

視 察 日 時	令和 6 年 10 月 30 日（水） 9 時 30 分 ～11 時 30 分
視 察 先	埼玉県さいたま市（説明：さいたま市議会事務局）
視 察 項 目	市議会だよりの企画・編集方法について
視 察 概 要	【さいたま市の概要】 さいたま市は、埼玉県の県央部に位置する市。埼玉県の県庁所在地で、人口は約 135 万人と県内最多。政令指定都市の一つ。また財政力指数は政令市の中では 3 番目である。2001 年に旧県庁所在地である浦和市（当時の人口約 48 万人）と、大宮市（同約 45 万人）、与野市（同約 8 万人）が合併して誕生し、2005 年には岩槻市（同約 10 万人）を編入した。10 の行政区が設置されている。 面積は 217.43 km²、総人口は 1,351,633 人 【さいたま市議会の広報活動について】 さいたま市議会基本条例（平成 22 年 4 月 1 日施行）の第 21 条には、「議会は、市民が議会における決定の過程及び結果に関する情報を入手することができるよう、広報紙の発行、インターネットの利用その他の方法により広報の充実に努めなければならない。 一部改正〔令和 3 年条例 19 号〕」と規定されている。 【広報紙の発行について】 市議会だよりさいたま ロクマル A4 判、12 頁 フルカラー 5・8・12・2 月の各月 1 日発行 発行部数 641,500 部 配布先 市内全世帯（約 631,900 世帯）他、公共施設、市内鉄道駅、市内大学、高等学校、市内商業施設 配布方法は委託業者によるポスティング（市報と併配） 主な経費として 1) 企画編集業務委託料 6,380,000 円 2) 印刷製本業務委託料 24,150,297 円 3) 配布業務委託料 21,953,052 円 4) 展示版作業業務 委託料 764,000 円 5) テープ版、ダイジー版作成業務委託料 598,400 円

●視察のテーマとしての「企画・編集に民間ノウハウを活用」についてご説明をいただいた。

●委託業務の範囲は、1) 編集会議出席 2) 取材・写真撮影 3) 文章原稿作成 4) レイアウト原稿作成 5) 校正(3校) 6) データ納品

受託業者

●平成 20～24 年度

株式会社 電通パブリックリレーションズ

●平成 25～令和 6 年度

TOPPAN株式会社

●業者選定方法 平成 20 年時点はプロポーザル。25 年以降は一般競争入札

業務使用の特徴

●受託業者が変わっても旧デザインを継承

●質の高いデザインを組織的に提供してもらうため、責任者を配置

●議会広報編集委員会に出席すること

●議会改革の一環として、また「もっと多くの市民に広報誌を読んでもらい、市議会に関心を持ってもらうために平成 21 年に「市議会さいたま」のリニューアルを行った。

●新しい広報紙のコンセプトとして

●読者層を広げるために難解な内容をわかりやすく伝え、議会をもっと身近に感じてもらう誌面を作成する

●3 つの方針 1) 紙面を読みやすくする 2) 議会の臨場感を伝える 3) 市民の疑問に答える。

こうしたコンセプトの下、

●表紙のデザインを女性でも手に取りやすい表紙に

●「ロクヨン」「ロクマル」という愛称を採用

●アイコンの使用

●見出しをとっつきやすく

●わかりやすい文章

- 写真、イラストの活用
- 短時間に読み切れる量
- 議会の知識を伝えるコーナーを設置（冒頭特集）
- 市民の声を掲載
- 詳細はホームページへ誘導。

◆「市議会だよりさいたま」は平成 23 年 12 月 5 日、日本パブリックリレーションズ協会の「PR アワードグランプリ」において、グランプリを受賞

▼主な質問からの見解

- 現在議員個人名は記載されていない。議決結果も賛否は載せていない。基本的にはHPの入り口として作っている。「質問に対する個人名があったほうがいいのではないか。」という意見も議員からはある。
- リニューアル後の市民の反応は、「読みやすくなった」という好感がほとんどだが、中には、「これが市議会報なの？」という声もあった。
- リニューアルについて、30 代から 40 代の女性をターゲットにした。大学 13 コンソーシアムとも連携で、アンケートに回答いただき、Xを用いて、若年層にも見ていただきやすいものをと考えている。
- 特集記事。「議会ってなにしているの?」「埼玉ゆかりの有名人登場」などの興味をそそる記事は、企画については事務局から提案。見せ方についてはプロの受託業者が行う。編集会議でやりたいことを全部お伝えして、受託業者は、営業、編集、アートディレクターなど 5 人ぐらいの編成で来ていただいて打合せを進めている。高校とのコラボ記事などは、取材の写真撮影スタッフなどが同行。
- 平成 25 年電通からTOPPANへ、一般競争入札で切り替わった。広報係長：議会に対する知識がゼロからで大変で、業者が勉強して知識を蓄えていただいていたところからのスタートだった。
- 表紙のデザイナーの受託業者は四国の方。イラスト 10 回のシリーズ。デザイナーはTOPPANで選んだ方。
- Xのきっかけ：Xで実際に起きたことを発信していく。Xは写真もなく、容易ということで採用。
- 定例会ごとに年間 200 ポストぐらいあげている。フォロワーをもっと増やしたい。今日の視察も今日中にアップする。
- HPは 31 万アクセス。

所 感 (意見・感想・ 今後の課題等)	政令指定都市の 60 万部以上の配布とあって、かかる予算も当市議会とは比較にならないのだが、その予算を投じて、数多くの方に読んでいただき、市議会に関心を持っていただくことを意図して、プロの技術を入れて編集が行われている。実際に広報誌ロクマルは「ロクマル＝60 人の議員は市民の代表 さいたま市議会の動きをコンパクトに伝えます。」として、発刊されている。 表紙をめくって 2 面 3 面の見開きの特集ページは、「議員さんてどういうことをしてるの」とか「どうやってできるの？予算と条例」、「浦和レッドダイヤモンズ 西川周作選手が市議会訪問」(年一回有名人登場)「聞かせて！今、高校性が考えていること」という一般雑誌の特集記事のようなイラスト、写真、レイアウトを駆使した構成。これは見なきゃ損！と思わせる内容に惹かれた。全体の紙面構成もとても見やすく読みやすい。それぞれの市議の活動については名前の記載がないので分からないが、大体、全体像としてどんな質問があったかが分かる構成となっている。紙面構成の特集ページで「市議会とは何か」をこうした紙面を踏襲して、伝えることは有意義と感じた。紙面構成の良いお手本と捉えて、このさいたま市議会広報紙から学び、活かしていくことは有意義であろう。また、X の利用についても大変参考になった。これも踏襲して鶴岡市議会での動きにしていきたい。
------------------------------------	--

報告者 広報広聴委員会 草島 進一