

第三章 島田市の広報媒体評価

I 広報しまだ媒体評価

島田市の広報紙「広報しまだ」について、「自治体広報紙評価チェックポイント」に基づき、デザイン・編集の専門家で、当協会の広報アドバイザーである吉村潔氏が、さまざまな観点から評価した。これは、その結果をまとめたものである。なお、評価は「広報しまだ」2014年6月号を対象に実施した。

それぞれの項目で、1から5とあるものは「評価ポイント」である。数字が大きいほど評価は高い。

採点結果一覧は以下の通り。

採点結果一覧	
1 企画・構成	[4]
2 特集	[4]
3 文章・表記（特集以外）	[3]
4 デザイン	[3]
5 その他	[3]

「広報しまだ」は、日本の自治体広報紙を牽引する有力な広報紙の一つである。特に、終末医療、障害者、里子など、普通なら敬遠しがちなテーマに目をそらさずに向き合い、積極的に広報してきたことは、全国の多くの広報担当者に勇気を与えた。地域に寄り添う、広報企画のあり方を提示した功績は大きい。今回は、あくまでも2014年6月号についてのみ評価を行い、あえて過去の全国広報コンクールに入選した広報紙等の評価は加味していない。

1 企画・構成

行政が伝えたい情報、住民が知りたい情報が掲載されている
行政の視点、住民の視点のバランスのとれた企画・構成になっている
情報の分類・整理（台割り、ページ構成等）がされている
住民（読者）サイドの視点で情報がまとめられている
住民とのコミュニケーション、広聴的要素がある etc

[評価：4]

(1) 基本は押さえてあるが、さらに分かりやすさを

特集から始まる全体の流れは、情報整理はもちろん、見開き単位で展開するまとまりがあり、読者が迷子にならないページ構成がなされている。「子育て特集」→「病院建設基本構想」→「ホテルのオープン」→「市の財政状況」→「市政あらかると」→「まちの話題」→「お知らせ」と、スムーズな流れで、視覚的なメリハリも意識されている。

「子育て特集」は支援体制の紹介が中心になっている。病院建設の基本構想は、かなり読み込む必要があり、パブリックコメントの判断材料となる、分かりやすい視覚的な解説などがほしかった。

「市の財政状況」は、読み方を知らない一般読者が、各会計の数字を理解するための手助けが必要になる。一般会計、特別会計、企業会計、市債などの用語解説だけでなく、歳入、歳出の数字がどういう状況を表しているのかの説明がほしい。例えば、歳入の地方交付税の収入済額が104.9%になっているのはどういう状況なのか、歳出の教育費の支出済額が81.9%になっているのはどういう状況なのかなどを見出し化し、問題点などを簡潔に明らかにしたい。

2 特集

適切なテーマである

地域性、社会性、話題性のあるテーマが取り上げられている

解説、インタビュー、Q&A、データ、ビジュアル情報など、さまざまな記事形態による編集がされている

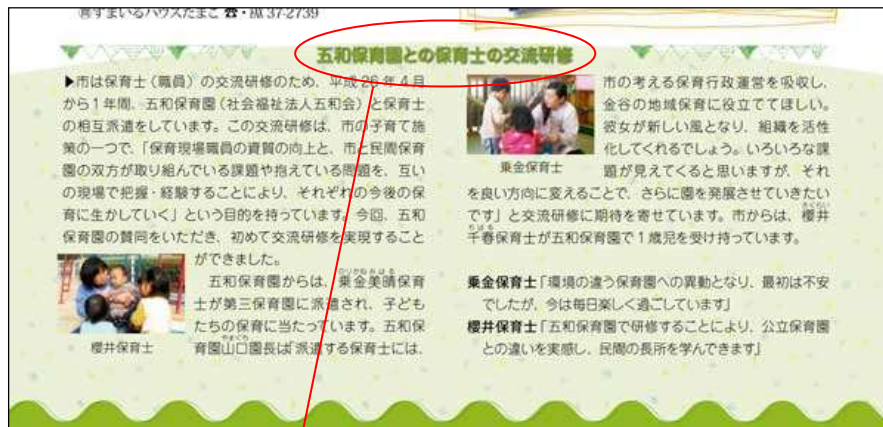
記事の案内役を果たす見出しやタイトルがきちんと付けられている etc

[評価：4]

(1) ページ構成をすっきりさせて情報を読みとりやすく

子育ての悩みを「気軽に相談できそう」と感じる対話型の演出がうまくなされている。「悩みの種から幸せの芽を」というタイトル、「悩みも相談すれば質問です」という見出しもいい。

特集に4ページしか割り当てられなかったため、読者の共感につなげる参加型広報の部分がやや弱いような気がする。子育てママへのインタビューもごく一般的な内容で、「広報しまだ」らしさがあまり感じられなかった。保育士の交流研修のコラムはいい企画だが、見出しが読みづらく、目に飛び込んでこないのが惜しい。



背景色と同系統の文字色なので見にくい。

問題点として、特集 4 ページ全体のレイアウトが、紙面にうまく収まっていないことが挙げられる。特に、2 ページ目右側の目次と特集の縦長写真と 3 ページ目との視覚的相性が良くない。例えば、通常号の表 4 のシリーズ企画「しまだ人」を目次と一緒に 2~3 ページ目の見開きにまとめ、特集は 4 ページ目からの見開き始まりにしたほうがすっきりするだろう。

また、4~5 ページ目は、文字組みによる変化がつけられているが、細か過ぎるレイアウト処理が目立ち、全体的なまとまりを欠いている。

特集
スク水子育て
悩みの種から
幸せの芽を

214
6
195

目次 — CONTENTS —

- 2 特集：スク水子育て
- 6 役者おめでとうございます
- 7 新市役所情報建設基本構想
- 8 川柳温泉ホテルオープン
- 10 平成 25 年度 市の財政状況
- 12 市政あらかると
- 14 まちの誌たい
- 16 しまだ情報
- 22 楽楽センター 夏の短期講座
- 23 スポーツ HPO
- 24 図書館だより
- 25 友好のかけはし
- 26 ぐらしのシグナル
- 27 文化講座
- 28 けんこうナビ (6 月)
- 32 便利帳・彩りもろ一品
- 34 関市報・みんなのひろば ソラマ
- 36 泉田市職員採用試験

巻頭 — COVER STORY —

「自分の経験者を中心に、新しいママを支援する育児支援センター」は、栗田も家庭に届けたいです。

あなたは、子育てに不安や悩みを抱えていませんか。市では「子育てしずみやらつき」を自覚しなくても、子育て支援の推進を図っています。平成 26 年 4 月からは「子育てコンシェルジュ」を配置し、子育てで中々これからは「パパママ」になる皆さんに寄り添った支援をいたします。

親子育て応援課
☎ 3677159

育児相談課
☎ 3677195

抱え込んだら「悩み」でも、相談したら「質問」です
子育てコンシェルジュ

※ 所在地 市役所 西 36-723
子育てに関する相談の窓口。相談の内容に応じて、他の窓口や関係機関を紹介したり、一緒に相談に行ったりします。

市役所の窓口	関連施設	その他関係事業など
<ul style="list-style-type: none"> ●子育て応援課 ●育児支援センター ●育児相談相談室 ●育児支援課 ●健康づくり課 ●福祉課 ●市民委員会 ●保健科 など 	<ul style="list-style-type: none"> ●こども館 ●児童センター ●中核子育て支援センター ●子ども発達支援センター ●子育て支援ボランティア ●アビリティ ●幼稚園・保育園 ●教育センター など 	<ul style="list-style-type: none"> ●母子会館 ●ファミリーサポート ●印刷子育て支援ネット ●トラウマ治療 ●ついでにの産院 ●子育てカレンジャー ●しずおか子育て支援カード 等

何ページもの特集を組んだ場合は 2 ページ左半分と 3 ページを使った扉ページを構成しているようだが、小特集でこのようなレイアウト構成だと目次が目立ちすぎる。

3 文章・表記

分かりやすい文章である 内部資料をそのまま掲載するのではなく、住民向けにリライトするなど、低年齢層でも理解できる文章になっている 正しい用字用語が使われている 表記が統一されている 適切な見出しが付いている etc

[評価：3]

(1) 文章にもメリハリが必要

文章・表記に特に大きな問題点は感じなかった。短文化が意識され、改行も適切になされている。

あえていえば、ところどころで見かける「市では～」という書き出しは、市が発行する広報紙であることが分かっているので、主語として特に必要な場合を除き、不要だと思う。

また、「～したり」「図る」という表記はできるだけ避け、ほかの言葉に置き換えるようにしたい。

「まちの話題」は“あったこと”のレポートなので、過去形の表現が多くなりがちだが、「～ました」や「体言止め」だけでなく、文章にリズム感を生み出す文末の“変化”を意識したい。レイアウトや写真同様、文章にもメリハリが必要になる。その際、ポイントになるのは印象的な「書き出し」と「締め」である。文章単体としてはおかしくなくても、書き出しがマンネリ化していないか前後の文章を確認し、推敲する習慣をつけたい。

お知らせなどの文章のまとめはいい。こちらは逆に体言止めを多少増やし、よりコンパクトにまとめてもいいだろう。

4 デザイン

表紙のタイトル周りが整理されている、デザインがいい
 ビジュアル情報（写真や図表、イラスト、マップなど）のクオリティーが高い
 高齢者にも可読性のいい文字組みになっている
 見出しの書体や大きさが工夫されている
 分かりやすく整理されたレイアウトである
 紙面全体のデザイン・テイストが統一されている
 ビジュアル情報（写真や図表、イラスト、マップなど）のクオリティーが高い
 カラーを上手に使っている etc

[評価：3]

(1) デザインフォーマットの再点検を

平均水準はクリアしているが、改善の余地はある。

まず、1冊全体のデザインフォーマットをもう一度、整理・調整したほうがいだろう。特にページ上の部分の空きスペースの取り方が「子育て特集」「市の財政状況」「市政あらかると」「まちの話題」などでバラバラに見え、視覚的に安定していない。



同じ特集内でも見開きが変わると空スペースが違うのは問題あり。

「しまだ情報」は、段間にけい線を引くと、紙面が引き締まり、個別の情報の視認性も高くなるだろう。



けい線を引くことにより視認性が高まる。

また、全国どの自治体でも通用するイラストやカットを使うのはできるだけ避けて、地元で取材した写真などを埋め草として使えば、もっと読者の視線を引きつけるはずだ。伝えたい情報が行間に埋まらないように、人物写真などを活用し、紙面ににぎわいと人肌を演出したい。



フリーのイラストは出来るだけ使わないようにしたい。

5 その他

進んで読みたくなる、読者を引き付ける表紙になっている
地域特性等に応じた独自の記事がある
エンターテインメント性がある
ホームページ等への誘導やメディアミックスがある etc

[評価：3]

(1) 底力を感じる広報新企画を持続的に発信してほしい

「進んで手にとって読みたくなる広報紙」ということでは、表紙のインパクトが重要になってくる。その意味では、「広報しまだ」の過去3年間の全国広報コンクールの受賞作品の表紙は素晴らしく、読者を引きつけるものがあった。しかし、そのほかの号は、残念ながら受賞作品ほどの表紙レベルに至っていない。最近では、兵庫県川西市や石川県七尾市などの表紙がいいので、ぜひ確認を。特集と連動しない表紙の場合、被写体を探すのは大変だとは思いますが、頑張してほしい。

ホームページとの連携では、「もっと、まちの話題」「ふれあい島田塾」など、一定の取り組みがなされている。また、フェイスブックにも広報紙の話題を掲載している。今後は、広報紙の紙面を使って、ホームページやツイッター、フェイスブックの閲覧を高める「広報の広報」を進めてほしい。その際には、「見てください」という案内だけでなく、閲覧手順などを掲載するようにしてほしい。

表4は、6月号の「職員募集」、7月号の「女性議会」が目をつけた。特に「女性議会」は、女性誌のデザインを取り入れ、企画そのものも注目に値する試みと感心させられた。

トータルな印象では、企画やタイトルのつけ方などは全国的にも高水準にあるが、レイアウトがやや弱い。自治体広報紙に限らず、良質な雑誌レイアウト事例を参考に、フォーマットを組み直してほしい。

また、底力のある広報紙なので、特集以外のページでも、全国的にも類例のない広報企画を立ち上げ、毎月、持続的に市民に発信していくようなことにもチャレンジしてほしい。



表 4 の定番企画である「しまだ人」もいいが、6月号の「職員募集」、7月号の「女性議会」もすばらしい企画である。

6 総評

(1) 女性層を意識した広報紙づくりも

人口減少問題等から自治体間競争がさらに激化し、子育て支援などをめぐる条例改正等も相次いでいる。広報紙のコンテンツも自治体経営（総合計画、行革など）から、多様な地域課題、住民の気づきや協働を促す広報、防災・安全、シティプロモーションまで、年間12回では足りないほどテーマは山積している。

庁内からの依頼も含め、広報課内で掲載ルールをつくるようにしなければ対応しきれないだろう。また、都市部を中心に自治会加入者や新聞購読者の減少が加速している。それを埋める手段として、テレビのデータ放送やソーシャルメディアの活用なども進んでいるが、十分な成果を上げるのは難しい状況にある。今は全世代向けに多様な選択肢を用意するしかない。

その中で、自治体広報紙は地域情報を入手できるツールとして、現状では認知度が最も高い。時事通信社が2013年に実施した「自治体広報に関する世論調査」(<http://www.crs.or.jp/backno/No669/6692.htm>)でも、「自治体の広報や公開情報への接触方法」で、広報紙は他のメディアを圧倒している。また、女性読者が男性読者を10ポイント以上引き離して主要読者層になっている。

	広報紙	回覧板	新聞	テレビ	ポスター 掲示板	自治体の ウェブサイト	ラジオ	フェイス ブックや ツイッター など SNS
総数	79.8	50.6	33.0	25.3	14.3	9.4	4.1	2.3
【性別】								
男性	74.3	44.8	32.8	22.8	11.5	10.5	5.2	2.2
女性	85.3	56.4	33.1	27.9	17.1	8.3	3.0	2.5
【年代別】								
20歳代	63.1	17.9	21.4	29.8	20.2	15.5	3.6	6.0
30歳代	73.8	36.4	18.5	19.0	22.1	12.8	1.5	4.6
40歳代	78.4	49.5	33.5	22.0	11.9	14.2	2.3	2.8
50歳代	82.1	59.0	33.8	23.6	13.8	9.2	5.6	2.1
60歳代	84.5	59.7	38.2	25.6	10.5	8.0	7.1	1.7
70歳以上	84.7	58.0	41.6	32.4	12.2	2.3	3.8	—

「自治体の広報や公開情報への接触方法」

※「自治体広報に関する世論調査」2013年 時事通信社

さらに、「自治体から得たい情報」では、防災、健康・保健、予算、福祉、子育て・教育、医療など、予算を除いて暮らしに直結した情報が上位を占めている。

その意味で、女性層を意識した（ターゲティング）広報紙づくりの視点は重要である。同時に、紙媒体とホームページとの情報発信をどう振り分けていくかを検討することも継続課題となる。これらは、トライ&エラーで思い切って試行するしかないだろう。

広報紙に限らず、もともと興味のない人を振り向かせるのは、相当な根気を必要とする。その意味で、不特定多数の読者層拡大をメインに考えるよりも、例えば子育て世代の読者を確実に増やしていくアプローチを考えたほうが現実的ではないだろうか。

さまざまな議論はあるが、地に足をつけ、ぶれずに広報の質を高め、住民目線を貫いたほうがいいのではないかと思う。

	防災対策情報	健康診断などの保健に関する情報	予算の使われ方や地方公務員給与の仕組み	高齢者や障害者対象の福祉に関する情報	子育てや保育、学校・教育に関する情報	地域医療や医療機関に関する情報	放射線量や大気汚染など生活環境に関する情報	防犯対策情報	届け出や証明、各種手続きの案内	役所、出張所、公民館などの利用案内	住民から寄せられる意見	議会の活動	サークル活動、学習会、催しもの案内	市長の所信や施政方針	消費者相談や生活相談に関する情報	求人情報
総数	38.1	37.9	37.3	36.3	33.7	33.1	25.9	25.0	23.1	23.1	20.5	18.8	17.9	16.4	16.0	10.2
【性別】																
男性	38.6	33.8	39.0	32.2	29.8	26.5	19.2	23.5	19.7	22.8	18.1	22.1	15.4	19.6	14.3	8.3
女性	37.5	42.5	35.3	40.9	38.0	40.3	33.2	26.5	26.7	23.5	23.0	15.2	20.8	12.9	17.9	12.1
【年代別】																
20歳代	25.8	29.0	39.5	16.9	44.4	25.8	22.6	15.3	23.4	21.8	15.3	16.9	21.0	16.9	16.9	21.8
30歳代	33.3	38.7	39.2	17.6	55.9	29.7	25.7	23.9	27.0	25.2	28.4	18.0	19.4	14.0	12.6	15.3
40歳代	42.9	38.2	38.6	27.5	53.6	38.2	32.2	26.2	28.8	30.9	19.7	15.0	15.9	11.6	15.5	11.2
50歳代	46.1	40.3	47.6	44.2	25.7	41.3	25.7	34.0	26.2	29.6	29.6	21.8	19.9	18.0	23.3	13.1
60歳代	43.5	40.7	38.6	48.8	18.7	33.3	26.0	26.0	19.1	22.4	16.7	22.8	19.5	19.9	15.9	5.3
70歳以上	32.6	36.9	24.7	50.5	14.0	28.3	22.2	21.5	16.1	11.5	13.6	17.6	14.3	17.9	13.6	2.2

「自治体から得たい情報」

※「自治体広報に関する世論調査」2013年 時事通信社

(2) イメージ写真をもっと活用したい

写真に関しては、もっと広報紙全体に活用したい。説明的な写真が多いので、イメージ寄りのカットやアップ、ロング、中景の変化を加えた撮影を増やしてみたい。使用サイズがバラバラだと、1点1点の写真の訴求力も整わないので、もう少し整理して掲載したほうがいい。例えば、写真の大きさに文章量を合わせるといった工夫である。

文字組みに関しては、本文の可読性は確保されているが、見出しと本文のバランスを整えると、さらによくなる。