

視 察 調 査 報 告 書

委 員 会 名	議会広報委員会
参 加 者	委員長 土谷 直樹 副委員長 加藤 義幸 委 員 本多 勝 三浦 康宏 神谷 茂樹 福田 澄代 瀬戸清太郎 井町 圭孝 杉浦 久直
視 察 日 時	令和7年5月14日（水）
視察先・概要	岡山県倉敷市 人口：471,985人 世帯数：221,699世帯 面積：356.07 k m ²
視 察 項 目	議会広報活動について
視 察 概 要	1 SNSの活用 (1) 公式SNSの運用状況 ア フェイスブック ・開設時期 平成28年7月 ・フォロワー数 466フォロワー ・月間ビュー 約6,000回 ・月間リーチ 約800アカウント イ インスタグラム ・開設時期 令和5年10月 ・フォロワー数 1,007フォロワー - 全国の市議会公式アカウントでフォロワー数1位 ・月間ビュー 約12,000回 ・月間リーチ 約2,000アカウント (2) 導入の経緯 ・市民が参画しやすい開かれた議会にするため導入 ・若者の利用率の高いインスタグラムも導入 (3) 運用のルール 開設時に制定した運営要領に基づき運用 ア 投稿内容 多くの市民が議会と市政に関心を持てるような写真を投稿 イ 投稿の原則 著作権、プライバシーと侵害しない、選挙運動、宗教活動を目的とした投稿をしないなど ウ 運営体制 写真撮影は議会事務局職員、投稿作業は議会総務課ホームページ担当が行う エ 投稿頻度 週1件以上 (4) 現状の課題

	開設から 1 年を経過してフォロワー数の伸びが鈍化 (5) フォロワー獲得の取り組み ・ 倉敷市議会ホームページのバナー掲載 ・ 市議会だよりへの二次元コード掲載 ・ 傍聴席出入口へのチラシ設置 ・ 議会受付へのカード設置 ・ 市民課待合モニターへの記事配信 ・ 見やすい写真となるようにトリミング等の加工 2 市議会だよりの表紙写真の公募 (1) 概要 ア 事業開始時期 令和 2 年 12 月 1 日発行の 136 号から開始、10 件の応募があった イ 目的 市民アンケートの結果から、若い世代の議会への関心の低さが課題となったが、関心の低い層でも約 8 割が議会だよりの存在を認識しており、表紙写真を読者募集することで、少しでも多くの市民の目に止まり手に取ってもらおう。また、市民が参加することで、より市議会を身近に感じてもらう ウ 審査方法 応募作品の中から、正副議長が選定 作品数が少ない場合は、過去に採用されていない作品も候補とする エ 審査基準 市内のイベント、風景など、倉敷市の魅力あふれる写真 オ 応募条件 ・ 1 回の応募につき、作品は 1 人 1 点まで ・ 応募者本人が倉敷市内で撮影した写真のうち、未発表のもの ・ 第三者の肖像権、プライバシーを侵害しないオリジナル作品 ・ 第三者が写っている場合は、あらかじめ第三者の了解を得る カ 応募資格 倉敷市在住、在勤、在学 (2) 課題 最近の応募者数は毎号約 3 名と少ない 3 夏休み家族市議会体験ツアー (1) 概要 令和 6 年 8 月 2 日に、市内の小学 5、6 年生と家族を市議会に招き、議場の施設見学と正副議長、市民文教委員会正副委員長との対話などの体験イベントを行う (2) 目的 あらゆる世代に市議会への関心と理解を深めてもらい、市議会を身近に感じてもらう (3) 課題や今後の方向性
--	---

	・ イベントの規模を拡大し、参加者を増やしたいと思うが、議場の議席の数の制限もあり、回数を増やすしか方法がない ・ 議員自らが当日の説明や案内を行うイベントとした方が、市民と議員の距離が近づくことになる
所 感 ※視察しての感想や岡崎市への提言など	・ 倉敷市議会の、公式SNS運用状況については、平成28年7月よりフェイスブック（フォロワー数466、月間ビュー約6,000回、月間リーチ約800アカウント）と令和5年10月よりInstagram（フォロワー数1,007、月間ビュー約12,000回、月間リーチ約2,000アカウント）となっており、令和6年度のInstagram発信において全国の市議会公式アカウントでフォロワー数1位を記録している。議会と市政に関心を持てるような写真などを週1回以上投稿していることは素晴らしいが、大変な労力が必要であることが想像できる。広報誌の表紙写真は公募しているが、応募点数が少ない。写真以外の絵画なども公募の対象にしてみるのもよいと思う。夏休み体験ツアーは、親子で議会を身近に感じてもらう絶好のチャンスであり、本市も取り入れてみるべきであろう。いずれにしても、議会広報はベストという広報活動はないので、持続可能で地域の特性を生かした、市民にとって分かりやすいことが重要である。 ・ 倉敷市では、視覚的に親しみやすい広報を重視し、Instagramを活用した議会情報の発信を実施している。フォロワー数は全国トップクラスで、投稿は事務局職員が担い、写真や表現に工夫が凝らされている。また、市議会だよりの表紙写真公募や、夏休みの家族向け議会体験ツアーなど、市民参加型の取り組みも展開している。一方、広報の主体は職員であり、議員の関与は限定的である。投票率や傍聴者数への波及は限定的ながら、議会への関心を高める入口として一定の効果が見られる。本市においても、まずはSNSなどの活用可能性を模索し、議会をより身近に感じてもらう工夫が求められる。 ・ 開かれた議会を目指し、議会事務局がInstagramを活用した市議会の情報発信に取り組んでおり、現在32議会が実施している中、日本一のフォロワー数（1,007）を獲得している。その経緯、今後の課題など、詳細を聞いたが、姫路市同様、こちらも議会事務局が市民への議会広報活動に尽力している中、今年行われた市議会選挙の投票率は、35.91%と、かなり低いものであった。もちろん議会事務局の取り組みには頭が下がるが、やはり議員自身の意識や活動が大切であり、本市のように議会として広報活動に取り組むことの意義を再確認した。 ・ 一般市民に注目してもらえるようSNSでの発信に力を入れており、若年層に届きやすいInstagramは、全国の市議会公式アカウントの中でフォロワー数1位である。フォロワーのうち、約7割が倉敷市内、2割が県内、その他は県外となっている。一般の人の顔画像にはボカシ処理を施し、市議選中は候補者である議員の情報をアップしないなどの工夫も行っている。また、フォロワー獲得の一環として、議会だよりにQRコードを印刷するほか、傍聴席出入口、議会受付、市民課の待合モニ

ター画面などで情報発信を実施している。議会は重大な決断時に多くの関心を集めるため、迅速に情報を届けることが重要である。公式SNSの意義は大きく、公式ならではの信頼性を第一に、本市でもSNSの活用に取り組むべきだと考える。

- ・倉敷市では、市民が参画しやすい開かれた議会を目指し、議会事務局が広報活動を担っている。インスタグラムとフェイスブックを利用した広報活動を、主に事務局が運営している。平成10年から開始し、現在はフォロワー獲得の伸び悩みが課題とのことである。また、小学5、6年生を対象に議会体験を実施し、子どもたちと保護者の市政への関心を促している。本市でも高校生との意見交換会があるが、ターゲット層を拡大していくことも今後の課題と思われる。この視察を生かしていくために、職員負担を考慮しつつ、予算と人件費を抑えた方法を前提に、検討して行く必要があると思われる。
- ・開かれた議会を目指し、SNSでの発信や家族市議会体験ツアーの開催、表紙写真の市民への募集等、積極的な取り組みを行っていた。特に事務局が行うSNS（フェイスブック、インスタグラム）では、議会関係のトピックを週に1回を目途に定期発信しており、フォロワーを楽しませる努力が感じ取れた。中でも、SNSによる閲覧年代の特徴や閲覧件数等も調査し、一過性ではなくPDCAを行いつつ進めており感心した。なお、SNS利用上の運用ルールも整備されており、記事投稿前には議会事務局内で起案決裁を行う等、担当一任ではなく関係者全員のチェックを行い、セキュリティについても十分配慮されていた。倉敷市の情報発信のスキームや運用ルールは本市でも取り入れられることも多く、市民がさらに議会を認知していただくためのSNS利用について、本市に適した具体的な投稿ルールを策定するなど、持続可能な仕組みを考慮しつつ、倉敷市の取り組みを参考に、本市も前向きに検討するべきであると感じた。
- ・倉敷市議会では正副議長の公務、会議の開催案内、来局した行政視察、市議会だよりの発行案内など、SNS（フェイスブック、インスタグラム）による発信を週1回以上行なっているが、特別な機材の購入は一切なしで実施しており、議会の取り組みを市民に伝える活動としては参考になると考える。また、議会だよりの表紙写真を市民公募している。議会だよりを市民と共に作成することになると考えるが、応募数が伸び悩むという課題がある。最近のスマートフォンは解像度が高く画像処理も簡単にできるため、スマートフォンで撮影した写真でも問題ない旨を発信できれば応募のハードルが下がり、応募数が増える事も期待できると感じた。本市でも検討する価値があると思う。
- ・倉敷市議会では議会の公式SNSの活用、市議会だよりの表紙写真の公募、家族市議会体験ツアーについて、市議会事務局職員の頑張りを感ずる視察であった。市議会公式SNSでは、運用を事務局としてガイドラインをもとに管理しながらも職員個人のスキル、感覚に頼る部分は否め

	ず、また内容も議長公務、委員長公務が中心になるとのことである。本市はまだ慎重に検討する必要があるのではと感じた。表紙写真の公募では、市民にどう関心を持ってもらうかに苦慮されているようであるが、本市のように議員が撮ってくるよりも興味を惹くのではないだろうか。他の市内の写真コンテストとの共催なども一案である。また、家族体験ツアーでは、議員の参加が一部にとどまるようで、議員の関心の低さが気になる場所である。本市議会においても高校生との意見交換会以外にも、市民と議会との関わりを増やす取り組みは重要であり、議会内での情報共有の仕組みも考えさせられた。
委員長の総括	倉敷市では、SNSを活用した議会広報活動の先進事例として、公式インスタグラムアカウントの運用が特に印象的であった。全国市議会でも最多のフォロワー数を誇り、写真中心の投稿でデザインや説明文に工夫が凝らされており、議会の空気感や活動の様子が市民に伝わりやすくなっていた。堅苦しさを感ぜさせない発信は、議会を日常に自然に届ける手法として参考になった。また、小学5、6年生と保護者を対象とした家族議会体験ツアーや、市民公募による議会だよりの表紙企画など、参加型の工夫も印象的であった。一方で、写真の応募数の少なさといった課題も示されており、市民の関心と関与をどう広げていくかを考える上で、多くの学びを得る視察となった。