

## 和歌山県和歌山市

視察日程：令和6年2月8日（木）午後2時から午後4時まで

視察先：和歌山県和歌山市

説明者：和歌山市議会広報委員会副委員長 堀 よしこ 議員

和歌山市議会議会事務局秘書広報課課長 亀岡 伸次 氏

視察内容：議会広報の取組について

視察者：林 正則議員、藤井貴範議員、藤沢 巖議員、中山貴弘議員

### 1 和歌山市の概要

人口：約34.9万人

面積：208.85平方キロメートル

概要：和歌山市は、近畿地方の南西部に位置する、山と海と川に囲まれた温暖な都市である。

日本書紀や古事記にも名が記され、悠久の歴史、万葉の詩情を感じさせる名勝や旧跡があり、和歌山城周辺では徳川御三家の城下町の面影をしのぶことができる。また、新鮮な海産物や和歌山ラーメンなどのグルメのほか、和歌山マリーナシティや温泉などのレジャー施設を楽しむこともできる都市である。姉妹都市には、ベイカースフィールド市（アメリカ合衆国カリフォルニア州）等があり、友好都市には、済南市（中華人民共和国山東省）がある。また、松下グループ創業者の松下幸之助などが市の偉人とされている。

る。

### 2 視察内容

○議会広報の取組について

(1) 議会PR動画について

ア 経緯について

和歌山市議会では、平成29年度の広報委員会において、若者世代に人気のある動画による議会広報の必要性が協議されたことで、30年度から業務委託で動画を制作している。また、事務局が撮影から編集まで行う手作りの動画も制作している。

イ 内容及び効果について

PR動画の内容は、広報委員会で協議して決定している。特に令和4年度、5年度については、10代、20代にターゲットを絞り、若者世代に興味を持ってもらえるような内容とすることを意識した。PR動画の制作費用については、1本当たり10万円から50万円程度となっており、一般市民やモデルなどに出演してもらい制作している。これらのPR動画がきっかけで、主権者教育の一環として、小学校の児童がクラス単位で議会の傍聴に来てくれている。また、和歌山市出身のダンスボーカルグループ「M!LK」の塩崎太智さん出演の動画がきっかけで、ファンの方が議場見学に訪れてくれた。(Instagramリール動画再生数：約4,580回、YouTube動画再生数：約1,600回)

撮影用の機材として、一眼レフカメラ、三脚、カメラ装着用マイク、ピンマイク、モニタ

一関係機材、ライト、レフ板、動画編集用ソフト、GoProを購入し、いつでも動画の撮影制作が可能。機材購入費の合計は約40万円。

ウ 今後の課題について

若い世代に興味を持ってもらえる内容の検討や、制作した動画をより広く拡散する方法を考える必要がある。

(2) 市議会だよりについて

ア 特色について

表紙の議員写真を廃止し、見出し以外の文字は書かない等、市民目線に立った「見やすい、読みやすい、親しみのある紙面づくり」を心がけている。若い世代にも興味・関心を持ってもらえるように、最初の2ページは「議会×起業家との対談」など、委員会で選んだ特集記事の掲載を行っている。これまで中核市議会議長会の議会報コンクールで、審査員特別賞を1回、優秀賞を2回獲得している。

また、市議会だよりを「手に取って読んでもらいたい」という強い思いから、広報委員全員で市議会だよりとティッシュの袋詰め作業を行い、JR和歌山駅、南海鉄道和歌山市駅、スーパーなどで、街頭配布を実施。頻度は年4回、朝7時半から1時間程度で600部を配布している(委員は「広報委員会」の腕章を着用し、市議会だより配布中ののぼりを立てて実施)。また、市内飲食店、理美容店、病院などに市議会だよりを置かせていただくように協力依頼もしている。

イ 今後の課題について

活字離れ、政治離れの進む若者世代に、まずは市議会だよりを手に取ってもらえるような写真やデザインの工夫に加え、デジタル配信を手がけていく必要がある。

(3) その他(SNSの導入について)

ア フェイスブック及びインスタグラムについて

フェイスブックは平成30年6月から運用開始。掲載情報は本会議及び委員会等に関すること、市議会からのお知らせに関することなど、広報委員会が適当と認めるものを配信している。フォロワー数は令和6年2月1日現在、2,686人と中核市ではナンバーワンである。定例会中は毎日投稿をしており、月平均20件の投稿をしている。

また、フェイスブックでは、10代・20代の若者へのPRが不十分という考えの下、令和3年6月から中核市では初めてインスタグラムの運用を開始した。掲載情報はフェイスブックと同様だが、フォロワー数は令和6年2月1日現在で、271人と延び悩んでいる。投稿の頻度について、月平均7件である。

掲載までの流れは、議会事務局職員が掲載内容を作成し、決裁後、秘書広報課秘書広報班が投稿している。

イ YouTubeについて

和歌山市議会公式YouTube『和歌山市議会チャンネル』を、令和3年6月から運用開始。広報委員会及び議会事務局が制作した動画を投稿している。若者は動画を見ることが

当たり前ということから始めたが、チャンネル登録者数は令和6年2月1日現在で、252人と伸び悩んでいる。

### 3 質疑

問 議会事務局の人員構成は。

答 議会事務局の組織は、現員数25人で局長1名、副局長1名、議会政策課14名、秘書広報課9名で、秘書広報課の秘書広報班は班長以下4名と再任用職員2名で取り組んでいる。

問 議会だよりの表紙の公募に関する検討経過は。また、特集記事のネタ探しはどのように行っているか。

答 以前、公募が議題に上がったことはあるが、実現には至らなかった。これまでに、広報委員が撮影に行ったこともある。公募もよいと思う。全国的にも同じような取組をしている議会はある。また、市の広報紙をライバル視しており、議会独自の色を出していきたいと思っている。ネタ探しについては、グループ分けをして割り振っている。

問 市民との意見交換で学生や主婦などをどのように集めたか。

答 広報委員が知り合いに声をかけた。しかしながら、議会に興味を持った人ばかりでないため、辛辣な意見も多数寄せられた。また、意見を出しやすいように付箋を活用し、意見聴取を行った。

問 委員会には各会派の議員が集まっているが、チームワークはよいのか。

答 全員でおそろいの「ええやんTシャツ」を着用し、1期目のメンバーが積極的に進めてくれている。また、委員長に水面下で、動いていただいております感謝している。

問 市議会だよりの街頭配布を行っているとのことだが、その他の配布方法と発行総数は。

答 発行総数は14万9,000部。配布方法は自治会配布がメインで、個別配布5,000部、病院、介護施設及び設置協力事業所に配布している。駅前配布が重複になる問題については、家族全員が見られる状態ではないので、働いている方や学生が受け取ることで、市外の方の手にも渡る。1世帯に1部というこだわりを持たず、無駄になっているかもしれないが、市議会の現状を知ってもらうことを優先している。

問 市議会だよりの最終ページに広報アンケートがあるが、毎回取っているのか。

答 紙面の空きスペースを利用して、これから毎回取っていかうと考えている。これまで、広報委員が街頭でアンケートを取ったこともある。今後、効果を見極めていくため、現在チャレンジ中。

### 4 所感

<林 正則議員>

初めに、市議会PR動画を拝見したが、大変上手に作られていた。

議会だよりについては、中核市議会議長会議会報コンクールの受賞市などの視察や市民の方との意見交換の実施など、「見やすい、読みやすい、親しみのある紙面づくり」を目指し意欲的に見直しに取り組まれていると感じた。表紙の構成や特集記事の掲載などについても大変参考になった。

また、議会だよりの街頭配布の実施や市内事業者の店舗への設置など、さまざまな方法で周知を図っており、和歌山市議会の議会だよりに対する熱意を感じた。

フェイスブックについては、定例会中は毎日更新しているとのこと、フォロワー数も中核市の中で一番多いとのこと。また、インスタグラムについては、フェイスブックをあまり利用していないと思われる若者世代へのPRの方法として始めたとのことだが、フォロワー数が伸び悩んでいるとのこと。和歌山市議会でも掲載するネタのマンネリ化などの課題はあるとのことだが、今後、知多市がフォロワー数やアクセス数の増加を目指していく場合にも、SNSに投稿する内容を改めて検討し、市民の興味を引くような工夫を積極的にしていく必要があると感じた。

You Tubeについては、令和3年6月から運用を開始し、機材等をそろえいつでも動画制作ができるようにしているとのこと。また、お笑い芸人やモデル、アイドルなどにも動画に出演してもらい、議会PR動画を積極的に活用されていた。

ただ単純に議会のことを投稿していくのではなく、ターゲット層を意識してSNSを活用することで、多くの方に見ていただくことができ、それが本会議の傍聴など、議会の周知にもつながっていくことを知ることができた。

本市は今年度からSNSを始めたばかりだが、今回の視察を通して、SNSの活用方法や活用する上で意識することなど、多くを学ぶことができ、大変参考となった。

#### <藤井貴範議員>

和歌山市議会における議会広報の取組について視察を行ったが、和歌山市議会の広報にかける意気込みにはまず驚かされた。議会報の配布は、町内会単位だけにとどまらず、町内会未加入宅への戸別配送、協力店への設置などにより行っているとのことだが、それに加えて広報委員自らが街頭に立ち、早朝の駅前やスーパーなどで配布しているということには驚いた。市民だけでなく、市外の方へも議会の認知度を上げようとして議会報を街頭配布している市議会は、今までに聞いたことがない。また、街頭配布は、市民への重複配布とも考えられるが、世帯ごとに配っていても、各個人が読むとは限らないので、できる限り多くの市民の目に触れるようにとの思いで行っているとのことであり、すばらしい視点であると感じた。また、議会報の編集過程においても、印刷製本費とは別に編集委託料を確保することで、よりよい紙面をスピーディーに作られていた。また、イラストもフリー素材を使うのではなく、編集委託料内で内容に見合ったイラストを作成されていた。フリー素材だと、イラストだけ目立ってしまうという御意見も、初めて聴くものであった。表紙と連動した特集記事も、毎号すばらしいものであった。議会報とは思えないようなインタビュー記事や写真で、インパクトのある紙面となっており、市民も毎号楽しみにしているのではないかと感じた。議会報に関しては、まさに、読んでもらうための努力を、絶え間

なくされていて感心した。

動画にも力を入れており、様々な機会を捉えて、動画制作を行われていた。議会の紹介だけでなく、定例会開催の案内動画や議会のイメージ動画、視察受入れの記念動画なども撮影してYouTubeに公開している。議会として動画撮影用の機材をそろえており、いつでも動画を撮影できる体制があるため、気軽に撮影している様子がうかがえる。編集は業者に委託しているが、予算を惜しみなく注いでいる。費用対効果を考慮すると、1本当たりの視聴単価は安くはないが、議会を知ってもらう機会を増やす取組の一環として割り切っていると思われる。SNSも各メディアを利用している年齢層を分析して活用されていた。和歌山市議会は、議会への市民の意見を聴く機会を上手につくり、しっかりと分析して、スピード感を持って広報に反映されていた。「伝える」から「伝わる」広報へ、の意識をしっかりと持って、今後の知多市議会の広報にも視察結果を役立てていきたい。

#### <藤沢 巖議員>

和歌山市では、平成7年2月定例会の代表質問をテレビ・ラジオ放送したことをきっかけに、翌年2月に議長と各会派選出委員10名による市議会だより編集委員会（任意）を設置した。その後、平成25年に広報委員会に名称を変更するとともに委員数を11人とした。さらに、平成30年3月からは、同委員会を地方自治法に基づく協議等の場に位置付けた。事務局の体制も従前は議事調査課調査広報班1～2名程度だったが、同年4月からは秘書広報課秘書広報班4名とし、議会と事務局がタッグを組んで“議会広報改革”を合言葉に様々な取組が行われている。市議会だよりの見直しでは、市民（学生・会社員・主婦）との意見交換会を実施し、親しみやすい紙面やSNSの活用など市民の貴重な意見を取り入れている点が参考になった。また、市議会だよりを手にとって読んでもらいたいという思いから、年に4回、駅やスーパーなどで約600部の議会だよりを広報委員全員で街頭配布しているということで、和歌山市議会の情熱が伝わってきた。

SNSについては平成30年から和歌山市議会公式フェイスブックの運用を開始し、さらに令和3年からは若者向けにインスタグラムやYouTubeにもチャレンジしている。しかし、市議会のSNSはコメントを返信できず一方通行のコミュニケーションとなっているため、フォロワー数やアクセス数が伸びないことが課題とのこと。

今回の視察では、一見すると議会とは関係のない特集記事を市議会だよりに毎回掲載していることや、和歌山市にゆかりのあるお笑い芸人やモデル、アイドルを議会PR動画に数多く登用するなど、和歌山市議会のチャレンジ精神と新しい取組を実行するスピード感がとても参考となった。本市の広報活動においても、市民の皆様幅広く議会活動を知っていただくためのさらなる工夫が必要であると強く感じた視察であった。

#### <中山貴弘議員>

和歌山市議会の広報の取組について説明を拝聴し、広報活動に対して挑戦する姿勢が強く感じられた。委員の紹介では、広報委員全員がおそろいのTシャツを着用し、チームワークのよさを感じたが、このTシャツは以前、大学生とのコラボレーション事業で生まれた大切なものであり思いの込められたユニフォームであるとのことだった。議会だよりの表紙については、以前の議

員写真や小さい文字が並ぶ読みにくいデザインを改め、見出し以外の文字は書かないなど、市民が見てみたいと思える創意工夫がなされていた。新たな挑戦として起業家との対談記事を掲載したり、最新号の特集ページでは、福祉ネイルの話題を掲載したりするなど市民の目に留まりやすく大変興味深い取組だと感じた。一方、掲載に当たり取材やアイデアの抽出が困難だとも感じた。市民との意見交換では、広報の取組について厳しい意見もあったとのことだが、当時の委員長は「苦情があることは広報の取組を見ている証拠なのでよい」という考えだった。苦情がない無難な広報を目指したらつまらない広報紙になるという強い考えを持っており、参考になった。市議会だよりを自分たちで配布する取組は、前向きな活動で市民にも思いが伝わり、さらに活動内容をSNSで投稿するなど見える化の工夫もされていた。市議会だよりにかなりの予算をかけている印象だったが、中核市議会報コンクールの最優秀賞を獲得するという高い目標を掲げるなど、予算に見合った強い意気込みを感じた。

動画については、市議会開催の周知や傍聴案内などに関する1分間のPR動画を作成し、委員自らが出演しており良案だと感じた。会議終了後に和歌山市議会とのコラボレーション動画を撮影したが、手順に慣れており経験の積み重ねの賜物だと感じた。和歌山市議会の「伝える」から「伝わる」広報を目指す力強い姿勢は、現在、改革の真っ最中である本市の広報活動にとって大変参考となり、また、皆様に議会だよりを手にとって読んでいただくために、まだまだ改善が必要だと気づかされた視察であった。