

視 察 調 査 報 告 書

委 員 会 名	議会広報委員会
参 加 者	委員長 鈴木 静男 副委員長 神谷 茂樹 委 員 大原 昌幸 本多 勝 加藤 史朗 山村 栄 瀬戸清太郎 三浦 康宏 加藤 嘉哉
視 察 日 時	令和8年5月14日（木）10：00～11：30
視察先・概要	千葉県船橋市 人口：649,493人 世帯数：306,920世帯 面積：85.62k㎡
視 察 項 目	議会だよりの編集について
視 察 概 要	1 議会だよりの発行状況とスタイル (1) 概要とデザイン ア 基本仕様と発行 定例会ごとに発行（通常年4回）。A4判・原則16ページ構成（特集等により20ページの場合あり）。モノクロから一部カラー化を経て現在の仕様へ改善。 イ 視覚的工夫 議員の一般質問欄には関連する写真を積極的に掲載し、ビジュアルで内容が伝わる読みやすい誌面づくりを意識。行政用語には適宜「用語解説」を付記。 ウ 予算と部数 直近（前月号）の発行部数は約30万4,000部。住民基本台帳の世帯数増加に伴い、発行部数・決算額ともに微増傾向で推移。 (2) 配布と周知方法 ア アナログ配布 平成31年4月より新聞折り込み（当時約16万部）からポスティングによる全戸配布（約30万部）へ全面移行。その他、公共施設（45施設）、全24駅のスタンド、公衆浴場、セブンイレブン（89店舗）等に計約2,300部を配架。 イ 福祉・高齢者連携 ポスティングの委託先として「障がい福祉施設」を最優先（全体の約7割のエリアを担当）し、次いで「高齢者団体」に委託。障がい者の雇用促進や高齢者の健康増進に寄与。 ウ デジタル・バリアフリー配信 スマホアプリでの掲載に加え、視覚障がい者向けに点字版（17名へ配布、図書館配架）や音声版（カセット・CD・Webサイト上への音声データ添付）を毎号発行。

2 議会広報委員会の運営体制

(1) 委員会の構成と役割

ア 構成

会派3名につき1名の割合で選出された、計12名の広報委員（議員）で構成。

イ 編集プロセス

定例会開会日の委員会で発行部数や誌面構成を協議。閉会日の委員会で表紙作品（一面）や掲載する主要議案を決定。その後、議員・事務局による原稿すり合わせや4回の校正を経て、閉会から概ね1カ月後に発行。

(2) 紙面作成のルール

ア 一般質問の掲載順

議員間の不平等感を無くすため、質問を「防災」「環境」「企画財政」などのジャンルごとに分類。そのジャンル内で、掲載する会派の順番を毎号順繰り（ローテーション）で入れ替える独自のシステムを採用。

イ 主要議案の厳選

全ての議案を網羅するのではなく、特に市民生活に関わりの深い議案を事務局がピックアップし、委員会での協議を経て分かりやすい表現で掲載。

3 独自の取組と運用状況

(1) 主権者教育と議会への関心向上

ア 議会見学会の実施

夏休み期間中に小3～高3を対象に実施。広報正副委員長による仕組み説明、施設見学、議員との意見交換を行い、令和7年度は178名が参加。案内チラシは教育委員会を通じて小中学校へ「1人1枚」徹底配布。

イ 高校への出前講座

令和4年度より開始。広報委員が市内の高校へ赴き、議会の役割説明や生徒との熱心な意見交換を実施。

(2) 表紙写真・イラストの市民公募と一本化

ア 公募の概要

紙面リニューアル（A4版化）に伴い、市民の参画意識を高めるため平成25年より開始。応募資格は市内在住・在勤・在学に加え「出身者等」まで幅広く設定。過去5年以内の季節感ある作品を選考。

イ イラストへの拡大

より幅広い層からの募集を呼びかけるため、令和4年より写真だけでなく「イラスト」も対象に加えて一本化。不採用作品も含め、応募作は原則全て議会Webサイトにジャンル別で掲載。

ウ ポスター公募との一本化（令和8年4月～）

平成30年から駅等に掲出している「定例会開会ポスター」の募集と、議会だよりの「一面（表紙）公募」を統合。どちらの媒体にも採用され得

	る仕組みとし、応募の動機付けを強化。 4 現状の課題 (1) 編集・運用上の課題 ア ポスター応募数の伸び悩み 議会だよりの一面公募には5年間で99件（累計約270件）の豊富な応募がある一方、令和6年から始めたポスター単体の公募は応募数が少ない状態が続いていた（令和8年度の一本化により改善を図る）。 イ 掲載写真等の権利・モラル確認 風景やお祭りの写真に人物が写り込む場合の調整は応募者側に対応を委ねているが、委員会での選考前に、肖像権の侵害や不適切なAI加工などの問題がないか、事務局と委員による事前確認の徹底が必要となっている。
所 感 ※視察しての感想や岡崎市への提言など	・ 船橋市議会の視察を通じ、人口減少社会における議会広報の役割の重要性を改めて強く認識した。本市においても今後30年で人口が1割減少する見通しの中、これまでのように拡大や整備を前提とした時代から、必要性を丁寧に議論した上で、時には廃止や見直しも進めていかなければならない時代へと移りつつある。その際に不可欠なのは、行政や議会の考えを一方的に「伝える」ことではなく、市民に正しく「伝わる」広報であり、市民の理解と納得を得る取組であると感じた。デジタルサイネージの設置も行っており、様々な手段を活用して積極的に打って出る姿に刺激を受けた。他市が実施している高校美術部にデザイン制作を働きかけるなどの動きにも敏感で、市議会だよりを読んでもらう工夫や、議会そのものへの関心を高める取組は、大きな市政運営を支える原動力になっている。船橋市の実践は、市民理解を得ながら市政を前進させる好例であり、その成果を本市議会の広報改善に生かしていきたい。 ・ 船橋市における市議会だよりの表紙写真の公募が通年で実施されており、応募作品は市議会ウェブサイトに掲載されている。そして不採用作品については、季節感を考慮した上で翌年度の表紙候補として選考対象にしている点は参考になる。また、市議会だよりの配布・設置については、公共施設だけでなく市内のセブンイレブン 89 店舗に各5部ずつ設置しているほか、駅スタンドにも配置している。さらに、スマートフォンアプリ「マチイロ」に加え、「ちいき本棚」でも閲覧が可能となっており、様々な手法を活用した提供の取組は本市としても参考にすべきである。そして、視覚に障がいのある方向けに、点字版市議会だよりを年間17部、音声版（カセットテープ・CD）市議会だよりを年間23部発行している点についても、今後の船橋市議会の取組を注視していく必要があると考える。 ・ 船橋市では、平成25年から市議会だよりの表紙写真公募を開始し、令和4年からイラストも対象に追加するなど、約9年をかけて段階的に拡張してきた経緯がある。応募は1人2点まで、撮影日はおおむね過去5年以内と明確なルールを設け、累計270件の応募実績を持つ。配布は全戸

ポスティング（約 30 万部）に切り替え、点字版・音声版・議会見学会・高校での出前講座など、媒体と接点を多層的に整備している点も特徴的である。一方、公募作品の選考や紙面づくりの主体は事務局であり、議員と職員の役割分担の在り方は本市でも検討課題となる。本市においても、応募要項の明文化と多媒体展開の双方を視野に、議会広報の体系的整備を進めるべきである。

- ・ 船橋市では平成 25 年から表紙写真の公募を開始し、近年でも毎年 10～50 点もの応募があり、主に、写真撮影を趣味とされている比較的年齢の高い層の方々が中心と聞いた。本市で公募する際には、応募者が少ないことが危惧されるため、確実に応募があるよう写真撮影と作品応募に慣れているような方々に確実に情報が届くよう、写真サークルや団体等への情報提供を手厚くするなど周知方法を工夫することを提言したい。また、応募数の拡大に向けては、高校生の美術部など、競い合って応募してくれることが期待される所へのアプローチがいいのではという助言があったため、本市においては、写真サークル等をメインとしつつ、美術部等への個別アタックも検討することを提案したい。
- ・ 船橋市では、表紙写真やイラストを公募することで、市民に親しまれる議会だよりづくりを進めており、大変参考になった。あなたが思う船橋らしい写真やイラストという親しみやすいテーマ設定に加え、応募資格も市内在住・在勤・在学・出身者、さらに市内で活動中の方まで含めた幅広い対象としており、多くの方が参加しやすい工夫がされていた。平成 25 年の募集開始以来、応募総数は 270 件、直近 5 年間でも 99 件の応募があり、継続的な市民参加につながっていた。また応募作品は季節ごとに管理し、発行時期に合わせて候補作品を選定するほか、不採用作品も次回や議会周知ポスターの候補として活用するなど、応募者の思いを大切にする取組も印象的であった。市民が議会をより身近に感じ、関心を持つきっかけづくりとして、本市でも参考になる取組だと感じた。
- ・ 船橋市議会では、「市議会だより」の編集について視察し、市民に伝わりやすい紙面づくりに関する工夫について知見を得るとともに、先方の課題の一例として、市民応募による表紙写真の応募数が少ないことや、不採用写真を市議会ホームページへ掲載している一方で、掲載期間を設けていないためデータ量増加によるサーバー負荷が課題となっていることなどが挙げられる。なお、表紙写真の選考では委員全員で被写体や構図等を確認しながら選定している点や、肖像権についても撮影者側で事前確認を行っている点など、本市と類似する部分も見受けられた。本市としても、視察先の課題を踏まえながら、市民に親しまれる議会広報を目指すとともに、運用変更が後の負担増とならないよう慎重に検討を進めていく必要性を感じた。
- ・ 船橋市は全戸配布を行っているが、その方法は地域福祉協議会、老人クラブ 4 団体、16 の障がい福祉施設にも依頼しポスティングの形をとっており、その内 69%を 1,200 万円近くの委託料を支払い、障がい福祉施設

	が担っていることに特色を感じた。また表紙や最初のページに、市民に伝えたい項目をピックアップしタイトルや議案の概要として掲載したり、一般質問の掲載順も内容をジャンル分けして並べたりと、工夫に感心した。さらに小・中・高の学校を対象とした議会見学会も大勢の参加申込があり、議会への関心を高める取組として参考となった。表紙写真の選考については、習志野市同様通年募集、おおむね5年以内の中からとのことで、個人的にはその都度テーマを設け、募集の仕方を工夫して、多くの応募の中からその時々で選定できる方法を探りたい。 ・船橋市においては、平成25年1月から市議会だよりの1面公募を開始している。公募方法として、市議会だより発行時期（年4回）に合わせて候補作品の撮影時期を決めていることから発行時期と季節感が合うような工夫をしている。明確な取決めはないが、公募写真は、風景かイラストの応募になっており、人物メインの応募作品は、本人への撮影許可を含めてハードルが高く応募されることはないとのことであった。また応募された作品については、採用・不採用に関わらず、原則船橋市議会ウェブサイトに掲載される。本市においても、今後表紙写真の公募を実施するに当たり、採用されない作品についても、議場入口や渡り廊下等にて掲示して、応募作品を広く知ってもらう機会を作る必要があると考える。
委員長の総括	市議会だよりの配布方法がポスティングによる全戸配布であった。点字版や音声版の議会だよりも発行されていた。これらは、本市委員会においても調査研究をしてはと感じた。公募媒体として市内各高校や特別支援学校等への案内は取り入れることは検討したい。不採用作品の取扱いは市議会ウェブサイトに掲示したり、定例会開会ポスターにも採用枠を用意されている。より応募者の参加意欲を増加させとてもよい手法であった。 小中高生を対象とした議会見学会や市内高校への出前講座を開催しており、議会への関心の向上活動はすばらしく本市議会においても検討する価値は高いと感じた。 一般質問の項目別掲載順序を採用していて、とても興味を感じた。