

# 広報広聴委員会行政視察報告

日 程：令和4年11月9日（水）

視察先：埼玉県寄居町

参加者：坂元委員長、谷副委員長、片山委員、牛尾委員、岩崎委員、大道委員、北林委員、  
落海委員、重森委員、大下委員、事務局随行2名

## ●埼玉県寄居町

【議員定数】16人

【人 口】32,462人

【面 積】64.25k㎡

【視察事項】住民の目線に立った議会だよりの企画・編集・構成、議会だよりの作成手順と議員の役割について

### 1 視察概要

埼玉県寄居町議会では、議会だよりの編集方針に「読まれない議会だよりに出す意味なし！」を掲げ、その編集方針の中で『基本姿勢』、『町民参加』、『政策サイクル』、『優先順位』、『言葉で伝える』、『写真で伝える』の6項目について定め、読者（町民）が手にとりやすい議会だよりを発行している。

平成29年度から令和2年度まで、全国町村議会議長会主催広報コンクールで4年連続で日本一を達成しており、本市の市議会だよりの参考とするために視察を行った。



### 2 寄居町議会だよりの編集方針について

#### (1) 基本姿勢

日本一クオリティの高い議会だよりを目指し編集する。

- ・議会だよりは「表紙」で決まる。
- ・表紙作りのポイントは「興味を持って手に取りめくってもらえるか否か！」
- ・平成9年の創刊号では表紙を議員の集合写真としていたが、主役は町民に大きく変化。



創刊号(H9)



第84号(H29)



第88号(H30)



第100号(R3)

(寄居町議会提供資料より)

(寄居町議会ホームページより)

## (2) 町民参加

多くの町民登場を心がけ、予算・決算・重要案件には、必ず議会と町民それぞれの視点を掲載する。

- ・町政に対する議員の評価だけでなく町民の評価（声）を一緒に掲載している。
- ・町民には、議員が取材している。（名前・顔写真・コメントの掲載を承諾した町民）

**取材力＝広聴力＝議員力！**  
清掃活動に参加しながら・・・ 見守り活動に参加しながら・・・

町民の声には、一度掲載された方ではなく、新たな方を掲載している。  
これまで掲載した町民の声の人数を表紙に掲載している。（声メーター）



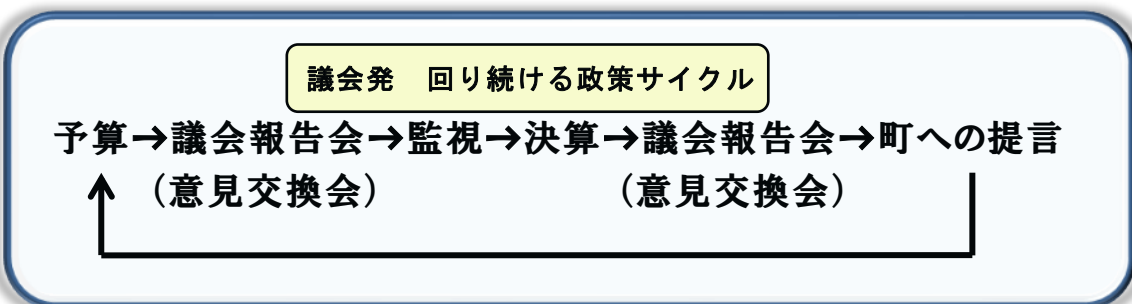
声メーター



（寄居町議会ホームページより）

## (3) 政策サイクル

年間の議会の流れと政策サイクルを意識した編集を心がける。また、それをわかりやすく町民に伝える。



No.86  
平成 29 年 9 月定例会号



決算審議を踏まえて全議員から出された提言 38 項目を全会一致で 4 項目に絞り、「提言書」として議長から町長へ手渡した。

No.88  
平成 30 年 3 月定例会号



町への提言が予算にどう反映されたか、政策サイクルの一連の流れが町民にわかるようにしている。

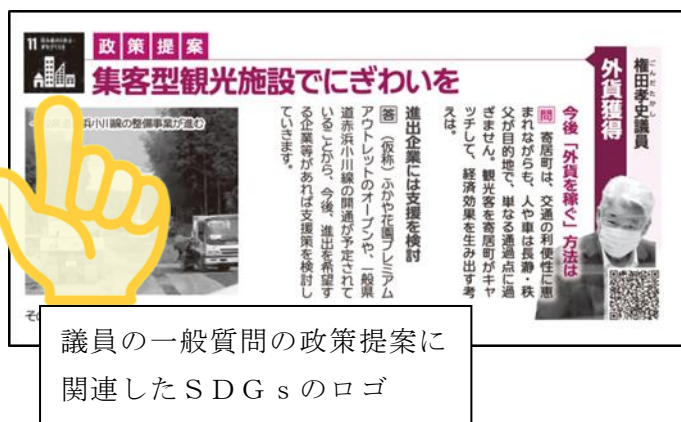
- ・多くの町民登場を心がけ、予算・決算・重要案件には、必ず議会と町民それぞれの視点を掲載する。
- ・決まったこと、終わったことではなく、町民が知りたいことを優先的に掲載している。
- ・町政に対する議員の評価だけでなく町民の評価（声）を一緒に掲載している。

#### (4) 言葉で伝える

- ・常に読み手を第一に考え、記事は簡潔な表現とし、文体は統一する。
- ・読みやすい紙面とするため、行政用語、議会用語は言い換えるか、解説をつける。
- ・議案内容及び審議結果がわかるように工夫し、議案に対する各議員の賛否も明らかにする。
- ・工夫している点として、各ページの左端に次のページの見出しをつけている。
- ・活字は、高齢者や弱視の方にもわかりやすい「ユニバーサルデザインフォント」としている。

#### (5) 写真で伝える

- ・見出しは、できるだけ大きく、記事の内容がわかりやすく、簡潔でインパクトのある表現とする。
- ・写真は、1ページ（1記事）に1枚以上掲載するよう努め、キャプションは、記事を補完するだけでなく、伝える内容を端的に表すものを選ぶ。
- ・QRコードの活用による関連ホームページへのリンクや、必要に応じて資料映像を作成するなど、様々なメディアを駆使し、記事を補完する。
- ・表紙は、記事との連動性等も考慮し、内容に即したものとする。
- ・一般質問の議員写真は、できるだけ動きのあるものを使用する。
- ・取材を行った議員が何パターンも写真を撮り、インパクトある動きある写真を掲載している。
- ・新しい取組みとして、毎回、特集等に関連した動画を議員の手づくりで作成し、掲載している。
- ・一般質問の各議員の政策提案に関連したSDGsのロゴを掲載している。



### 3 質疑応答

Q どのような背景・経緯で動画による議会だより発信に至ったのか。

A 議会だより本編を読んでいただけるきっかけになるよう、掲載することとした。

Q 動画はどの程度視聴されているのか。

A 本会議の録画中継とほぼ同じくらいの回数と認識している。

Q 令和3年100号に掲載されている「動画でたどる！100号のあしあと（議会だより100号関連動画）」の中で「表紙の主役が議員から町民へ大きく変化！」、「これからも町民の声をカタチに！挑戦は続く…」との言葉があるが、目線が変わっていったきっかけがあったのか。

A 議会報告会（意見交換会）で町民からいただいた意見を聴きっぱなしにするのではなく、議会に反映するために、各常任委員会で町民からの声を調査項目に挙げ、それを調査研究し、執行部に提言する動きを作った。議会基本条例の施行と同じタイミングで進め、議会発政策サイクルをまわすという、現在の議会サイクルの根幹となっている。

Q 令和2年の97号に掲載されている動画「日本一短い議会報告」には全議員が定例会ごとに登場されているのか。

A この1回のみ企画であった。町民から、「ポスターで知っているが動いている議員を見たことがない」という声をいただいていたが、面白い企画であるという評価をいただいた。



QRコードから、各議員が思いを込めて語る30秒の動画にリンクする。

（寄居町議会ホームページより）

Q QRコードの活用による動画やホームページへのリンクによる広報機能の補完について、住民の反響はどうか。

A スマートフォンを使う方も多くなっており、非常に良い評価をいただいている。

Q 町民登場の選定基準は。また、参加いただく調整はどのように行っているのか。

A 登場する町民の選定・スケジュール調整いずれも議員が行っている。

**Q** 議会だよりの原稿（映像を含む）作成にどの程度の労力がかかっているのか。

**A** 編集は、正副委員長打ち合わせ（約3時間）、第1回編集委員会（半日）、第2回編集委員会（1日）、第3回編集委員会（半日～1日）を通じて行っている。多くの時間を各議員が行う取材にかけており、議員の行うべき活動という自覚でがんばっている。

**Q** 議会モニター制度を採用されているか。

**A** 令和2年に始めたが、すぐさま新型コロナウイルス感染症の影響が拡大したため、1年間はリモートでご意見をいただいたりアンケートに協力いただいたり、一度はソーシャルディスタンスを守って意見聴取会も行ったが、その後の1年間は休止している状況。ただ、モニター制度も貴重であるが、取材はそれ以上の機会になっているので、来ていただくのではなくて、こちらが現場に出かけて同じような行動をしている、とご理解いただきたい。

**Q** 委託業者がラフレイアウトの作成や修正を行っているのか。

**A** 全ての編集会議に委託業者も入っている。議会に非常に詳しい業者であるため、非常にスムーズにラフレイアウトの作成・修正が行われている。

**Q** 定例会閉会后、どのくらいの期間で議会だよりを発行しているのか。

**A** 定例会閉会后、翌々月の1日に発行しているので、約1か月半後に発行している。

**Q** どれくらいの世帯が議会だよりを読んでいるのか把握はしているのか。

**A** 全戸に配布しており、モニターに感想を伺ったこともあるが、アンケートはとっていない。

**Q** 委託業者は印刷だけでなく編集委員会への参加などソフト面で非常に大きく関わっているが、委託料が安価に感じる。入札によって落札されているのか。

**A** 入札によって落札されている。専門業者に入ってもらって見栄えが良いものを作ることも重要であるが、それで面白いと言われるかと言えば、そうではないと考えている。何より町民の登場を多くして、紙面を生き生きさせることが一番大事であると考えている。

#### 4 委員の所感等

○手に取って頂けるインパクトのある表紙に工夫を凝らされており何度もラフレイアウトを作り試行を重ねておられ感心した。

取材力は広聴力、議員力との言葉が胸に響いた。

党派を超えて、全会一致した結果のみでなく審議の経過や町民の関心を重視されている。

活字にはユニバーサルデザインフォントを採用されており視覚障害の方々にも寄り添っておられた。

動画の存在にも興味があったが、動画は議会だより本編に引き込むツールと捉えておられ、議会だよりを手にとって頂くための情熱を感じた。

編集の流れとして正副委員長、議会事務局、委託業者が事前に3時間程度の打ち合わせを行われており、特に委託業者が深く関わっておられた。

議員全員を見える化して議会をアピールする取組みに感動した。

1期4年のPDCAサイクルを意識しておられ、町民の目線が一番大切と捉えておられた。

モニター制度は議論を重ね取り組んだ矢先のコロナ禍で暗礁に乗り上げているが、だからこそ取材へ出向くことに注力されており感動した。

○議会内に会派が存在せず、議会だよりの発行に「チーム議会」として取り組まれている。

議会基本条例の制定を機に議会だよりを刷新され、広報広聴特別委員会・議会事務局・委託業者が一体となって編集されている。

とりわけ全員賛成したものに力を入れ、コロナ禍でもあり市政モニター制度が実行できなくなり、代わりに町民に直接聞きとりまとめたものが今の出来になっている。

特に議会運営委員会から定例会の開会まで1週間あり、その間に広報広聴特別委員会が開催され次の議会だよりの概要が決まるという説明には本市議会の議会運営に改革が必要であると強く感じた。

○読まれない議会だよりに出す意味なしとのスローガンで、住民目線で議会だよりを作ること徹底されている。役割分担が明確で、時間と労力を使っている。新たな発想をどんどん取り入れる柔軟な姿勢を持たれていると感じた。

○読まれない議会だよりは出す意味なし！手に取ってもらえる町議会だよりを作る、という強い思いにより素晴らしい議会だよりを作っておられ、非常に感銘を受けた。

決まったこと・終わったことの報告、一応出している、というスタンスではなく、住民が知りたいことを情報共有するというスタンスが大切である。

年間の議会の流れと政策サイクルを意識した編集を心がけ、それを町民にわかりやすく伝える。

そのために、審議結果だけではなく、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、住民に分かりやすい表現で掲載されている。

委託業者と一緒にあって、議員自ら取材に行き、地域活動をしながらいかに町民を参加させるか、が大事である。

町民を登場させ、議員だけではなく町民のコメントをもらうことが大切など非常に参考になった。

本市の議会だよりも特集では市民に参加してもらっているが、特集だけでなく、他の記事にも多くの市民に取材し声を取り上げていければと思う。

また行政用語、議案そのものの表現ではなく、市民がわかりやすい表現で伝えていき、業者にも参加してもらい読みやすく分かりやすい、興味を持てる議会だよりを発行したいと強く感じた。

広報広聴委員の負担は大きくなると思うので、委託業者や広報広聴委員以外の議員の協力も必要で、議会運営委員会でも検討が必要となると思うが、時間をかけて紙面の見直しをしていきたい。

また、市民との広聴機能をもっと積極的に行い、それを紙面に活かしたいと思う。

- 議員の間で一期生・二期生の役割として勉強の機会として捉えた経緯があるのは本市においても同様であると感じた。

現在、行っている本市の市議会だよりと編集の仕方は違うが、目指す方向性は近いものであると思う。

- 議会だよりの編集から印刷まで一連の作業を業務委託され、委託業者は編集会議に出席されラフレイアウトを作成し、広報広聴特別委員会と一緒に編集されている。その過程では、紙面構成や写真の撮り方、紙面の色取りまでアドバイスがあり年々充実しているとのことだった。

また、町民への取材は全議員が行い多くの町民が写真付きでコメントされている。本市でも各委員会で協議された議案に対し各議員が市民に取材を行い市議会だより発行を行えば、より読まれる広報紙になると思う。また、寄居町のように、市議会だより発行に当たりラフレイアウトから編集・発行までの一連の作業の業務委託は早急に検討すべきである。

- 今回の視察目的であった議会広報については、それぞれの広報に個性があり、その号だけを取り上げるのであれば、素晴らしい内容と思われるものもあった。しかし、広報紙の紙面に連続性がなく、どこを開いたら何があるといった安心感は薄れるものであった。

また、一般質問だけが議員活動ではないから、一般質問以外のページにも議員が出てくるということを考えているとの説明も成された。

さらに、議案採決の結果をお知らせするにしても、全ての議案を取り上げているということであり、議案というものは全会一致を目指すものであるから、その議案について徹底的に議論し、全員が賛成できるものにしていくとの説明があり、議案審議に対する考え方が大胆であると感じた。

このような考え方によって議会だよりが作られ、その編集会議の中には、委託業者が同席するというのを知って、さらに驚いた。

全国的にも評価の高い議会だよりであることから、町民の皆さんにどの程度読まれているのか、興味を抱いていたが、町民向けアンケート調査は行っていないとのことであり、詳細を知ることができず、残念でもあった。

このような一連の説明内容が、まちの規模によるものであることは容易に想像できた。議案の数についても、町であることから自ずと少なくなる。したがって、東広島市として参考にすべきことが少ないように感じた。

○非常にインパクトのある心に響く格言を聞けたと思う。

- ・「読まれない議会だよりは出す意味がない」
- ・「議会だよりは表紙で決まる」
- ・「取材力＝広聴力＝議員力」
- ・「議会の活動がされてないから特集に困るんだ」など。

予算と費用の調整も必要だが、議会だよりの作成にあたって読みやすさや見やすさ向上のために、印刷・デザイン等の専門業者に委託することを検討してもよいと感じた。

○今回視察した寄居町の議会だよりは、町民の声を町政や議会活動に反映していく姿勢をシンボライズした内容だと感じた。「日本一の議会だよりを作ろう」、「読まれない議会だよりに出す意味がない」というモチベーションで、原則全会一致で編集されている。

町民が主役として編集し、隣近所の人をはじめ数多くの町民が登場している。さらに町民に親しみをもって読んでもらうために、できるだけ難解な言葉を使わず、分かりやすい文章表現を心がけている点は、本市においても参考にしていきたい。

また議員全員の取材力によって議会だよりの編集を行い、議会と町民が直接交流する手段として活用している点については学ぶところがあった。

本市の人口や議員数の違い等を鑑みると、このような紙面づくりが可能かどうかは今後の課題であるが、特集記事やトピックスのレイアウト、記事の切り口、表現等楽しく分かりやすいページにすることを心がけなければならないことを再認識した。

寄居町の「広報よりい」については定番の広報紙と大差がないことも含めて評価すると、日本一になることにはかなりの労力が傾注されて、議会活動の本分は何かということが蔑ろにされるのではないかと懸念するところである。

○最初から理想とする形どおりとはいかなかったかもしれないが、町議会議員一丸となって、どう町民の皆様の意見を汲み上げ、住みよいまちづくりに反映させていくか、そして反映させていく経過、過程の議会の動きをいかにして伝えようという意気込みを感じた。

具体的には、議会運営委員会散会30分後には議会だより作成の打ち合わせが委託業者を交えて始まる。

年間契約で70ページという契約を結んでおり、毎号のページ数は議案内容等によりフレキシブルに対応をしている。

議員一人一人がレポーターとなり、議案内容に沿った取材先で地域の声を聞いて歩き記事にするなど、町民の方からは「やっと自分のところに取材に来たか」と言われるほど、議会だよりを皆様に手に取って読んでいただけているようである。また、デザインも行う委託業者を入れることにより、紙面も固定の段組ではなく、動きのある表紙や文字の表現等、内容の見せ方に力を入れ、町民の皆様にまず「開いてみたい、読んでみたい。」と思わせる作りになっており、好循環が生まれている。

構成においても一案で良しとするのではなく、数案を並べ委員間で協議検討するなど、議会だより作成にかかる議員各々の時間的なものは多く費やされている。「読まれない議会だよりに出す意味なし」のスローガンのもと、議員全体での本気の取組みにより議会の熱量がさらに上がるのではなかろうか。