

令和7年度広報委員会行政視察報告書

広報委員長 宇留間 又衛門

目次

1	視察概要	3
	視察日程	3
	視察委員	3
	調査目的	3
	視察地及び調査項目	3
	（1）神戸市会（1月29日）	3
	（2）和歌山市議会（1月30日）	4
2	視察報告	4
	（1）神戸市会	4
	視察テーマ	4
	視察概要	4
	（2）和歌山市議会	7
	視察テーマ	7
	視察概要	7
3	視察の所感	11
	（1）議会だより	11
	【文章作成】	11
	【写真の使用】	12
	【一般質問の掲載】	12
	【配布方法】	12
	（2）SNSに関する取り組み	12
	【発信内容】	12

1 視察概要

視察日程

令和8年1月29日（木）～30日（金）

視察委員

委員長 宇留間 又衛門

副委員長 渡辺 忍

委員 石川 美香、山崎 真彦、岳田 雄亮、椛澤 洋平、麻生 紀雄

調査目的

議会だよりや SNS を中心とした議会広報に関する取り組みについて、他都市の事例を調査し、協議を進める上での参考とする。

視察地及び調査項目

議会だよりにおいて、本市と同程度の発行回数、判型、ページ数で、紙面のリニューアルを行うなど、作成に力を入れている政令市として神戸市と、中核市議会議長会の議会報コンクールで平成30年度から3年連続受賞しており、紙面が評価されている和歌山市を選定した。

また、和歌山市については、本市と同様に広報手段として SNS（Facebook と Instagram、YouTube）を利用しており、フォロワー数が本市より多いことから視察先として選定した。

（1）神戸市会（1月29日）

視察テーマ：議会だよりや SNS の取り組みについて

■ 議会だよりの取り組みについて

- ・ 広報委員会における取り組み等の決定・実施に至るまでの進め方について
- ・ 年間の発行部数（1回あたり）、発行スケジュール
- ・ 配布対象及び配布方法（経緯も含む）
- ・ 制作において工夫している点や効果・反響について
- ・ 年間予算と経費の内訳
- ・ 過去に行った改善、現状の課題、今後の方向性について

■ SNS に関する取り組みについて

- ・ 概要（発信手段の選定理由、発信内容、発信回数、発信のタイミング等）
- ・ 議員の関わり方（投稿に対するいいね・リポスの依頼、議員による投稿等）
- ・ 見てもらうための工夫（文章構成、写真等）
- ・ 過去に行った改善、現状の課題、今後の方向性について

（２）和歌山市議会（１月３０日）

視察テーマ：議会だよりや SNS の取り組みについて

■ 議会だよりの取り組みについて

- ・ 広報委員会における取り組み等の決定・実施に至るまでの進め方について
- ・ 年間の発行部数（１回あたり）、発行スケジュール
- ・ 配布対象及び配布方法（経緯も含む）
- ・ 制作において工夫している点や効果・反響について
- ・ 年間予算と経費の内訳
- ・ 過去に行った改善、現状の課題、今後の方向性について

■ SNS に関する取り組みについて

- ・ 概要（発信手段の選定理由、発信内容、発信回数、発信のタイミング等）
- ・ 議員の関わり方（投稿に対するいいね・リポスの依頼、議員による投稿等）
- ・ 見てもらうための工夫（文章構成、写真等）
- ・ YouTube、Instagram の導入経緯
- ・ 過去に行った改善、現状の課題、今後の方向性について

２ 視察報告

（１）神戸市会

視察テーマ

議会だよりや SNS の取り組みについて

視察概要

ア 説明者

神戸市会事務局 総務課
尾田 広樹 課長

イ 調査項目に関する回答

■議会だよりの取り組みについて

- (ア) 広報委員会における取り組み等の決定・実施に至るまでの進め方について
- 紙面の内容変更（発言掲載人数・議員写真掲載等）、発行時期変更は、広報委員会に諮って決定する。
具体の紙面構成、内容作成は市会事務局が実施。
- (イ) 年間の発行部数（1回あたり）、発行スケジュール
【発行部数（1回あたり）】
84万部
【発行スケジュール】
年4回
- (ウ) 配布対象及び配布方法（経緯も含む）
【配布対象】
神戸市内全世帯
【配布方法】
全戸配布（市広報紙に挟み込み）
- (エ) 制作において工夫している点や効果・反響について
説明なし
- (オ) 年間予算と経費の内訳（令和7年度予算）
- | | |
|-----|----------|
| 印刷費 | 10,200千円 |
| 配送料 | 7,240千円 |
| その他 | 1,240千円 |
| 合計 | 18,680千円 |
- (カ) 過去に行った改善、現状の課題、今後の方向性について
広報委員会設置前に、議員からの声によって、2月号裏面に議員全員の顔写真と、議員が指定するホームページやSNSへのQRコードの掲載を始めた。

■SNSに関する取り組みについて

- (ア) 概要（発信手段の選定理由、発信内容、発信回数、発信のタイミング等）
- 【発信手段の選定理由】
平成25年2月に市会の日程や審議情報、正副議長の公務活動などの配信のため、Facebookを開設した。
令和4年10月から、若者世代をターゲットとした広報ツールとして、新規ホームページ「神戸市会ナビ」とXを導入し、外部委託で運用している。

【発信内容】

- ・ Facebook：市会の日程や審議情報、正副議長の公務活動など
- ・ X：市会ナビと連動し、議会における議員発言や議会開催案内、議会の豆知識、議会中継の告知などを発信

【発信回数、発信のタイミング】

- ・ Facebook：行事ごとに随時投稿しており、直近 90 日では 45 件投稿している。
- ・ X：週 2～3 回程度

(イ) 議員の関わり方（投稿に対するいいね・リポスの依頼、議員による投稿等）

議員による投稿は行っていない。

投稿記事へのいいね・返信・リポスは議員が自由に行っている。

(ウ) 見てもらうための工夫（文章構成、写真等）

市会ナビ・Xは、できる限り平易な表現にするほか、イラストや図解を活用し、感覚的にわかりやすいコンテンツになるようにしている。

(エ) 過去に行った改善、現状の課題、今後の方向性について

【過去に行った改善】

Xは、1日に何回も投稿すると、直前の投稿が埋もれてしまうことから、週に3回程度の投稿になるように調整している。

【現状の課題】

投稿によって、市民がどれほど議会に興味を持ったかという効果測定が困難である。

また、市会としての中立性を保ちながら、若者をはじめとしたライト層へアプローチできる記事作成が難しい。

【今後の方向性】

議会への関心を持ってもらえるよう、「視察のためにどこに行きました」だけの情報にならないような記事の工夫を検討している。

ウ 主な質疑（□：質疑、■：答弁）

◆議会だよりの取り組みについて

- 一般質問の掲載は、各会派に人数が割り当てられているのか。1回の定例会で一般質問を行う人数は。
- 掲載する 20 枠を、発言時間の割り振りに応じて各会派に割り当てており、会派内で選出していただいている。1回の定例会では、20名強が一般質問をしている。
- 年間を通して、1人1回は掲載されるようになっているのか。
- 1回以上は載るようになっているが、5月号は代表質問を掲載する都合上、一般質問は項目のみ掲載することになる。

◆ SNS に関する取り組みについて

- 議員の発言を掲載しているが、議員に確認を取っているのか。
- 市会だよりに掲載しているものは議員と文字の調整を行い、最終確認まで取っているが、市会だよりの記事を圧縮して載せている X については、そこまで確認を取っていない。
- 市会ナビ・X の委託費用の中には、動画などの作り直しも含まれているのか。
- 年間約 580 万円の委託費用は、運営に係るランニングコストのみであるため、動画の作り直しは別途協議を行うことになる。



説明を受ける委員



神戸市会にて

(2) 和歌山市議会

視察テーマ

議会だよりや SNS の取り組みについて

視察概要

ア 説明者

和歌山市議会事務局 秘書広報課
亀岡 伸次 課長

イ 調査項目に関する回答

■ 議会だよりの取り組みについて

(ア) 広報委員会における取り組み等の決定・実施に至るまでの進め方について

定例会ごとに広報委員会を 3 回開催している。

1 回目は紙面構成を協議し決定、2 回目は表紙・特集記事を提案し承認を得て、3 回目で全ページを提案し承認を得るとともに、次回定例会号の特集記事の内容を提案する。

特集記事は、議会閉会中に担当の広報委員が取材を実施し、原稿を作成する。その他の原稿は、議員と調整のうえ、職員が作成しているが、議員が作成する場合もある。

(イ) 年間の発行部数（1 回あたり）、発行スケジュール

【発行部数（1 回あたり）】

149,000 部

【発行スケジュール】

年 4 回（定例会の翌々月の 1 日発行）

(ウ) 配布対象及び配布方法（経緯も含む）

【配布対象】

和歌山市内全世帯

【配布方法】

- ・自治会を通じた戸別配布
（自治体未加入者で希望者には委託により戸別配布）
- ・広報委員による駅や商業施設での街頭配布
- ・議会だより設置事業者（210 か所）を通じて配布

(エ) 制作において工夫している点や効果・反響について

「見やすい、読みやすい、親しみのある紙面づくり」を心掛け、写真やイラストを積極的に活用し、まずは視覚に訴えてから文字を読んでもらうように工夫しており、「特集記事が面白かった」などのご意見をいただいている。

(オ) 年間予算と経費の内訳（令和 7 年度予算）

編集委託料	1,306,800 円
印刷製本費	9,915,950 円
業務委託料（戸別配布）	509,600 円
報償金（声の市議会だより）	67,000 円
合計	11,799,350 円

(カ) 過去に行った改善、現状の課題、今後の方向性について

【過去に行った改善】

平成 29 年度に、議会広報を強化するため、表紙に議員の写真を使用しない、見出し以外の文字は表紙に出さない、一般質問が 50 行以上の場合は写真やイラストを入れるなどの改革が行われた。

【現状の課題】

市民に関心を持ってもらえる特集記事のネタ探し。

【今後の方向性】

興味を引く写真や構成を考えていく。

■ SNS に関する取り組みについて

(ア) 概要（発信手段の選定理由、発信内容、発信回数、発信のタイミング等）

【発信手段の選定理由】

・ Facebook

実名登録であり、信頼性があることから、平成 30 年 6 月から運用開始した。

・ Instagram

Facebook を運用する中で、若者世代への PR が十分でないことから、若者の利用者が多い Instagram を、令和 3 年 6 月から運用開始した。

・ YouTube

若年層を対象に、視覚的に伝わる広報手段として、令和 3 年 6 月から運用開始した。

【発信内容】

・ Facebook ・ Instagram

定例会中の告知、議長の活動、議員連盟の活動、行政視察の受け入れ、議会だよりなど。

・ YouTube

広報委員会及び議会事務局が作成した動画。

【発信回数、発信のタイミング】

・ Facebook

月平均 35 件程度。

定例会中は毎日、閉会中は行事などがあるたび随時発信している。各事業担当の事務局職員が掲載内容を作成し、秘書広報課秘書広報班（4 名）が投稿する。

・ Instagram

月平均 13 件程度。

(イ) 議員の関わり方（投稿に対するいいね・リポストの依頼、議員による投稿等）

広報委員会において、投稿に対する「いいね」などの拡散を各委員に随時依頼している。議員による投稿は行っていない。

(ウ) 見てもらうための工夫（文章構成、写真等）

Instagram は 10 代・20 代の若者に向け文章を短くし、若者目線の写真を効果的に使用している。

(エ) YouTube、Instagram の導入経緯について

公式 Facebook ページを運用する中で、10 代・20 代の若者への PR が十分でないことがわかってきたため、令和 3 年 6 月から YouTube、Instagram の運用を開始した。

(オ) 過去に行った改善、現状の課題、今後の方向性について

【過去に行った改善】

市民との意見交換会を行い、SNS の活用について多くの方からご意見をいただき、検討を進めるきっかけとなった。

Facebook は、過去に Facebook 広告を打ち出した時期があり、効果はあったものの、運営会社の基準により、途中で広告を打ち出せなくなった。

【現状の課題】

フォロワー数、登録者数、アクセス数の伸び悩み、ネタのマンネリ化、一方通行のコミュニケーションなど。

【今後の方向性】

より市民に親しみを持ってもらえる投稿内容などを検討する必要がある。

ウ 主な質疑（□：質疑、■：答弁）

◆議会だよりの取り組みについて

□表紙の写真はどのようにして決めているのか。

■表紙は 2・3 面の特集記事と連動しており、広報委員の中で振り分けられた特集記事の担当委員が中心になって、表紙・2 面・3 面の記事を作成している。特集の取材内容が決まると、内容に応じてどのような写真がいいか決めてから取材に行っている。

□一般質問は全員が掲載されているのか、人数の配分があるのか。

■ページ数が限られているため、会派ごとの枠を決めており、約 16～17 行に会派の人数をかけた行数を会派の枠としている。会派内で一般質問をした人数によって、1 人あたりの行数が変動する。

□議会だよりの設置事業者は、無償で議会だよりを置いていただいているのか。設置部数は。

■設置事業者のご厚意で置かせていただいている。1 か所あたり 30 部としているが、在庫切れに伴う追加要望にも対応している。

□市民との意見交換会は、紙面見直し時のみ実施したものか、継続して行っているのか。

■場を整えて実施したのは紙面見直し時のみだが、執行部が実施している施設見学の中で議場に見学に来てくれた方に、意見を聞くようにしている。最近では、議会だよりの裏面に議会広報アンケートを設けて、読者に議会だよりを採点してもらっている。

□広報委員会の活動回数は。

■年に4回定例会があり、1定例会のうちに3回開催しているほか、特集記事の取材や記事作り、議会だより発行時の街頭配布など、かなり多く活動している。

◆SNSに関する取り組みについて

□Facebookで過去に広告を出していたが、途中から運営会社の基準により広告を出せなくなったという話があったが、YouTubeの広告は検討したことがあるか。

■検討はしたことがあるが、地域を絞り込めないようであったため、実際には行っていない。



説明を受ける委員



和歌山市議会にて

3 視察の所感

行政視察後に開催した広報委員会において、各委員が視察先で「見て感じた」ことを共有し、今後の委員会活動に活かすために意見交換を行った。

その内容をもとに協議し、次のとおり、把握した状況を委員会の所感として取りまとめた。

(1) 議会だより

【文章作成】

和歌山市では、広報委員を務める議員自らが、特集記事の企画・取材・原稿作成に携わるなど、紙面作成にあたっての議員の関与度がとても高い。本市で同様のことを行うには、議員・事務局職員ともに、負担が大きいと感じた。

【写真の使用】

和歌山市は、特集記事の取材の際に撮影した写真を、特集記事と表紙に掲載しており、市民に手に取って読んでもらうための工夫がされていた。

【一般質問の掲載】

神戸市・和歌山市ともに、一般質問を議員の顔写真つきで掲載しており、議員の活動を身近に感じやすい紙面構成であると感じた。千葉市とは一般質問を行う議員の人数が異なるため、掲載基準や分量、表現方法などにおいて厳密な公平性を確保するには、相当な調整と労力を要すると思われる。広報の充実と公平性の担保をいかに両立させるかが、今後検討すべき重要な課題である。

【配布方法】

和歌山市では、年4回の発行のたびに、広報委員による駅前など街頭での配布活動を行っているほか、民間事業者の協力により、市内の店舗など210か所に議会だよりを設置しているなど、市民と議会の距離を縮める工夫がされていた。千葉市の議会だよりは冊子型ではないため、同様の取り組みを実施するには適性が低いと思われる。

(2) SNS に関する取り組み

【発信内容】

神戸市は「神戸市会ナビ」及びXにおいて、議員の発言を視覚的にわかりやすく発信している。SNSは、議会に関心のない層にも情報を届ける「プッシュ型」の手法であるという考え方が明確であり、興味を持ってもらえる記事を模索しながら発信している姿勢を感じた。

和歌山市では、動画制作に相応の予算を確保しており、市民の関心を引く工夫が動画内の随所に見られた。制作した動画だけでなく、議会の録画の保管庫としてYouTubeを活用している。また、各種SNSの発信が速やかに行われており、SNSを通じて議会活動の可視化に努めている姿勢を感じられた。

また、両市とも発信内容の固定化や、議会としての公平性と興味を持ってもらえる記事作成の両立に苦慮していた。

千葉市においても、SNSの役割を改めて整理し、より積極的な活用を検討していく必要があると考える。