

## 視 察 調 査 報 告 書

委 員 会 名	議会ICT化検討特別委員会
参 加 者	委員長 井町 圭孝 副委員長 小木曾 智洋 委 員 野々山 雄一郎 野本 篤 杉浦 久直 小田 高之 鈴木 英樹 築瀬 太 井手瀬 絹子
視 察 日 時	平成29年5月10日(水) 13:00～15:00
視 察 先 ・ 概 要	神奈川県相模原市 人口：720,914人 世帯数：314,387世帯 面積：328.66 k m <sup>2</sup> 特記事項：住みよさランキング2016(東洋経済)総合662位 (安心683位、利便623位、快適226位、富裕139位、住居709位)
視 察 項 目	「市議会ホームページの独立と議会局フェイスブックページの開設」について
視 察 概 要	<p>&lt;市議会ホームページの独立&gt;</p> <p>平成24年度に行われた「議会改革等における検討会」において、議会改革に関する事項の一つとして、ホームページの充実について議会運営委員会へ報告がされた。ここで言うホームページの充実とは、独自のドメインを取得すること、市のホームページから独立した管理運営を行うことである。</p> <p>リニューアル以前は、市議会のホームページは市のホームページに組み込まれており、市のホームページの担当課が一括管理をしていた。そのため、議会の独自性が反映できていない、更新に対する即時性を確保できない、議会と閲覧者との双方向コミュニケーションを実現する方法がない等の問題が存在していた。これらの課題を解決するため、独自ドメインを取得すること、市ホームページから独立すること、メニュー及び階層の改善をすること、外部リンクとの連携を強化すること、SNSを利用すること等の視点を持つことによって、ホームページのリニューアルを進めた。</p> <p>リニューアル後は、市議会として独立した管理運営が可能となり、当日行われる会議の自動表示や議員の個人名簿から会議録・映像へのリンク、フェイスブックとの連携等が可能になり、その独自性を発揮している。アクセス数に関しては、リニューアル前と比較して、平成26年5月の臨時会の月で前年比223%増、同年6月の議会中の月で272%増、同年7月の閉会の月で337%増と、大幅な増加となっている。</p> <p>&lt;議会局フェイスブックページの開設&gt;</p> <p>市議会のホームページとは別に、相模原市議会「議会局」としてフェイスブックのアカウントを取得し、ホームページの更新情報等とともに</p>

	<p>に、それ以外の議会関係情報を発信している。原則として議会局長が管理者になり、議会局による運営を行っており、ホームページとフェイスブックの差別化により、閲覧数の向上を図っている。</p> <p>議会局フェイスブックマニュアルを作成し、運用ルールや運用体制を定めて投稿・更新を行っており、平成29年5月7日時点でのいいね！総数は392、また平成28年度の投稿数は508である。フェイスブックの投稿テーマは議会局各課の事務分掌ごとに投稿しており、議長の公務紹介、ホームページの更新情報、議会開催に関するホームページ更新のお知らせ、議会に関する情報公開、視察対応、市議会だより発行について等である。</p>
<p>所 感</p> <p>視察しての感想 や岡崎市への提 言など</p>	<p>・市議会のホームページを単独ドメインの取得と併せ、市のホームページから独立した管理運営を行うことにより充実を図り、又、議会局のアカウントによる双方向性 SNS であるフェイスブックページの開設を行い、市議会から市民に対する発信を強化している。新聞折り込み等により無差別配布される市議会だよりと違い、HP、FB 共にどれだけ強化しても、Web 上に置かれたコンテンツを、市民から能動的に見に来てもらわなければならないのが実情である。市民にどう知ってもらうか、興味を持ってもらうのがどこの自治体でも共通の課題である。また、相模原市内の大学の学生が作成した、市議会紹介漫画やポスターデザインは若年層をターゲットにしたものとして、一定の成果を上げているようであり、岡崎市においても十分参考にできると考える。</p> <p>・ホームページの独自ドメインの取得と運用については、議会広報の一つの手段として、情報の即時性、議会局としてのコンテンツの独自性の発揮等のメリットが多く、リニューアル前に比べ2倍以上のアクセスになったとのことで優れた取り組みといえよう。議会広報誌の閲覧者の年齢構成等の分析もしっかり行った上で、市議会だよりの配布を新聞折り込みに頼る中で、新聞購読割合が減少していく状況では、より積極的なデジタル媒体での広報が望まれていたことは理解出来る。そうした中で、スマートフォンアプリで市議会だよりが見られるようにした取り組みも評価すべきものである。また、フェイスブックによる議会活動の議会局としての広報も、情報の即時性、拡散性において優れており、また、情報の双方向性という点でも優れた取り組みと言える。ただし、それらに伴う事務局職員の負担の増加も危惧される場所である。特に更新頻度の問題もあるが、投稿前に決裁を取ってからということでの負担も大きいように思う。議会局フェイスブックマニュアルがしっかり作成され、議会局としての公式の運用という面での慎重さも必要であろうが、一方でより魅力的な情報発信としていく中では少し踏み込んだ取り組みも必要かと思う。以前、シティプロモーションの視察で青森県弘前市を訪れた際、担当者から、「フェイスブックでの情報発信は若手職員にお任せで、気がついたら非常に多くのファンができていた。」という話を聞いたことがある。web 上での炎上防止、危機管理という部分も必要</p>

であろうが、議会事務局職員として取り組みやすい、また取り組みがいのある運用で進めることができると望ましいと感じた。

・説明を伺い、市とは別に議会は独自ドメインを持つメリットを理解することができた。また、市議会だよりとHP（ホームページ）、FB（フェイスブック）のそれぞれの特性を生かした補完関係を構築しており、多様な媒体で市民への情報発信をする必要性を感じることができた。ただ、FBの運用では事務局の負担がかなり高いようで、その割に効果は微妙なようである。タイムラインにアップする情報も視察受け入れや議長活動などが多いようだが、どのような情報を掲載するかが課題であると思う。また、FBなどの強みである双方向性のコミュニケーションを十分に活用するには至っていないようで、今後の課題であろうと感じた。

・議会広報の閲覧割合の低い世代へのアプローチとして、ホームページのリニューアルとFacebook ページを開設した。市のホームページから独立することで、見やすく情報が分かりやすく整理され、アクセスも倍に増えている。議員個人名簿から議事録や映像などへのリンクがシンプルで閲覧者が使いやすい印象を得た。Facebook ページには年間 500 回の投稿をすることで事務局の負担も増えているが、やり出したからには発信し続ける事は重要と考える。公式とカジュアルの両者を差別化によって閲覧数の向上を図っているが、まだ本来の目的である若年層へのアプローチには至っていないとのこと。そうした中で市議会紹介漫画や市議会紹介ポスターデザインなど目線を変えた若年層へのアプローチは参考になった。Facebook ページのファンの分析で女性が少ないことは気になる。Facebook ページに関してはアップする内容に対して気軽な双方向コミュニケーションが生じるため、コメントに対する回答の仕方などの注意が必要と感じた。

・今回視察した 2 市の共通点は、共に議会事務局側が積極的に取り組みを進めた感があると感じる。その結果、後者に述べる要検討事項に通じていると感じる。しかし、取り組み内容は参考にしたい所は多岐にあった。

#### 【反映したい内容】

議会の情報発信の役割が明確にされている。かつ、その年代にあわせ情報収集もできるように考えられている。基本：議会報、他自治体も含め広く周知：HP、若年層やSNS利用者にはプッシュ型でHPを補完する：FB（反応も確認）HPは、市の中の一部ではなく単独のドメインをもって運用している。結果、議会独自の運用（デザインも含め）ができ柔軟さがある。また、議会の関心毎もドメインの違いによりアクセス数が明確になる 女子美術大学などと連携し、漫画なども活用した市民が親しめる構成としていている。

#### 【当市が進めるときの要検討事項】

議会事務局の負荷増加。 議員と議会事務局の役割の明確化 議会事

務局の思いと、議会の思いが同じレベルで持続的に発信することができるか疑問視がある。 議員と議会事務局職員共に、市議会全体としてどのようなスタンスで発信するかの調整が必要。 そして、運用マニュアルなどがあったほういいと感じた。

・相模原市では、議会広報の閲覧者が配布世帯の3割を切る6万世帯と限定されている現状から、議会改革に関する事項の一つとしてHPの充実として、 単独のドメインを取得 市のHPから独立した管理運営を行うとし、また、SNSの利用、新規メニューの追加等の取組をされている。20代から40代の議会に対する関心の薄い年代をターゲットとしたHPの内容に構築し、議員個人名簿から当該議員の会議録、映像にリンクできること、アンケート機能を設けて議会のパブコメができるようにしたことは参考にできるところである。最も注目したことは、FBに議会情報を掲載しHPとの相乗効果を図るなど、リニューアル効果はアクセス数が2倍に増加されている。FBの現状分析では、いいね！総数392、投稿数508は議会職員全員で行っているそうだが、個人が行うのとは違い上司の決裁が必要となり職員の負担はかなり大きいと伺った。負担軽減は課題である。リーチが伸びた記事では、選挙権年齢の引き下げに伴い若年層を中心に幅広い世代をターゲットとし、地元女子美大の学生とのコラボでの市議会紹介漫画は1年で2,481アクセスと効果が上がっている。若年層への更なる拡大充実も課題である。同一世代の感覚の活用はお互いにメリットがある。その他には、子供向けページ(キッズページ)の開設、市議会紹介ポスターデザインも参考にしたいと思う。

・相模原市の視察をしたポイントを3点まとめた。(1)議会独自ドメイン取得によるHPの作成、(2)SNS(Facebook)による情報発信、相互交流の試み、(3)媒体、表現手法を多様化することにより異なる層に対する議会、市政からのアプローチ。それを踏まえて検討事項としては、以下3点を挙げる。(1)仮に議会として情報発信する場合、主体の選定(議員、会派、輪番、議会事務局など)を検討すること、(2)各主体におけるメリット、デメリットを検討すること、(3)無関心層に対するアウトリーチはSNSだけでは困難なことが十分予測されるので、他の目的を設定することを検討すること。

・相模原市の取組みとして、 市議会情報の発信と双方向を目指す 若年層へのアプローチを狙っている 漫画などを使い身近に感じてもらう、ことが挙げられる。情報発信の手法としてICTを活用している。議会事務局の手間がかかることが理解できた。即時性を求めることは重要なことだと感じる。基本的に元となる情報が娯楽的なものではないので、良好な反応を望むことは困難ではないか。ただ、反応はしないが、見ている人は見ている。情報を発信することが重要ではないか。

委員長の総括	<p>ホームページの運用について、独自ドメインを持つメリットを理解することが出来た。必要な情報を必要な時に発信し、市議会色を出せるという意味ではとても有効な手段であると感じた。</p> <p>また、フェイスブックの運用については、議会事務局の負担増に加え、アップ記事の偏り、双方向コミュニケーションにも課題が残ると感じた。情報発信としては有効な手段であると思うので、例えば会派ごとにFB ページを作成し、会派が発信した情報を議会事務局がシェアする等の運用も考えられ、事務局の負担軽減ならびに(発信する情報によるが)弘前市のようなファン獲得にもつなげる事が出来るのではないかと考える。</p> <p>若い世代や市政に関心がない層への発信については、市内の女子大との提携など取組みとしては非常に面白いと思う。岡崎市にも様々な大学・高校があるので、テーマによって得意そうな学生・生徒に協力してもらおう事も検討する価値はあると考える。</p>
--------	---