平成25年度議会広報調査特別委員会管外行政視察報告書

１　視察日時　　平成２５年７月８（月）～平成２５年７月９日（火）
【１日目】東京都議会
７月８日（月）午後２時30分～午後４時の１時間30分
【２日目】朝日新聞東京本社
７月９日（火）午前10時30分～午後12時30分の２時間

２　視 察 先　　東京都議会・朝日新聞東京本社

３　視察事項　　（１）議会情報のＰＲについて（東京都議会）
（２）新聞の編集及び製作工程について(朝日新聞東京本社)

４　視察目的　　議会日程や議会活動など議会情報の発信について、都議会で導入しているメールマガジンの配信方法や配信効果などを調査・検証し、本市議会ホームページにおける議会情報の一層の充実を図る。また、都議会だよりや新聞社における紙面の編集方法やレイアウトの構成などを調査し、たつの市議会だよりの一層の紙面充実を図ることを目的とする。

５　参 加 者　　議会広報調査特別委員会（８名）
委 員 長　岸野　文信
副委員長　楠　　明廣
委　　員　内匠　勇人
委　　員　龍田　　惇
委　　員　堀　　譲
委　　員　松本　義彦
委　　員　角田　　勝
委　　員　髙島　俊一
《随行》
議会事務局副主幹　中野　真吾

６　視察先出席者
〔東京都議会〕
東京都議会議会局　管理部長　鈴木　省五
東京都議会議会局　管理部広報課長　小林　あかね
東京都議会議会局　管理部総務課庶務係　主任　岡田　良子
〔朝日新聞東京本社〕
朝日新聞東京本社見学係　天沼　絵里奈

7　行政視察内容

【東京都議会】

（１）東京都議会議会局　鈴木管理部長あいさつ

（２）岸野議会広報調査特別委員会委員長あいさつ

（３）東京都議会からの調査事項の説明概要

◎都議会だよりの編集・発行について

①　内　　容　　・定例会、臨時会の概要と審議結果
・本会議における質問、答弁要旨、予算特別委員会における質疑、答弁要旨、討論要旨
・都政に対する各会派の基本方針
・委員長口頭報告、監査結果報告、海外調査団報告等

②　規　　格　　タブロイド判８ページ（１月上旬号は４ページ）、４色刷り

③　発行部数　　１回につき 408 万部、年５回発行（創刊はＳ35 年４月）
新年特別号は１月１日、他の号は定例会終了後概ね 25 日～30 日を目途に発行

④　配布方法　　・新聞折り込み　396 万部
・区市町村や都の出先窓口、都営地下鉄等での配布　12 万部

⑤　そ の 他　　点字版、テープ版を作成（視覚障碍者や行政機関窓口に配布）
点字版　１回 1,350 万部　テープ版　１回 850 万部

◎都議会ホームページについて

①　開設時期　　平成 11 年 12 月ホームページ開設

②　中継開始　　平成 12 年 6 月本会議インターネット中継開始
平成 13 年 3 月予算特別委員会インターネット中継開始

③　提供情報　　・都議会のあらまし
・都議会議員名簿
・議会開催情報（会議日程等）
・会議内容（質疑項目、提出議案と議決結果）
・請願、陳情審議状況
・都議会中継（ライブ、録画）
・本会議、委員会の記録
・会議録検索
・図書館蔵書検索
・キッズページ　等

④　アクセス数　平成 24 年度実績で 22,156,047 件
（月平均は約 180 万件）

◎メールマガジンの配信について

① 配信開始　平成 14 年 2 月から

② 登録件数　1,826 件（平成 25 年 4 月現在）

③ 発行回数　41 回（平成 24 年度実績）

④ 配信内容　・定例会の開催予定
・インターネット中継のお知らせ
・「都議会だより」発行のお知らせ
・テレビ放送などのお知らせ

◎都議会ＰＲコーナーについて

都議会議事堂２階に「都議会ＰＲコーナー」を設置し、都議会の仕組みや役割についてパネルやパソコン、ＤＶＤなどで分かりやすく紹介。

【朝日新聞東京本社】

（１）朝日新聞東京本社見学係　天沼氏あいさつ

（２）新聞の編集及び製作工程についての説明及び本社見学《見学係 天沼氏》

〔朝日新聞概略〕

① 発行部数　約 763 万部（朝刊）

② 世帯普及率　約 14.5％

③ 資 本 金　6 億 5 千万円

④ 編　　集　記者がパソコンで原稿を出稿。編集センターで価値判断し、紙面掲載を決める。判断基準は、①影響性、②新しさ、③人間性、④国際性、⑤地域性、⑥記録性。

８　視察結果及び所感について

今回の行政視察の結果、東京都議会及び朝日新聞東京本社での取組み、実行している事項をまとめると下記のとおりであり、今後、当委員会での視察事項を検討する中で、両視察先の取組み項目を分析し参考にしながら、本市議会広報誌及びホームページの充実をより一層推進していくものとする。

（１）東京都議会

《議会メールマガジンについて》

・無料のメールマガジン（会社名：まぐまぐ）を利用している。無料のため、一部に宣伝広告が入っている。

・契約行為はしておらず、経費も発生していない。

・メールの内容は、本会議のお知らせなどホームページへ誘導するようなものであり、各会派でも積極的にＰＲしているため、登録者数は、(1,826 件) これが全てではない。

・メールマガジンの配信にあたっては、都議会情報公開条例において、情報公開推進委員会（議員９名）を設置している。メールマガジン発行前に委

員会で了承を得ている。ホームページ上の大きな改正など（インターネット中継の開始など）も情報公開推進委員会に諮っている。

《議会だよりについて》

・年５回発行している「議会だより」とは別に、「都議会のしおり」を作成し、見学者用に配布している。都議会の仕組みなどの概要をまとめたもの。
・新聞折り込みによる配布（朝日、読売、産経、毎日、日経、東京の６紙）。
・予算特別委員会の開催日数を１面に日程掲載している。
・「議会だより」に掲載している１面の写真は、施設管理者や担当課が所有している広報用の写真を提供してもらい掲載している。
・紙面の制約があるため、常任委員会での審議内容は掲載しない。３月定例会は予算があるため８ページ、その他は４ページの紙面制約がある。
・現在のところ、新聞による折り込み配布でのトラブルなどはない。
・一般質問記事の原稿については、編集方針を期ごとに代表者会で決定している。（代表質問や一般質問の記事掲載を決定）記事については、事務局で原稿作成する。「この質問を掲載して欲しい」といった要望がある場合は、議員や会派と個別に調整。最終的には、質問議員個人に確認してもらう。

《都議会ホームページの変遷》

変　遷	
平成 11 年 12 月	都議会ホームページ開設
平成 12 年 6 月	本会議ネット中継開始
平成 13 年 1 月	会議録検索システム掲載開始
平成 13 年 3 月	予算特別委員会ネット中継開始
平成 13 年 8 月	携帯端末での情報提供開始
平成 14 年 2 月	メールマガジン掲載開始
平成 15 年 4 月	図書館蔵書検索システム掲載開始
平成 15 年 5 月	キッズページ掲載開始

【所感】

議会広報誌やホームページなどの情報発信にくわえ、委員会ネット中継やメールマガジンなど、都議会における先進的な取り組みは大変参考になった。今後、補完的な広報手段として議会メールマガジンを導入することについては、都議会で効果を実証できるまでに至っていない点や本市との行政規模が大きく違う点など、本委員会としても引き続き調査研究が必要である。

（２）朝日新聞東京本社

・新聞の１面は、新聞社がその日一番伝えたいニュースを掲載している。トップ記事だけでなく、この面に掲載されているのは重要なものばかりで、「新聞の顔」と言っても良い。
・その日の最も大きなニュース、一番伝えたいと判断した記事をトップ記事

に掲載。新聞社の取材力や情報分析力などに加えて、見識やセンスが問われる部分でもある。

・2011 年 4 月から題字の下に当番編集長の名前を記載。日々の紙面づくりを担う当番編集長の名前を掲載し、これまで以上に「顔が見える紙面」づくりを心掛ける。

・記事の見出しの役割は「記事の内容を一目で伝える」、「大小、形でニュースの価値判断を示す」、「記事に目をとめてもらう」こと。

・記事に掲載する写真には、記事を補足し、時には一目で記事以上の情報を伝える。読者の目をひきつけるアクセントの役割も持つ。

・記者がパソコンで書き上げた原稿は、政治、経済、社会、スポーツなどの各出稿グループデスクを経て出稿する。

・各本社の出稿グループ、海外などから送られる記事は、本社の素材データベースに集められる。データベースから新聞を製作するシステムに送り込まれ、パソコンの画面上で紙面が組まれる。

・写真を新聞に掲載するには、写真の明暗を網点に作り替える。カラー写真は青、赤、黄、黒の４色網点。

・印刷用の製版はＣＴＰシステムを使用。紙面の電気信号をレーザー光線によってオフセット印刷用の刷版（アルミニウム版）に直接照射して刷版を製作。

・高速オフセット輪転機の使用により、一度に４０ページ印刷する。２０ページ程度の新聞の場合、１時間に１８万部印刷する。全国２７工場、合計５９セットの輪転機で印刷。

【所感】

近年、新聞をはじめとした従来の紙媒体による情報発信のあり方が問われているが、新聞社の視察を通して、紙媒体に必要とされる情報の質や「議会だより」のあり方を再確認することができた。現在、議会広報においては紙面による「議会だより」だけでなく、録画映像の配信などホームページを活用した取り組みを行っているが、どのような手段であれ、今後も市民からの信頼や共感を得るためにも「公平・公正」な立場で情報発信する大切さをあらためて感じた。