

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10月 15日～16日	調査先	栃木県日光市 栃木県矢板市
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 小山 伸二、大峰 瞳（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

【日光市の基本情報】

- (1) 市制施行 平成18年3月20日 (2) 面積 1449.83km²
(3) 人口 75,380人（令和6年12月1日現在）



【視察の様子】

1 日光市の概要

平成18年3月20日に今市市、日光市、藤原町、柏町、栗山村の5市町村が合併して、現在の日光市が誕生した。

栃木県の北西部に位置し、群馬県と福島県に接している。面積は、栃木県の4分の1を占め、全国で3番目の広さとなる。

また、世界遺産「日光の社寺」、国の特別天然記念物と特別史跡の2重指定を受けている「日光杉並木街道」、産業遺産「足尾銅山」に加えて、日光国立公園に代表される豊かな自然や、豊富な温泉資源も有する。

2 SNS等を活用した情報発信について

(1) SNS活用の概要

- ・ X（前:Twitter）
- ・ Youtube

(2) SNS導入までの経緯等について

ア 「議会デジタル化推進検討班」の設置に至った経緯と活動内容

2年前に当時の議長の所信表明でSNS導入について話があったことで、議長の直轄組織として「議会デジタル化推進検討班」を設置。



説明する
筒井広報広聴委員会委員長

イ SNS プラットフォームの選定理由

他市の事例も参考に、最も不特定多数の目に届く可能性が高いという理由から X を選定。

(3) SNS 導入後について

ア 「Twitter 運用ポリシー」の運用管理者の実務の実態

運用管理者は議長としているが、実務は議会事務局が担っている。

イ SNS の運用を効果的にするために意識していること

X の性質上、即時性が求められるプラットフォームであるため、タイムリーな投稿。また、斬新でインパクトのある投稿（スポーツ新聞調や中吊り広告調等）。

ウ SNS 導入による変化、効果

導入してからの期間が 1 年未満と短いため、効果の検証には至っていないが、市民から面白いという声が上がっている。

エ SNS 導入後の課題

作成者・運用者が限定されるため、一部の個人に負担が集中してしまう。

オ 登録者数増加へ向けた取組

今後フォロワー数を増加させていくための方法については、苦慮している。

カ 登録者の年齢層などを分析しているか

現在のところ分析には至っていない。

キ 他の SNS プラットフォームへの拡大予定はあるか

最初の SNS 導入時に、X と instagram を同時に始めるという話もあったが、プラットフォームによって仕組みが異なるため X のみとした。現時点ではマンパワー等の問題により、拡大は難しいと考えている。

ク SNS 導入後の選挙への影響について

導入以降、選挙は行われていないため、現時点では判断できない。

3 議会広報紙について

(1) 議会広報紙の概要

ア 名称 市議会からこんにちは

イ 発行回数 年 4 回（定例会翌月の 25 日）※改選の年は

臨時会後に追加発行

ウ 規格 A4 版タテ型 12 または 16 ページ

エ 表紙 市内在住・在勤・在学者からの公募

オ 編集者 議会広報広聴委員会

(2) 一般質問について

ア 「ここがポイント」の表記と、紙面構成変更（1 ページ 2 名から 6 名）に対する市民の反応

市民からの反応は特段ないが、デジタル化の推進を図るために始めたため、広報紙のページ数が減り、経費削減という点では効果があったと認識している。

イ 「ここがポイント」掲載にあたっての注意事項、原則的な約束

注意事項はないが、原稿の文字数は 100 字程度。また、基本的に議員の原稿をそのまま掲載し、表現の統一は特段していない。

ウ QR コードからの視聴について把握しているか



挨拶する
鈴木洋二副委員長

把握していない。QRコードの作成に「シーマンインターネットサービス」を利用しているが、これは閲覧件数の把握ができないものである。

(3) SNS との連携について

ア 議会広報紙と SNS の連携について

議会広報紙で日光市議会公式チャンネルや Youtube 配信の案内をしている。今後もホームページや広報紙などで周知し、誘導を図っていく考えである。

4 質疑応答

(鈴木 洋二 副委員長)

Q：広報紙の表紙写真の応募はどの程度あるのか。また、審査会での採用基準等はあるか。

A：応募数は多い時でも3件程度。応募がない場合は、知り合いに声をかけている状況。

Q：広報紙の一般質問の紙面が、以前は現在の須賀川市と同じような形式だが、現在の形式に変えようと思ったきっかけはあるのか。

A：以前の掲載内容だと労力がかかっていたことと、予算削減とデジタル化の観点からページ数の削減を検討したことがきっかけである。

Q：広聴したことは、市民へどのようにフィードバックしているのか。

A：会議や意見交換会等の後、議会広報紙への掲載や、Xへの投稿で取り組みをお知らせしている。

(深谷 勝仁 委員)

Q：以前実施していた議会報告会が、中学生との意見交換会に変わった経緯は。

A：議会報告会は何年も続けているうちに参加者が決まった方になり、意見も偏ってしまった。コロナ禍と、若い方からの意見を聞きたいという動きが重なり、学校へ打診したところ快諾いただき、実現したものである。

Q：高校生との意見交換会に参加する生徒は、生徒会や本人の応募等どういった人選になっているのか。

A：生徒会の活動の中で「日光学」という、日光についてをテーマに取り組んでいる生徒に、研究を議場で発表してもらい、その後テーマを決めて、別会場で議員と実際に意見交換をするような形式をとっている。

Q：SNS 導入の最初のきっかけは当時の議長の所信表明だったとの話があったが、若い世代に対して、議会を身近に感じてもらいたいというイメージだったのか、市民全体に周知するために SNS を活用しようというイメージだったのか、詳しい経緯を伺う。

A：日光市議会は元々、広報・広聴には積極的に取り組んでいたが、更なる情報発信と、開かれた議会を目指していく上で、特に若い世代へのアプローチを考えた結果 SNS という方法にたどり着いたと思われる。

(松川 勇治 委員)

Q：SNS プラットフォームの選定について X 以外を選ばなかった理由と、X の投稿に対してのリツイート数を把握しているか伺う。

A：Facebook は利用者の年齢層が高いためアプローチの対象と異なること、Instagram は相互にフォローするようなやり取りがあり、日光市議会の運用ポリシーではフォローさ

れるのみに限定しているため、性質上不向きであるということで選定しなかった。Xは、フォロワーがリツイートすることで拡散する性質があるため、アカウントを持っている議員が積極的にリツイートしてはいるが、いかにいいねやリツイートを増やすかは努力が必要だと感じている。

(関根 篤志 委員)

Q：広報紙の表紙写真の応募はいつ頃から行っているのか。

また、応募が少ない理由について把握していれば伺う。

A：時期は定かではないが、かなり前から行っている。

市民からの認知度が低いことや、発行が年4回のため、今撮った写真では次号の季節感とずれてしまうこと等が応募の少なさにつながっているのではないかと考えている。

Q：SNSは、閉会中の期間もなにか発信しているのか。

A：閉会中は常任委員会等の動きが少ないため、正副議長の行事参加や全員協議会等が開かれれば発信しているが、やはりペースは落ちる。議会運営を考えても、穴埋めは難しいと考えている。

(柏村 修吾 委員)

Q：高校生との意見交換会に関して、議会や選挙についての啓発や理解を深めるような活動を、議会として学校側へ要望しているか。

A：意見交換会のみで、こちらから学校側への要望は行っていない。

Q：SNSでの一般質問のお知らせは、何日位前に投稿しているのか。

A：広告調のものは1週間前を目安に投稿し、今度は各一般質問の前日に、明日の登壇議員を投稿している。それが目に留まって傍聴に来てもらえればと思うが、傍聴者が増えている実感は現在のところない。

(深谷 政憲 委員)

Q：議会に興味や関心を持ってもらうために、今後どのような考えや方向性を持っているのか。

A：数少ないコアなファンはいるが、そこから広がっていかないという状況があり、だからこそ学生に期待している。これからの日光市を背負っていく若者に、日光市について真剣に考えてもらい、議員や市職員になりたいと思ってもらいたい。

Q：本市では中学生の模擬議会を行っているが、教育委員会主催のため議会が絡めないという難しさがあるが、議会としてどう関わっていくべきと考えるか。

A：議会形式だと、どうしても当局対学生という構図になってしまう。日光市では議会主催で若者からの意見を直接聞くため、議会形式は取っていない。

【各委員の所感】

○横田 洋子 委員長

当委員会において、継続調査となっている「広報のあり方」について、特にSNSの活用状況の先進事例として、日光市議会を視察した。

日光市議会では、デジタル化時代を迎えた中「議会デジタル化推進検討班」が議長の直轄組織として設置され、SNS活用に関わる実務協議、運営が行われている。そのため、議会広報

も含め、一般質問のお知らせ、会派紹介などをスポーツ新聞調、中吊り広告調の斬新なデザインに編集しXで発信。SNSの中で、最も不特定多数の人に届く可能性があるプラットフォームとしてXを選定している。現在のフォロワー132人から今後は300～500人への増加をめざす考えが示された。

議会広報では、一般質問の質問事項のみが掲載され、各質問者が「ここがポイント」の掲載部分に質問の意図や答弁を250文字程度にまとめているために、1ページ当たり6人が掲載されている。「ここがポイント」から、2次元コードによって動画による一般質問の視聴へと誘導している。

斬新なデザインによるSNSの発信によって、議会への興味、関心を持つことへのきっかけになるとは思われるが、編集者の力量、マンネリ化、議会事務局・編集者の負担が課題となることから、議論が必要と考える。

また、議会広報とSNSの連動を考えた発信が必要ではないかと思う。

今後、今回の視察研修を踏まえ、SNSの利用を含めた広報のあり方を議論していきたいと考える。

○鈴木 洋二 副委員長

①「SNS等を活用した情報発信について」

日光市において、議会からの情報発信の手段としてSNSを活用している。

プラットフォームはX(Twitter)を利用している。その理由としては、不特定多数の人の目に届く可能性が高いためである。運用管理者は議長だが、実務は事務局が担っている。また、事務局が担う事でチェック機能は働いている。

SNSの運用を効果的にするために、タイムリーな投稿、斬新でインパクトのある投稿を心がけている。内容もスポーツ新聞調や中吊り広告調、ボクシングのタイトルマッチ調など、ユニークなアイデアで見ると人の興味をひいている。一般質問の振り返り動画もタイムリーに発信していて良い取り組みだと感じて来た。ただ、投稿する内容など、できる人に片寄っているので課題もあると感じる。

今後、本市でも導入を検討する際に、テーマなどをどの様にするかなど議論する時には参考になる事例である。

②「広報誌について」

日光市の広報誌では一般質問が、質問事項とその質問内容に対して「ここがポイント」で議員の思い、考えなどが反映していて良い取り組みである。質問の全文はQRコードを読み込んで視聴出来る。

本市でも紙面構成の議論をしているが、スリム化を目指すなら取り組んでみても良いと感じる。

○深谷 勝仁 委員

日光市議会では、議会だよりの発行を通じた広報活動が非常に充実しており、特に内容が市民にとって理解しやすく工夫されていた。議会活動の報告に加えて、市民の意見を反映させることで双方向のコミュニケーションを推進している点が印象的である。

また、表紙の写真を一般公募する等、市民が市政に対して関心を持ちやすくなるだけでなく、議会に対する信頼感を高める取り組みが進んでいると感じた。一般質問後には、登壇者の短い紹介動画を撮影しリアルタイムで発信され、市民への情報提供が迅速に行われるた

め、透明性の向上にもつながる。

今回の視察を通じて、議会広報活動には市民との双方向コミュニケーションが不可欠であり、特に SNS の活用が有効であることを改めて実感した。当市議会でも、従来の広報手段に加えて、Facebook や Instagram といった SNS を活用することで、市民との距離を縮め、より効果的な情報発信が可能になると確信した。

○松川 勇治 委員

若い世代の声を聞きたいという観点から、SNS を議会の広報活動に取り入れアプローチをしたことに対してとても評価できる。

しかし、議会事務局や関係委員への負担があり課題も多い。数ある SNS プラットホームの中から、X（旧 Twitter）を選んだことに際しては、スピード感と不特定多数の人にアプローチ出来るという視点のようだが、実際にはフォロワー数の更なる増加には至っていない。

本市においても、広報活動に SNS を活用する場合、まずは、どのようなプラットフォームを選択するのか、また継続的に更新する場合の投稿内容の充実や、関係担当委員や議会事務局、議会運営委員会をはじめ各委員会、議会全体の協力が必須となる。

○関根 篤志 委員

議会デジタル化推進検討班という委員会組織とは別枠のいわゆる任意組織を立ち上げ、班長のもと斬新なアイデアを採用している点で非常に参考になった。基本はやはり他自治体議会を参考としていることは非常にアンテナも高く、新しいものを取り入れ、若年層の関心を求める姿勢の表れと感じた。このデジタル推進も議長選での議長の所信表明がきっかけということで、議会を代表する議長の意をくむ班長の熱意によって成り立っているものと受けたが、どの議会でも共通することではあるが、責任者である班長に負担が非常にかかっているとも感じるものであった。

最初にフォロワー数を 100 という目標を設定し達成されているが、100 という数字は非常に厳しい数値であり、それを実現していることに実行力と熱意を感じた。導入して 1 年ということで手探りの部分があるとのことだが、何事もはじめなくては何も進まない、その初めの一歩をしっかりと始めた点に、当広報委員も同じく何事も最初の一歩を進めることで、今後の SNS 活用の心構えや斬新なアイデア、タイムリーな情報発信を組み込めるように鋭意検討するべきと考えさせられるものとなった。

○柏村 修吾 委員

始めたきっかけは 2 年前議長からの提案があり活動を開始した。

日光市は、SNS・X 等を使用してまだ 1 年は経過していない。

各党派より担当を選出して活動している。

議会報告会を実施し意見を交換し広報紙作成に役立てる。

市内高校生と意見交換会を実施し、議会理解のための各高校への底辺拡大を目的としている。

現在、X を活用して定例会の一般質問の内容を議会前の 1 週間前から 1 日前に出すようにしているが、議会に対しての興味関心が特に増えているとは感じない。

定例会での質疑応答事項については「QR コード」を使用し議会だよりに掲載している。

SNS を使用しての選挙活動に役立てようとしているが現在のところ効果はあまり感じられない。

い。

日光市は、東照宮があり年間約 990 万人もの観光客が訪れ財政的にも恵まれ立派な庁舎が建てられ感心させられる。財力を活かし今後の様々な活動に興味を沸かす。

○齊藤 秀幸 委員

SNS 導入までの経緯について説明を頂いたが、二年前の新議長による指針の一つとして SNS の活用が示され、それにより「議会デジタル化推進検討班」が組織されたことが始まりに、SNS の活用だけにとどまらずタブレットの更新など議会全体のデジタル化に関与しているとのことである。

先行事例をもとに、最も不特定多数の目に届くということで X (twitter) を選定したそうだが、私個人の経験では X の場合、文字数に限りがあり必要な情報が収まり切れない場合があるため、当市では複数のプラットフォームを検討することが望まれる。

SNS の運用ポリシーについては、これまで視察を重ねた自治体同様の内容で、その実質的運用も議会事務局が担っているが、日光市の特異点としては技術に長けた委員による斬新な画像によるインパクトある素材づくりをしている点が挙げられる。

それは「スポーツ新聞調」「中吊り広告調」「ボクシングタイトルマッチ調」と様々で、読者の目を強烈に引き付ける効果もあるが、作成者・運用者が限定され、特定の議員に労力が集中し、他の SNS への展開が難しくなっている点があるということだった。

また、SNS 上に一般質問の振り返り動画を上げる取組みは非常に参考になった。議会広報については、表紙の写真を市民からの公募にすることで市民参加の機会を増やしているとのことであるが、最近は作品が多く集まらない状況である。

一般質問のページには「ここがポイント」と題した質問の補足欄があるが、振り返り動画とともに質問に至る経緯や趣旨を詳しく述べる機会があることが参考となった。

○深谷 政憲 委員

日光市市議会の広報広聴委員会の構成は、副議長、3 常任委員長、正副議会運営委員長、各会派から若干名で構成（現在は 8 名）している。広報広聴委員会が、議員全員協議会と同様に会議規則で定める協議・調整の場（機構）と定めていることを、議会概要で知って広報広聴委員会を重視した議会運営であることを知った。

また、議場を使ったイベント開催を試みていることを知って驚いた（所管：議会運営委員会）。議会広報活動としての取り組みで、平成 27 年 8 月に議場コンサートを開催（市内の音楽家 5 名によるクラシックコンサート）、事前申し込み制で約 90 人来場。2 回目は、平成 29 年 2 月に県内大学のハンドベル部によるコンサートを開催（市民 7 人、議員・執行部 21 人）。3 回目は、平成 29 年 12 月に落語鑑賞会を開催（市民 16 人、議員・執行部 34 人）。その後とは言う、議会傍聴の増加につながらなかったとして、以降は休止しているとのこと。発想が面白いし、ある意味大事なことだと思う。

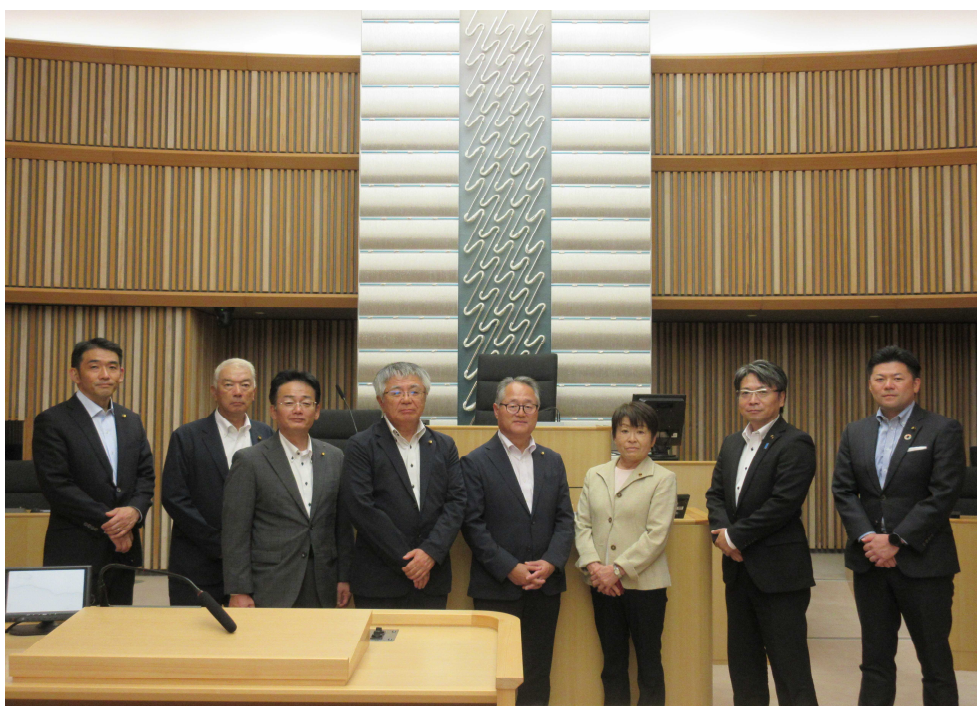
次に、「来て！見て！ギカイ探検」の取り組みが紹介された。「議会を知ってもらうことが必要では？」の視点からの具体的な取り組みであるが、子どもから大人まで参加出来る事業として内容を検討した結果、議会の仕組みの説明、傍聴席・議場の見学、表決体験、議長室や議員控室の見学、議会中継・会議録検索システムの紹介など約 1 時間で行うもので、令和元年度は 6 回実施し参加者 54 人の実績とのこと。評価は分かれるかもしれないが、議会が主導した取り組みであればこそ、議会・議員力の向上につながるものと思われる。

議会報告会に関しては、平成 30 年度から市内全域 13 地区で実施し意見交換（延べ 157 人参加）、令和 4 年度は 3 委員会毎に実施、令和 5 年度は中学 3 年生を対象に 5 校で実施している。さらに、高校生との意見交換会を令和 5 年 4 月に（生徒 12 人、議員 10 人）、令和 6 年 6 月に（生徒 10 人、議員 10 人）、と 2 回開催し地域課題解決に向けた学習報告と意見交換会を行ったとのことである。こうした具体的な取り組みに大いに学ばされた。

次に、SNS の導入経過と運用に関する質疑・意見交換を行った。議長（当時）から議会運営の一つの指針として SNS の活用が提示され、議会デジタル化推進検討班を設置し、SNS の活用に関わる協議・運営を検討して開始されている。X（前 Twitter）を採用した理由は、SNS の中で、最も不特定多数の人の目に届く、可能性が高いとの判断からであり、SNS の運用で効果的にするため意識していることは、X の性質、タイムリーな投稿を心掛け、斬新でインパクトのある投稿であること。

特に驚きと関心を持ったのは、一般質問の予告：登壇議員と質問内容のお知らせを「中吊り広告調」に編集した投稿である。一般質問のライブ配信は、今日は多くの議会で実施されているが、一般質問終了後に「一般質問振り返り動画（ポイント）」を作成し（視聴したところ 30 秒前後と短い）、YouTube 配信し、一般質問動画（フに誘導する取り組みも行っており、頭が下がる思いである。

最後に、SNS 導入後の課題として、作成者・運用者が限定され、特定の議員に労力が集中することが挙げられていた（避けられない？）。



【日光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

【矢板市の基本情報】

- (1) 市制施行 昭和 33 年 11 月 1 日 (2) 面積 170.46 km²
(3) 人口 30,140 人 (令和 6 年 11 月 1 日現在)

1 矢板市の概要

栃木県の北東部に位置し、東京から 138.3 km の距離にあり、面積は栃木県の 38 分の 1 を占めている。

また、北部は日光国立公園の一部である高原山で、各所に鉱泉が湧出し、林産資源に富んでいる。



説明する
高瀬議会広報広聴委員会委員長

2 SNS 等を活用した情報発信について

(1) SNS 活用の概要

- ・ Facebook
- ・ X (Facebook と同じ記事を自動転載)
- ・ YouTube

(2) SNS 導入までの経緯等について

ア SNS プラットフォームの選定理由

Facebook と X は連携ができ、Facebook に投稿すれば同時に X にも同じ内容が投稿される機能がある。X は文字数制限があるため、投稿の最後に Facebook へのリンクが貼られて、全文を見たい場合には Facebook にランディングしてもらうという形を取っている。投稿できる文字数や写真が多いという点で Facebook を選定し、同時に X にも投稿できるようにした。

(3) SNS 導入後について

ア 一般質問の YouTube 配信についての市民の反応

アンケートでは、「議員さんの活動を実際に感じられるとても良い配信である」 また、「議会や行政に興味を持つ若者が増えれば矢板の良い未来につながる」など、市民からはかなり良い反応がある。

イ SNS 導入後の課題

SNS を利用しない高齢世代へのアプローチ方法を探っていく必要性を感じている。

ウ 登録者数増加に向けた取組

高校生との意見交換会の際に周知し、若者のフォロワー数を増やしていきたい。

エ 登録者の年齢層などの分析

Facebook フォロワーの年齢と性別は、女性が 30.2%、男性は 69.8%、65 歳以上が 77.8% となっている。

オ 他の SNS プラットフォームへの拡大予定

世代に合わせたアプローチが必要なので拡大したい気持ちはあるが、担当者の労力等もあり、実現には至っていない。

カ web アンケートについて、毎号ごとの反応 (件数) とメリット、デメリット

Web アンケートは昨年から今までで 3 件、それと別で傍聴アンケートを行っており、こ

ちらは多い月で9件となっている。Web アンケートは、高齢者は利用しづらいこともあり、議員1人1人の広報が必要と考えている。

3 議会広報紙について

(1) 議会広報紙の概要

- ア 名 称 矢板市議会だより
- イ 発行回数 年4回（定例会翌々月の1日）
- ウ 規 格 A4版タテ型 16ページ（特集等によって変動あり）
- エ 編 集 者 議会広報広聴委員会



挨拶する
横田洋子委員長

(2) 高校生との意見交換会について

ア 現状と今後

現状については、出された意見の中には、なかなか改善が難しいものもあり、昨年と同じ意見が出ることもあるため課題を感じている。

今年度は、市役所新庁舎について市内3校と同時に開催予定であり、カードゲーム方式でメニューを選びながら、高校生が考える未来の矢板市について意見を吸い上げたいと考え、現在企画している。

イ 学生の変化、効果（議会への興味関心や選挙への影響）

高校生は広報紙をあまり見ないという現状があり、身近な人が表紙に出ている時や、意見交換会に参加した高校生が見てくれる程度である。議会だよりを通じて、政治や議会への理解を深めることも広報紙の重要な役割であると考え。X等のデジタルから入って、広報紙も見てもらおうという流れが良いかと思う。

(3) SNS との関連について

ア 議会広報紙と SNS の連携

SNS を始めた当初は、議会だよりの背表紙に「Xはじめました」という記事を載せていたが、紙からデジタルに飛んでもらうのは難しいため、認知度を高めるために4年ほど掲載し、現在は行っていない。

4 議会広報広聴委員会について

(1) 委員（9名）の役割分担

広報紙については担当割振表を作成して輪番で対応している。議会傍聴アンケートについては、担当の委員が取りまとめて回答を作成し、対面やメールで他の委員がチェックして体裁を整えている。

5 質疑応答

(斉藤 秀幸 委員)

Q：広報紙の表紙が毎号バラエティに富んだ題材となっているが、内容は委員会で協議するのか、印刷会社でデザイン案を作成してもらっているのか。

A：作成する委員が決まっており、内容を決めてから印刷会社とレイアウト等を決定している。

(鈴木 洋二 副委員長)

Q：広報と広聴を担っている委員会ということで、資料にあるような PDCA サイクルの運用の仕方はどうなっているか。

A：議会報告会、意見交換会で意見を吸い上げ、それをワールドカフェ形式でグループワークを行い、市民と意見交換を行う。それを持ち帰って各委員会に振り、委員会の中では優先順位を付けて意見をもみ、重要なものは政策提言まで持って行くという緩やかなサイクルを作っている。

Q：広報紙のページ数は 16 ページ固定なのか。また、紙面のレイアウトや余白が見やすいと感じたが、考え方について伺う。

A：見やすさを高めるために、文字数の制限を設け、余白の使い方を意識している。必要があればページ数を増やすことも可能。過去に増やした号もある。

Q：広報紙の一般質問が縦書きから横書きに変わった理由は。

A：印刷業者が変わったことに伴う変更である。

(関根 篤志 委員)

Q：SNS を投稿する際の内容は各委員が考えて、発信の事務的は部分を事務局が担っているのか。また、投稿のタイミングについて取り決めはあるか。

A：テンプレートを使用して各委員が文言を作成、写真を選定し、事務局が文言のチェックや写真の順序を決めて投稿している。投稿のタイミングは、Facebook は 2 日以内という取り決めで運用しており、YouTube については特に決めていない。

Q：配信については、当初から YouTube を利用していたのか。

A：当初の録画配信の頃から YouTube を利用していて、後からライブ配信を追加していった。

(深谷 勝仁 委員)

Q：資料の Facebook の運用指針について、中には関係のないコメント等は、運営管理者の方で削除をしますという内容の文言があるが、今までの運用の中で議員への誹謗中傷や、運用管理者でコメントを削除したケースがあったか。

A：Facebook に関しては削除に至ったものはないが、他の SNS では 1 度、ワクチン関係の発信をする方がいたため、そちらは削除した。Web や傍聴アンケートについては、議員の個人名が入っているものや誹謗中傷に当たるものは取り上げないこととしている。

(横田 洋子 委員長)

Q：YouTube の一般質問について、最初はリアルタイムでしか見られなかったものを 12 月からはアーカイブでも見られるようになったとの話があったが、広報紙の一般質問の紙面もそれに合わせて変更した部分はあるのか。

A：紙面の変更はないが、掲載する QR コードをアーカイブに紐づけるようにした。

(深谷 政憲 委員)

Q：意見交換会は、開催までにどの程度準備期間がかかっているのか。

A：その時の打合せの内容によって、準備時間は大きく変わる。高校生の意見交換会は、元々は 3 校別々に意見交換会をしており、それぞれの高校を重視している。過去に各クラスに配信したいという要望があった際は、打合せや準備も多かった。

また、市民との議会報告会・意見交換会は、初回開催時に誹謗中傷のような発言もあったため、テーマを決めてそれについてのみ発言するような形態に変えた経緯もある。

【各委員の所感】

○横田 洋子 委員長

議会広聴会を実施。市内の3校のそれぞれの高校生と意見交換会をし、まちづくりに活かしていこうとするもの。対象が明確であること、今後の議会活動への興味、関心に結び付けられることが考えられるのではないかと思う。平成27年からの広聴会での要望は、市への「要望書」として提出してきたが、その結果の検証がされてきていなかったことから、今年度より実現に向け所管の委員会が取り組んでいくことにしている。

議会広聴会の意義や対象者、広聴会後の取り組みを明確にする必要があると考える。

私は、一人の議員として市民に付託された集合体が議会であるから、市民の声や要望を聞き取り、議会活動を通して実現することは議員各位の役割であると考えている。この仕事を全ての議員がするならば、議会広聴会は必要ではないと考えている。その上でも必要であるといえる根拠、合意点を議論すべきではと思う。

今回の視察を活かしたい。

○鈴木 洋二 副委員長

①「SNSを活用した情報発信について」

矢板市議会の広報広聴戦略は、広報=議会を知っていただく、広聴=市民の皆様の声をまちづくりに活かす、そのために議会の概略(存在目的、意義、議会活動)について知っていただくためにSNSを使って情報を発信している。プラットフォームはFacebookとXを連動させて幅広い世代に対応している。

また、YouTubeを活用してタイムリーに一般質問の動画を配信している為、興味がある人はどこからでも見る事が出来る。矢板市議会では議員による役割分担がよく出来ていると感じて来た。委員全員参加型の取り組みはとても良いと感じる。

②「広報誌について」

議会広報誌に関しても文字の大きさ、空白の取り方など見やすさに配慮していて手に取って見てみようと思える紙面になっている。ページ数も16ページがベースだと思うが、変動もあり臨機応変に対応している。本市の議会広報誌もページ数の変動が可能になれば良いと思う。年間の予算内で収まる様な対応もあれば、可能かと思う。

表紙については、市民の皆さんから写真を応募して掲載している。選ばれた方は嬉しいと思うし、市民参加型で良い取り組みである。

高校生との意見交換会も新しい視点で、発見があり参考になる取り組みだった。本市では広聴機能がないのでアンケートなどが出来ないが、今後広聴機能についても議論しても良いと感じて来た。

○深谷 勝仁 委員

矢板市議会では、他市町村に先駆けてSNSを積極的に活用した情報発信が進んでおり、市民との距離感が非常に近い印象を受けた。FacebookやX(Twitter)を活用し、議会のリアルタイムの情報発信を行うことで、いつでもどこでも市民が議会活動を把握できる体制が整っていた。

特に、高校生と議会との意見交換をワールドカフェ方式で実施しており、若年層との対話を促進するための取り組みが注目される。このようなワールドカフェ方式は、自由な対話の場を提供し、建設的な意見交換が生まれやすくなるため、今後の当市の議会活動にも積極的に取り入れる価値があると考えます。

さらに、新たに Instagram の展開を計画しており、若い世代への情報発信を強化する予定があるとのこと。SNS の特性を活かし、視覚的な要素を通じて議会活動をより身近に感じさせることが期待される。

また、市が主催するスマホ教室では、SNS の使い方や情報発信の方法について市民に啓発しており、高齢者やデジタルに不慣れな層にも情報発信のメリットを伝えようとする姿勢がとても感じられた。

市民参加型の広報活動を推進し、議会が市民にとって身近で透明性の高い存在であることを強調していく必要があり、その一つの手段として SNS の早期運用開始が出来るよう積極的な議論を進めていきたいと思う。

○松川 勇治 委員

SNS プラットホームは、Facebook と X (旧 Twitter) を活用し、議会広報公聴に活用している。2つのプラットフォームを連動させ、人の目に触れる機会を増やしている。

しかし、投稿内容の連動だけでなく、それぞれの特性を活かした活用がされると更に効果的と思われる。周知については、スタートアップの段階でのみ議会広報誌で周知したようだが、しばらくは議会広報誌とのハイブリットで周知する必要がある。

本市においても、SNS を活用する場合、デジタルとアナログのハイブリットの形でそれぞれの特性を活かした、内容も含め広い世代にアプローチ出来るような方法を模索する必要がある。

○関根 篤志 委員

まずもって委員会総出でのお迎えとお見送りに感激し、当委員会でも広報関連の視察で訪れてくれた議会へのおもてなし、また当市への魅力と記憶を発信するための心構えとして同じように心温まる対応を心掛けたいと感じた。

これまでいくつかの自治体議会の広報誌を確認してきたなかでは紙面構成、YouTube 配信などでも、矢板市はまさに先進的であると実感したところ。広報誌の特に表紙に関しては、どうやって市民に手を取ってもらえるかはどの地方も共通するところであるが、毎号ごとにデザインを変え工夫している点、そのデザインも印刷会社に依頼し、委員や事務局の負担を軽減させている点でも非常に効果的、効率的に議会広報が進められていると感じ、当委員会でもありがちな「こうでなきゃいけない」「前例主義」というのを改革していく大きな判断材料となった。一般質問の頁も、当局とのやりとりをずらずらとあげるよりも、ポイントを表し、動画配信へ誘導する方法は端的でわかりやすく、市民から見た議会の敷居の高さを軽減していると感じた。

その他にも紙面構成での余白の活用や高校生の発信欄を設けるなど、より市民に寄り添っており、ぜひ、当委員会でも参考としたい非常に有意義な視察結果となった。

○柏村 修吾 委員

定例会はユーチューブ等でライブ配信している・・・以前から使用している。

「議会だより」作成には各担当議員がそれぞれのページの責任者となり作成している。

「表紙作成委員会」もあり表紙の写真を一般公募したが評判がいまいちで、あまり集まらなかった。

市内4校の高校生と意見交換会を実施している。議員全員が各班に分かれ各高校に出向き、市内高校生と市政等について意見交換を行っている。このことは選挙権を持つことになる身近な生徒との交流は感心させられた。

当市は、模擬議会等は実施されているが、対象は中学生で教育委員会主催となり、議会とは関係が薄く興味関心には効果がありませんと考える。そのため市内高校生との意見交換等についても考えるべきである。

本市としても高校生との意見交換をテーマを決め実施し、選挙権を持つ高校生の考え等を市政に生かすことも考えなければいけないのでは。

○齊藤 秀幸 委員

SNSの運用についてはFacebookとXを活用しているとのことだが、二つのプラットフォームを使うことにより幅広い世代への相乗効果が期待できると思われる。

また、投稿にはテンプレートを用いることで、投稿者の質を選ばないことや速報性も向上することが参考となった。

議会広報については、表紙の多様なデザインが目を引くのが特徴である。読者の関心を刺激する良い内容であるが、当市に置き換えた場合に、まずは議会だよりのタイトルロゴを規格化する作業が必要だと考える。

議会広報公聴委員会による市民アンケートを実施しており、当市でも一度読者アンケートを行い意見を広く集めたいところであるが、矢板市の場合は議会事務局HPと広報紙上と傍聴アンケート用紙に議会だよりに関するアンケートを募集しているが、傍聴アンケートが有効であり、紙からWebへの誘導は難しいという説明が参考となった。

○深谷 政憲 委員

紙媒体での議会広報に加えて、SNS等を活用した情報発信を先進的に取り組んできている矢板市議会であるが、配布された行政視察資料が「広報広聴戦略と戦術」として整理・構成されており、問題意識が鮮明であることに感心しつつ、行政視察に広報広聴委員9名が全員出席しての対応に驚きと感銘を受けた。さらに委員に議長と副議長が関わっていることを知って驚いた。

広報広聴戦略と戦術を練る出発点は、現状認識にある。広報の視点からは⇒議会の存在目的、議員の動きなど、まったく伝わっていないといっても過言でない。広聴の視点からは⇒議会としてニーズを吸い上げ、満足度の高い「矢板市づくり」の提言を実施できていないと、厳しい自己評価からスタートしている。

広報広聴戦略と戦術は、「矢板市政発展のための議会⇒どんな広報広聴にするのか？」を命題とし、目的を明確にしていた。広報⇒議会を知っていただく。「矢板市に住んで良かった」と言っただけの市勢発展に寄与する、議会の機能・働きを知っていただく。広聴⇒市民の皆さまの声をまちづくりに活かす。報告会、意見交換会を通じて、市民の皆様の声を吸い上げ、新しい矢板を創る。同時に、ニーズの吸い上げから、取りまとめを行い、政策提言へのプロセスに活用することで、議会機能強化、議員スキル強化につなげる等。

具体的な取り組みはであるが、議会だよりを2015年（平成27年）に完全リニューアルし

て、読者目線で、分かりやすい、読みやすい、クリエイティブを図った（自己評価B）。

議会報告・意見交換会は、2015年（平成27年）に議員主体で初めて実施し継続しているが、参加人数が年を追うごとに減少、そもそも目的である「意見を政策提言につなげる」ステージに達していない（自己評価C）。SNS発信は、議会から情報発信をスタートしたことを評価しつつも、Facebook（平均300）、X（フォロワー数47）、YouTube（最大閲覧数74）、本来SNSは双方向性メディア、現状は発信のみとなっていることを課題としている（自己評価B）。

高校生との意見交換会は、市内にある高校3校で全て実施し、参加した高校生の満足度も高い。この企画を次にどう生かすのか、目的と目標指標の再設定が今後の課題（自己評価B）。

以上のように、広報広聴戦略戦術に沿った取り組み実践から、課題及び課題解決策を総括するなど、PDCAサイクルがしっかり取り組まれており、学ぶべき点が多い視察であった。



【矢板市議会議場での集合写真】