

令和8年2月13日

松阪市議会 議長 濱口高志 様

広報広聴委員会 委員長 沖和哉

先進事例行政視察報告書

下記の通り、広報広聴委員会における先進自治体事例視察を実施いたしましたので、ご報告いたします。



日程 令和8年1月29日～30日（2日間）

視察先 静岡県静岡市議会
神奈川県開成町議会

テーマ 積極的な議会広報・広聴とウェブサイトの活用

参加者 委員長 沖 和哉、副委員長 楠谷 さゆり、
酒井 由美、奥出 かよ子、松本 一孝、殿村 峰代、濱口 高志

目的 これまで議会だより「みてんか」の刷新や「議員と話す出前トーク」の実施など、市民との接点を増やしながらいより分かりやすい議会広報や意見聴取を進めてきたところであるが、デジタル化が進む昨今の社会情勢において、ウェブサイトの充実や積極的な発信が当たり前となっていることから、一歩前に進んだ広報広聴機能を発揮するための事例研究を行うため。

静岡県静岡市議会

議会広報誌の刷新とウェブサイトの活用

対応者：静岡市議会事務局 調査法制課

- 主査 望月 氏
- 主任主事 勝山 氏
- 主任主事 赤堀 氏

1 概要

市民の情報取得がスマートフォン中心へ移行し、紙媒体が読まれにくくなっている現状を踏まえ、市民アンケート調査により「認知不足」「内容が難しい」「読みにくい」といった課題を把握。その結果を基に、「短時間で理解でき、視覚的に分かりやすい紙面」を基本方針として、議会だよりの大幅なリニューアルが行われた。

令和5年6月定例会号から、市議会だよりの紙面を全面的に刷新。「主役は読者である市民」を基本原則とし、タイトル「しずおか市議会&YOU」、キャッチコピー「みんなでつくる、しずおかのミライ」。

読者となるターゲットを設定し、タイトル、フォント、構成、色使いまでを総合的にまとめるよう、フリーマガジンをイメージしたデザインが採用されている。



2 なぜリニューアルしたのか

市民アンケートから見えた課題（令和5年4月、市民100名を対象に実施）

約60%が「読まない」「ほとんど読まない」と回答

読まない理由：

- ・届いていることを知らなかった
- ・内容が難しそう
- ・議会に興味がない
- ・文字量が多い
- ・デザインが読みにくい

≠

市民が求めているもの：

- ・平易な言葉を使った簡潔な記事
- ・イラストや写真を使ったわかりやすい紙面
- ・議員の質問への市の回答

・・・大きな隔たり！！

リニューアルのポイント

1. 読みやすさの向上

フォント・レイアウトの改善

- ・UDフォントを採用
- ・横書きに統一（以前は混在）
- ・適切な余白を確保
- ・わかりやすい見出し

親しみやすい紙面づくり

- ・専門用語を避け、身近な言葉に
- ・写真やイラストを多用
- ・ビジュアル重視の構成
- ・敷居をさげる取り組み

2. ページ数の最適化

令和6年度からタブロイド判7ページ→5ページへ
(A4サイズ10ページ相当)

物価高騰による印刷経費の上昇に対応しながら、
「見てわかる」紙面づくりを継続。

現在の紙面構成

- 1面:表紙(市内の施設紹介など)
- 2面:定例会でこんなことを話し合っていました
- 3面:知りたい×ギカイ! 代表質問
- 4面:知りたい×ギカイ! 個人質問
- 5面:個人質問・議会の取り組み紹介ほか

3. ターゲットを明確化

30~40代女性をメインターゲットに設定

理由:

- 情報収集力・情報発信力が高い
- 口コミネットワークを持つ
- 職場・家庭・地域など人とのつながりが多い

「ひとり」に届けなければ誰にも届かない、という考えのもと、具体的な読者像を設定。

3 発行情報

1. 発行回数

年4回(6月・9月・11月・2月の各定例会後) ※改選期は年5回

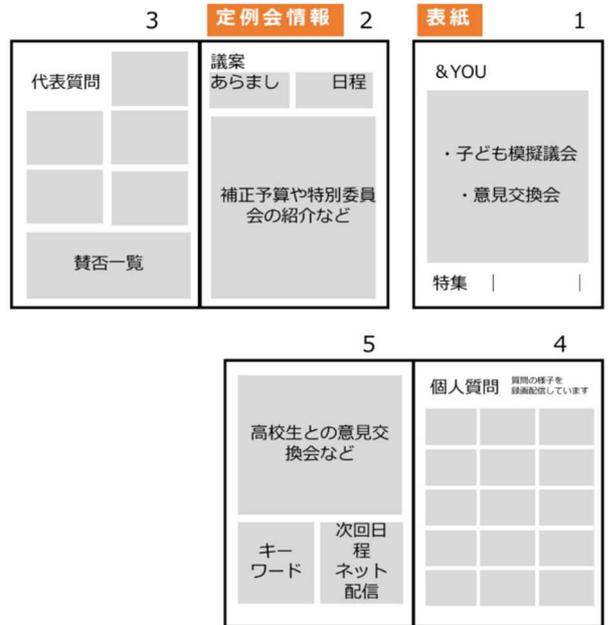
発行部数 令和7年度:263,600部 (市広報誌との合冊による全戸配布を実施し、議会情報に触れる機会の少ない層へのリーチ拡大を図っている。)

2. 制作体制

| | | |
|-----------|---------------|----------|
| 予算(令和7年度) | 編集委託 | 654千円 |
| | 印刷 | 4,937千円 |
| | 声の市議会だより(音訳等) | 222千円 |
| | 点字印刷 | 210千円 |
| | 合計 | 約6,023千円 |

3. 制作の流れ

1. 事務局で企画・構成を検討
 - 表紙のテーマ・撮影場所の選定
 - 特集記事の企画
2. 編集委託業者と打ち合わせ
 - レイアウト・写真などの細部を調整
3. 議員への確認
 - 質問項目の選定(記事は事務局で作成)
4. 継続的な検証
 - 各号発行後に紙面を検証
 - 市民・議員からの声を次号に反映



4 リニューアルの効果

令和6年度アンケート結果(195名が回答)

広報活動の認知度

- ・ 「しずおか市議会だより&YOU」:139人(最多)
- ・ 市議会ホームページ:28人

読みやすさの評価

項目 評価

文字の大きさ 「ちょうど良い」90.6%

表紙のデザイン 「興味を引かれる」「ふつう」合わせて96%

レイアウト 「見やすい」「ふつう」合わせて96%

情報量 「ちょうど良い」75.5%

掲載内容 「わかりやすい」「ふつう」合わせて93%

市民からの声

- ・ 昨年議会だよりが読みやすく(見やすく)なり、とても良いと思っています。表紙も毎回楽しみにしています。
- ・ 『しずおか市議会だより&YOU』に刷新されてから、市議会だよりが親しみやすいものになったと感じています。
- ・ リニューアルしてから、より内容まで目を通すようになりました。

新企画

選挙により議会構成が変わったことから、より市民に議会・議員を知ってもらう取り組みとして、新たな企画記事を開始(令和7年10月開始)。

「リアル静岡市議会議員、見てみる?」議員48人全員を紹介するシリーズ企画を開始。

投稿記事と写真は議員から提供を受けて発信。

今後の取り組み

- ・ 市民アンケートによる効果検証
- ・ 議員・市民からの意見を反映した紙面改善
- ・ わかりやすい言葉、親しみやすいデザインの追求
- ・ SNSとの連携による情報発信の強化

5 そのほかの取り組み

議会だより「&YOU」を議会情報への入り口とし、より詳細な情報は議会ホームページで読み込めるようにしていることから、議会ウェブサイトも親しみやすいイメージとデザインにリニューアル。市のHPから独立したHPとして、より柔軟で積極的な発信と運用が可能となっている。あわせて、公式Xによる情報発信、子ども模擬議会や高校生の意見交換会などのプログラムを通じ、市民参加と議会理解の促進に取り組んでいる。

子ども模擬議会

- ・ 議場において、児童が議員役、執行部役に分かれて議事の流れを模擬体験(ロールプレイ)
- ・ シナリオに沿った模擬体験を通じ、市議会の仕組みや市政を学習し、関心を高めてもらう

年度当初に市内の市立、私立、国立すべての小学校に案内を送付し、応募を募る。

開催実績 R4 8校:449人、R5 15校:1,113人、R6 18校:1,095人

6 質疑応答（抜粋）

Q 議会だよりの制作体制は？

A 記事の構成や方向性は事務局が主導し、総括質問の項目選定のみ議員が関与。
本文作成や表現は事務局に委ねることで、議員が本来の議論に集中できる体制としている。

Q 費用と発行体制は？

A 年4回発行（改選期は5回）、発行部数は約26万部。
静岡市広報誌との「合冊印刷」により配布負担の軽減とコスト効率化を図っている。
デザインや印刷は委託とし、市内業者の競争入札。（※リニューアル前後も同一業者）

Q デジタル媒体の役割は？

A ホームページは市公式配下の独立サイトとして刷新し、導線を明確化。
市民からの意見はフォームを通じて所管課へ即時共有される仕組みを構築している。

Q 若年層への取り組みは？

A 子ども議会や高校生意見交換会を通じ、議会への関心や投票意欲の向上が確認されている。
一方、中学生・大学生への展開は今後の課題とする。
県立高校は教科の時間割が既に決定し、カリキュラムに盛り込みにくい課題がある。

7 所感

静岡市議会の広報改革は、「読まれない理由」を丁寧に分析し、ターゲットと目的を明確にしたうえで、紙・デジタル・対話型事業を横断的に再設計している点が非常に参考になった。特に、議会だよりを「情報を網羅する媒体」ではなく、「短時間で理解し、次の行動につなげる入口」と位置づけた点は、今後の議会広報を考えるうえで重要な視点である。また、事務局主導による制作体制は、品質と安定性を確保する一方で、議員の主体性とのバランスを意識的に検討しており、運用面での成熟が感じられた。

子ども議会や高校生意見交換会など、将来の有権者を意識した継続的な取り組みは、議会理解の醸成だけでなく、地域への愛着やシビックプライドの形成にも寄与している。

本市においても、議会広報を「伝える」から「届き、関わりやつながりが生まれる」ものへ転換していく必要があり、静岡市の取り組みはその具体的なモデルとして大いに示唆を与えるものであった。

文責：酒井

昨年度から研究を進めている広報広聴におけるオンラインとオフライン（紙媒体・意見交換会等）との融合において、静岡市議会は思い切った取舍選択をしていると感じた。ターゲットを絞り、そのうえで全年齢層に届きやすい広報を練り上げているとともに、ウェブサイトとの連動を意識した総合的なデザインと構成は、目を見張るものがあった。

一方で、議員の関与はほとんどなく、ほぼ事務局の手による広報活動の在り方というのは、賛否の分かれるところだと思われる。松阪市議会においては、過去の事務局主導だった取り組みから脱却し、できる限り議員が「自分事」として議会だよりを作成し、議員と話す会や出前トークといった市民との意見交流に取り組んできた。広報全体をスピーディーに進める上では、スキルのある事務局がリードしたほうがやり易いのだろうと思う反面、議会の主体性はどこにあるのだろうかと疑問にも感じた。

ただ、&YOUの編集や発行、議会ウェブサイトの構築と運用に関する完成度は、間違いなく静岡市議会の方が高く、松阪市議会として取り入れるべき視点や手法が数多くあったことは確かであり、収穫の多い視察となった。誰にどんなことを伝えたいか、誰からどんなことを伝えてほしいか、という目的を改めて整理し、我々の広報広聴をより親しみやすく刷新していきたい。

文責：委員長 沖

神奈川県 開成町議会

議会広報広聴のデジタル化と魅せる議会改革の取り組み
対応者：開成町議会

議長 山本 研一 氏
議会運営委員会委員長 武井 正広 氏
広報広聴常任委員会委員長 井上 慎司 氏
広報広聴常任委員会 寺野 圭一郎 氏
議会事務局副主幹 佐藤 氏



開成町議会 HP より

1 概要

開成町は、第18回マニフェスト大賞にて「議会改革賞」を受賞するなど、先進的な広聴広報を展開している。同議会が取り組む「読む」から「魅せる」への転換、およびICTを活用した町民との双方向コミュニケーションの手法を学び、当議会の広報広聴の参考とする。

2 議会だよりの劇的刷新

- ・ タブロイド判の採用
多くの自治体が採用する A4 サイズ冊子型ではなく、新聞形式のタブロイド判を採用。
表紙には文字を置かず、写真を全面に多用した雑誌風のレイアウトで手に取る動機付けを行っている。
- ・ 全議員参画体制
議長を除く全議員が広報広聴委員として活動。
特定の議員に負担を集中させず、議会全体で広報マインドを共有している。
毎定例会後に編集会議を行い、紙面構成や特集記事など、それぞれが分担して取り組む。



3 WEB サイト：動画配信の内製化とSNSの活用

- ・ YOUTUBE ダイジェスト
1 時間以上の本会議動画とは別に、1 分程度の「質問ダイジェスト動画」を議員自らが編集して配信。
質問前→本会議→質問後という流れを見せることで、町民によりわかりやすく効果検証を。
- ・ 動く WEB サイト
「読む」→「見てわかる」を基本コンセプト。開成町議会公式サイトには、各議員の楽しく親しみやすい紹介動画をループ再生するなど、議員の人となりが見える工夫が随所に施されている。飽きさせないよう、サイトトップの動画は毎月変わり、議会への興味関心を高めているとともに、直感的に見やすく操作できる構成により、様々な事業展開を閲覧してもらえるようなサイトデザインとなっている。
- ・ SNS の目的別運用
LINE、FACEBOOK、INSTAGRAM を活用し、議会日程や速報だけでなく、議会の裏側や活動風景を親しみやすく随時発信している。



4 住民参加の施策

- ・ 議場の利活用の推進
傍聴時の無料託児サービスの実施や、非会期中の議場を授業や自習室として開放。夏休みには多くの子どもたちが活用している。
議会は堅苦しい場所というイメージを払拭し、公共施設のひとつとしての利便性を高めている。
- ・ 通年議会のメリット享受
常に議会が動いている状態を活用し、タイムリーな情報発信を可能にしている。
- ・ 議会報告会・意見交換会の開催
町内各地区で議会活動の報告を行い、地域の課題について町民と直接意見を交わしている。
- ・ 小・中学校へのお出前授業
議員が直接学校へ赴き、社会科の授業などで「議会とは何か」「議員の仕事」について分かりやすく解説している。
- ・ バナー広告募集
バナー広告収入は、議会収入でなく、事業者がより魅力的なサイトや動画を作成する意欲を高めるため政策事業者の収益としている。



開成町議会 HP より

5 質疑応答（抜粋）

Q 一般質問の運営方法と改革は

A 一般質問の通告は、執行部の十分な準備期間を確保し、質の高い議論を行うため1ヶ月近く前に締め切られる。質問時間は答弁含め1時間。日曜議会を開催する際には、多くの傍聴者に配慮して全議員が1人30分で質問する特別ルールが適用される。
一般質問直後に、感想インタビューを撮影し動画にて公開している。

Q WEBサイトの構築と運営の仕方は

A WEBサイトは5年間の長期計画に基づいて構築され事務局が作成した5年間のステップアップ計画を含む仕様書に基づいている。動画の活用は難しく考える必要はなく、普段の街宣活動を撮影してSNSで発信するなど、「やるか、やらないのか」の問題であり、行動を起こすことが重要である。

Q 編集体制は

A 企画・取材・編集等は広報分科会と事務局で実施している。
デザイン・印刷は委託業者に発注している。

Q 議会だよりやWEBサイトをリニューアルした効果はどのように判断しているか

A 町民より前向きな声が多く届くようになった。町民フェスタや議会報告会等、広聴活動でも意見を募っている。

Q 写真・動画の編集と撮影はどこが担っているか。

A 広報分科会と事務局が担っている。

6 所感

開成町の広報広聴活動は攻めの姿勢が際立っており、非常に先進的で挑戦的な取り組みをおこなっている。

特に、多くの自治体に見受けられるお役所仕事の広報から脱却し、「魅せる・伝わる」ことに特化した改革を断行している点においては、松阪市の広報活動にも思い切って取り入れ柔軟に考えるべきである。見習うべき点はいくつかあるが、議会だよりのタブロイド判化とWEBサイトの刷新においては、「読む」から「見る」への転換、写真を多く取り入れ、まずは手に取ってもらうということを意識しなければならない。動画に関しても、一般質問と関連させ告知や感想を取り入れ配信することによって、より内容に深みを増す工夫とSNS時代のユーザーを意識している点においても効果があることから、開成町モデルを取り入れる価値は十分にあると考える。

文責：松本

「突き抜けている」というのが、訪問前に感じていた印象だったが、実際に現地へ赴き、開成町議会の方々ややり取りをする中で、「楽しみながら戦略的に突き抜けている」のだと感じた。議会からの報告や発信、さまざまな取り組みというのは、得てして堅苦しく小難しくなりがちである。自治体行政や議会運営に関わる期間が長くなればなるほど、無意識にそういった空気になじんでしまうのかもしれない。

きちんと真面目にしなければいけないのでは、という見えない呪縛のようなものがどこかにある気がしている。もちろん、開成町議会が不真面目ということではなく、見てもらえるためにはどうあるべきか、どうすればもっと関心を持って見てもらえるのか、そのうえで、どうすれば「魅せる」ことができるか、を突き詰めた結果、楽しさや面白さ、FUNの部分を前面に押し出した発信をしているのだと思う。前例踏襲は極めて楽だけれども、前進も発展もない。だからこそ、常時議論し、変化することを恐れず、新しい取り組みに挑戦しているのだろう。

松阪市議会は、10数年前から議会だよりを議員主体で編集する「みてんか」へと発展させ、表紙をはじめとする紙面構成の定期的な改善を図り、一定の評価を得てきてはいる。また議員と話す出前トークの展開など、市民との距離を縮めようともしてきた。ただ、まだまだ気持ちの面でも物理的な距離感も近づけているかどうか。

昨年度からWEB上でのより効果的な広報広聴の仕組みを模索してきたが、開成町議会の動画をフル活用した「見てわかる発信」は1つの答えであると思う。松阪市議会のホームページは、市のサイトに組み込まれた一部分でしかなく、市民が必要な情報にたどり着くのも手間がかかるし、議会として発信したいコンテンツも、全体的な構成に埋もれてしまいがちである。それなりの経費もかかるし、財源措置の権利を持たない議会としては、今後財務当局に交渉していくしかないが、市民福祉の向上や子どもたちをはじめとする市民参画の推進として、議会全体で取り組んでいきたい。

文責：委員長 沖



静岡市議会議場にて



開成町議会議場にて