



令和 7 年 3 月 28 日

三豊市議会議長 丸戸 研二 様

議会広報委員長 三谷 正史

## 委 員 会 調 査 報 告 書

本委員会に付託された事件について、調査の結果を下記のとおり、  
三豊市議会会議規則第 110 条の規定に基づき報告します。

### 記

#### 1 調査事件

	視察先	調査事項
1	広島県呉市議会	議会広報について
2	奈良県王寺町議会	議会広報について

#### 2 研修者

委員長 三谷 正史  
副委員長 近藤 武  
委 員 瀧本 哲史 岩田 秀樹 水本 真奈美  
石井 勢三 湯口 新  
事務局（随行） 石井 聖也

#### 3 調査の経過及びその概要（別紙 1 のとおり）

#### 4 委員所感（別紙 2 のとおり）

## 1 呉市議会

(1) 日時 令和 7 年 1 月 27 日 (月) 午後 1 時 30 分から午後 3 時まで

(2) 調査案件 議会広報について

(3) 対応者

呉市議会	議長	中田 光政 氏
	議員	光宗 等 氏
	議員	亀井 聡美 氏
議会事務局	課長補佐	蔦村 和雄 氏

(4) 調査の経過

呉市役所において、中田呉市議会議長の歓迎のあいさつ、本市議会の近藤議会広報委員長のあいさつ、両市議会の委員の自己紹介の後、蔦村呉市議会事務局課長補佐を中心に、議会だよりについて説明を受けた。その後、質疑応答を行い、最後に、本市議会三谷議会広報副委員長のお礼のあいさつにより、閉会した。

(5) 調査結果

呉市議会の議会広報特別委員会は、各会派から 1 名ずつ選出された計 6 人の議員により構成され、発刊ごとに、毎回 3 回程度の編集会議を開催している。中核市議会議長会 議会報コンクールではこれまで優秀賞を 1 回、最優秀賞を 2 回受賞しており、特に令和 4 年度にリニューアル後は 2 年連続で受賞している。

発刊までの大まかなスケジュールとしては、2 ヶ月以上前に特集の取材を、担当の委員 2 名と事務局職員が行い、職員が記事を作成。その後定例会告示日に 1 回目の委員会を、最終日に 2 回目の委員会を開催して記事を作成し印刷会社へ入稿。最後に校正の委員会を一度開催して校了となる。

基本的に 16 p で構成して、質問は 5 p 分あり、代表質問は 500 文字以内、個人質問は 220 文字以内とかなり少ない文字数に設定されている。内容は全て会議録から抽出するようになっており、仮に会議録に無い内容が出さ

れた場合は差し戻す対応をとる、とのことである。

表紙のデザインと特集記事の作成、レイアウトは全て事務局職員が担当しているが、記事作成にはエクセルを主に使用することで専門的な知識がない職員でも作成できるように工夫している。

リニューアルは令和3年から検討を始め、「伝えたいことではなく、知りたい情報をのせる。」という考え方の下研修を行い、令和4年8月号から実施している。



▲ 呉市議会での研修の様子

## 2 王寺町議会

(1) 日時 令和 7 年 1 月 28 日（火）午後 1 時 30 分から 3 時まで

(2) 調査案件 議会広報について

(3) 対応者

王寺町議会	副議長	小山 郁子 氏
議会事務局	係長	村田 大地 氏

(4) 調査の経過

王寺町役場において、王寺町議会小山郁子副議長のあいさつ、本市議会の近藤議会広報委員長のあいさつ、両議会の出席者自己紹介の後、王寺町議会事務局村田係長を中心に、議会だよりについて、説明を受けた。その後、質疑応答や意見交換を行い、最後に本市議会三谷議会広報副委員長がお礼のあいさつを行った。

(4) 調査結果

王寺町議会だよりは令和 5 年 8 月に大幅なリニューアルを実施。ターゲットを 20 代～40 代の女性に絞り、「あなたと議会をつなぐハンドブック」をコンセプトに大幅なリニューアルを行った。

特集は、議員と事務局双方から提案して決定し、表紙写真は特集とリンクする内容のものを掲載している。特集は住民に積極的に登場してもらい、議会へ言いたいことを言ってもらうような内容を意識している。

また、広報モニターを 4 人（男女 2 人ずつ）住民から募集し、感想をメールで聞いているほか、年に 2 回集まり直接声を聴いている。

一般質問については、一問目の答弁のみを掲載し、再質問は掲載しない取り決めとすることでかなりすっきりとしたレイアウトになっているほか、行間をフォントの 1.5 倍程度とり、使用する色を 3 色に絞ることで記事の内容が一目で把握できるように工夫されている。

リニューアル号の議会だよりは町村議会広報全国コンクールで 10 位に入選し、議会だよりをリニューアルすることで議会動画の視聴数もそれまでの

6 倍に増えている。それらの取り組みが評価され、第 19 回マニフェスト大賞において、議会改革部門の優秀賞と優秀プレゼンテーション賞を受賞している。

全ての人をターゲットにすることから脱却し、あえて若年層や現役世代が手に取りやすいカジュアルなデザインにすることで新たな読者を獲得し、より多くの住民が議会に興味をもつようになっていた。



▲ 王寺町役場での研修の様子

### 3 視察を終えて

広島県呉市議会では、広報紙のリニューアルの際に、伝えたいことではなく知りたい情報をのせる、ことに主眼を置き、特集内容や紙面構成を変更している。

発行の2カ月以上前から特集記事の取材を行い、職員が特集と表紙のデザインを一手に担う事でコンセプトを統一することができているほか、広報全体を通して文字数を少なくすることで、読みやすいレイアウトとなっている。

奈良県王寺町議会では、広報紙を大幅にリニューアルしており、あえてターゲットを絞ることで、より手にとられやすく読まれやすい議会だよりになっている。

特集記事や表紙の中に住民が多く登場することで議会を身近に感じてもらえるほか、住民モニターから定期的に意見を聞くことで、コンセプトである「あなたと議会をつなぐハンドブック」を実現している。

視察を終えて開催した委員会では、早速採用する取り組みについて検討を行い、特に一般質問の文字数については、より見やすい広報を目指すためにも更に減らしていけないか前向きに検討することとしてまとめた。



▲呉市議会だより（左）とおうじ議会だより（右）

## 議会広報委員会 行政視察研修所感

	委員名	三谷 正史
1	研修日程	令和7年1月27日（月）
2	研修先	呉市役所
3	研修目的	議会広報について
4	研修所感	<p>議会事務局次長より、呉市議会広報委員会の概要について説明を受けた後、議事課調査広報グループの担当者より、議会広報誌のリニューアルの経緯等について説明を受け、その後、質疑を行いました。</p> <p>呉市議会では、議員の間で「もっと市民に見てもらえる議会だよりにしたい」との機運が高まり、令和3年より広報委員会においてリニューアルに向けた検討を開始。令和4年度より議会だよりを一新したとのことでした。様々なアドバイスがありましたが、「伝えるのではなく、伝わる広報誌を目指す」とのこと。</p>
1	研修日程	令和7年1月28日（火）
2	研修先	王寺町役場
3	研修目的	議会広報について
4	研修所感	<p>王寺町においても町議会だよりを「あなたと町議会をつなぐガイドブック」をコンセプトに議会だよりを一新したとのこと。担当者より、刷新に向けた、様々な説明を受けた後、質疑を行いました。</p> <p>呉市、王寺町ともに、議会だよりリニューアルに向けて「分かりやすく、市民に読んでもらえる広報誌」を目指してさまざまな工夫を行っていました。両市、町ともに、以下、いくつかの共通点がありました。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、議会だよりは報告書ではなく、市民への議会活動に対するガイドブックであり、関心をもってもらうためのツールである。</li> <li>2、読みやすいレイアウト。読みやすい字数、余白、色合いの工夫。</li> <li>3、文字を少なく、写真を多用。</li> </ol>

4, 両市、町共に広報の専門職員を配置しており、かなりの熟練度でした。

5, 議員の質問掲載に際しては、議事録からの要約記載をキチンとルール化して、担当職員でも作成可能としている。

三豊市の議会だよりも、よく出来ていると思うが、やはり、報告書のように、呉市、王寺町を参考にリニューアルを考える必要があるのではないかと思います。



議会広報委員会 行政視察研修所感

	委員名	近藤 武
1 研修日程	令和7年1月27日（月）	
2 研修先	呉市役所	
3 研修目的	議会広報について	
4 研修所感	<p>令和4年8月号のリニューアルの際は、専門家に助言を求め、その中で「①若い人をターゲットにするなら表紙のローマ字使用、②表紙は脳裏に焼き付く写真、③議会が伝えたいことではなく、相手が知りたい情報をわかりやすく、④伝えたいことイコール知りたいことではない、⑤伝えるのではなく伝わる広報紙をめざす」など、多くの助言を受けて、リニューアルに反映させた。またリニューアル後から裏表紙にチーム議会 PLUS のコーナーを新設し、市内小学生の将来の夢を掲載している。掲載する小学生の選定は学校に依頼し、年4人に寄稿してもらっている。その結果、呉市議会だよりは、中核市議会議長会議会報コンクールの最優秀賞を@受賞するなど、洗練された広報紙へと生まれ変わった。</p> <p>広報を発行するうえで、議会にとって市民に伝えたいこと、伝えなければならないことは多くある。そのすべてを限られたページ数で伝えることは文字数が多くなり、結局市民に届いていない、読んでもらえないものになっていると感じた。まず手にとってページを開いてもらう取り組みが本市議会便りに必要であり、文字数を減らすことや市民参加型の魅力ある「議会便り」にしていける必要がある。</p>	
1 研修日程	令和7年1月28日（火）	
2 研修先	王寺町役場	
3 研修目的	議会広報について	
4 研修所感	<p>王寺町議会は、令和5年8月に全面リニューアルを行い「あなたと議会をつなぐガイドブック」をコンセプトに年4回発行している。このリニューアルの背景には、議会広報に関する課題を抱えていた議員と、町広報紙担当から議会事務局へ異動した村田氏の提案があり、村田氏の経験と知識を基に、ターゲット層を20～40代の</p>	

子育て世代の女性とし（王寺町は関西圏のベッドタウンである。）、カジュアルで見やすいデザインを追求した結果、現在の広報紙が完成した。編集方針は「町民の参加」、「脱・報告書」、「読みやすいレイアウト」、「文字を少なく写真を多く」と定められた。

- ・コンセプトとターゲット層： 王寺町は特定のターゲット層（20～40 代の子育て世代の女性）を設定し、その層に向けたカジュアルなデザインを採用している。

- ・編集方針： 王寺町は「町民の参加」、「脱・報告書」、「読みやすいレイアウト」、「文字を少なく写真を多く」という具体的な編集方針を掲げている。

- ・デザインとレイアウト： 王寺町はカジュアルで見やすいデザインを追求している。

王寺町議会便りは、議会でのことをすべて掲載するのではなく市民目線に立ち、市民が必要な情報を完結に伝えている。伝えるターゲット層を絞ることの必要性を強く感じた。議会便りは市民とつなぐガイドブックであるべきと学んだ。

## 議会広報委員会 行政視察研修所感

	委員名	瀧本 哲史
1 研修日程	令和7年1月27日（月）	
2 研修先	呉市役所	
3 研修目的	議会広報について	
4 研修所感	<p>創刊：平成29年5月に創刊。</p> <p>発行回数：年間4回（5月、8月、11月、2月の各月10日）。</p> <p>発行部数：各回8万7千部、年間348,000部。令和六年5月号より9万部から8万7千部に変更。</p> <p>印刷仕様：A4判サッシ型閉じなし製本、4色印刷。文字の大きさは11.5から13ポイントで統一。</p> <p>年間で約117万円の経費削減。</p> <p>自治会配布のため、紙の重量を軽くすることに配慮。</p> <p>編集体制とプロセス</p> <p>編集委員会</p> <p>委員は6人、任期の定めなし。</p> <p>委員長は委員の補選で決定。</p> <p>編集プロセス</p> <p>特集記事の取材：発行日の約15週間前に実施。委員2名と事務局が現地取材。</p> <p>第1回広報委員会：発行日の約9週間前に開催。記事案や表紙案、スケジュールを協議。</p> <p>第2回広報委員会：発行日の約7週間前に開催。修正案を確認。</p> <p>第3回広報委員会：発行日の2週間前に開催。最終原稿を確認。</p> <p>配布対象と方法</p> <p>配布先</p> <p>自治会管理世帯8万3千部、本庁舎、市民センター、図書館、海上自衛隊呉地方総監部など。</p> <p>呉市議会のホームページでバックナンバー閲覧可能。</p> <p>デジタルブックアプリ「カタログポケット」で公開。</p> <p>予算</p> <p>印刷費</p> <p>令和六年度の予算は918万円。</p> <p>令和五年度は992万円で、約74万円削減。</p>	

紙質変更や発行物縮小、インク変更が要因。

視察費

呉市から東京都内 3 泊 4 日を基準に、一人当たり 10 万 8 千円。

委員 6 人分で 64 万 8 千円計上。

リニューアルと変更点

リニューアルの背景

令和三年度から検討開始、令和四年 8 月号から実施。

専門家の助言を受け、デザインや内容を刷新。

主な変更点

写真を多用し、特集記事を関東で扱う。

表紙は特集に関連したインパクトのある写真。

若者向けに余白を設け、横書きに。

ユニバーサルデザインフォントを使用。

ページ数を 12 ページから 16 ページに増加。

現在の紙面構成

表紙

通常、特集記事に関連した写真を使用。

事務局が草案を作成し、広報委員会で決定。

特集記事

議決後に実施した事業や施設の整備状況を掲載。

年 4 回分のテーマを広報委員会で決定。

特集記事の取材と掲載

取材担当と記事構成

各会の取材担当委員 2 名を決定。

特集記事のボリュームは 2～4 ページ。

写真は事務局職員が撮影。必要に応じて執行部や委員から提供を受ける。

取材後のプロセス

担当委員が取材の感想を執筆。

各号に議案審議の内容を掲載。市民生活に関わる議案や市政の大きな動きを選定。

議案審議と一般質問の掲載

議案審議の選定

各会派で 3 項目を選定し、広報委員会で協議。

偏りのないように注意。

一般質問の掲載基準

代表質問は A4 の 1/2 ページを使用。QR コードで録画映像にリンク。

個人質問は均等にスペースを割り当て。QR コードを使用し、録画映像への誘導。

新基準の運用

紙面の配分

全 16 ページ中、一般質問に 5 ページを割り当て。

代表質問は最大 2.5 ページ、残りを個人質問に均等配分。

#### 掲載枠の調整

質問者数に応じて掲載枠を調整。公平な紙面活用を目指す。

#### 議会トピックスと市民への情報提供

##### 議会トピックス

議会の人事や事業、議案を紹介。

ページ調整のため、掲載ボリュームは毎回異なる。

##### 市民への情報提供

議会の仕組みや定例会の流れを解説するページを作成。

裏表紙には「チーム議会プラス」として小学生の夢や議会日程を紹介。

#### 質疑応答

##### 質問内容の選定

一般質問は代表質問 1～2 問、個人質問 1 問に絞る。

議員自らが伝えたい質問を選定し、文字数を制限。

##### 議案審議の選定

各会派で市民に伝えたい議案を 3 つ選定し、広報委員会で協議。

##### 広報委員会の選定プロセス

##### 三項目の選定方法

次回の広報委員会で、数の多い順から三項目を選定。

四つの常任委員会から一つずつ抽出する形で偏りを防ぐ。

市民が関心を持つ議案を抽出するため、地域活動や議会報告会での話題を考慮。

##### 広報と広聴の役割分担

##### 広報委員会の役割

主に広報誌の作成を担当。

広聴の部分は政策研究会が担当し、地域での議会報告会や条例の制定、意見書の作成審査を行う。

##### 組織の背景

広報委員会は後から設立された組織で、広報と広聴を分担。

他の議会と同様に、広報広聴委員会が誕生していた可能性もあるが、現状では二つの組織が分担。

##### 広報誌の表紙作成プロセス

##### 表紙の選定

表紙の写真は巻頭特集に関連するものを使用。

特集を担当する委員が取材を行い、事務局がキャッチコピーを提案。

最終決定は広報委員会で行う。

##### 表紙の選定資料

事務局が三つの候補を提案し、委員が一つを選定。

##### 常任委員会の審議掲載について

#### 審議内容の掲載方針

議案審議三項目に常任委員会での審査過程を含む。

市民にとっては、どの組織が行ったかよりも、呉市議会としての決定が重要。

常任委員会や本会議の区別は市民にはわかりにくいですが、議案の可決・否決が伝われば良いと考えている。

#### アプリの利用状況

「カタログポケット」は、議会事務局ではなく、移植法課が契約し、年 12 回の指定代理の発行に合わせて配信されている。

議会はこのうち 4 回分を利用している。

年間約 50 万円の予算が移植法課で執行されている。

#### ユーザーの反響とデータ

正確な登録者数やユーザー数は把握されていない。

毎号ごとに約 50 から 100 件のダウンロードがある。

若い世代に向けて電子媒体を活用している。

#### 予算の詳細

秘書課での費用は、議会だよりと市の広報誌を合わせて 50 万円。

年間 16 回の契約で、議会のために新たに予算を取る形ではない。

#### 質問と文章の集約

##### 個人質問と代表質問の文章

個人質問は 500 文字程度で書かれており、答弁も含めている。

代表質問は分かりにくい部分があるが、個人の原稿で書かれている。

##### 文章の集約と合意形成

個人質問が集約されてわかりやすくなっている。

会派間での合意形成が行われ、文章が集約される形になった。

#### 原稿作成と確認プロセス

##### 原稿作成の基本方針

個人質問や代表質問の原稿は、会議録から抽出した内容に基づくことが原則。

自分が当日話した内容や相手方からの答弁に基づき、個人の感想を加えない。

##### 原稿の文字数と内容の抽出

代表質問の大項目から 500 文字を抽出する際、必要に応じて関連する他の項目も含める。

原稿は事務局が会議録から正確に抜き出し、確認を行う。

抜き出しが不十分な場合は担当議員に戻す。

#### 執行部との確認

制度や補助金、補助率の誤りを防ぐため、執行部とも確認を行う。

#### 各会派での合意形成

広報委員会で協議し、会派に持ち帰り意見を集める。

大きな修正がある場合は再度会議に持ち帰り合意形成を行う。

質問項目の文字数に関する意見は特に出していない。

## 広報誌の紙質変更と経費削減

### 紙質変更の背景

自治会加入世帯の減少に伴い発行部数を減らすことを検討。

自治会からの要望により、紙質を軽くすることを提案。

### 経費削減の取り組み

発行部数の削減と紙質変更を進める。

一度削減された予算の復活は難しいため、他の方法で市財政に貢献する必要がある。

### ベジタブルオイルインクの採用

ソイインクの代わりにベジタブルオイルインクを採用。

印刷会社からの提案に基づき、在庫確保が可能なベジタブルオイルインクを選択。

### 意見と合意

#### 各会派の理解と協力

各会派は文字数制限に理解を示し、伝えたい内容を効果的に伝える努力を行っている。

質問項目の選定は各会派で相談し決定。

### 経費削減に関する意見

経費削減の意識がどこから出てきたのかについての疑問。

ベジタブルオイルインクへの変更理由についての説明。

### 広報委員会の活動と予算

#### 写真撮影の重要性とカメラの購入

広報委員会は特集取材において質の高い写真を撮影する必要があると強調。

現在使用しているカメラでは不具合が発生しやすく、良い写真が撮りにくい状況。

プロ仕様の一流カメラの購入を希望し、予算がマイナス方向に向かっていることを報告。

マイナス予算には、委員会が実現したいことも含まれている。

### 香川大学への視察

広報委員会は2年に1回視察を行うことができ、昨年度は実施しなかったため今年度は実施予定。

若者に情報が届いていない課題を解決するための学びの場として香川大学を選定。

香川大学での視察では、若者がフリーペーパーを作成し、まちづくりに参加している様子を確認。

JAの倉庫を活用した店舗やワークショップの実施が印象的で、若者の視点や余白の使い方が新鮮だった。

大学生世代との交流機会が少ない中で、貴重な意見を得られたことを評価。

### フリーペーパーの作成と活用

北浜ラボのフリーペーパー

香川大学の学生が自分たちの街のためにフリーペーパーを作成。

作成方法が非常に参考になると評価。

2月に講演会での活用を検討中。

地域情報誌「くれえばん」の活用

呉市内で最も読まれている地域情報誌「くれえばん」を活用し、議会の特集ページを組むことが決定。

香川大学の学生たちの協力が大きく寄与。

特集は0円で実施され、次回以降は費用が発生する可能性あり。

若い世代にも広く読まれているため、議会の情報発信に最適と判断。

今後の議会の新しい成果として期待される。

アンケート調査と改善策

議会報告会で高校生を対象にアンケートを実施。

高校生からの辛口な意見を受け、広報委員会で協議し改善に取り組む予定。

市民へのアンケートは未実施だが、議員からは「読みやすくなった」との意見あり。

広報誌の制作過程と事務局の役割

広報誌の表紙は事務局がエクセルやワードを活用して作成。

印刷会社は新たなデザイン提案を行わず、事務局のデータをそのまま使用。

広報委員会に関わる職員は1名。

職員は独学でデザインスキルを向上させている。

事務局のスキルと忍耐力

事務局のスキルと忍耐力が高く評価されている。

委員会での意見を反映しつつ、柔軟に対応。

表紙の写真撮影においても、委員会の意見を取り入れる努力が求められる。

今後の広報誌の展望

呉市議会の広報誌は常に改良を加え、次回の中核市議協会の会堂に出す広報誌も選考が終わり提出済み。

次年度の発表は5月、6月を予定しており、ホームページでの注目を呼びかけ。

制作過程の詳細

表紙の制作は事務局が主導し、委員会での承認を得て進行。

職員はイラストや配色の勉強を独学で行い、スキルを向上。

委員会での意見と事務局の対応

委員会での意見を反映しつつ、事務局は柔軟に対応。

表紙の写真に関する意見交換が活発に行われている。



## 1 研修日程

令和7年1月28日（火）

## 2 研修先

王寺町役場

## 3 研修目的

議会広報について

## 4 研修所感

リニューアルの動機

- ・ 既存の議会だよりは内容が散漫で、住民の反応が薄い現状から、住民にとって「手に取りたくなる」広報誌へと刷新する必要があった
- ・ 印刷方式の見直し（業者委託から自作へ、印刷色数の拡大）、デザインの一新（表紙、レイアウト、文字量の削減）などを行い、認知度と住民の満足度の向上を目指す

リニューアルの基本コンセプト

- ・ 「地域が舞台、人が主役」
- ・ 地域に暮らす全世代、とくに 20～40 代の女性をターゲットに設定し、住民参加型の広報誌を構築
- ・ 議会と住民の双方向コミュニケーションツールとして、簡潔で読みやすく、興味関心を喚起するデザインに刷新

工夫された具体的な施策

- ・ 手作り感を大事にしながら、フルカラー印刷への移行を実現
- ・ 人物（地域活動を行う住民や職員）の紹介を前面に押し出し、紙面展開の改善
- ・ 広報アンケートを常設し、住民の意見を反映させた内容に
- ・ 議会だよりのリニューアルによって、住民の読了率が約 90%に達し、政策に対する満足度がダントツで向上

編集方針とデザイン戦略

デザインの基本原則

- ・ ページ、見出し、写真、文字量の整列・整理整頓の徹底
- ・ 情報の優先順位をつけ、読みやすさを高めるための「整列の法則」「近接の法則」「反復の法則」を適用
- ・ 部分ごとに不要な情報を削減し、住民が一目で必要な情報をキャッチできるように工夫

レイアウトの具体的工夫

- ・ 住民が情報を判断する 0.3 秒という短い時間を意識し、シンプルで印象的な見出しとデザインに
- ・ 文字数を減らし、写真や図表で情報を補完することで、視線を滑らかに誘導
- ・ ページをパラパラとめくりながらも、キープポイントで止まってもらえるレイアウトを目指す

ユニバーサルデザイン（UD）とフォントの選定

- ・ 誰にでも読みやすいフォント（UD フォント）の採用で、文字の形状やレイアウト、行間などを最適化
- ・ ディスレクシアなど学習障害を持つ人や、高齢者にも配慮した設計（例：数字の見分けやすさ、行間・文字サイズの調節）
- ・ 業者に対しても UD フォントを採用するよう指示し、「ビジネス UD」や「UD ゴシック」などの具体例を提示

#### 色彩計画とアクセント

##### 色の使い方の基本

- ・ 基本はアクセントカラー、ベースカラー、メインカラーの三色構成に統一
- ・ フルカラーと印刷時の色の使い過ぎが紙面に与える影響（混乱や喧嘩状態）を回避するため、色数を制限
- ・ 濃淡の使い分けで、見出しや重要部分の強調効果を狙う

##### 実際の事例と工夫点

- ・ 公務員が作成する資料でよく見られる原色や混在色の弊害を説明
- ・ 自ら作成したリニューアル事例を通じ、シアンやブラックの濃淡で情報の読み取りを容易にした工夫を解説

#### 議会広報の成果と住民の反応

##### 数値と成果

- ・ 住民アンケートの結果、広報誌の読了率が約 90%に達し、町の政策満足度で広報の充実がトップ評価となった
- ・ 市の公式ライン登録者が 1 万人超え（人口約 2.4 万人の中での大きな数値）となり、クロスメディアとの連携で視聴数およびオンライン視聴が大幅増加

##### 対外的評価と今後の展望

- ・ 全国の行政広告コンクールや議会広報の部門で、ダブル受賞等の対外的な評価を獲得
- ・ 住民と議会との双方向コミュニケーションツールとして、今後も改善・進化を続ける方針が確認された

#### 広報誌の具体的コンテンツと章立て

##### 各ページの要素

- ・ 議会の基本情報、住民の声、審議結果、特集記事など、各ページで読者を導くための編集方針を詳細に説明
- ・ イラストの統一性や著作権管理（例：イラスト AC の活用）についても触れ、全体のビジュアル調和を重視

##### 編集本部としての内部ルール

- ・ 町民の参加、自らの体験に基づくコメント掲載、分かりやすい用語への翻訳など、文章の簡潔化と透明性を意識した編集方針を設定
- ・ 審議結果や行政文書をそのまま掲載するのではなく、住民に伝わる「翻訳」を行うことを強調

#### デザインの法則と行動心理学の活用

## 行動心理学の応用

- ・ 住民が瞬時に情報を選ぶ 0.3 秒の判断を意識し、見せ方（コントラスト、見出し、レイアウト）の工夫を紹介
- ・ ナッジ理論を例に、選択肢（例：ランチメニューの中間価格の効果）を実際の広報誌のデザインに応用する手法を説明

## デザイン法則のまとめ

- ・ 整列の法則：無意識の整理整頓で情報の連続性を保つ
- ・ 近接の法則と反復の法則：関連する情報を近くに配置し、統一感を持たせる
- ・ 適正な行間、文字サイズ、レイアウトの調整がシンプルで読みやすい紙面を生み出す
- ・ また、各法則の具体例として、名刺デザインの比較を用い、何が「整っているか」を視覚的に説明

## 1. 情報の構成と配置の原則

### 近接の法則

関連情報（長所、所属、肩書き、名前、郵便番号、住所、電話番号、FAX、キャッチコピー、メールアドレスなど）は近くに配置する。

委員会情報など、同一グループの内容は一箇所にまとまるべき。

### 反復の法則

同じコンテンツ構成（見出し、写真、本文など）のリズムを揃え、ページごとに統一感を持たせる。

特集ページだけ例外的にレイアウトの変更が認められる場合もあるが、全体として同一パターンを維持することで安心感を提供する。

### 視線誘導の理論

住民は国語の教科書の右開き（縦組み）のレイアウトに慣れている。

横組み（ゼット型）の場合は、住民の視線の移動に注意し、急なレイアウト変更は避ける。

ページ全体で統一した「L 型」で読み進めさせる工夫や、アイキャッチで視線を最初に導くなどの手法も重要。

## 2. 街の空気を捉える事例

### 議員や住民への取材活動

王寺町リニューアル以降、議員が積極的に現場に赴き、街の実情を取材。

子どもに関する特集号を作成。

議会後すぐに編集委員会を開催し、特集内容（子ども家庭センターの取材、地域環境の改善、子どもたちやその周囲で頑張る大人の紹介など）を検討。

### 取材例と成果

#### 子ども家庭センター

3 月議会で可決、4 月にオープン。

行政広報誌では取り上げられていなかったが、議会報告で実際に取材。

職員インタビューを通して子どもを取り巻く環境改善について具体的な声を掲

載。

地域協力への取り組み

議会で検討される地域協力策、住民の意見を取り入れる仕組みの構築（意見交換会、市民モニター事業など）を開始。

### 3. 住民とのコミュニケーションと広報戦略

議会・市政の施策を住民に伝えるための広報の重要性

住民が自分の街の情報を知ることによってシビックプライドが向上し、行政・議会との関係が良好になる。

広報はパブリックリレーションズとして、関係性の構築と維持のため重要なツール。

住民アンケートの事例

リニューアル号に対する住民の評価（60代：表紙のデザイン、内容の読みやすさ；30代：一冊の本のような洗練された内容、今後の号への期待；40代：大切な情報の掲載への感謝）。

口コミやアンケートで多数の肯定的な意見が集まり、住民からの評価が高い。

市民モニター制度の導入

広報モニターの募集：公募により30歳～76歳までの男女から選出し、年2～4回集まって意見交換。

ターゲットとして20～40代の女性にも十分な参加を促す。

報酬や参加条件を明示しつつ、実務としてモニターからのフィードバックを議会広報誌に反映。

### 4. リニューアル企画とデザインへの提案

企画段階

コンセプトとターゲットを最初に明確に設定する。

議会・事務局双方がユニバーサルデザイン思考を習得し、専門業者と連携することによって、読みやすく、伝わるデザインに仕上げる。

外部の専門家の意見を取り入れる仕組みが推奨される。

デザインの細部に関する注意点

広報誌の表紙：

アイレベル（視線の高さ）の調整、正面からの撮影や表情の伝わる写真の採用。ベースカラーとアクセントカラーの統一、見出し色のメリハリ。

ページの整列と余白の取り方

情報の混在を避け、情報がずれないように統一することで、住民にストレスを感じさせない工夫。

QRコードの活用や文字数の調整も、読みやすさに直結するため注意が必要。

### 5. 一般質問および議会広報誌の運用

一般質問の原稿作成

各議員個人が作成し、締め切りを守る。

文章は600字程度に収め、必要に応じてQRコードで詳細説明をリンクするなど

工夫。

強調部分は青文字などで表現し、要点を明確にする。

内容が過激すぎる場合や、法律上問題がありそうな場合は事前に修正する必要がある。

ガイドブックの役割

「市民と議会をつなぐガイドブック」として、住民が議会の活動や質問の内容を理解できるようにする。

議員や事務局が連携し、外部の専門家の知見も取り入れた内容に改善していく。

## 6. 内部の意見交換と質疑応答の内容

内部での意見交換

リニューアル制作において、議員や事務局、印刷業者が各自の観点から意見を述べ、実際にどうレイアウトや構成を改善するか議論。

外部の評価（マニフェスト研究所等）もあり、これを励みに取り組みを進めている状況。

質疑応答の概要

表紙と裏表紙のカラーデザインは経費問題や従来の流れを踏襲しつつ、改善が試みられている。

議員間での反対意見がなく、スムーズにリニューアルが進められた背景が説明される。

市民モニターの選定方法や報酬、意見交換会の実施方法について具体的な事例が共有される。

議員それぞれの質問原稿の個性や、編集側の調整内容についても言及。

表紙や各ページのデザイン、統一感、情報の読みやすさに対して、改善点や成功例が具体的に指摘される。

リニューアル実施時の留意点

最初にコンセプトとターゲットを決める。

議員と事務局がともにユニバーサルデザイン思考を身につけ、外部専門家からアドバイスをもらう体制の構築。

住民の意見を積極的に取り入れる仕組み（市民モニター、ウェブアンケート、意見交換会など）を導入し、内容の方向性を調整する。

各自が企画に専念できるよう、デザイン部分は専門業者や外部の協力を得る方向で進める。

継続的な改善と連携

議員、事務局、専門家が連携して、広報誌の質を高める。

外部評価を受けつつ、住民とのコミュニケーションを深化させ、シビックプライドの向上を目指す。

リニューアルの成功事例を他の自治体にも波及させる取り組みが期待される。

印刷以外手作りで予算確保。

手に取りたくなる雑誌感。

市民に1年間広報誌モニターになってもらって、色々な指摘をもらったのが良い広報誌を作れた大きい要素。

イラストの著作権が気になるなら、イラストACからダウンロードが良い。

議会広報委員会 行政視察研修所感

	委員名	岩田 秀樹
1 研修日程	令和7年1月27日（月）	
2 研修先	呉市役所	
3 研修目的	議会広報について	
4 研修所感	<p>●呉市の歴史（明治35年）55番目の市となる  昭和18年 人口40万人（労働者 学者等） すり鉢状の地域の中にある  人口が15万人減る（戦後）解体が進む  平成15年 1市8町（6島）25万人 「日本のエーゲ海」  大和ミュージアム来月半ばより1年半リニューアル</p> <p>●広報誌「TEAM GIKAI」として発行している。令和4年度紙面リニューアル  1回6万部発行、議会が何をしているのかわかりやすくなった。紙面表紙デザイン選定。  特集のテーマ選定は、議決後委員が各会派で協議し、広報委員会で提案する。  一般質問の代表質問・個人質問については、議員名、顔写真又はイラスト、文字数220字で三豊市と大きく違う  その代わり「議会トピック」というページをつくって広報を広げている。</p> <p>●三豊市は、QRコードで映像にリンクできるし、議事録にもリンクできるようになっている。会派の代表による質問・一般質問の扱いをもう少し狭くしてもよいのではと思う。  SNSでリンクできるようになっているので、全体として文字で表示する部分を減らすほうが良いのではないかと感じた。</p>	
1 研修日程	令和7年1月28日（火）	
2 研修先	王寺町役場	
3 研修目的	議会広報について	
4 研修所感	●おうじ議会だよりリニューアルの道	

- ・リニューアルの経緯 プル型・公式サイト、 プッシュ型・・・広報誌・SNS
- ・自分に必要な情報か判断する時間・・・0.3秒
- ・行動心理で目的に誘導する・・・「ナッジ理論（Nudge）」
- ・紙面の要素を洗い出す・・・町民参加・・・

議会と町民それぞれの視点を掲載・声を「見える化」する・WEB アンケートで意見を常に聞く

脱報告書・・・審議結果を均等に掲載しない・・・優先順位・メリハリ・・・行政用語言い換えや解説

・読みやすいレイアウト・・・キャッチーな表紙、身近に感じる企画、整理された情報、近所の人に乗っている親近感、ユニバーサルデザインへ

・文字を少なく写真を多く、情報量が多いものは公式サイトへ、見出しは大きく簡潔に、文章はスリム化を図る

簡潔で柔らかい表現にして文体を統一

・紙面の要素・・・文字・素材・余白のバランスを整える→図版率を50%に、住民生活にかかわる記事を大きく、

中学生でもわかる内容、解説を付ける、

・文字だけにならないようあしらいを整える、表は濃淡でメリハリをつけ視認性をアップ、見出しのジャンプ率で視線誘導

・フォントは小さくしたがUDフォントに切り替え・・・ユニバーサルデザインフォント、文字のかたちが分かりやすい、文章が読みやすい、読み間違いにくい。

用途で使い分ける基本フォント 明朝体などは本文に用いる。ゴシック体などは見出しや見せる文章に適している余白と行間を整える、アイキャッチと見出しで文脈・文章を分ける、視線がすべらず読みやすさがアップ

・ユニバーサルデザインのススメ、視認性→見やすい、可読性→読みやすい、判読性→理解しやすい

・視認性を高めるためには、・・・行間が狭いと読みにくい。一行が長すぎると読みづらい。30字を越えたらレイアウト調整。難しい硬い言葉を翻訳する、

・UDフォント本文10pt, キャプション7.8pt, 一般フォント本文13pt, キャプション11pt

・くせがある 丸ゴシック、ポップ体、ビジネスには不向きで、読ませるフォントでない

・いくつの色を使うか3色

・広報おおじ「モテ広報紙」手に取りたくなる表紙、レイアウトの見直し、「信頼される広報紙」わかりやすい文章、必要な情報がここにある、アイキャッチなどを駆使し、信頼する広報紙に

「共感される広報紙」地域で頑張る人を取り上げる特集企画、

・デザインとは・・・情報の優劣をつけること

整列の法則、近接の法則、反復の法則

王子町議会の用いている、専門的な技術などを活用して、レイアウトから始まり、



色彩濃淡の取り方などこれまで進めてきた広報紙のやり方を進めていく取り組みが必要と感じた。

また紙質や経費節減に向けてのインクの利用方法について、若者に議会広報紙が届いていないことから、若者向けやフリーペーパーなど検討課題があると感じた。

議会広報委員会 行政視察研修所感

	委員名	水本 真奈美
1	研修日程	令和7年1月27日（月）
2	研修先	呉市役所
3	研修目的	議会広報について
4	研修所感	<p>呉市議会広報</p> <p>◎概要</p> <p>創刊：平成29年5月号</p> <p>年間発行回数：5月、8月、11月、2月（4回・各月10日発行）</p> <p>発行部数：各回87,000部、年間348,000部（自治会入会者に届ける）</p> <p>規格：A4、冊子型、綴じなし製本、4色カラー印刷</p> <p>文字の大きさ：基本11.5ポイント～13ポイント</p> <p>インク：令和6年5月号発行よりベジタブルオイルインキに変更</p> <p>紙質：アルファマットコート紙35kg（紙質を変更したことで117万円減）</p> <p>◎編集体制 委員：6名（各会派及び諸派から選出された議員で構成）</p> <p>◎発行日のスケジュール</p> <p>①発行日の15週前に特集の取材（委員2名・事務局職員）</p> <p>②発行日の9週間前に第1回広報委員会の開催（定例会告示日）</p> <p>表紙案・全体構成・スケジュールを協議、確認</p> <p>③発行日の7日前に第2回の広報委員会開催（定例会最終日）</p> <p>協議事項の修正、議案審議3件の選定</p> <p>一般質問原稿作成依頼</p> <p>④印刷会社に入稿：一般質問、議案審議…事務局が入稿、原稿起こし</p> <p>⑤発行日の2週間前に第3回広報委員会開催…すべての原稿を委員が確認作業</p> <p>⑥発行日の1週間前に校了</p> <p>最終原稿を委員のタブレットに配信、最終チェックは委員長一任</p> <p>◎配布</p> <p>配布先：自治会加入世帯83000部・海上自衛隊呉地方総監部・特集取材先</p> <p>配架：本庁舎・市民センター・図書館</p> <p>配信：呉市議会ホームページ</p> <p>アプリ「カタログポケット」…読み上げ機能付き</p> <p>◎広報委員秋の予算</p>

#### 令和6年度予算

- ・印刷製本費 918 万円
- ・視察費 64 万 8 千円（2 年間で 1 回）
- ・広報委員 6 人×10 万 8 千円（3 泊 4 日）

#### ◎令和4年度のリニューアル

- ・経緯：議員の機運の高まり  
「もっと市民に見てもらえる議会だよりにしたい」
- ・検討：令和3年度の広報委員会でリニューアルに向けた検討開始
- ・研修 令和3年10月11日WEB研修会

講師：PRDESIGN JAPAN株式会社

代表取締役 佐久間智之氏

費用：148,500 円

研修会 45000 円×2 時間

議会広報のデザイン、アドバイス一式 45000 円

#### ・講師からの助言

- ①表紙は脳裏に焼き付く写真、まずは手に取って開いてもらうことが必要
- ②すべての人に配慮したデザイン ユニバーサルデザインフォントを使用する。
- ③若者をターゲットにするならローマ字を
- ④行間に余白を
- ⑤議会が伝えたいことではなく相手が知りたい情報をわかりやすく
- ⑥伝えたい＝知りたいことではない

#### ◎令和4年度のリニューアルの内容

- ①写真を多用した特集記事を巻頭で扱う
- ②表紙は特集に関連したインパクトのある写真に
- ③若者にも手にしていただくため、余白を設け、主に横書きにとし、写真やイラストを多用する。見た目の強化を図る。
- ④タイトルロゴを作成し、各号ごとに紙面全体のイメージカラーを定め、統一感を持たせる。
- ⑤ユニバーサルデザインフォントを活用し、読みやすい書体に変更
- ⑥4 ページから 12 ページ、16 ページに変更

以上、呉市議会だよりは令和4年度より一新し、「伝えるのではなく、伝わる広報誌に」と創意工夫がなされて、大変参考となる研修内容でした。広報を発行するうえで、議会にとって市民に伝えたいこと、伝えなければならないことは多くある。魅力ある「議会便り」にしていく必要がる。

## 1 研修日程

令和7年1月28日（火）

## 2 研修先

王寺町役場

## 3 研修目的

議会広報について

## 4 研修所感

村田大地氏：王寺町議会事務局 係長・広報アドバイザー中心となって

2023年議会事務局に移動となり、議会広報の改善に取り組む。

2023年8月、広報誌をリニューアル、

2024年10月5日第19回マニフェスト大賞（議会改革部門）

「おうじ議会だより」をはじめとする議会改革の取り組みでエントリーされ、優秀賞を受賞

### 1. 議会広報紙リニューアルの取り組み

- ・コンセプト…「あなたと議会をつなぐガイドブック」

- ・編成方針

- ①町民が登場する紙面へ

- ②脱報告書：報告にとどまらない。優先順位をつけメリハリをつけて掲載

- ③読みやすいレイアウト…ユニバーサルデザインの構成へ

- ④文字を少なく、写真を多く…読み手を第一に考え、記事は簡潔で、  
やわらかい表現に。

- ・各ページのポイント

《表紙》町民を登場させ、心理的ハードルを低くすることを心掛け、  
議会を身近に感じるデザインに。

《見開き》住民の紙面の感想を掲載し、リニューアルの方向性を丁寧かつ直球  
に示す。行政や議会からの発信ではなく、住民の声として掲載することでより  
重いが伝わる。

《審議結果》すべてを掲載するため文字ばかりになっていたのをやめて、住民生  
活に関わるものをメリハリつけて掲載。中学生でも理解できる内容・解説を付  
ける、文字だけにならないように写真を配置したり、票は濃淡をつけ視認性を  
上げる。

《一般質問》たての流し込みから横書きに変更。文字数は変更なしだが、フォ  
ントサイズを小さくした。アイキャッチと見出しでそれぞれの文脈を分けること  
によりどこを読んでいるのか迷わない効果がある。

《裏面》ウェブアンケートと共に傍聴案内を掲載。関心を持ってもらう。

### 2. リニューアル後の反響

- ・情報が見つけやすくなり、目にも優しく何度も開いて読みたくなる紙面。

- ・親しみやすくなった。町民に寄り添った取り組みが素晴らしい。

- ・特集で議会の流れが知れてよかった。
- ・難しく、見慣れない単語が多く、文字がぎっしりと新聞みたいで読みにくかった。「ぐっと読みやすくなった」の一言に尽きる。
- ・議員が何をしているのか、興味がなかったが、今後の動きが知りたくなった。

住民は議会や行政に関心がないとよく耳にしますが、住民の立場になって、また住民に沿った発信を行うことで認知され、行動変化につながるものと考えます。難解な専門用語、長々とした文章を紙面一杯に掲載する今までの取り組みも一部あったことを猛省するとともに、住民アンケートや写真を多く掲載、住民が主役となる紙面、住民の関心ある記事内容をユニバーサルデザイン化して掲載など、大変参考になる研修でした。

## 議会広報委員会 行政視察研修所感

	委員名	石井 勢三
1	研修日程 令和7年1月27日（月）	
2	研修先 呉市役所	
3	研修目的 議会広報について	
4	<p>研修所感</p> <p>呉市広報委員会は、各派及び諸派から選出された6人の議員で構成。「もっと市民に見てもらえる議会だよりにしたい」「伝えるのではなく、伝わる広報誌を目指す」と、令和3年度の広報委員会でリニューアルに向けた検討を開始。令和4年度にリニューアル、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 写真を多用した、特集記事を巻頭で扱う</li> <li>② 表紙は特集に関連したインパクトのある写真</li> <li>③ 若者にも手にしていただくため、余白を設け、主に横書きとし、写真やイラストを多用する。見た目の強化を図る。</li> <li>④ タイトルロゴを作成し、各号毎に紙面全体のイメージカラーを定め、統一感を持たせる。</li> <li>⑤ ユニバーサルデザインフォントを使用し、読みやすい書体に変更</li> <li>⑥ 4ページから12ページから16ページに変更</li> </ul> <p>●特集 特集のテーマは、議決後に実施した事業、施設等の整備状況や成果を追跡取材する。特集のテーマは、委員が各会派で協議し、広報委員会で提案し、年4回分を選考する。取材は広報委員2名と事務局。委員は取材の感想を執筆。</p> <p>●議案審議 直近の定例会の議案の中から活発な議論になったものを選定</p> <p>●代表質問 1/2ページ枠を使用、QRコード（映像にリンク）、写真またはイラスト、文字数は、1問掲載は520文字、2問掲載500文字</p> <p>●一般質問 1/4ページ枠を使用、写真またはイラスト、文字数220文字</p> <p>●議会トピックス 紙面にゆとりがある場合、市民に議会の関心をもっていただくため、議会のしくみや定例会の流れなど紹介している。</p> <p>呉議会だよりは、中核市議長会議会報コンクールにおいて、平成30年2月発行（4号）と令和4年8月号（22号）は最優秀賞、令和5年11月号（27号）は優秀賞を受賞している。</p> <p>呉議会だよりを拝見して、特に印象深い事は、文字の大きさ、空間、写真とイラストを数多く使用して、手に取りやすく読み疲れないこと。非常に考え検討した結果だと感じた。“カタログポケット”を欄外取り入れ、スマホで読めるデジタルブ</p>	

ックを配信している。細かいところに、気づかいをされていると感じた。今後の紙面づくりに大いに参考になった。

#### 1 研修日程

令和7年1月28日（火）

#### 2 研修先

王寺町役場

#### 3 研修目的

議会広報について

#### 4 研修所感

おうじ議会だよりは、第146号（2023年8月18日発刊）からリニューアルし、題字のすぐ下に、コンセプトである「あなたと議会をつなぐガイドブック」と記載した。ターゲットである若年層や現役世代が手にとりやすくなるよう、住民をメインに据え、雑誌風のカジュアルなデザインに。表紙と巻頭特集に登場する町民代表の若者3人には事前に議会だよりを読んでもらい、その感想を掲載。行政や議会からの発信ではなく、住民の声として掲載することでより伝搬されることをねらっている。

議会だよりコンセプトと編集方針

##### ① 町民の参加

- ・住民や事業者、町にかかわるすべての人たちが紙面に登場。重要な案件では、議会と町民それぞれの視点を掲載し、声を「見える化」する。
- ・WEBアンケートで議会だよりの感想を伺い、企画や構成の情報を取得する。

##### ② 報告書ではなく、議会に関心をもってもらうためのツール

- ・すべての審議結果を均等に掲載するのではなく、町民の関心が高いと思われる議案等の審議経過がわかるよう優先順位・メリハリをつけて掲載する
- ・議員の人柄がわかるよう、12人全員のコメントを掲載する。
- ・難しいことをやさしく、やさしいことを深く、深いことをおもしろく伝える。そのために行政用語や議会用語は言い換えるか、解説をつける。

##### ③ 読みやすいレイアウト

- ・キャッチーな表紙、議会を身近に感じてもらう巻頭企画、整理された情報、近所の人が載っている親近感で表紙を構成。
- ・余白を生み出し、誰もが読みやすいユニバーサルデザインのレイアウトを心掛ける。

##### ④ 文字数を少なく写真を多く

- ・文字量が多ければ多いほど、読み手はストレスを感じてしまい読まない。
- ・情報量が多い案件等はQRコードを活用し、町公式サイトへ誘導する。見出

しは大きく、簡潔に。文章は極力、スリム化を図る。

- ・読み手を第一に考え、記載は簡潔でやさしい表現にし、文体を統一する。

研修を受けての第一印象は、編集の基礎講習会を受けに行ったような感覚にとらわれた。いかに市民と身近になるか、手に取ってもらえるか、ナッジ理論やユニバーサルデザインを取り入れ、フォント・文字数・カラー・空間等に注意を払った議会だよりとなっている。視認性を高めるためには、行間にも心づかいがなされている。

わが三豊の議会だよりも、一度一新してイメージの改新を図るべきと感じた。市民と議会をつなぐツールとして非常に重要な施策であると感じた。



議会広報委員会 行政視察研修所感

	委員名	湯口 新
1	研修日程 令和7年1月27日（月）	
2	研修先 呉市役所	
3	研修目的 議会広報について	
4	<p>研修所感</p> <p>呉市は現在二万戸の空き家があり、今はコンパクトシティになっていっているとのこと。人口は20万5000人。平成15年から17年で1市8町（内6は島）が合併。呉市としては昨年から転換期で市長の目標は観光収入800億円。広報誌は31号で9年前に始めた。当時の議長が「呉だけが広報誌がない」といって見よう見まねで始めた。一回6万発行。市民の声は「議会が何をしているのかわかりやすくなった」。賞をとるとコンサルが入っている、と言われるが入っていない。チーム議会として作成しており、紙の質を変えたり今はネットにも力を入れている、ということであった。</p> <p>以下印象に残った説明や、やりとり。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ベジタブルオイルインキに変更している。</li> <li>・紙質を薄くして年間117万円の経費削減。紙の重量を軽くすることを意識している。</li> <li>・特集は委員2名がインタビューや撮影をして事務局が作成。</li> <li>・カタログポケットには読み上げ機能も。</li> <li>・インク変更で経費は上がったが紙質変更などで経費削減に成功。</li> <li>・リニューアル時には専門家に助言を求めた。→表紙は脳裏に焼き付く写真。まずは手に取ってもらうことが必要。全ての人に読みやすいユニバーサルデザインフォントを。相手が知りたい情報をわかりやすく。</li> <li>・1年間の特集のテーマは前年12月に決定する。取材担当も決定する。</li> <li>・質問の項目数は減らしているのか？→代表は1か2、個人は1問にしている。見やすさのため。</li> <li>・掲載議案の選定は？→委員が会派に持ち帰り、会派で3つの議案を選定。それを持ち寄る。委員会が偏らないように調節している。</li> <li>・アプリのカタログポケット。反響は。→事務局が予算執行しているものではなく市政だよりの秘書広報課が予算立てしているものを使わせてもらっている。費用としては50万円程度。ユーザーはユーチューブなどの利用者。システム上ユーザー数は把握できていない。毎号50～100件のダウンロードがある。若い世代向け。</li> </ul>	

・紙質の変更は発行部数を減らそうという議論の中で部数の圧縮と紙質を落とすということになった。紙質を落とすのは良くないと思っていたが自治会としては軽くしてほしいという意見があったこともあり取り組んだ。予算の確保は必要であり、ベジタブルインクに。さらにいい写真を撮るためにカメラも購入した。

・香川大学に視察に行ったという事だが、視察内容は→若者に届いていないという課題を学ぶために香川大学を選んだ。事務局が探したがフリーペーパーを作っていたため若者の意見を聞けた。若者がまちづくりに参加しており北浜ラボでワークショップもしていた。余白の使い方がうまかった。街のためのフリーペーパーを作っており参考になった。地元の地域情報誌を活用できないかということで呉市民が良く見ている媒体『呉ばん』に特集を組んでもらう。

・リニューアル前後での変化は？アンケートなどは？→後追いはしていない。話は出ている。高校生に対してアンケートはとった。辛口意見もあり広報委員会で取り組んでいきたい。委員への読みやすいという意見はいただいた。

## 1 研修日程

令和7年1月28日（火）

## 2 研修先

王寺町役場

## 3 研修目的

議会広報について

## 4 研修所感

・事務局スタッフがかなりのやり手であり説明もうまく非常にわかりやすかったし勉強になった。スタッフが良すぎるとどうしてもそこに頼りたくなるが、王寺町は議会とスタッフがうまくかみ合ってよい方向に進んでいる。学んだことをどんどん三豊でも取り入れるべきだと感じた。

以下、印象に残った説明とやりとり。

（リニューアルの経緯）

- ・自分が好きでも読みたい部分だけ読む。届かない広報は時間と税金の無駄。
- ・コンセプト見直し：手作りで予算確保。・人を前面に出す誌面。・手に取りたくなる雑誌感・文字を少なく写真を多く・広報アンケートを常設。→地域が舞台、人が主役。
- ・変えるには広報モニター（市民、1年間）が大きかった。
- ・住民アンケートで90%が読む、に変わった。「広報の充実」が満足度トップに。
- ・議会事務局に→議会広報も課題を抱えていた。
- ・読み手にハードルが高い広報だった。

・全ての人に読んでもらいたい→不可能→20～40代の女性にターゲットを絞った。→転出が多い世代。孤独を感じやすい。トシマナ（トーン&マナー）の方向性を決める。

・デザイン（パッと見）はターゲットを絞るが中身のデザインはユニバーサルデザインに。

・議会広報×LINE。2万人の街で登録は1万人を超えている。→動画視聴数が6倍に。紙媒体とLINEによるクロスメディア。

・プル型（公式サイトなど）とプッシュ型（SNSやメールなど）。広報誌はプッシュ型。しかし読んでもらわないといけない。

・0.3秒で自分に必要かどうか判断する。ハードルをどう下げるか。

・行動心理で目的に誘導するナッジ理論。横浜市はHPに載ってる。ちょっとしたきっかけで相手により良い選択を促す。トイレの便器の的など。

・コンセプトは「あなたと議会をつなぐガイドブック」。ダラダラ書かない。興味関心を持ってもらう議会全体のツール。

・重要案件は議会と町民それぞれの視点を掲載。

・脱報告書。

・議員の人柄がわかるように→全ページに議員の人柄がわかるコメント掲載。

・議会の視点でのイベントなどの紹介や読み物を。

・情報量が多い案件はQRで。70歳以上でもスマホは70%以上持っている。

・フォントも属性がある。属性の違うフォントを同じページに掲載するとケンカする。

・フォントも議会ブランディングのための雑誌だと考える。

・「住民の声」だからこそ住民に届く

・イラストも同じテイスト。作者が違うイラストはケンカする。テーマにあった同じ作者のイラストを使う。イラストACは無料で10点までダウンロード可能。

・住民生活に関わる生活記事を大きく取り扱う。

・見出しのジャンプ率で視線誘導。読むためのガイドが見出し。

・UD（ユニバーサル）フォントは読みやすい。

（ユニバーサルデザインのススメ）

・ $(12 \div 2) + 12$  が適切な行間

・行政文書は言い回しや文例が定められているが、広報文書は「わかりやすさ」が最優先。

・難しい言葉を翻訳する。

・「皆様」を「皆さん」に。へりくだらない。

・ディスレクシア。UDフォントでなければ読めない。学識障害。生駒市は実証実験で読み進めやすさの結果が出た。全てUDフォントに変えた。BIZUDPフォント。

・UDフォントであれば10でも読める。

- ・ポップ体は読ませるフォントではない。見出し用。
- ・いくつの色を使うのか。→基本は3色に抑える。色が多いとケンカする。
- ・色は使い所が大切。使いすぎない。
- ・写真は4色でいい。後は3色に。パレットカラーは検索で出てくる。
- ・2色ずりでも濃淡で。
- ・デザインとは情報の優劣をつけること。
- ・整列の法則（見えない線で揃える）、近接の法則（近しい情報は近所に置く）、反復の法則（同じリズムで読めるように）。
- ・視線の誘導。N型、Z型。
- ・議会広報だからこそ職員の声を上げやすい。行政の広報では難しい。
- ・活動は「知られなければ意味がない」

#### 《質疑》

・市民モニターはどのような制度か→広報誌の時に公募で毎号読んでもらってメールで感想をもらった。年に2回集まった。方向修正などしてもらった。議会なら年に4回来てもらってもいいのでは。30～76歳で男女半々で四人。ターゲットは伝えた。20～40の女性というターゲット。報酬はあり。来た時。

- ・特集の選び方は→事務局から投げかける時も議員から提案がある時もある。
- ・WEBアンケート。どれくらいの回答が？→一部当たり6件はくる。年間30件くらい。

（三豊市議会の広報は）

表紙の写真：アイレベルを変えて違う角度の方が良い。上からや下から。

- ・余白を埋めるイラストは御法度。
- ・一つ一つの文章が長い。
- ・びっくりマークは使わない方がいい。
- ・全体でポップなのかカジュアルなのかをまとめるほうが良い。