

行政調査の概要

| | | | | | |
|------|---|------|-----------------|-----|---------------------|
| 委員会名 | 議会広報常任委員会 | 調査期日 | 令和6年 2月7日～8日 | 調査先 | 茨城県常陸大宮市 栃木県高根沢町 |
| 参加者 | 委員長 横田 洋子 副委員長 鈴木 洋二 委員 深谷 勝仁、松川 勇治、関根 篤志、斉藤 秀幸、深谷 政憲 随 行 遠藤 隆、村上 幸栄（事務局） | | | | |

調査事項： 議会広報について
SNS等を活用した情報発信について

【常陸大宮市の基本情報】

- (1) 市制施行 平成16年10月16日 (2) 面積 348.45 km²
(3) 人口 37,190人（令和6年2月1日現在）



【視察の様子】

1 常陸大宮市の概要

常陸大宮市は、茨城県の北西部、八溝山地及び阿武隈山地南端と関東平野週縁台地北端の境界部に位置し、東に久慈川、南に那珂川の二大河川が、中央部を緒川と玉川がそれぞれ流れている。二大河川沿いに奥久慈県立自然公園や御前山県立自然公園が含まれる広大な起伏の多い山地、ゴルフ場や牧場などが点在する丘陵と畑地帯、そして南東部の河川の流域には水田地帯が開けている。面積は、東西約20.8 km、南北約26.4 kmにおよぶ348.45 km²で、茨城県で2番目の広さとなる。

平成16年10月16日に大宮町、山方町、美和村、緒川村、御前山村の5町村合併によって市制を施行し、常陸大宮市が誕生した。

JR水郡線が東部地域を南北に走り、国道3路線、主要地方道7路線、一般県道17路線が縦横断し、県都水戸市に約25 km、首都東京に約120 km、常磐自動車道那珂インターチェンジに約14 kmの距離にある。

2 SNS等を活用した情報発信について

(1) SNS活用の概要

- SNSの種類 Facebook、Instagram（記事内容は同一）
- 開始時期 令和5年6月
→ SNSを開始して間もないことから、手探りの状態

(2) SNS開始までの経緯等について

ア SNSを開始するに至った経緯

令和4年第3回定例会において、議会改革推進特別委員会（議長を除く全員）が設置され、議会ICT化の推進について、広報広聴常任委員会において、調査・検討を行い、Facebook、Instagramを行っていくことをまとめた。

X（旧Twitter）については利用者が多いが、匿名性が高く、荒れる可能性があるため対象から外した。

イ SNS運用方針策定の考え方

一般常識に沿った内容となっている。SNSリテラシーに詳しくない方へのガイド的な内容も含んでいる。

【両運用方針の規定項目】

- 1 目的
- 2 アカウント
- 3 アカウント運用者
- 4 発信内容
- 5 コメント等の対応
- 6 禁止行為
- 7 著作権
- 8 個人情報
- 9 免責事項

ウ SNSを開始するにあたっての議員、市民等の反応

最新の取り組みを評価する声がある一方、認知度はまだまだ低くあまり広がっていない。

(3) SNSの運用等について

ア 個人情報やセキュリティ等の対策

傍聴と同じ考え方を採っており、公開が原則である。セキュリティはIDの管理、他については、は個々のSNSに委ねている。

イ 記事作成等の議員と事務局の役割

運用当初はSNSに詳しい議員が担当し、運用が慣れてきた段階（1か月程度）で事務局に移行している。

ウ 市民からリアクションがあった場合の対応

コメントについては原則返信しない。（現時点でのコメント投稿はない）

エ 運用を開始してから軌道に乗せるまでの流れ

試験的運用（非公開で練習）を約1か月行い、本格運用を始めた。

オ 現在の状況及び手ごたえ

フォロワーについてFacebookは29人、Instagramは84人であり、まだまだ少ない。フォローしていないだけで閲覧している印象は感じている。



挨拶する
吉川広報広聴常任委員会委員長



挨拶する横田委員長

(4) SNS 開始後について

ア 市民への周知方法及び登録者を増やす方策
広報誌への二次元コード掲載、市ホームページの掲載、イベントごとの宣伝などを行っている。

イ 議会への関心度等の推移
フォロワーの中では評価が上がっていると考える。

ウ Facebook と Instagram の効果比較
Facebook は 40 代以降、Instagram は 10～20 代の若い世代に多く利用されている傾向があり年齢層で違いがあるため、一概には比較できない。

Instagram は写真が大きなウエイトを占めている。現在、Facebook と同内容の投稿をしていることから、若者が興味を持ちにくい内容となっているため、これらの改善が今後の課題と考えている。

エ SNS と議会だより等の紙媒体の情報発信での弊害
弊害がわからないことが問題であり、様々な情報発信への市民の感想や意見が届いていない。

オ 今後の課題、方針
現状は双方向ができていないことから、双方向でのやりとりができるようになるのが理想である。



説明する
倉田広報広聴常任委員会副委員長

3 議会広報について

(1) 議会広報紙

- ア 名称 常陸大宮市議会広報
- イ 発行回数 年 4 回（定例会後の翌月の 25 日）※改選の年は臨時会後に追加発行
- ウ 発行範囲 市内全世帯配布
- エ 規格 A 4 版、タテ型、18～24 ページの範囲
- オ 編集者 広報広聴常任委員会（議員 7 人）
- カ 表紙 市の政策をアピールする場として規定し、担当課とテーマを決めて、年間計画を立て決定している。
- キ その他 最終ページの「まちかどから…」（イベント等の写真と数行の記事を掲載）については、委員の中で担当（持ち回り）が提案し、委員会で決定している。



【表紙（テーマ「移住・定住」）】



【最終ページ（まちかどから…）】

(2) 議会報告会

ア 根 拠 常陸大宮市議会基本条例に基づき開催
「第6条 議会は、市民に対して議会活動の状況を報告するとともに、市民との意見交換の場として、議会報告会を開催するものとする。」

イ 運 営 広報広聴常任委員会（開催期日、内容等を決定し、議員全員に周知）

ウ 周 知 広報等（議会・市）でのお知らせ

エ 開催方法 5地区（合併前の町村単位）で開催

オ 課 題 区長、民生委員、農業委員等に案内しているため、出席者の多くがそれらの方々となり、一般の参加者が少ない。

議会広報紙で報告はしているが、報告会から（政策）提言までの流れが明確になっていないため、報告会での意見がそのままになってしまっているケースがある。



挨拶する鈴木副委員長

4 質疑応答

(1) SNS等を活用した情報発信について

(関根 篤志 委員)

Q：SNS導入時に、議員から反対の声などはあったのか。また、現状での議員のSNSへの対応状況はどうか。

A：導入に際し、反対はなかった。

SNSの対応状況について、一定の年齢層以上の議員の多くは、SNS等に触れることがほとんどないことから、理解が進んでいない議員はいる。現在FacebookのIDを持っている議員は18名中半数程度であり、まだまだ発展途上であると感じている。

(深谷 勝仁 委員)

Q：SNSの運用方針で、発信内容を定めていると伺っているが、掲載する写真について、内容が会議体であるため、いつも同じ画角になってしまうと思う。若い世代へのアプローチとして、例えばInstagramならリールの動画を活用するなどの仕掛けがないと、フォロワーが伸びていかないと感じている。今後に向けて、新たな発信内容に取り組む予定はあるか。

A：委員がおっしゃる通りである。問題意識は持っているが、現状、委員会として新たな取り組みを予定しているものはない。

(鈴木 洋二 副委員長)

Q：将来的には双方向が望ましいと考える一方で、SNS上での市民からの様々な意見の中に、誹謗、中傷などの内容が含まれている可能性がある。それらの取扱いを、制度的にどのように考えていくのか。

A：委員会として、公式な取扱いがなく、現状、そこまでは考えていない。

Q：他自治体の議会SNSを拝見すると、同じような画角で写真が掲載しているところが多いと感じる。現在の掲載写真を変える具体的なイメージなどの考えはあるか。

A：同じ画角になってしまうということだが、例えば本会議であれば、傍聴席からではしか撮影できないなど撮影の制限がある。現在、明快なアイデアがあるわけではなく、アイデア競争なのかなという感じはしている。市民に伝えるツールとして、SNS はとても有効な手段だが、その決定打のようなものは、まだどこの自治体も掴めていないというのが現状であると感じる。今後、発信者側がどう分かってもらうかの工夫やそれに対する熱意が必要だと考える。

(斉藤 秀幸 委員)

Q：SNS の掲載内容に関して、羽目を外さない程度で比較的ライトな内容が、注目を集めやすいという内容を伺い、私も同感である。そこで、記事を掲載していくうえで、ある程度の規制、線引きをするようなガイドラインはあるのか。

A：現在、明文化したものはない。大事なものは、議会を構成している議員が、特別な人間ではないと認識してもらうことである。

(深谷 勝仁 委員)

Q：SNS 運用方針に禁止行為というものがあり、規定する禁止行為に該当した場合は、コメントの削除やアカウントのブロック、フォローを解除するとあるが、現在、禁止行為が発生したケースはあるか。

A：現在のところない。SNS を見てもらえていないからだと思う。

(2) 議会広報について

(鈴木 洋二 副委員長)

Q：表紙については、担当課とテーマを決めて、年間計画を立て決定していると伺っているが、市の広報紙と内容が重複する可能性があると思うが、その点はどのように考えているのか。

A：表紙内容が市の広報紙と重ならないよう事前に調整している。現在の形になる以前から、重複しないように必ず市の広報担当課と打合せをしている。同じ行事であったとしても、市の広報紙に掲載する写真と重複しないよう調整している。

Q：現在は「移住・定住」がテーマだと伺っている。例えば、市が実施している行事を、そのまま表紙にしてしまうと、市の広報紙との差別化ができないと思うが、その点についてはどう考えるのか。

A：現在の方針で実施することとなったのが約1年半前で、現在の委員会構成になってからである。広報公聴常任委員会の任期が2年で、時期が来れば委員会構成が変わることから、方針も変わる可能性がある。

任期中、発行が年4回で全8回であることから、4回ずつ二つのテーマの事業分野で取り組むこととなった。隣の自治体が常陸太田市で、子育て施策について、実際はそんなに負けていないのに、常陸太田市がクローズアップされてしまうということをひしひしと感じていたことから、このテーマをシリーズ化しようというところから始まって、4回は「子育て」、その次は「移住・定住」ということになった。市がやっている事業をPRする形に見えてしまうかもしれないが、とりあえず取り入れてみようという形になったのが実情である。

(横田 洋子 委員長)

Q：議会報告会について、政策提言までの流れについて伺ったが、提言をまとめるための期間はどの程度なのか。また、一議員として一般質問で取りあげている議員もいると思うが、どのように棲み分けをしているのか。

A：政策提言の流れは、特別委員会で決定しようとしているところである。

今年度、4年ぶりの議会報告会を実施した。その後、広報紙3ページを割き、報告会の写真や委員会ごとに分けて意見をまとめたものを掲載した。その次の号で、市長へ報告した内容を掲載し、現在、調査を進めていることを市民に知らせた。

政策提言というところまではいかないが、委員会ごとに何らかの結果を出そうという状況である。提言に関して、常任委員会ごとにやるのか、違う組織を立ち上げてやっていくのか、予算、決算の委員会でやっていくのか、一般質問なのかは決まっておらず、今後検討していく。

(鈴木 洋二 副委員長)

Q：常陸大宮市の広報紙は毎号ページ数変動しているが、予算の組み立てはどのようにされているのか。

A：議会広報紙は年4回、定例会が終わった翌月の25日に発行している。12月の定例会の分だけ、年末年始の関係で半月延びる。予算は年4回分計上し、ページの単価契約をしており、18ページから24ページまでの間で作成する形で契約している。改選期だけ、臨時号の発行があるので、その時は年5回の発行になる。

(事務局)

Q：議会広報紙について、掲載内容の状況によってページ数を調整しているとの考えでよろしいのか。

A：お見込みのとおりである。掲載する内容は、毎号ほぼ決まっているが、その時々の記事や9月の決算時、3月の予算時にはその内容を掲載するため、ページが増える場合と、一般質問の人数が増えれば、その分ページを増やす必要がある。

5 各委員の所感

(横田 洋子 委員長)

令和4年に議会 ICT 化の推進を検討する中で、Facebook と Instagram を利用することを決定し、Facebook のフォロワー29、Instagram のフォロワー84 となっている。フォロワーは数的には少ないように思うが、見ている人の中では議会への関心度が徐々に上がっているとの感触を得ているようである。紙ベースでは伝えきれない議員の日常や議会の出来事を切り取り、発信できればより親近感が増し、それこそが SNS の利点だと思うが、議会広報という公のものであること、広報委員がどれだけ記事集めに時間を使えるかなどが今後の検討課題になると考える。

議会広報については、議会基本条例によって議会報告会を年4回実施し、直接市民の皆さんから声を聞く機会を設けている。課題は参加者が限定されていること、出された意見への対応が確立されていないことが示された。本来、議会報告は議員個人の取り組みによって行うものではないかと私は考えている。議会は多様な視点・意見を持ち寄り議論し、お互いの意見を尊重しつつ、提案されている議案への態度を決めるものであると思うことから、報告

も違った視点になるものと思う。それでこそ地域の多様なニーズが聞けるし、それを持ち寄っての活発な議会での議論につながると思う。本市では、議会報告会は実施されていないが、今回の視察によって、議会報告会の難しさを感じた。

(鈴木 洋二 副委員長)

常陸大宮市議会では、市民に議会の情報を伝える為の手段として、広報紙以外に SNS を活用している。Facebook と Instagram を活用しているが、年齢層によって登録者に違いが出ている。Facebook は 40 代からが多く、Instagram は 10 代からの若い人が多いのが特徴的である。常陸大宮市議会でも SNS の活用は始まったばかりで、デジタルに詳しい議員と事務局で分担していたが、現在は慣れてきた事務局で対応している。SNS の考え方も傍聴と同じだとの考え方からコメントには対応しない。過度にコメントなどをすると炎上し、荒れてしまわないようにしている。現在は、議会で何をしているのかを発信するだけでも良いと感じます。その結果、双方向への移行ができれば理想的である。本市議会においても、議会構成が変わり、若い議員の意見を取り入れ、SNS を活用した情報発信を進めても良いと思う。

常陸大宮市議会の議会だよりは、議会での情報を全て伝えようとしている姿勢が見られません。ページ数なども各号で変動があり、一般質問が多い時にはページ数が増える。表紙については担当課と一年のテーマを決めており、市が何をしているのかを伝えたいとの意向である。ただし、市の広報紙と重複する所もあるので、棲み分けが必要であると考えます。

(深谷 勝仁 委員)

常陸大宮市議会が SNS を積極的に活用することは、現代社会において、市政と市民とのコミュニケーションを強化する取り組みだと感じた。SNS は幅広い年齢層にアクセスでき、リアルタイムでの情報発信が可能である。

まず、SNS を通じて、市民に対して議会の活動や政策に関する情報を迅速に提供できることは大きな利点である。SNS 利用率の高い若い世代への周知としても有効であり、スマホやパソコン等を通じて、議事の進捗状況や重要な決定に関する情報を容易に入手でき、これにより、市民の政治参加が促進される可能性が高いと感じた。

しかし、SNS の利用には慎重な運用が必要であり、誤解を受けるような拡散、プライバシーの問題などに対する適切な対策が必要である。そのために、運用開始前には運用方針等の整備も課題の一つであると理解した。

常陸大宮市議会としても、運用開始後に、いかに市民に見てもらえるか、関心をもってもらえる内容を投稿できるか等の課題もあった。フォロワー数や視聴者数が伸びない原因としては、会議風景の写真や視察受入報告等に限定されていることと予想される。投稿内容については今後協議していくとのことであったが、本市議会としても、運用開始後の内容については、興味をもってもらえるような投稿を検討する必要がある。

最後に、SNS の活用は市民と議会とのコミュニケーションを活発化させ、市政の透明性や効果性を向上させる有益な手段となると考える。本市議会は慎重な運用と市民参加を促進する仕組みを整え、SNS を通じて市民との結びつきを一層強化していくことが重要である。

(松川 勇治 委員)

広報広聴委員会側の SNS を活用しようとする誠意を感じる。今後、議員側と市民側の双方の意見交換が出来るようになると、SNS 特有のスピード感がある広報活動になる。市議会広報

紙については、表紙に市の施策を反映させることで、市政及び市議会の方向性が市民にも理解されやすくなっている。「まちかどから…」を持ち回りの担当制にして、多角的な視点で市民の目線を積極的に取り入れている。本市議会としても、まずは、特別委員会などの設置を検討し、一步踏み出すことから始めてもいいのではと考える。議会の性質上、コンプライアンスや個人情報の取扱いに気をつける必要はあるが、SNS 発信のスピード感には魅力がある。今、何が、どのようになっているのか、情報をリアルタイムで発信するには、将来的には必要なツールになってくると感じる。

(関根 篤志 委員)

SNS を開始するに至った経緯として、選挙戦が無投票になったという理由を聞いて、やはり、全国的に立候補者の減少や投票率の減少は共通したテーマであると認識した。取り組みを開始するにあたっては、やはり SNS の活用に後ろ向きな意見が出ながら四苦八苦したことから、1 期、2 期などの若い議員が率先して改革しないと進まない問題であるのは、どんな業務にせよ革新的なことを実施するには手探りにならざるを得ないのであろう。Facebook などのフォロワー数が少なく、閲覧のみしている印象とのことだが、開設して最初のころは致し方ないという印象を受けた。さらに、SNS 発信と紙媒体の併用の弊害については、「弊害がわからないこと」が問題としており、やはり、いまだ発展途上のことであるとし、これからいかに浸透させるかに尽きるのか。広報紙については、表紙はそのときの議長からの要望が大きく左右するという印象を受けたが、街の課題を第一に考え表紙に活かそうとするところは、市民に寄り添った広報活動を行えていると感じた。

(斉藤 秀幸 委員)

SNS を使った情報発信について、SNS の運用当初はこれらに詳しい委員が担当をしていたが、現在は議会事務局が担っており、住民からの投稿については原則返信をせず、回答が必要なケースはメールなどに誘導しているとのことである。

本市においても市職員のソーシャルメディアの利用に関するガイドラインを定めており、同じような対応になると思われる。

X (旧 Twitter) は匿名性が高く荒れる心配があるため Instagram と Facebook を運用しているとのこと、若年層では X や Instagram の利用率が高く、政治に関心が高いであろう年齢層については Facebook の利用率が高いとのこと、複数のサービスを利用することで幅広い年齢層に広報効果が発揮されることが参考となった。

投稿内容はほとんどが議会や委員会の開催についてと視察受け入れについてであり、内容にいつも変化がない。そして SNS を開設したばかりでフォロワー数が 2 桁代であり今後の向上について余地があるとのことだった。

フォロワー数を向上するには切れ目のない投稿と目を引く内容が大切であると思われる。本市の場合は、議会広報の紙面では足りない特集や用語解説などの補完的役割のほかにも、楽屋感覚のような親しみの持てる内容、議会の品位を損なわない程度のバラエティー色のあつた投稿ができれば市民からの好感度が向上するのではないかと考える。

それには SNS 運用を事務局に一任するだけでなく委員も責任をもって企画発案が必要であると考えられる。

議会広報に関しては、文章が簡潔でページ余白に余裕があり見やすさを重視した構成となっている印象だった。ページ構成は本市とほぼ同一であったが、一般質問のページは登壇議

員の数にもよるところであるが一人1ページと余裕をもっており、やはり本市の場合は一般質問のページの密度が高いと思える。

(深谷 政憲 委員)

広報広聴常任委員会委員において、もっと議会広報を市民に読んでもらい、議会を身近に感じてもらうために、SNS等を活用した情報発信の調査・検討した結果、FacebookとInstagramでの情報発信を行っていく決定に至ったとのことである。また、個人情報やセキュリティ等への対策については、公開の原則（傍聴と同じ考え方）に基づき、セキュリティはID管理のみで、他は個々のSNSに委ねることに整理されている。運用当初はSNSに詳しい議員が担当し、運用が慣れてきたところを見計らい事務局に移行したとのこと。説明によれば、市民からのリアクションには「原則返信しないとしている（実態として来ていない）。

現時点での状況及び手応えを聞いたところ、開始してそう時間が経っていないこともあり、フォロワー数がFacebook29人、Instagram84人とのこと。見てくれている方からの評価はいただいているとのこと。議員と接触する機会が少ない役場職員が割と見ているとも言っていた。SNSにしる、広報紙にしる、双方向・やりとりが出来ていないことを課題としてあげていた。

広報紙についての質問においては、表紙は「市の施策をアピールする場」の考えから、担当課と年間のテーマを決めており、少しでも身近な議会広報にしたと最終ページに「まちかどから（各種イベント・人流）」のコーナーを設け、委員（持回り）から提案があった内容を審議し、委員会決定した「記事・写真」を掲載している。こうした取り組みと努力の積み重ねが評価に繋がって行くものと思った次第である。



【常陸大宮市議会議場での集合写真】

調査事項： 議会広報について
SNS 等を活用した情報発信について

【高根沢町の基本情報】

- (1) 町村合併 昭和 33 年 4 月 1 日 (2) 面積 70.87 km²
(3) 人口 28,802 人 (令和 6 年 2 月 1 日現在)



【視察の様子】

1 高根沢町の概要

高根沢町は、栃木県のほぼ中央に位置し県都宇都宮に隣接、首都東京からおよそ 100 km に位置している。また、町の西側を国道 4 号と JR 東北本線が縦断し、首都東京まで新幹線でおよそ 45 分程度、車でおよそ 120 分程度で連絡する。

地勢は大きく 4 つに区分され、東側は八溝系丘陵が南北に連なり、町の地域振興の核となる「道の駅たかねざわ元気あっぷむら」が整備された。

中央は広大な水田地帯が広がり、その中央部には町の文化、スポーツの総合施設「町民広場」がある。

西側には、JR 宝積寺駅を中心に、商店街や住宅地、その南には日本のシリコンバレーと称される「情報の森とちぎ」が立地し、美しい景観の最先端企業群が生まれ始めている。

西南端は皇室の食材を生産する広々とした御料牧場や本田技研工業があり、西端には国道 4 号が縦走し、その両端に純農業地帯が広がり、鬼怒川を挟んで宇都宮市と接している。

現在の高根沢町は、昭和 33 年 4 月 1 日に北高根沢村と阿久津町が合併して誕生し、その後若干の編出入を経て今日に至っている。

2 議会広報について

(1) 議会広報紙

| | |
|--------|-----------------------------|
| ア 名称 | 議会だよりたかねざわ |
| イ 回数 | 定例会（3月・6月・9月・12月）ごとの年4回 |
| ウ 発行日 | 定例会終了後の翌月（4月・7月・10月・1月）の20日 |
| エ 規格 | A4、24ページ、表紙・裏表紙はカラー、内部は2色 |
| オ 発行部数 | 8,200部（新聞折込のほか、郵送、町内施設への配架） |

カ その他 ・町議会ホームページへのPDFデータ掲載
 ・電子書籍「マチイロ」、「TOCHIGI e-books」での配信

キ 編集主体 議会広報常任委員会委員
 ⇒紙面構成・原稿の作成・レイアウト・写真撮影及び収集
 議会事務局
 ⇒原稿のチェック・印刷業者への原稿の送付

ク 発行までのスケジュール（令和5年7月発行の例）

第1回編集会議（5/24 全員協議会翌日）
 ⇒ページの割り付け、各ページの担当と締め切りの設定

第2回編集会議（6/19）
 ⇒提出期限の早い原稿のチェック、印刷会社へ入稿

第3回編集会議（6/27）
 ⇒提出期限の遅い原稿のチェック、印刷会社へ入稿

第4回編集会議（7/4）
 ⇒1回目校正

最終校正（7/11）
 ⇒正副委員長のみでチェック

ケ 予 算 2,316 千円（令和5年度当初予算）
 消耗品費 9 千円、印刷製本費 1,532 千円（年4回の印刷代）
 通信運搬費 34 千円（民間施設や他市町村への送料）
 委託料 741 千円（年4回の新聞折込代）

コ 編集方針

- ① 各ページ、文字はできる限り少なくし、写真や見出しを多く使う。
- ② ホワイトスペース（余白）を意図的に取り入れ、スッキリとした紙面にする。
- ③ 二次元バーコード（QRコード）を利用し、HP内にある記事や資料、映像に誘導する。
- ④ ページにゆとりができた場合は、特別企画を構築しそれに充てる。
- ⑤ 請願・陳情、それに伴う議会から提出される意見書は記事にする。
- ⑥ 行政視察や、所管事務調査、また研修等の記事は、目的・内容・感想・今後の展望を必ず載せる。
- ⑦ 肖像権に配慮した掲載（撮影時に、被写体の許可を必ず得る）。
- ⑧ ネット上にあるイラストを使用する際は、著作権と使用許諾の要件を確認する。



【表紙】



【一般質問】

(2) 議会報告会（カフェ・ド・ギカイ）

ア 根 拠 高根沢町まちづくり基本条例及び高根沢町広報
広聴規則に基づき開催

《まちづくり基本条例》

第 10 条 議会は、まちづくりの基本理念に
のっとり、町民の声を反映した議会運営の責
務を有します。

2 議会は、町民に対し、分かりやすい議会
運営、議決等を行うとともに、町民に説明す
る責務を有します。



挨拶する神林議長

イ 目 的 議会の活動状況等についての説明責任を果たす
とともに、より多くの町民の方との意見交換を通し
て議会の運営改善と政策立案の充実を図るため。

ウ 運 営 議会広聴特別委員会 4名（広報と広聴を分けている）

エ 開催方法 出前方式（希望のあった地域に出向く）

オ 経 緯 平成 24 年 10 月 ・議会報告会開始
平成 31 年 2 月 ・日時と場所を周知し、町民に参加してもらう方式
・希望のあった地域に出向く方式へ変更
⇒参加者が集まらず、参加者が固定化していたため
・「カフェ・ド・ギカイ」というサブタイトルを付け、
カフェでお茶をするような雰囲気を目指す
令和元年 11 月 ・各種団体に開催の打診をし、行うようになる
令 和 2 年 度 ・コロナ禍により中止
令和 3 年 11 月 ・報告会再開

| | | | | | | |
|--------|----------|-----|------|----------|-----|------|
| カ 開催状況 | 平成 24 年度 | 1 回 | 36 人 | 平成 25 年度 | 1 回 | 14 人 |
| | 平成 26 年度 | 1 回 | 19 人 | 平成 27 年度 | 2 回 | 35 人 |
| | 平成 28 年度 | 2 回 | 25 人 | 平成 29 年度 | 2 回 | 47 人 |
| | 平成 30 年度 | 1 回 | 16 人 | 令和元年度 | 4 回 | 32 人 |
| | 令和 2 年度 | 中止 | | 令和 3 年度 | 1 回 | 25 人 |
| | 令和 4 年度 | 3 回 | 33 人 | 令和 5 年度 | 3 回 | 32 人 |

キ 課 題 区長、民生委員、農業委員等に案内しているため、出席者の多くがそれら
の方々となり、一般の参加者が少ない。

議会広報紙で報告はしているが、報告会から（政策）提言までの流れが明
確になっていないため、報告会での意見がそのままになってしまっているケ
ースがある。

3 SNS 等を活用した情報発信について

(1) SNS 活用の概要

- ・ SNS の種類 Facebook
- ・ 開始時期 令和 3 年 2 月

(2) SNS を開始するに至った経緯

令和 2 年 3 月に高根沢町議会活性化特別委員会の報告を受け、検討を行い、令和 3 年 2 月

から運用を開始した。

(3) Facebook 運用規定

- 1 目的
- 2 基本データ
- 3 運営主体等
- 4 発信情報
- 5 運用方法
- 6 禁止事項
- 7 著作権
- 8 免責事項
- 9 その他

(4) 役割

ほぼ事務局で写真撮影、投稿を実施している。

(5) 現在の状況及び手ごたえ

見てはいるが、反応が少ない。一方、紙媒体での反応は多い。



挨拶する横田委員長

4 質疑応答

(1) 議会広報について

(深谷 政憲 委員)

Q：配布物の配布方法について、本市では行政区（嘱託員）を通じて配布しているが、高根沢町では新聞折り込みでの配布と伺ったが、自治会を通じての配布ができないという理解でいいのか。また、新聞折り込みにより、どのくらいの住民に行き届いているのか。

A：以前は、自治会を通じて町の広報紙や議会だよりを配布していた。しかし、区長側から、負担が大きく重荷である意見があったため、約 20 年前から、町の配布物は全て新聞折り込みに変更となった。自治会加入率が低いというのも一因である。また、新聞を購読する世帯も減っているため、折り込み部数も年々少しずつ減ってきており、現在は 7,000 部ほど折り込みをしている。行政区を通じて配布するより部数は多いと思う。

役場周辺の自治会は、若年層が多く、1,050 世帯のうち 180 世帯しか自治会に加入していない。市街地は同じような状況になっており、十数年以上、市街地の自治会加入率が減っている。そのため、全て町の情報や議会の情報は、新聞折り込みにしたほうが町民に広く読まれるという形をとらざるを得ない状況である。あとは、公共施設や金融機関に置いてもらうなどのやり方で、なるべく広く読んでもらえる手段を考えている。

(深谷 勝仁 委員)

Q：表紙が素晴らしいと感じた。表紙の写真を撮影しているのは誰なのか。

A：外の写真については、広報の委員が撮影している。議場内の写真については、議会事務局が何点か撮り、その中から広報委員会の委員が選んでいる。自分が出ているね、お父さんが出ているねという感じで、見てもらえるような表紙にしている。

(鈴木 洋二 委員)

Q：1 点目は、広報紙は各号によってページ数が変わると伺っているが、1 号ごとに単価が変わるのか。また、年間の予算組みをするときに、どのように予算取りをするのか。

2 点目は、町の施策に対して町民からコメントを頂いているが、このコメントはどのようにして頂いているのか。

3 点目は、カフェ・ド・ギカイの運営は、議会広聴特別委員会が担当していると伺ったが、委員会はどのような位置付けなのか。

A：1 点目について、契約については、基本は 24 ページで作り、そのページ数を減らす場合は、4 ページ単位で減らし、4 ページ減らした場合どの程度減額できるのか、あとは、

カラーは表紙と裏表紙だけだが、カラーページを増やしたときに、どの程度増額するのかという、そこも含めて見積もり合わせを行い、単価契約をしている。見積もり合わせは、24ページ作成した額での比較で行っているが、契約内容には、4ページ減らした場合の金額、カラーページは1ページ増やした場合の金額が入っており、作成する号によって変更可能な仕様にし、1年間の契約をしている。

2点目について、町民のコメントについては、ある事業に対して何か分からないという場合は、広報委員間で関係する町民はいないか確認し、いた場合は、担当した委員が声を掛けて、登場してもらおう。見つからないときは、委員が町の担当部署に話をして、紹介できる人はいないか相談している。

3点目について、カフェ・ド・ギカイを運営する議会広聴特別委員会の委員は、4人であり、議会広報常任委員会の委員とは重複していない。議会広聴特別委員会の委員は、会の段取りをする役割である。実際のカフェ・ド・ギカイは全議員が出ており、その中には議会広報常任委員会の委員も入っている。議会広報常任委員会の委員は、記事を作成することを念頭に置いて、カフェ・ド・ギカイに臨んでいる。

(関根 篤志 委員)

Q：議会広報紙の配布は新聞折り込みと伺ったが、町の広報も新聞折り込みなのか。

A：高根沢町：町の広報も新聞折り込みでの配布である。そもそも、町の広報が新聞折り込みが変わったことから、議会だよりもそれに合わせて新聞折り込みにすることとなった。自治会から、話し合いの席で、町から出される物については、極力、新聞折り込みで統一してほしいという意見があった。それからは、町の配布物は新聞折り込みである。最近、町のホームページにしか載せないというものもある。良かった点は、自治会を通しての配布だと、発行日から最後の人に辿り届くまでに2週間程度かかる場合がある。町の広報紙の場合、手元に届いたときに、講座などの参加者募集の申込期限が過ぎていたということがあった。以前であれば、広報紙に掲載する事業は、配布期間を考慮して実施していたが、新聞折り込みは、基本的にその日のうちに行き届くようになったので、その部分については楽になった。

(松川 勇治 委員)

Q：カフェ・ド・ギカイを開始するに至った経緯について、また、カフェ・ド・ギカイの方向性は、議会主体で探しているのか伺いたい。

A：以前は、議会報告会という堅苦しい名前でも、こちらから出向いて行っていたが参加者が、限られた自治会、団体だけになってしまい、参加者も少なくなってしまった。今までとは違うやり方で、気軽に団体や町民とお話ができるようにということで、「カフェ・ド・ギカイ」という名称になった。名称を変更したことによって、なるべく団体を決めて、こちらに来てもらうような形にし、議会広聴特別委員会に業務を分けたことによって、議会だよりを作成する議会広報常任委員会は負担が増えない、議会広聴特別委員会はカフェ・ド・ギカイの開催について考えるようになり、良い方向に向かっているのかなと思う。

方向性については、委員の中で気になること、興味があることなどから拾って、それに関係するような団体を選定しているような状況である。

今回、1月30日に地元の高校生を議場に招き、カフェ・ド・ギカイを行った。このような形で広く行っていくことは、町民の声を聴く機会としては必要だと思う。

(事務局)

Q：広報紙について、24 ページを基本として、増減を加味する契約方法はいつから始まったのか。また、24 ページの根拠はあるのか。

A：元々24 ページを基本にやっていた。根拠は分からないが、令和2年に新型コロナウイルス感染症の影響で、一般質問を行わない定例会があった。その時に、いつも一般質問で4、5 ページ紙面を割いていたので、その分をどうするのかという話になり、結果、4 ページ減らすこととなった。その時は、事前の取り決めをしていなかったもので、急遽、変更契約を締結した。そのような事態があったことから、次年度からは、変更時の単価も決めて契約をした。町の広報紙は、毎号、ボリュームによってページ数が変わり、それに合わせて、増減可能な契約をしていたこともあり、議会だよりも同じ形態にした。最近の流れとしては、予算・決算がある号は24 ページだが、ないときは20 ページにすることが多い。

Q：カフェ・ド・ギカイについて、要望、課題があがったときに、それらについて、どの程度、提言に結び付いているのか伺いたい。

A：カフェ・ド・ギカイでは多くの意見が出される。それらをそのまま町に出すわけにはいかないことから、議会からの提言が真に必要なものは何かというのを、それぞれの常任委員会で議論し、これは提言すべきだというものを選定したうえで、議会全体でまとめて、町へ出す形を採っている。提言すべきものがなかった時もあり、その場合は提言ではなく、要望という形にしている。提言を出す際には、付属資料として、参加者の発言一覧を添付している。提言の場合は、町からの回答を頂いている。

(深谷 政憲 委員)

Q：議員が直接、町民や団体から話を聞くというのはいい取り組みだと思うが、要望合戦のようになり、施策とか、目指す方向性というよりは、日常生活とか自分たちの困りごとが出される可能性がある。町民や団体から話を聞くことを議会がやると、論点の整理やどこで区切るかなど難しい部分が多いと感じる。当局側の情報量や予算などの権限もあるので、そこを議会として議論ができるのか。

A：カフェ・ド・ギカイで出される様々な意見があるが、それらを整理するために、常任委員会に振り分ける。そして、委員会の中で、この意見は町に提言する内容なのかどうか、予算に間に合うのかどうかなど様々な視点を含め、委員会でしっかりと議論し、要望書という形で、議長を通じて町長に提出している。

要望に多くは答えられないという現実がある。そのことを含めて、議会は、覚悟を決めてやるということだと思う。意見を聞いて、「できない」と言えば、参加者は、この会は何なんだという風に思うかもしれないが、それらを含めた難しさがあっても、こういう取り組みをすることが必要だと思う。

また、事前に町と調整をして提言を出すということはしていない。それらの対応について、当局側が動く、動かないはどちらもある。

Q：要望等を聞いた側の議会として、意見を出してくれた参加者や関係者に説明するのは、なかなか難しいのではないか。意見を聞いて、議会が内容を整理して当局に出して、回答をまた議会側からフィードバックしていくという流れは大変なのではないか。

A：今の段階では、そこまでは行っていない。

(横田 洋子 委員長)

Q：広報紙の一般質問は1人1ページということを伺ったが、本市では3人で1ページであり、今後、1人当たりの掲載スペースを減らす方向性で検討している。SNSでも情報を発信していて、広報紙でもかなりの分量を掲載しているが、これらの考え方を伺いたい。

A：高根沢町議会は議員数も少ないし、質問する人数も少ない。せっかく一般質問をしているのだから、それらの内容を町民に読んでもらいたいので、1人1ページというのは変えたくない。ただし、質問した内容全ては掲載できないので、一般質問登壇者には原稿を作成してもらい、見やすくするために、1段13文字の5段編成にしている。1段の枠組みも大きくなった。文字を多くしすぎないのがよいと思う。

Q：文字が多くて見づらいということで、一問一答という形にして、興味のある方はQRコードからウェブサイトアクセスするという形にし、見やすくしようというのが本市の当委員会検討している内容なのだが、QRコードからウェブサイトアクセスできる人ばかりではないので、どのようにしていけばいいのかと考えているが、何か具体的な取り組みはあるのか。

A：高根沢町議会だよりもQRコードは付けている。ただし、高齢者はQRコードとかウェブサイトなどを言われてもなかなか難しい。それはやむを得ないと思う。

(2) SNS等を活用した情報発信について

(深谷 勝仁 委員)

Q：Facebookのフォロワーが約100人だと伺った。若い世代へのアプローチに関して、今後、何か考えていることはあるか。

A：若い世代へのアプローチとしては、SNSがいろいろある中で、フェイスブックにしたというのは、発信が今あるパソコン等の機材でやりやすいということ、また、議会というのはある程度年齢の高い方のほうが興味があるのかなというところでフェイスブックにした。若い人への情報というと、インスタグラム等も考えていけないと思うが、まだそこまでは至っていない。

Q：Facebookについて、議会だよりも町民がたくさん登場しているのに、Facebookには会議だけが掲載されている。掲載内容について取り決めがあるのか。

A：Facebookに町民を登場させないというわけではないが、なかなか外に行く機会がなく会議だけとなっている。

(横田 洋子 委員長)

Q：課題として持っているのは、読みやすいと同時に、いかにSNSからウェブサイトアクセスしてもらい理解していただくか、その点を模索している。紙ベースとしての読みやすさというのも求めているが、SNSとの連動を勉強したいと思っている。その点に関して何か考え等はあるか。

A：紙面の全てがQRコードに結び付くようにはしている。他の自治体からも議会だよりも届くが、読んでいて一番楽しいのは一般質問だと思う。自分たちの議会だよりを見ても、一般質問のページが読みたくなる。そのような理由から、高根沢町議会では、1人1ページを割くのはしょうがないと思っている。また、広報紙に掲載しきれないものがあるが、ウェブサイトにはしっかり情報を掲載していると思っているので、QRコードを付けて、掲載しきれない部分はそちらを見ていただくようにしている。ただし、紙を見る年齢層は

QRコードを使えるかは微妙だと感じている。あくまでもQRコードは補足であって、伝えたいことは紙面で伝えるのが良いと思う。

この紙ベースとSNSの関係性で言うと、今が過渡期だと思う。今現在、議会に興味がある人は、ある程度年齢が高い人が多く、その年齢層はあまりSNSを見ない。SNSは20代、30代が主に利用しているが、そういう人たちが今後、20年、30年経てば、そちらが主流になり、紙はなくなると思う。過渡期においてどう両立させていくのかというのは悩みどころではあるが、基本的には、両方少しずつやっていく時期なのかなと思う。具体的に、そのあたりについては、まだ取り組んではいない。

5 各委員の所感

(横田 洋子 委員長)

令和3年からFacebookを始めているが、記事の多くにQRコードがあり、Facebookに誘導しようとしており、より詳しい情報が見られるようになってきている。編集作業の殆どを議会広報常任委員会委員が担っていることから、Facebookの発信、中身まで手が回らない状況にあるようである。紙面数もSNSを導入しても変わっていないことから、本委員会では棲み分けとページ数、高齢者への情報提供について、丁寧に検討することが必要かと思う。

議会だよりでは、自治会加入率が40%と半数に満たないこともあり、議会だよりをより多くの方に手にとってもらえるようにと、1ページが地域の方のインタビューになっていて楽しい紙面であるが、Facebookへの誘導がないのが残念である。このような記事こそFacebook用に編集して掲載する事を検討したいと思う。

(鈴木 洋二 副委員長)

SNSについて、広報と言うより議会が何をしているのかを情報発信の手段として始め、その後はその反応を見て改善していけば良いと感じた。本市においても、改選した若い議員から、SNSでの情報発信の意見も出ているので、今後検討して取り組むべきだと思う。

広報紙について、内容が議会での全てを伝えようとしている事が見て取れ、紙面作りでは文字はできる限り少なく、写真や見出しを多く使い見やすさを考えている。また、町民の意見などをコメントとして載せていることは、とても良い取り組みである。

(深谷 勝仁 委員)

議会だよりの編集方針は非常に洗練されていて、文字を極力少なくし、代わりに写真や見出しを多く使い、余白を意図的に取り入れていることが分かった。このアプローチは、読む町民側にとっても、視覚的な魅力を高め、情報を最小限でスッキリと伝え、必要あればホームページ等へ誘導する効果的な手法であると感じた。

実際の議会だよりを手に取り読んだが、これは文字数を制限し、町民が記事を手軽に理解しやすくするだけでなく、働き世代の忙しい方や現代社会においては、もっとも受け入れられるスタイルである。特に、見出しや写真の使用は視覚的にインパクトを与え、たくさんの町民が登場し読者の興味を引きつけるものであった。また、QRコードを利用してホームページ内の記事や資料、映像に誘導する取り組みは、デジタル化へのスムーズな移行を図る上でも必要な手段であり、本市議会としても積極的に取り組むべきものと理解した。

(松川 勇治 委員)

自治会加入率が低いという地域特有の課題はあるが、新聞折り込みでの議会広報紙（議会だより）の配布により、町民の目に触れる機会が多くなった。「カフェ・ド・ギカイ」「SNSメディア」「議会広報（議会だより）」が相乗効果を生み出している。議会で議論し、提言に結びつけるには調査や調整が必要であるが、「カフェ・ド・ギカイ」は、広聴の観点から考えると、世代を越えた幅広い意見が寄せられる良い機会である。本市議会としても、SNSメディアを議会広報に取り入れていくためには、市民側の目線に立った視点が必要である。更には、広聴から得た意見を議会に提言できるようになると、「市民協働のまちづくり」が充実したものになり、「SNSメディア」と「議会だより」のハイブリットな形で、それぞれが相乗効果を得られるようになると、幅広い年齢層に手に取っていただけるのではないかと考える。

(関根 篤志 委員)

議会広報紙のみならず、町広報紙も全て新聞折り込みに行っているということにまず驚いたが、町内会加入率から見て、町民の多くに手にとってもらう術としては致し方ないと感じた。本市でもそうであるが、町内会加入率は低く、特にアパート居住者やUターンの若い世帯にあっては、ほぼほぼ町内会に加入せず、また、新聞すら購読していないという世帯も多い。その意味で、いずれ本市も他人事ではなく、本気で町内会加入を推進するため、各種施策が行われていく中で、議会広報の果たす役割も大きいと改めて感じたところである。

議会報告会については、議会報告というより、議員との懇談会といった敷居を低くし、多方面の参加を促していると感じたが、開催工程を確認するに、やはりその開催に苦慮している印象であった。本市議会で同様の行事を開催するとして、町内会数も多く、それを平等に実施することは厳しく、その後の提言までつなげるには根気のいる作業となり、地区によって選挙への関心度や熱心度が違うことや、議員の各地区別の構成にも影響する可能性もあり、その実施にあたっては慎重に検討する必要があると参考になった。

(齊藤 秀幸 委員)

SNSを使った情報発信についてはFacebookを利用し事務局がほぼ運用を担っており、その内容は議会や委員会活動の報告であり、やはり内容に代り映えがないことが課題と説明を受けた。フォロワー数も二桁台であり、町民の目を引く投稿の難しさを改めて考えさせられた。

議会広報に関しては、市民の登場シーンが多いことが挙げられる。

決算審議の紹介ページでは町民からの一言が付記されており、各事業に対する町民の感想が直接読み取ることができる。

また「カフェ・ド・ギカイ」と称する広聴活動も行っており、議会広報紙上にその経過を掲載するだけでなく、翌号には行政からの回答も掲載されており、これらの取組みは行政と町民の距離の近さを感じさせる大変良い例と感じた。

そのほか随所に住民の登場する場面が用意されており、広報紙の読み手である町民の目線に立った編集がされているのが参考となった。

本市議会ですべてを実現するためには広聴の機会の導入が必要となってくるが、それも一考であると感じられた。

(深谷 政憲 委員)

町の特徴として、宇都宮市に隣接していることから人口約 29,000 人（令和 5 年 7 月 1 日現在）、世帯数約 13,000 世帯（1 世帯当たり 2.26 人）。また、隣接する芳賀町を跨いで、HONDA の研究所があり、自動車関連の企業も多く進出していることから、毎年 1,500 人程の転出入があるとのこと。これが影響してか、自治会加入率は 40%程度で県内最低だそうで、市街地はさらに 20%と、まちづくりの観点でも苦勞していることが伺えた。そういった状況から、20 年程前から、議会広報、町広報やお知らせ文書全てを新聞折り込みにしていると聞き、驚きを禁じ得なかった。

そうした背景もあってか、議会広報の充実や情報公開の推進を図るため、令和 3 年 2 月 1 日から、高根沢町議会 Facebook の運用を開始し、タイムリーな情報発信を行っている。常陸大宮市と同様に、投稿されたコメントに対する返信は行っていない（難しさがあると思われる）。更には、現時点では反応は良くないと受けて止めているとも言われていた。

話を伺って、議会広報の充実に相当に力を注いでいることも分かった。24 ページ仕立てで、6 人の委員で 4 ページずつを担当。一般質問原稿作りも委員が担当していると聞いて驚いた。更に、高根沢町議会報告会（カフェ・ド・ギカイ）を議会広報と同じく原則 4 回開催し、そこで出された意見・要望等を各常任委員会に振り分けて審議し、必要に応じて、町長に文書で報告・提言を行い、議会広報で報告している（議会報告会は広聴特別委員会の掌理）。こうした議会としての取り組みに敬意を表するとともに、本市議会として、今後の情報発信の更なる推進に活かしていきたい。



【高根沢町議会議場での集合写真】