

令和6年2月9日

福津市議会

議長 高山 賢二 様

議会広報調査特別委員会

委員長 福井 崇郎

議会広報調査特別委員会報告書

本委員会は行政視察を実施しましたので、下記のとおり報告します。

記

1. 研修先及び研修内容

(1) 東京都あきる野市議会 議会だよりの編集・発行について
リニューアルの経緯と特集の工夫を調査した。

(2) 埼玉県寄居町議会 議会だよりの編集・発行について
編集方針と特集の工夫を調査した。

2. 期日

(1) 令和6年1月22日(月)

(2) 令和6年1月23日(火)

3. 調査結果

(1) 東京都あきる野市議会

あきる野市議会は平成25年に「第8回マニフェスト大賞優秀賞」を受賞した議会だよりの先進議会である。しかし、平成23年当時は「議会だよりが市民の手に取られていない」という課題認識から、議会報編集特別委員会内に議員と職員による調査研究グループを立ち上げ、翌年にかけて全10回の市民アンケートや検討会議を実施した。

庁舎ロビーに、あきる野市議会だよりを含めた他自治体の広報紙や議会だよりを10冊掲示し、市民に読みたい表紙を投票してもらったところ、あきる野市議会だよりは低得票であった。その結果とリニューアルモデルをもって委員会へ提案、次に代表者会議へ提案し、議会だよりの刷新の必要性を訴え合意形成を図った。

目的を「手にとってもらえる表紙作り」、「気づきを与える表現方法や

読みやすさの工夫」をすることとし、検討開始から完成までを1年4ヶ月後の平成25年2月1日（第70号）と定めた。

リニューアルにあたっては、子育て中の母親や学生を読者ターゲットに選定して特集を組み、表紙もその対象者に合わせたものにした。

取材スタイルは、座談会形式でかしこまらず自由に対話できるような話しやすい雰囲気作りに努め、そうした自然な会話の模様を、写真に収め、表紙や記事に活用している。

議会だよりのレイアウトも工夫されており、1ページ当たりの字数を極力抑え、余白を十分にとることや統一感を意識することで、読みやすさを実現した。また、予算・決算時は24ページ構成に、それ以外は20ページ構成と、議会によって柔軟に使い分けている。

（2）埼玉県寄居町議会

寄居町議会は、埼玉県および全国町村議会議長会等の議会広報研修や広報クリニックに参加している。特に平成20年度からは全国町村議会議長会広報コンクールに議会だよりを出展し、平成25年度からは奨励賞1回、優良賞2回、優秀賞1回、最優秀賞を5回受賞している。

「読まれない議会だよりに出す意味なし！」というスローガンを掲げ、町民参加、政策サイクルを意識した編集を心掛けている。また、分かりやすい言葉や写真で伝えるなどの編集方針に基づいて編集している。

基本姿勢は、日本一クオリティの高い議会だよりを目指し編集すること。まずは、手に取ってもらえるように表紙作りを毎号工夫し、特集のテーマに沿った作成をしている。

町民参加を重視しており、多くの町民の登場を心掛けている。予算・決算・重要案件には必ず議員と町民それぞれの視点を掲載している。議会だよりに登場する町民への取材は委員のみならず全議員が行い、各々が選定し、交渉する。普段から地域活動をする中での会話の中から出てくるコメントもあれば、その議員の支持者や近隣住民に取材することもある。

掲載する条件は「①名前（ふりがな）②住んでいる行政区③コメントの内容」に承諾したものである。中には議会に対して厳しいコメントもあるが、極力発言した内容をそのままを掲載するようにしている。毎号新規の町民の登場を心掛け、登場した町民のカウント数を表紙に掲載し、平成27年から令和5年11月までで845人となっている。

年間の議会の流れと予算可決、監視、決算認定、提言という政策サイクルを意識した編集を心掛け、町民に分かりやすく伝えるように工夫している。このサイクルは任期4年間で回すという考え方であり、特集の内容が途切れることなく実施することができる。

掲載する内容は、審議結果だけでなく審議経過を伝え、町民の関心が

高いと思われる議案等に優先順位をつけ、町民が知りたいことを掲載している。紙面で伝えるにあたり、常に読み手を第一に考えて記事を簡潔な表現にし、文体は統一する。読みやすい紙面とするために、行政用語や議会用語は言い換えるか解説をつけている。

予算や決算の時期になると、町が発行する広報紙と議会だよりの内容が重複することもある。その場合は、同じ内容を載せるのではなくQRコードで町広報紙に誘導するような工夫もしている。また、広報紙の充実だけでなく、議会だより特集の関連動画の配信など新たな取り組みも行っている。

平成29年の議会基本条例策定にあわせて、委員会の名称を議会だより編集委員会から議会広報広聴特別委員会へと変更し、議会だよりを広聴ツールとして位置付けた経緯がある。

4. 視察研修を終えて

(1) 東京都あきる野市議会

リニューアルに向けての推進プロセスは参考にすべきものがあり、市民参加型の特集記事は工夫に満ちていた。リニューアルをした際に、調査研究グループを立ち上げて市民の意見を取り入れてリニューアルモデルを提示し、議会の賛同を得ることができたというのは非常に参考になった。本市議会においても、議会だよりのリニューアルを進めており、あきる野市議会の推進プロセスは今後取り入れる必要性を感じた。

特に、取材の在り方は、参考となる視点が大きいにあった。座談会形式で市民からの意見を集めて、その内容を特集に組むことは、想像していなかった手法である。ぜひとも挑戦してみたい。また、取材者へのインタビュー時の配慮など、長年の積み重ねられたノウハウも取り入れたい。

レイアウトも工夫されており、余白の使い方、分かりやすいタイトルやリード文など、読み手の立場で考えられている部分は参考になった。

(2) 埼玉県寄居町議会

「とにかくやってみること」という、委員の熱い思いが伝わってきた。ページ1つにしても委員間でコンペ方式の議論を行い、決めていく方法だからこそ、記事のクオリティが高くなっている。議会事務局や委託業者との連携や機材の充実もさることながら、委員は編集能力の向上に努め、企画を充実していく必要がある。

議会だよりの編集工程を重ねることで、毎号、表紙デザインを刷新しながらクオリティの高さを維持している。議会にとってマイナスな言葉であっても市民の意見を掲載することが議会全体の成長につながっている。議員が現地に赴き、取材を行うことは広聴機能の役割を担い、議員力の向上にも寄与するので進めていきたい。

議会だよりを手にとってもらうために町民に登場してもらうという点で、本市議会だよりと共通している。寄居町議会だよりでは、当初は町民への取材を断られる事が多く苦労したが、今では認知度も上がり町民から載せてほしいという声が出てくるようになっている。本市でも継続することが大切であり、テーマ設定方法や取材方法、編集工程など様々な点を取り入れていきたい。

今後は議会だよりと連動した動画を配信するなどSNSの導入も検討し、市民に議会の情報を適宜発信し、議会の取り組みを分かりやすく知ってもらうための工夫をすることも必要である。

「読まれない議会だよりに出す意味なし！」という編集方針が表紙作りに非常に表れている。今後、本市も編集方針を作成していく必要があると考える。