

茨城県取手市 人口（R5.7.1 現在）105,894 人 面積 69.94 km²

視察日時 令和5年8月2日（水）午前2時～4時20分

視察場所 取手市役所：茨城県取手市寺田 5139 番地

1. 市の概要・歴史

平成 17 年 3 月に取手市と藤代町が合併して誕生した取手市は、つくばみらい市、龍ヶ崎市、守谷市、利根町、千葉県我孫子市、柏市と隣接しており、多くの緑に恵まれている。茨城県南部の玄関口であるだけでなく、東京、成田、つくばを結ぶ三角形のほぼ中央に位置していることに加え、東京都荒川区から宮城県岩沼市までを結ぶ J R 常磐線、取手市から筑西市までを結ぶ関東鉄道常総線が通り、市内を巡るコミュニティバスなども運行されるなど、利便性に優れたベッドタウンである。

2. 視察の目的

取手市議会では、タブロイド判 10 ページの議会報を作成し、新聞折り込みにより配付していたが、タブレット端末の導入に合わせ、紙費用削減の一環として、令和 2 年度より議会だよりをウェブをメインに公開している。また、SNS を活用した議会広報や、オンラインでの議会報告会の開催など、議会への関心を高めるための取組を積極的に行っており、早稲田大学マニフェスト研究所が行う議会改革度調査 2021 において、市議会では初となる 2 年連続全国ランキング 1 位を獲得している。

今回、ウェブを活用した議会広報の手法や、SNS の活用方法、広聴活動における成果、課題などをお聞きし、今後の参考にするため視察するものである。

3. 視察項目「議会報、SNS の活用」

（1）議会報について

・議会報ひびきの概要

取手市は議会報として、概要版ひびき（紙媒体、A4 版 4 ページフルカラー）とウェブ版ひびき（市ホームページにて掲載）の 2 つを発行している。概要版ひびきの掲載内容は、主要トピックス、議案・請願と討論、議決結果のみで、一般質問の内容は掲載していない。発行は年 4 回（定例会の約 1 か月後）で、全戸配布は行わず、市内の公共施設、公民館、病院、学校、駅、スーパー、コンビニエンスストアに約 1 万部配布している。一方、ウェブ版ひびきは、議会報のメインとして位置づけており、概要版の内容に加え、一

般質問のほか会議以外のトピックスも掲載している。

・紙媒体からウェブでの公開に推移した経緯、市民からの反応

かつては、タブロイド判 10 ページの議会報を新聞折り込みによって全戸配布していたが、令和 2 年度からウェブ版をメインに切替えている。理由として、より幅広い年齢層の方々に読んでもらうこと、タブレット端末の導入のための予算の捻出、経費の削減が挙げられている。

紙媒体の全戸配布が廃止されたことで、市民から否定的な反応はなく、むしろウェブ版への移行が遅いのではないかという声が聞かれたとのこと。なお、紙媒体を必要な方には郵送しているが、30 部程度にとどまっているとのことである。

・編集の際の工夫

概要版は内容を極力要約し、ウェブ版にリンクしたQRコードを貼りつけることでページを削減している。ウェブ版は文字制限がないことから、概要版をより詳細にしたものを示しており、株式会社アドバンスメディアの要約システムを用いて一般質問の要点をまとめたものをウェブに掲載している。

そのほか、取手市議会と中学生とのコラボ事業である中学生議会や、新規採用職員の議場研修などの記事も積極的に掲載し、活動を幅広くPRするよう努めている。

・今後の課題、改善点

若い年齢層に議会の情報が届くよう、SNSをより一層活用し、議会のことばかりでなく様々な催物を発信していく。また、議会報のウェブ版への移行をさらに進めるため、市内の各施設にQRコードを貼ることも検討している。

(2) SNSの活用について

・発信する情報の主な内容

取手市が利用しているSNSは、フェイスブック、メールマガジン、X（以下、ツイッター）、ユーチューブである。うちフェイスブックでは本会議や委員会の開催情報、行政視察の受入れなど、取手市議会が行っている取組についておおむねその日のうちに公開しており、一方メールマガジンでは、議会に関心のある方に特に発信すべき情報として、本会議において可決された議案等をお知らせしている。ツイッターでは定例会と臨時会の議事進行をリアルタイムで発信しており、ユーチューブへのリンクを貼ることで、リア

ルタイムの映像が見られるように工夫している。なお、ユーチューブのライブ配信は本会議が終わった後も一般公開しており、いつでも見返すことができる。また、SNSとホームページを互いにリンクさせることで、より詳しい情報を得られるように工夫している。

・運用方法について

アカウントの管理や投稿は議会事務局が行い、寄せられたコメントに対する返信は一切行っていない。

禁止事項は設けず、文章については担当者が作成したのち、係長以上にチェックを受ける。また市民との意見交換会の予約を受け付ける投稿には、参加に当たっての注意事項として、SNSや議会報ひびき等に掲載する旨の注意書きを必ず記載している。

(3) 広聴活動について

・意見交換会開催の周知方法、参加者を集めるための工夫

平成30年度より、報告会形式から対話を重視した意見交換会として実施している。令和2年11月にはオンラインを活用した意見交換会も開催。意見交換会の開催については、議会報ひびき、広報とりで、ホームページ、議員によるチラシやポスターの配布により周知を図っている。なお若い参加者を募るため、チラシやポスターは高校や大学などの学校関係にも配布している。

・意見交換会のテーマの決定方法

議長、副議長、議会運営委員会委員長、各会派からの議員で構成される市民との意見交換会ワーキングチームを設け、テーマを決定している。

・市民から出された意見の活用

各常任委員会や議会運営委員会に振り分けし、執行部からの報告を受け、調査を行った後、調査結果を定例会で報告している。

・今後の課題、改善点

意見交換会の開催を議会報ひびきで知ったという人が1番多いことがアンケート結果から分かっているが、議会報ひびきは全戸配付しているわけではないので、それほど多くの市民の目についていないと考えられる。そのため、他の媒体からの周知方法も検討していく必要がある。

4. 主な質疑応答

(問)

広報とりでにもウェブ版があるのか。また、一般質問の要約システムでつくられた内容は議員にも確認してもらっているのか。

(答)

広報とりでのウェブ版はなく、紙ベースと同じものをホームページに掲載している。議会報は全議員の目を通してはではなく、要約システムで作成した内容を議長が最後に全てチェックし、発行のオーケーが出たところで決裁をとっている。

取手市議会では広報をつくるための広報委員会が存在しないので、広報は事務局がまとめたものを議長が最終的に確認している。そのため、議員一人一人に編集のお願いや了解はとっていない。

(問)

議会報ひびきを 30 件程度郵送しているということだが、市外の方もいるのか。また、どんな年齢層か。

(答)

全て市内の方で、31 名の方に郵送している。年齢層は把握していない。

(問)

SNS の発信などに取り組んで、市民が議会に対して興味を持ったかどうかの実態調査をしているのか。また、その結果を次の課題としてどう生かしていくのか。

(答)

議会の取組が市民にどこまで浸透しているかは分からないが、議会改革度調査で 2 年連続で全国 1 位をとったという結果は事実として市民の方に浸透している。数多くの方が行政視察にお越しいただき、市内で食事や宿泊をしていただくことで、取手市議会は頑張っているという感覚は市民に持ってもらっていると思う。

(問)

議員と議会事務局がチームとなって取り組んでいる内容があれば教えてほしい。

(答)

オンライン意見交換会については、コロナ禍で人が集まらない時期に議会事務局から Z o o m で会議をしてはという提案を受けたことがきっかけだが、議会も議会事務局も目線を同じくして、仕事をさせてもらっている。

(問)

会議録の文字起こしシステムや A I を使うことで事務局の負担が軽くなっているのか。また広報や SNS、ウェブを事務局職員 1 人でやっていて、ほぼ 1 日広報のことばかりになるのか。

(答)

文字起こしシステムを使うことで、会議録の作成の点においては非常に助かっている。実際に定例会中の残業時間も大幅に削減することが出来た。広報は担当職員がメインで行っているが、書記として他の委員会も受け持っており、一人でやっているわけではない。

(問)

アドバンスメディアの要約システムの費用と議事録の文字起こしの精度はどれくらいか。また映像にもチャプターが入るのはすばらしいと思うが、外部データにもAIで文字を加えて、映像にそれを出すことが出来るのか。

(答)

要約システムはアドバンスメディア社と協定を結んで、全額負担していただいているので経費は分からない。文字起こしはアドバンスメディアのアミボイスを使っており、平成18年から正式に契約し、費用は年間100万円ほどだ。

会議録作成における変換精度は、大体8割から9割くらいは当たっている。アドバンスメディアに、過去の会議の音声データを全部送って、取手市独自の辞書をつくっていただいております、取手市特有の地名や、普段なら読まないような文字も変換できるようにシステムをカスタマイズしてもらっている。

映像については定例会もしくは臨時会の際、職員が1日張りついてカメラの操作を行っており、動画配信はOBS(ストリーミング配信・録画ソフトウェア)とアドバンスメディアのスクライブアシストを掛け合わせて、字幕表示している。

(問)

概要版の紙媒体の費用はどれくらいか。

(答)

紙だけで出していた頃は、印刷製本代として約180万円、新聞折り込み手数料約160万円で、340万円ぐらいかかっていた。いまは1万部しか印刷していないので、1回当たり約4万円で、消費税を入れても年間合計20万円ぐらいで収まっている。

(問)

ホームページでAIの要約を載せているが、入力や張りつけも職員がやっているのか。また、いろいろなソフトを使っているが、アドバンスメディアと連携協定に至った経緯は。

(答)

要約の張りつけは職員が全て行っている。要約システムの内容が本当にあっているか確認する必要があるが、それ以外はそこまで手間になってい

ない。連携協定の経緯としては、前次長が非常に議会改革に熱を入れて取り組んでおり、アドバンスメディアと交流があった。その交流を少しずつ深めていって、連携協定を期限付で結んだという流れだ。

(問)

意見交換会は同時にいろいろな会場でやられるということだが、その議事録も全部AIがやってくれるのか。

(答)

議事録は特にとっていない。進行役のリーダー議員と、市民からいただいた意見は書記系の議員が記録し、その中から報告をしてもらっている。

取手市議会の意見交換会は、基本的に全部議員がやるのが前提だ。例えばポスターとチラシの製作から配布、当日の会場設営も議員がやる。目指しているところは、意見交換会で出された意見の中から市政に対して提言するまでになればと思っているが、そこまでには至っていない。

(問)

広報紙について、高齢社会ということを考えたときに、ウェブや主要施設への配布、郵送でほぼ行き渡っているからよいということになっているのか、まだ何か対策の必要があるのか。

(答)

紙媒体に戻す、新聞折り込みを復活させるべきではないかということは幾度となく議論になっているが、現状、これだというような判断に至っていない。今後もそういった議論は必要だと思うし、検証作業もしていくことになると思う。

(問)

意見交換会全体の所要時間がどれくらいなのか。また、フリーテーマで出てきた話はどのようなものがあつたのか。

(答)

2時間でやっている。フリーテーマだと、意見交換会の動員は一切行っていないので、基本的に参加者は何か言いたいという方に限られる。フリーテーマでやると、ほぼ100%が要望で、公共交通機関の足がないといった意見が出てくる。

(問)

意見交換会には若い世代や子育て世代にも参加していただいたほうがいいと思うが、そういった年齢層の参加率や人数は分かるか。

(答)

最近行われた意見交換会のアンケートに回答していただいた33名中、3名の方が10代、20代で、30代が4名、40代が1名だった。やはり60代、70代の方が多い傾向にあるが、若い意見も取り入れることができている。

(問)

クレーマー的な人が入り込んで、いろいろ厄介な意見が出てこないか。

(答)

一人でたくさん発言する方がいると、ほかの人の発言機会が奪われてしまうので、5分間以内で発言していただくようお願いしている。常任委員会に振って調査する項目については、常任委員会の中で選別しており、必要があると判断したものだけ調査している。



千葉県船橋市 人口 (R5. 7. 31 現在) 646, 205 人 面積 85. 62 km²

視察日時 令和5年8月3日(木) 午前10時～11時30分

視察場所 船橋市役所：千葉県船橋市湊町2丁目 10-25

1. 市の概要・歴史

船橋市は、千葉県北西部に位置し、中核市および保健所政令市に指定されている。千葉県内では千葉市に次いで第2位の人口規模であり、政令指定都市以外の市では日本最大の人口を有する。船橋商圏を形成する商業中心都市で鉄道網が発達しており、10路線、31駅が市内にある。東京都市圏のベッドタウンとしての性質もあり、高層マンションや住宅街が林立している一方、北部には農地もあり、米をはじめとする多くの種類の農産物が栽培されており、特に人参や梨の栽培が有名である。

2. 視察の目的

船橋市議会では、議会だよりの表紙に市民から応募した写真を掲載するなど、市民に親しみやすい紙面づくりを行っており、令和4年の中核市議会議長会「第17回議会報コンクール」において優秀賞を受賞している。また、SNSを活用した情報発信を積極的に行っており、議会の情報が届きにくかった若い世代へ情報を届け、興味を持ってもらう取組を行っている。

今回、議会だよりの編集方法や工夫している点、SNSに関する市民からの反応や課題、活用策などをお聞きし、今後の参考にするため視察するものである。

3. 視察項目「議会だよりの活用」

(1) 議会だよりについて

・ふなばし市議会だよりの概要及び配布状況

発行回数は定例会後の年4回で、A4判16ページカラー刷りを基本としており、年間で約29万部を発行している。配布方法はポスティングによる全戸配布で、障害者の雇用促進や高齢者の健康増進のため、障害福祉施設、高齢者団体に委託を行っており、割合は障害福祉施設が全体の8割となっている。なお、障害者福祉施設等による配布が困難な先は一般事業者への委託となる。また全戸配布のほか、広く市民の目に留まるように、市内の公共施設(公民館等)や駅、コンビニ、公衆浴場にも配置している。

平成14年度より点字版を発行しており、17名の対象者に発行している。音声版についても平成2年度にカセット版の発行を開始し、令和2年度から

はウェブサイトにも音声データの掲載も行っている。

・編集の際の工夫

表紙に掲載する写真やイラストを公募しており、四季に応じた行事の写真・イラストなど、船橋市の魅力が伝わるものを掲載するようにしている。

議案概要は定例会に上程された全ての議案を羅列するのではなく、特に市民に伝えたい議案をピックアップし、できるだけ分かりやすく表現している。また、市民になじみのない行政用語については、適宜、用語解説を記載している。

・今後の課題、改善点

新聞折り込みからポスティングによる全戸配布に変更したことにより、多くの市民へ届けることが可能となったが、30万部近い配布を行う必要があり、配布完了までにおおむね1か月の期間がかかる。表紙の公募についても応募者が限定されている。

(2) 議会への関心を高めてもらうための取組

学校の夏休み期間中に市内在住または在学の小学校3年生から高校3年生を対象に議会見学会を実施しており、広報委員長による市議会の仕組みの説明のほか、市議会施設の見学、広報委員と児童生徒との意見交換会を行っている。

そのほか、令和3年より聴覚障害者向けに音声認識ソフト（UDトーク）を用いた本会議ライブ中継の字幕配信を実施している。

(3) SNSの活用について

・発信する情報の主な内容

SNSはLINEとX（以下、ツイッター）を使用しており、ウェブサイトに掲載している情報を見てもらうプッシュ型の広報手段として使用しており、主に定例会の審議日程に関するお知らせや、当日の質問予定者の順序のほか、委員会については視察内容などをお知らせしている。一般質問の投稿の際は、通告内容を掲載しているウェブページへのリンクも貼りつけることで、関心のある方はより詳細な情報を得られるようにしている。

・運用方法について

アカウントの管理や投稿は議会事務局が担っており、投稿担当職員が発信し、責任者を議事課長としている。

なお、投稿へのコメントに対する返信は行わず、情報発信に限定している。

・禁止事項などのリスク管理について

経済産業省より公共機関がSNSを使用する際の方針が出ており、当初はそれを参考に運用ポリシーを整備した。その後、執行部側のLINE導入に合わせ、運用ポリシーを執行部側に合わせる形で見直しを行った。内容については、無断での複製、転載は原則禁止していることなどの免責のケースを細かく掲載し運用している。

4. 主な質疑応答

(問)

議会だよりのポスティングについて、障害者福祉施設等で配布できない先を一般事業者に委託しているが、配布できないのはこういった地域か。

(答)

事前に障害者施設と高齢者団体に配布可能エリアを確認し、それ以外のエリアを委託している。

(問)

広報委員会は2回開催し、それ以外は議会事務局が編集していると思うが、原稿の作成は会派で行い、議会事務局がチェックするという形か。原稿の基になる議事録はどのように配付しているのか。

(答)

基本的には議員に原稿をつくってもらって、事務局で修正するというやり取りを何度か行って掲載している。仮議事録を見て原稿をつくる議員もいるし、見ないで書く議員もいるが、提出されたものは事務局で実際のやり取りを確認した上で、議員と調整している。

(問)

議会だよりで音声版と点字版を作成しているが、これは障害者から直接要望があったのか、議員からの提案があったのか。

本会議にUDトークという音声認識ソフトを使われているが、精度はどうか。

(答)

音声版、点字版は船橋市の広報で先に始めていて、それに追従した形だ。

UDトークは本会議のライブ中継のみに対応しており、性能がよくなってきたているが、100%ではないので、校正作業が必要となる録画中継には文字は載せていない。

(問)

ツイッターとLINEは全く同じ内容を載せているのか。またフォロワー数を伸ばす取組は何かされているのか。SNSに取り組む際の事務局の負担についても教えてほしい。

(答)

事務局の事務負担を少なくするため、ツイッターとLINEは同じ文書としている。市ホームページに誘導することが目的で、短い文章にリンクを貼っている。LINE、ツイッターを発信する作業については、全く負担がないという訳ではないが、簡単な内容でホームページに誘導しており、負担が大きいとは感じていない。なお、フォロワー数を伸ばす工夫は特段行ってはいない。

(問)

音訳版は誰が吹き込んでいるのか。

(答)

吹き込みはボランティア団体の方が行っている。それを基にテープ化、CD化して、発送は社会福祉法人が行っている。

(問)

議会コンクールで優秀賞を取られたが、推しのコーナーはどこになるのか。

(答)

議案の概要ページをある程度ピックアップして載せている点や、表紙の写真・イラストを公募している点が評価されているところだと思う。

