の発行につき最低3回開催するが、初回委員会に先立って行われる正副委員長打合せにおいて、特集記事やページ割、ラフレイアウトの原案などが検討され、その後の会議が円滑に運ぶよう協議が行われる。

第1回編集委員会は定例会から約1週間前、議会運営委員会終了後、同日に開催され、ページ割、ラフレイアウト、執筆者、執筆依頼者、表紙写真方針・日程などが決定される。また、一般質問者に原稿執筆を依頼する。

議会開会后、原稿や写真は業者にメール等で送付する。編集委員会の意向をふまえ、業者が割り付け作業を行う。なお一般質問の原稿は、質問日から3日以内で提出することとしている。

第2回編集委員会は閉会から約2週間後に開催され、割り付けゲラ稿をもとに文章・写真・レイアウトを確認する（初校）。その際、全文を読み上げて文章校正を行う。修正の要望があれば、その場で業者に指示を出し、視覚化された画面上で調整が行われる。ほぼ1日かけた作業となる。初校終了後、担当課における校正が行われる。

第3回編集委員会は閉会から約3週間後に開催され、2校が行われる。ゲラをもとに文章・写真・レイアウトを確認し、修正点を業者に指示する。修正結果の確認は、正副委員長に一任される。閉会から約4週間後、業者による修正を正副委員長が最終的に確認し、事務局によるチェックを経て校了となる。

閉会后約6週間で納品され、各行政区長を介して町内に配布される。

### 3 町民との関わり及び反響について

読まれるためには表紙が重要であると考え、19号から表紙のテーマを決めてシリーズ化している。57～76号のテーマは「よりのえがお」であった。現在は何か打ち込んでいる人物、頑張っている人物を取り上げる「〇〇〇よりの人」をテーマとしている。表紙写真は原則として編集委員の持ち寄り作品から選ぶ。

埼玉県町村議会議長会の広報クリニックから指摘を受け、77号から町民が登場する紙面づくりを行っている。町民の顔が掲載されることで、読もうというきっかけにつながることを見込んでいる。

裏表紙には、編集委員から表紙写真人物に対するインタビューと、町民に対するインタビュー「Voice」が掲載される。表紙・裏表紙はカラー印刷であるため、顔写真は鮮明に印刷されており、地域住民の日常的な表情があることで、町民に対し議会広報をさらに手に取りやすくしている。

市民が登場する紙面は好評を博している。顔写真については、了解を得て掲載しているため、肖像権などに関するトラブルを招いたケースはない。

### 4 考察

「お元気ですか 寄居議会です」を開いて真っ先に感じたことは、レイアウトが非常に印象的であるということである。組型は基本的に3段組としているが、見開き2ページを自在に活用し、縦書き横書きの記事を織り交ぜることで、一つ一つの記事が目飛び込んでくるような効果を生み出している。それが可能であるのは、印刷業者が編集の段階で紙面のイメージを示しながら作業を行う環境が調っているからであろう。確かにこの紙面の内容であれば、多少割高な費用も納税者の理解を得られるものと思われる。

議員の顔写真は使い回しではなく、審議中に撮影されたものが何種類か用いられ、臨場感を醸し出している。写真の枠に、縦長の長方形や円形のものを使うことで変化が生まれ、飽きさせない。本文の文字サイズは12～13ポイントと大きめで、視力の弱い高齢者の方にも疲労を感じさせないよう配慮している。また、キャッチは最大で13文字とし、いかに短くいかに印象的に伝えるかを重視しているように感じた。

一方、広報紙の情報についてさらに深く知りたいと思った読者に対応するため、QRコードを読み取

ることで詳細をホームページで確認できる仕組みが取り入れられている。コストがかからないため、この取り組みは他の自治体にも今後広がるものと予想される。

各ページの見開きの左端には、次のページの内容を予告する文言が掲載されている。一度手に取って読み始めた読者に対し、さらにページをめくるよう誘導することが目的である。何もしなければ単なる余白となるスペースだが、予告を入れることで読んでほしいという編集委員の熱意が伝わってくる。

本市議会広報においても、レイアウト等のデザインを工夫するなど、読みやすさや親しみやすさの向上について検討すべきであろう。

## 議会広報特別委員会視察報告書

日程：平成 28 年 7 月 19 日 (水) 10:00~12:00

場所：東京都あきる野市議会

報告者：齋 浩美、大友 康信

### 東京都あきる野市「議会広報紙の発行及び編集について」

#### 1. 発行についての基本的な考え方について

あきる野市議会の広報広聴委員会では、ひとりでもより多くの市民に、議会をより身近に感じて知ってもらうため、平成 25 年 2 月発行の第 70 号から、あきる野市議会だよりを「ギカイの時間」として、気軽に手にとって読んでもらえるようにリニューアルした。驚いたことに、このリニューアル前の議会だよりは、本市の構成とそっくりであった。

広報広聴委員会が再編された平成 23 年に、議会だよりをより良くするための調査研究グループを立ち上げた。まず、「いつまで」「どのように良くするのか」について、編集の基本的な考え方と目標を『「手にとってもらえる表紙づくり」「気づきを与える表現方法や読みやすさの工夫」を平成 25 年 2 月 1 日第 70 号までに』と設定した。

当初は議会だよりのリニューアルありきではなく、その必要性から検討を始めた。全国から議会広報を 30 種以上集めて市民からアンケートをとるなどして、全会一致の合意をとり、準備から約 1 年をかけ進められた。

全国から集めた評価されている広報の中から良い部分を取り入れながら、内容やデザイン、レイアウトのフォーマットを作成し、プロのデザイナーのアドバイスをもらいながら、委員会で誌面の構成を創りあげた。議会広報という硬いイメージをやわらかくして、すべての市民に手にとってもらえるようにすること、わかりやすい表現とレイアウトなどの工夫をして、より一層読みやすくすることに努めている。

#### 検討内容 1、興味を引く特集と表紙

あらゆる世代に読んでもらうため、「子育てママ」「若手農業者」「消防団員」「大学生」「市に所縁のある著名人」「健康づくり推進市民委員」「スポーツ指導者」・・・など、多様な市民をターゲットに絞った特集を組んでいる。号ごとにターゲットを変えることで、かかわりや親しみを感じた人からのクチコミが広がることで、時間をかけて段階的に全ての世代・ターゲットの読者を獲得している。取材は、委員が人選して対応するので、議会と市民の距離を縮める効果もある。表紙はカラーで断切り 1 人写真を使用し特集とリンクさせる

#### 検討内容 2、読みやすさ

①導線を目の動きと捉えたレイアウトでおしゃれで気軽なものにできる。

②ホワイトスペースを作り、文字を詰め込み過ぎないことで、息苦しさが減り、読み飛ばさないようにできる。

③統一感：グリーンを中心にすっきり感をだす。デザイナーの協力でトータルデザインとセオリーのアドバイスをもらっている。

### 検討内容 3、裏表紙

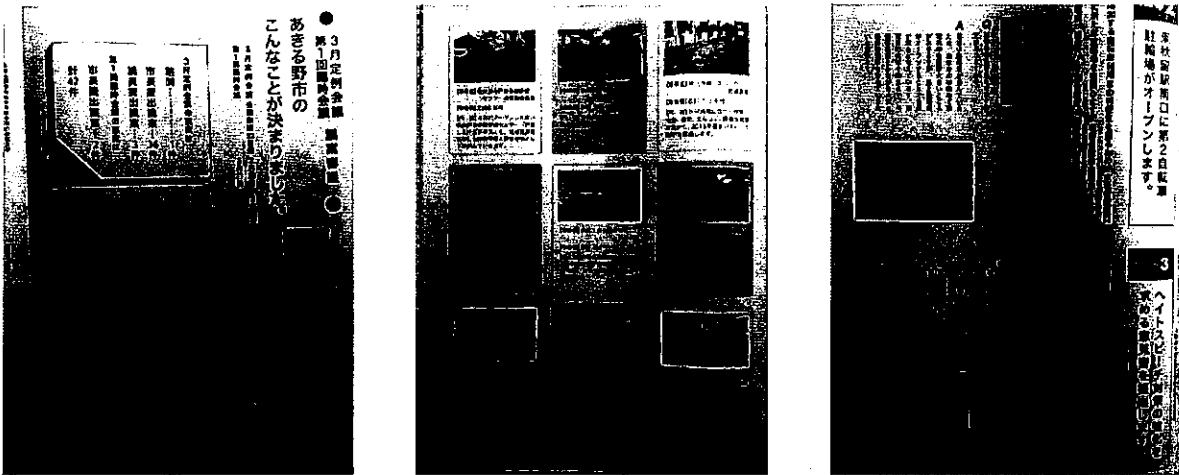
- ①小学生が夢を語るコーナー「聞かせてあなたの未来」
- ②定例会の呼びかけなどのスケジュールや啓発的な記事の掲載

### 検討内容 4 議案審議・一般質問

(すべてがここを読んでもらうための仕掛けである)

見直しポイント

- ①行政用語を「通じる言葉」わかりやすい言葉にすること
- ②詰め込まれた誌面は見たとたんに「おなかいっぱいになる」ことに注意する。
- ③知らせたいことと知りたいことの差、読んでほしい量と読める量の差を見極める
- ④議案審議はおおむね3件・分かりやすい文章におきかえ・写真つきで説明するピックアップ方式に変更する。
- ⑤一般質問は、答弁者名をカット、Q&Aと一問一答方式で掲載、顔写真と写真も付す字数は維持してホワイトスペースを埋めようと情報はあえて詰め込まないようにする。



## 2. 編集方法 (編集主体や編集の流れ) について

### 編集スケジュールについて

- ・紙面デザインはテンプレート化されて当てはめて編集できるようになっており、特集と「聞かせてあなたの未来」は委員が取材と編集を行ない会期の始まる前に完了させている。
- ・議案は、事務局が編集、一般質問の質問と写真は、質問者が質問後の会期中に提出。
- ・討論は、討論者が編集、質問の答弁は、委員が編集して閉会直後の委員会まで提出。
- ・校正は、委員が閉会から約2週間後の委員会で行なう。

本市の現在の議会だよりの編集では4～6回の委員会で編集しているが、あきる野市では2回である。委員会の回数は少ないが、原稿が揃うまでに委員それぞれが編集活動に時間をかけているようである。市民の特集や記事は、会期以外の時期に取材をして、議会の内容を当てはめるばかりに準備しているほか、担当委員が決まっているため非常に少ない回数で済んでいる。

一般質問は、いつもほとんどの議員が質問されているからか、常に人数が多くても、議会開会中に全ての記事が整理され完結している。

原稿の清書時にはパソコンを使うなど、負担の軽減も図っている。



### 3. 市民のとの関わり及び反響について

リニューアルされた第70号の発行後の平成25年4月19日に、市役所1階で掲示アンケートによるリニューアルの効果測定を実施した。200人のうち170人 85%の方々に「読みたい」「よくわかる」との評価を得ている。

興味を引く特集と表紙をリンクさせたことや、裏表紙の小学生が夢を語るコーナーの掲載は、手にとってもらい、誌面を開かせる仕掛けであり、多様な市民をターゲットに絞った特集を号ごとに変えることは、あらゆる世代に読んでもらうための仕掛けとなる。

委員が取材対応することが、議会の理解を深め、市民との距離を縮める効果もある。また、取材対象になることや特集の内容に、かかわりや親しみを感じた市民からクチコミで広がることも期待され、時間をかけて全ての世代の読者を獲得できると捉えている。

### 4. 考察

本市の議会だよりは、リニューアル以前にあきる野市議会だよりとそっくりで、ほとんど同じであった。現在の本市の議会だよりを見てみると、議会からの情報発信だけであり、市民の声が入っていない。また、比較してみると、一目瞭然だが、情報を詰込みすぎており、空白・空間が少ないので、読みにくさを感じさせる。

市民の皆さんに手にとってもらうためには、市民の皆さんの声や姿を多く取入れ、そして読みやすく・わかりやすくすべきであると強く感じた。

議会から市民に知らせたいことと、市民が知りたいことに差があり、いくら議会側で「これは良い」と思っている内容でも、市民の皆さんの関心は簡単には得られない。

上記のことより、市民の関心を得るため、さらにより多くの方々に読んでもらうためにも本市の「議会だより」もリニューアルを行うべきである。せっかくの機会を生かして、小手先の改善ではなくて大胆にリニューアルが必要と考える。もちろん、議員の一人一人の理解を得ながら全会一致のうえで進めるべきである。

また、誌面向上を継続的にするため、2年に1回見直しも行っていくべきと考える。本市議会の議事日程との違いがあるため単純に真似はできないが、議会改革にもなるが編集方法や日程の変更の検討も必要ではないかと考える。

事務局側の負担も大きくなることと、読み合わせや原稿確認に時間がかかっていることを考えると、個々の議員や会派でも一般質問、討論の内容をしっかりと確認して校正できる体制づくりも必要ではないかと考える。

あわせて紙面デザインのテンプレート化、原稿の清書時にパソコンを使うなどを図り、負担を軽減するのも必須である。

繰り返しになるが、議会からだけの発信で終わるのではなく、市民の皆さんの声や姿を取入れることで、市民の皆さんの関心も増えていくと言うことを、今回の視察で強く感じている。



提出日 平成28年7月29日

名取市議会 議会広報特別委員会視察

## 千葉県千葉市 行政視察

視察月日 平成27年7月21日(木) 10時~11時30分

視察項目 1 議会情報の発信(SNSの活用)について  
2 議会広報紙の発行及び編集について

視察対応者 千葉市議会事務局

報告者 菅原 和子 村上 久仁

### 1 千葉市の概要

千葉県のほぼ中央部にあたり、東京都心まで約40kmの地点にある。また、県内幹線道路及びJR・私鉄などの鉄道の起点として、さらに情報通信網の起終点として、県都にふさわしい要衝の地にある。

平成4年4月1日には、人口83万5千人の全国12番目の政令指定都市に移行し、6つの行政区を設置した。

人口 973,289人 ※平成28年4月1日現在

世帯数 420,286世帯

財政状況(平成28年度当初予算)

予算総額 8,372億2,000万円

一般会計 4,004億円

(うち議会費)13億3,200万円

特別会計 3,494億200万円

企業会計 874億1,800万円

### 2 千葉市議会広報基本方針

千葉市議会では、平成23年6月20日に「千葉市議会広報基本方針」を策定し、広報活動を行っている。その基本方針の中に、広報紙の発行、ホームページ、議会中継、ソーシャルメディアを活用した広報等が定められている。

議会広報基本方針(抜粋)

千葉市議会の広報は、議会の活動状況に関する情報を広く市民に提供することにより、市民の議会への関心と理解を高めることを目的とする。情報提供にあたっては、公正中立な立場を堅持するとともに、市民に親しまれ、わかりやすい紙面や映像づくりに努める。その提供方法として、広報紙の発行、ホームページ、議会中継、ソーシャルメディアを活用した広報等を実施することとする。……

### 3 視察内容

#### (1) 議会情報の発信（SNSの活用）について

千葉市議会では、千葉市議会広報基本方針の中で、ホームページの役割について明文化しており、掲載内容及び掲載時期について定めている。また、基本方針とは別に必要な事項は「千葉市議会ホームページに関する要綱」に定め、運用している。

ソーシャルメディアについても、ホームページ同様、役割と掲載内容・掲載時期について定めているほか、利用するソーシャルメディアの種類ごとに運用基準等を別に定めている。

##### ホームページ

役割：千葉市議会はインターネットのホームページを活用し、市議会に関する情報等を提供することとする。

掲載内容：議員に関する情報、定例会・臨時会に関する会議日程、会議結果などに関する情報、市議会の仕組みに関する情報、議会中継、ちば市議会だより、市議会からのお知らせ、請願・陳情に関する情報、会議録の閲覧・検索に関する情報など議会広報に必要な事項とする。

掲載時期：当ホームページに公開する情報及び事項の内容に更新の必要が生じたときは、できるかぎり迅速に更新手続きを行う。

##### ソーシャルメディアを活用した広報

役割：千葉市議会はソーシャルメディアを活用して市議会に関する情報等を提供することとする。

掲載内容：定例会・臨時会に関する会議日程、会議結果などに関する情報、市議会の仕組みに関する情報、市議会からののお知らせなど議会広報に必要な事項とする。

掲載時期：公開する情報及び事項が生じたときは、できる限り迅速に掲載手続きを行う。

#### ① 情報発信の基本的な考え方について

情報発信の基本的な考え方は、千葉市議会広報基本方針に定める通りであり、如何に市議会の活動を市民に伝え、理解を得るかにある。

#### ② 発信手段の選定について

発信手段の選定は、それぞれのソーシャルメディアの特徴を踏まえ、重複することを前提に行っている。

#### ③ 運用状況について

現在、ソーシャルメディアの運用については、議会事務局が一手に行っている。これは、市議会議員が発することにより、政治色を出さない工夫であり、公正中立を確保するためには必要な運用である。

#### ④ 市民との関わり及び反響について

現在、ソーシャルメディアでは、発信のみであり双方向からのやり取りは行っていない。悪意の書き込みへの対応や万が一炎上した場合、本来の目的である情報の発信が困難になるための対応である。そのため、ソーシャルメディアだけの市民反響を把握することは非常に難しいのが現状である。

なお、システムの変更があった為、単純比較はできないが、ホームページへのアクセス数は次のとおりである。

年度	年間アクセス数	月平均（約）	1日平均
24	179,519件	14,960件	490件
25	185,001件	15,417件	507件
26	276,628件	23,052件	758件
27	280,570件	23,381件	767件

※平成26年度よりタブレット対応となった  
ツイッター 開始日 平成24年2月1日  
公式アカウント <http://twitter.com/chibashigikai>  
フェイスブック 開始日 平成26年6月5日  
公式アカウント <https://www.facebook.com/chibashigikai>

## (2) 議会広報紙の発行及び編集について

### ① 発行についての基本的な考え方について

議会の活動状況に関する情報を広く市民に提供することにより、市民の議会への関心と理解を高めることを目的とする。情報提供にあたっては、公正中立な立場を堅持するとともに、市民に親しまれ、分かりやすい紙面や映像づくりに務める。その提供方法として、広報紙の発行、ホームページ、議会中継、ソーシャルメディアを活用した広報等を実施することとする。

- 1、 定例会の状況を紙面により広報し、名称は「ちば市議会だより」とする。
- 2、 定例会、臨時会の本会議における主な質疑・質問とその答弁の項目などの要旨、各常任委員会・特別委員会の審議経過及び結果並びに活動の概要をはじめ議会のしくみなど、議会広報に必要な事項とする。
- 3、 発行回数は原則として年4回とし、各定例会後すみやかに発行する。
- 4、 配布先は、市域の全世帯を対象とする。
- 5、 配布方法は原則として新聞折り込みとし、未購読世帯については別途配布する。また、本庁舎、各区役所及び市の主要施設に配置する。
- 6、 広報効果の把握・評価・改善については、市民の声の把握に努め、実施状況を評価し、議会広報の充実に活用する。
- 7、 広報委員会においては、広報活動状況の報告を受け情報を共用するとともに、事後的な評価を行い、改善に役立てるものとする。

### ② 編集方法（編集主体や編集の流れ）について

プロポーザルによる業者選定（平成25年度制作委託）

#### 1、 提案項目

##### (1) 企画提案書

＜企画＞年間4回の1面（表紙写真等）のシリーズ企画案の提案・記事、  
写真の企画案の提案

＜デザイン＞デザインカンパ（企画見本）のアピールポイント

＜過去の制作実績＞過去に制作した広報紙を2誌程度提出

##### (2) デザインカンパ（企画見本）

【ちば市議会だより】の第1面を、第1回の定例会の内容を想定して作成

##### (3) 積算見積書

#### 2、 選定方法

(1) 広報委員会にて、プロポーザル方式により審査

(2) 審査基準の各項目を5段階評価

＜評価項目＞ 企画力（45点）デザイン力（45点）費用（10点）

#### 3、 応募状況

5社の応募

プロポーザルでの業者選定



デザイン性の向上

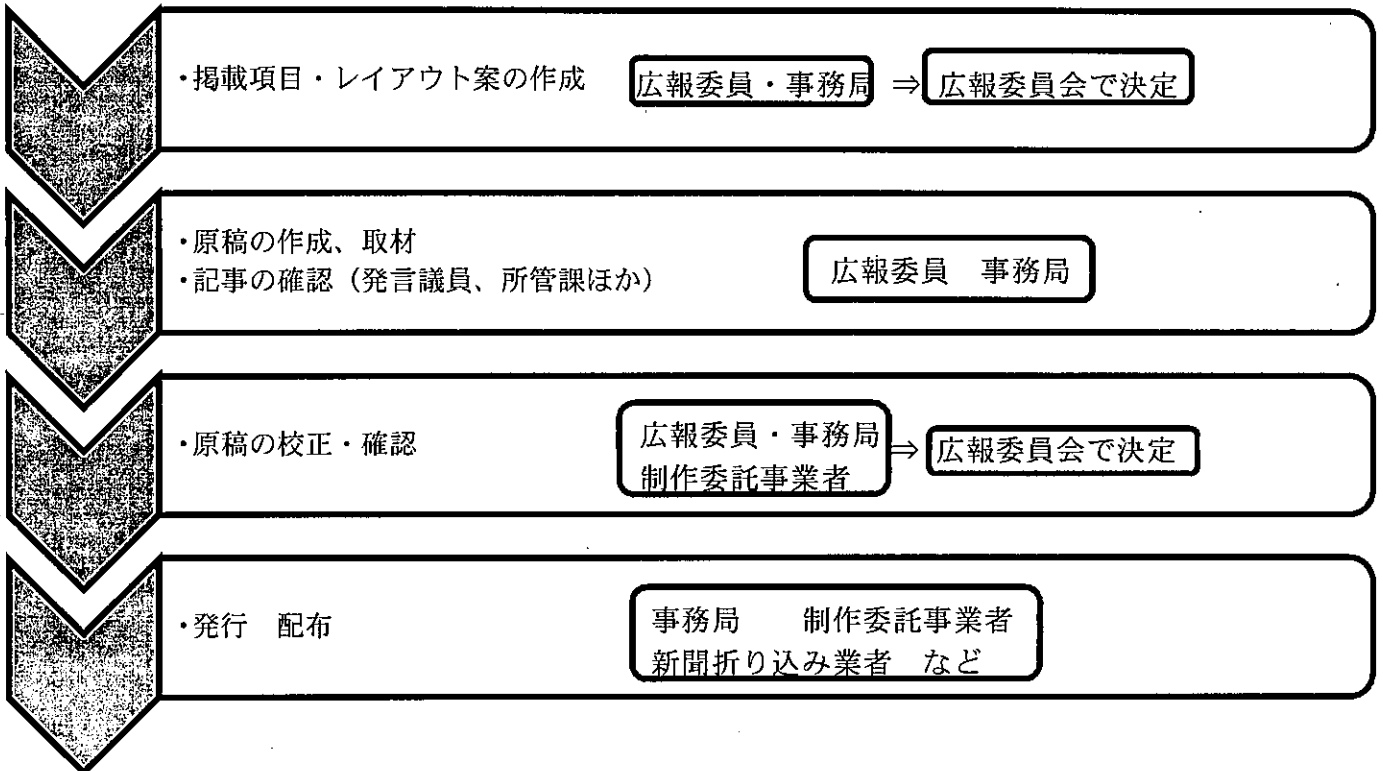


市民の方に手に取っていただく

以降は、平成25年度デザインを承継して制作を行っている。

### 議会だよりの編集

#### 編集の流れ

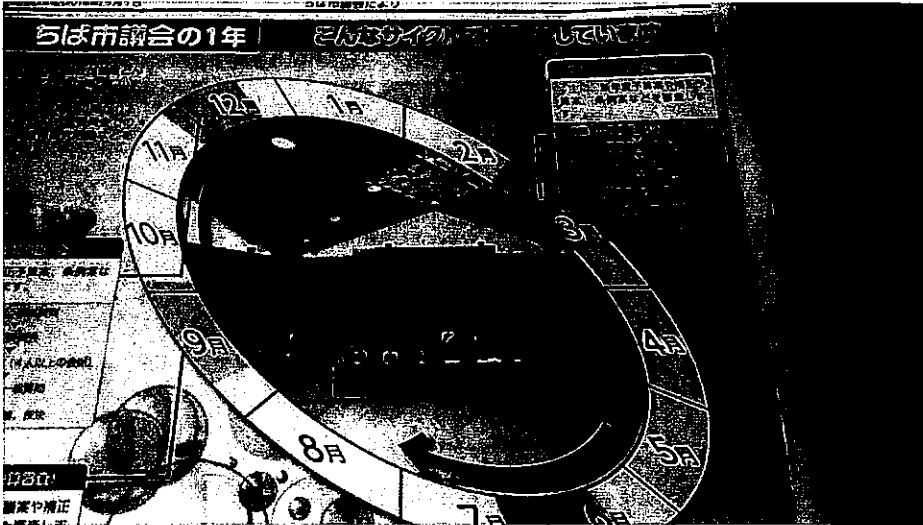


## 企画記事

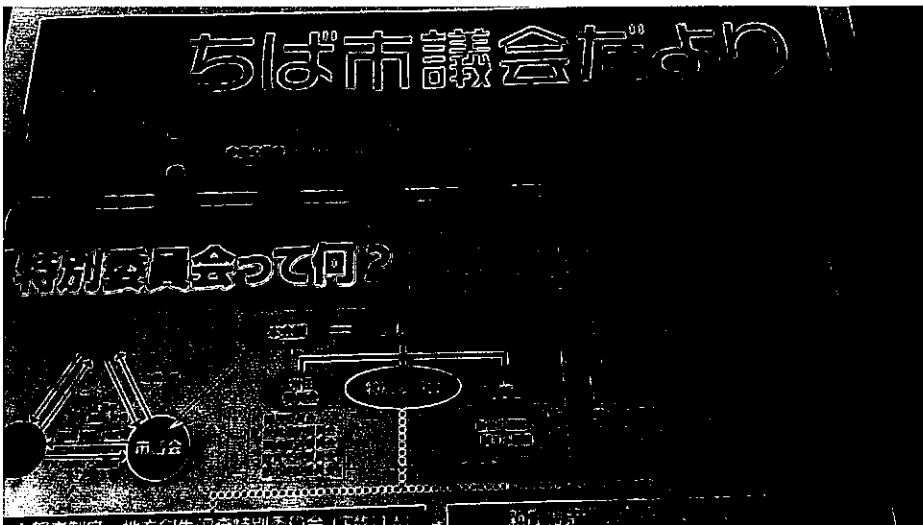
市議会が何をしているところなのか、市民の方にもっと千葉市議会のことをもらおう。

### ●最近の企画記事

例1) 千葉市議会の1年「こんなサイクルで活動しています」



例2) 特別委員会って何？



### ●議会であったこと

行政視察の報告 等

### ③ 市民との関わり及び反響について

議会開催告知ポスターを、平成26年11月から製作開始（広報委員会においてポスターの制作について協議し決定した。）平成27年度は事業者へ制作を委託（B3版250枚）ポスターの掲載場所は、市内公共施設、デパート・ショッピングセンター、議員各1枚

## 4 考察

千葉市では、議会を身近に感じてもらおうと定例会に先立ち、芸術文化振興財団に要請し、千葉市にゆかりのあるアーティストによる「議場コンサート」を開催している。傍聴席92席がいつも満席とのこと。

今回の視察の目的であるSNSを活用した議会情報の発信については、議会として公正中立を如何に保ち、より広く市民に発信できるかが大きなテーマであることを痛感した。不用意な発言が一瞬にして全世界に広がるというまさに諸刃の剣であることを肝に銘じておかななくてはならない。本議会においては、人的・環境的にも十分時間をかけた論議が必要と考える。

次に、議会だよりにおいては、分かりにくい言葉の解説などを取り入れ議会だよりが市民の皆さんの手に取ってもらえるよう、常に努力をしている。しかしながら、全世帯配布を目指しているものの、約42万世帯に対して、新聞折り込みで配布の為、約31万世帯に配布している現状。また、配布されない世帯への対応として、希望者へのポスティング約1,700件、公共施設等への設置約160ヵ所、駅の広報ボックスへの設置4駅、更には、希望者への点字版・録音版（点字版約50件、テープ版約10件、ダイジー版約20件）の送付をしている。

やはり、議会だよりは、市民の皆様に取り取ってもらうことが大前提であることから、紙面の興味を引くデザイン性（フルカラー・図式の多用等）、分かりやすい言葉の表記等、最重要課題として、本市も取り入れるべきである。

## 参考文献

- 1) 千葉市議会のしおり
- 2) 千葉市議会広報基本方針
- 3) 千葉市議会公式ツイッター運用基準
- 4) 千葉市議会フェイスブックページ運用基準
- 5) 千葉市議会の広報事業