

第3章 広 報

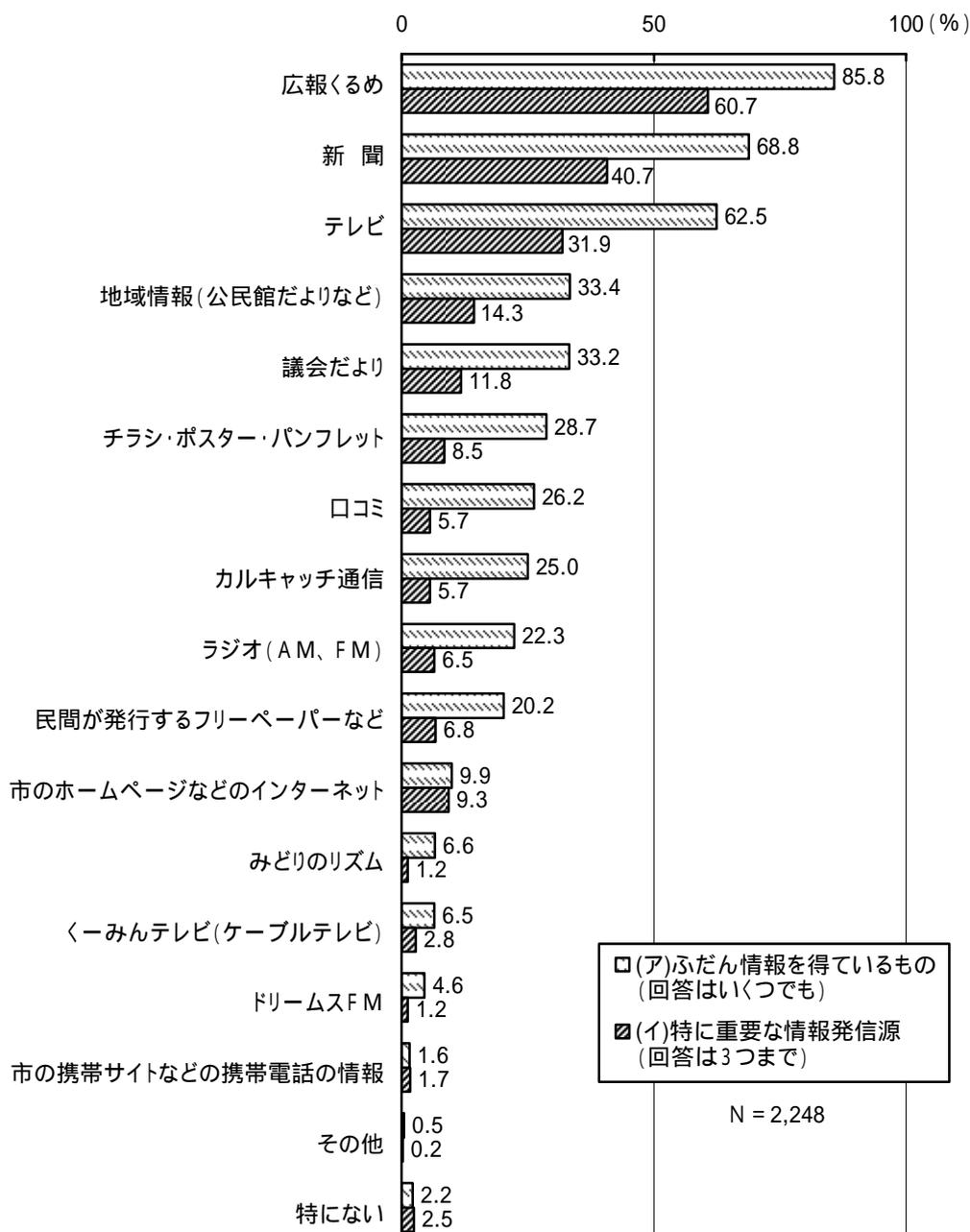
3 - 1 久留米市政に関する情報源

ターゲットを絞り込んだ広報展開が重要。

point

市の施策を知る上での情報源は「広報くるめ」が圧倒的に支持されているが、年代ごとで利用度に差がみられる。
20～40歳代では、「特に重要な情報源」としてネットや携帯をあげる声は1割を超える。

- 問 13 (ア) あなたは久留米市が行っている事業や施策について、ふだんどこから情報を得ていますか。次の中からいくつでも選び、番号に○印をつけてください。
(イ) あなたにとって、市の情報を得るために重要なものは何ですか。次の中から3つまで(1つでも2つでもよいです)選び、番号に○印をつけてください。



「(ア)ふだん情報を得ているもの」の属性別特徴

- ・性別でみると、回答した個数の平均は男性(4.23 個)よりも女性(4.64 個)の方がやや多い。「民間が発行するフリーペーパー」に回答した割合は男性 13.7%に対し、女性は 25.6%と約 2 倍の値を示している。一方男性は、「ラジオ」(男性 25.2%;女性 19.9%)や「市のホームページなどのインターネット」(男性 11.4%;女性 8.7%)で女性の割合をやや上回っている。
- ・年齢別でみると、回答個数の平均は 20 歳代の 3.47 個から 70 歳以上の 5.14 個にかけて、年齢が高くなるにつれて多くなっている。「広報くるめ」については、70 歳以上で 94.7%と最も高く、最も低い 20 歳代(67.8%)で 6 割台となっている。これが「議会だより」になると、最も高い 70 歳以上で 61.0%なのに対し、20 歳代では 9.1%と大幅に下落している。一方、「民間が発行するフリーペーパー」は 30 歳代(30.4%)を中心に若年層で割合が高い。
- ・ブロック別でみると、「地域情報」は南西部(42.5%)や西部 B(40.8%)で 4 割を超える一方、東部 B(17.8%)では 2 割を切っている。「議会だより」の割合は東部 B(55.9%)や西部 A(49.1%)などで比較的高い。「カルキヤッチ通信」は旧久留米市部では 2 割を超えているのに比べ、西部 B(8.0%)や北部 B(14.2%)など旧町部ではやや認知度が低くなっている。また「くーみんテレビ」は中央部・中央東部で 1 割を超えている。

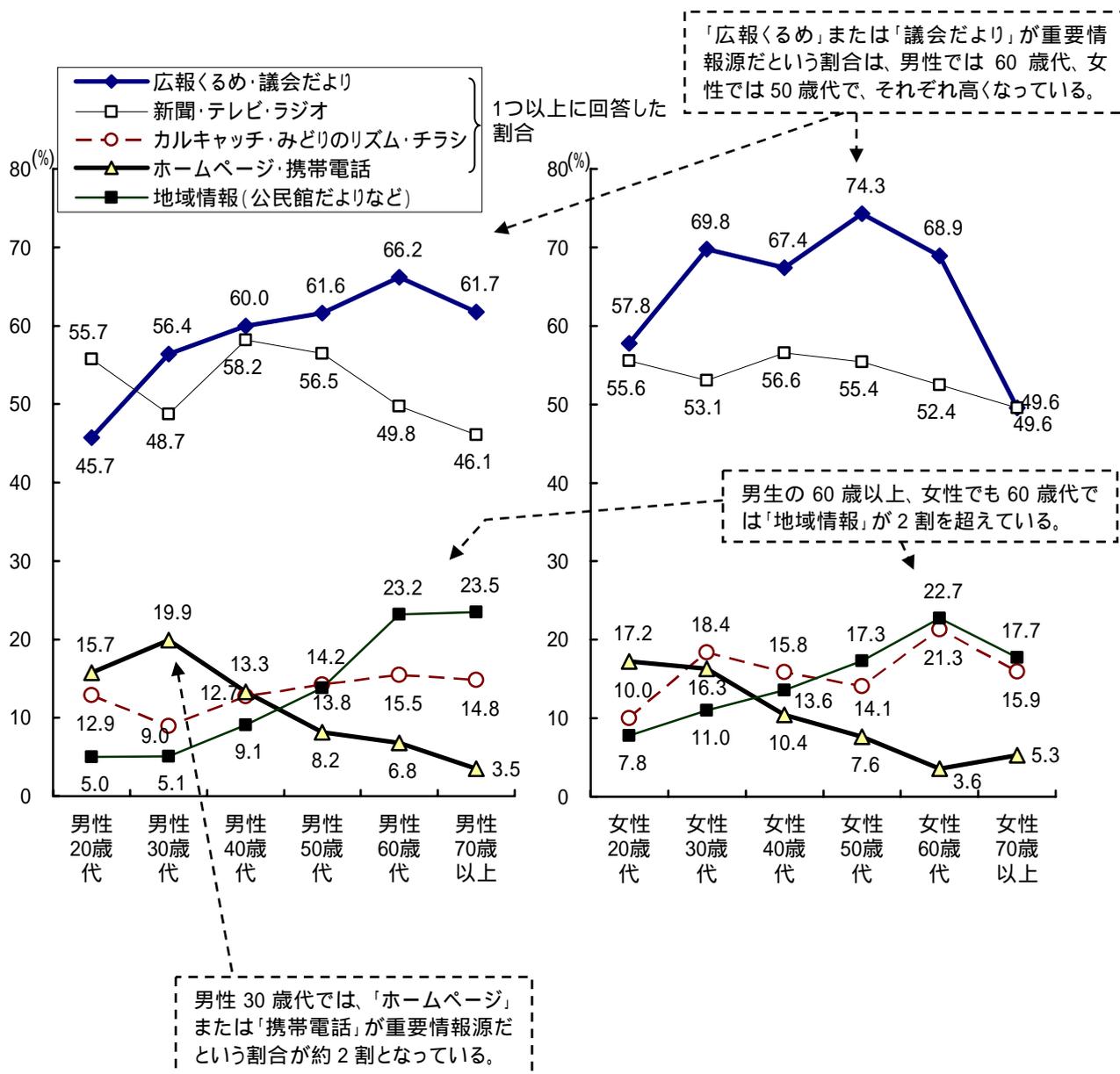
表 3 - 1 性別・年齢別にみた(ア)ふだん情報を得ているもの
(2 種類以上の媒体のうちの 1 つ以上から市の情報を得ている割合)

		問13(ア)ふだん情報を得ているもの (2種類以上の媒体のうちの1つ以上から市の情報を得ている割合)												
		標本数	広報くるめのみ	広報くるめ+テレビ	広報くるめ+新聞	広報くるめ+口コミ	広報くるめ+ラジオ	タ ク ラ シ ・ ポ ス ト	ら ふ り く る め + パ ー ク ・ フ レ ッ シ ・ パ ー ク ・ フ レ ッ シ ・ パ ー ク	ト ペ ー ジ な ど の イ ン タ ー ネ ッ ト	新 聞 + テ レ ビ	よ り な ど + 地 域 情 報 (公 民 館 だ)	新 聞 + ロ コ ミ	テ レ ビ + ロ コ ミ
全体		2,248 100.0	1,928 85.8	2,073 92.2	2,069 92.0	2,007 89.3	1,983 88.2	1,983 88.2	1,971 87.7	1,957 87.1	1,737 77.3	1,709 76.0	1,682 74.8	1,550 69.0
性別	男性	1,015	81.6	90.0	90.4	85.8	85.0	84.3	82.9	83.3	76.8	75.7	75.2	66.2
	女性	1,233	89.2	94.0	93.3	92.1	90.8	91.4	91.6	90.2	77.6	76.3	74.5	71.2
年齢別	20 歳代	320	67.8	82.8	79.1	78.4	73.8	72.8	72.8	70.0	66.3	54.1	61.3	65.6
	30 歳代	401	82.0	88.8	89.0	86.0	84.5	85.3	85.5	85.3	65.1	61.3	64.6	61.6
	40 歳代	386	87.8	93.0	94.0	90.9	89.9	89.6	89.1	89.1	79.3	80.8	78.2	68.7
	50 歳代	481	89.0	94.6	94.2	91.5	91.7	91.3	90.2	89.6	82.5	84.2	80.7	70.5
	60 歳代	432	92.4	96.1	97.0	92.8	93.3	93.8	92.6	92.6	84.0	86.3	80.3	71.5
	70 歳以上	228	94.7	97.8	98.2	96.1	95.2	95.6	95.2	94.7	86.8	87.7	83.3	78.9

20 歳代では、ふだん市の情報を得ている割合は「広報くるめ」のみでは 7 割に満たないが、これにテレビか新聞を加えると、8 割前後がどちらかの媒体で情報を得ている。

「広報くるめ」とは別に、新聞やテレビとの組合せで、全体で 7 割以上がふだん市の情報を得ている。

図3 - 1 性別・年齢別にみた(イ)特に重要な情報発信源(一部の項目をグルーピング)



3 - 2 「広報くるめ」の閲読状況

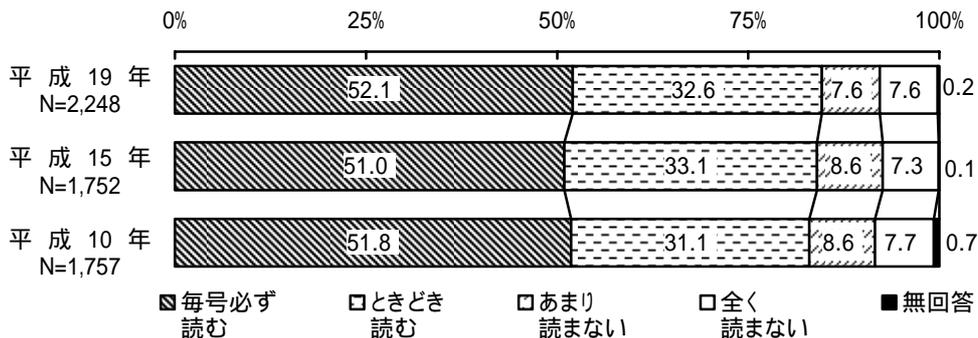
「広報くるめ」を「毎号必ず読む」が過半数。

(1) 「広報くるめ」の閲読状況

point

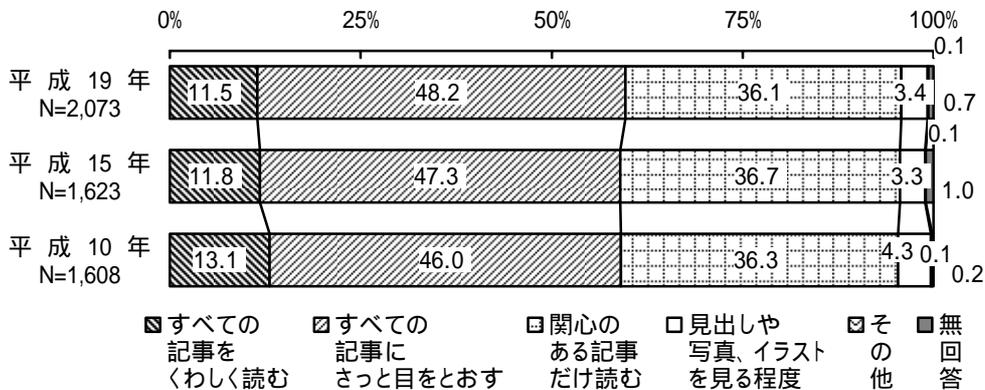
「広報くるめ」を『読む』割合は 84.7%で、「広報くるめ」を読む人の 5 割弱は「すべての記事にさっと目を通す」。これらは、過去の調査結果とほぼ同じ傾向となっている。広報を「全く読まない」は全体では 7.6%だが、20 歳代では 24.4%と 2 割を超えている。

問 14 あなたは、現在「広報くるめ」をどの程度読んでいますか。(ホームページの閲覧も含みます)



【問 14 で、1 . 2 . 3 . のいずれかを答えた「広報くるめ」を読むことがある方に】

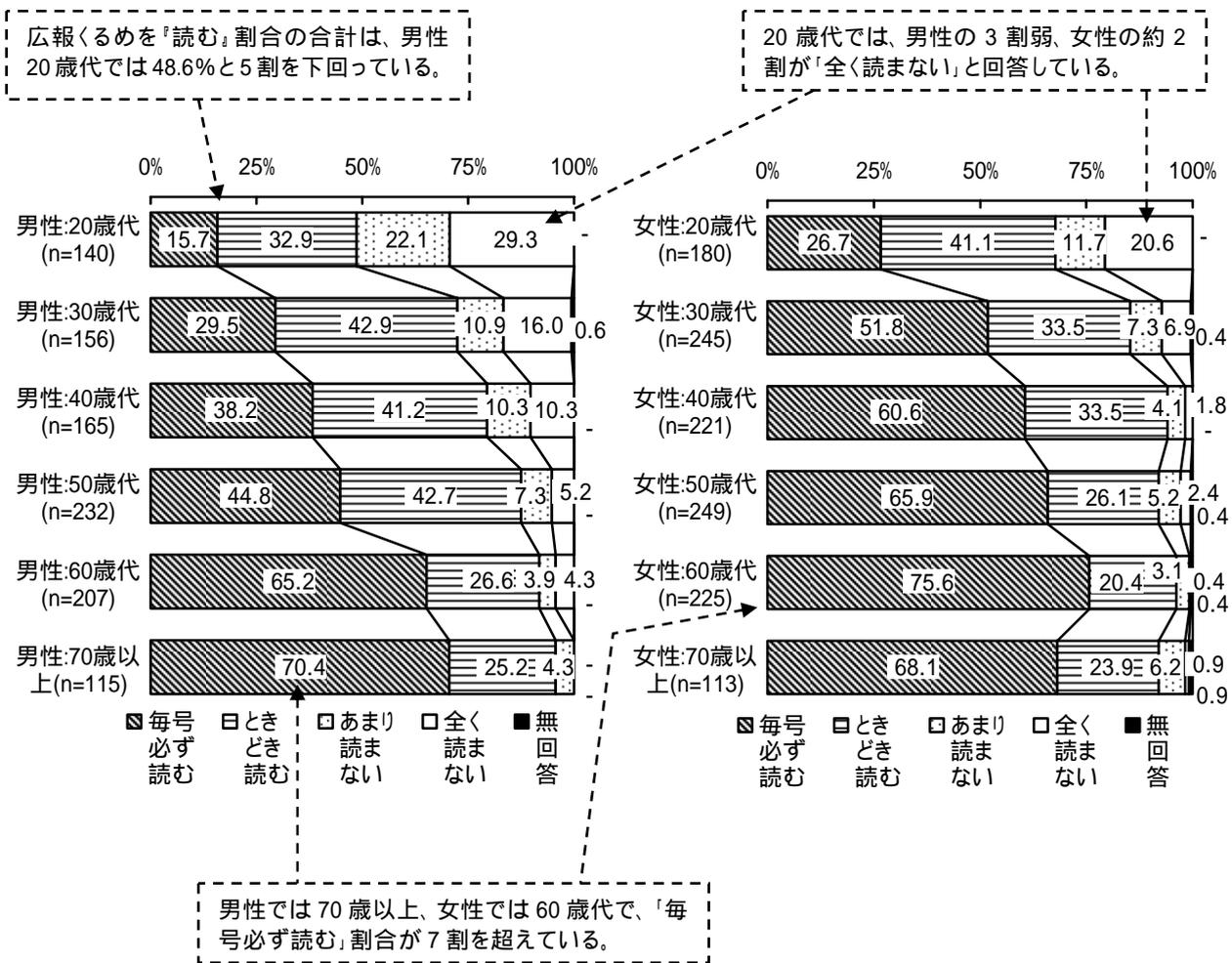
付問 1 あなたは、「広報くるめ」をどの程度くわしく読んでいますか。(1つだけ 印)



属性別特徴

- ・性別でみると、広報くるめを「毎号必ず読む」は男性(44.4%)よりも女性(58.4%)の方が割合は高い。
- ・年齢別でみると、広報くるめを「毎号必ず読む」は60歳代以上では7割前後の割合があるのに対し、20歳代では21.9%にとどまっている。一方「全く読まない」は20歳代では24.4%と2割を超えている。また読む程度に関しては、「すべての記事をくわしく読む」は20歳代の3.7%から70歳以上の21.2%まで、年齢が高くなるにつれ割合も高くなり、「関心のある記事だけ読む」は20歳代の47.1%から70歳以上の26.5%まで、年齢が高くなるにつれ割合は低くなっている。
- ・ブロック別でみると、広報くるめを『読む』(「毎号必ず」+「ときどき」)割合は、西部Aで91.7%と9割を超えるのに対し、北部Aでは77.6%と唯一8割を下回っている。

図3 - 2 性別・年齢別にみた「広報くろめ」の閲読状況

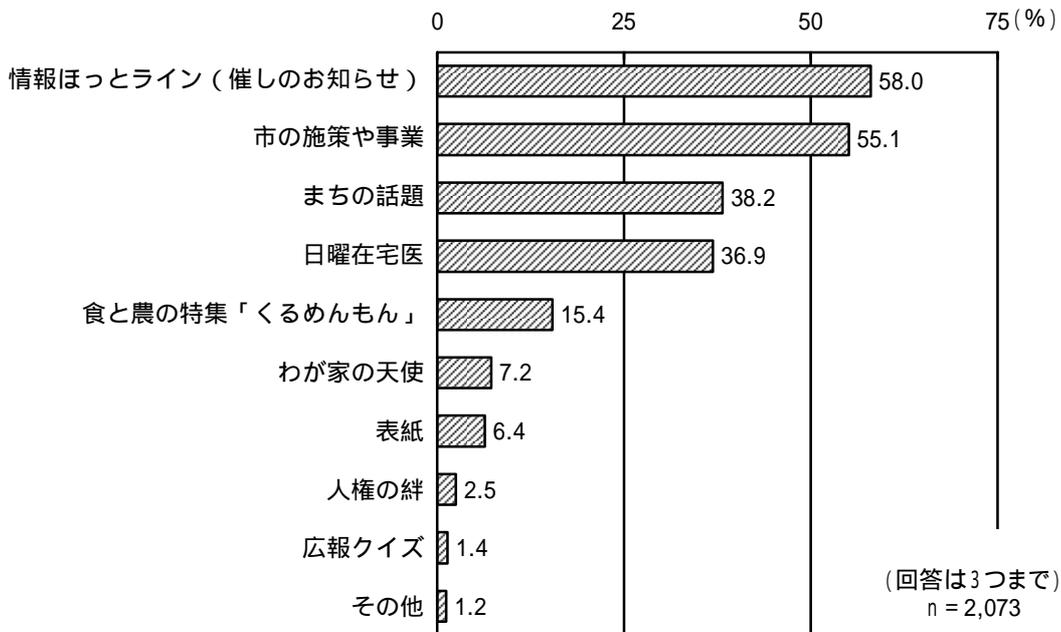


(2)「広報くるめ」読者の現況

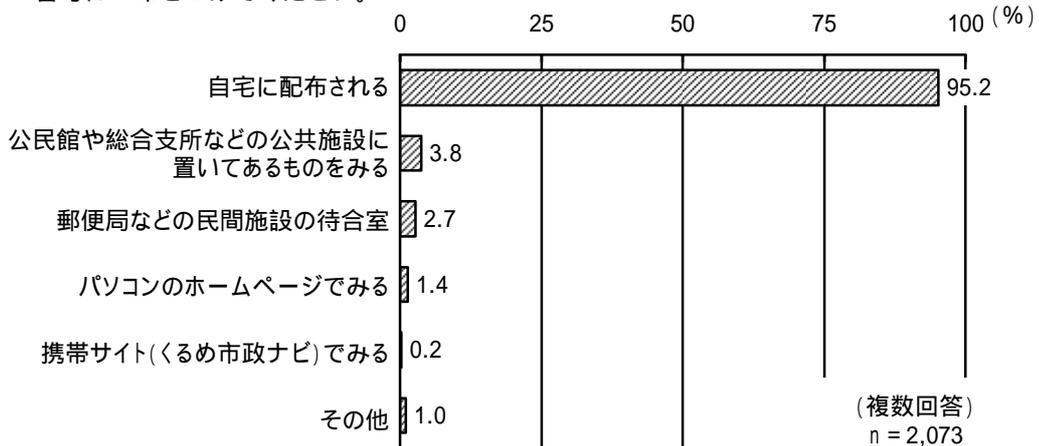
point

「広報くるめ」で関心がある内容は、「催しのお知らせ」、「市の施策や事業」が特に高い。調査当時に連載を開始した「くるめんもん」の割合は「わが家の天使」を上回っている。広報の入手方法は自宅配布が圧倒的で、他から入手した割合はいずれも5%にも満たない。

【問 14 で、1 . 2 . 3 . のいずれかを答えた「広報くるめ」を読むことがある方に】
付問 2 あなたは、「広報くるめ」のどの内容に関心がありますか。(3つまで 印)



付問 3 あなたは、「広報くるめ」をどのように入手していますか。あてはまるものをいくつでも選び、番号に 印をつけてください。



「関心がある内容」の属性別特徴

- ・性別でみると、「情報ほっとライン」は男性(50.0%)よりも女性(64.3%)の方が、「市の施策や事業」は女性(46.4%)よりも男性(66.2%)の方が、それぞれ割合は高い。
- ・年齢別でみると、「情報ほっとライン」は各年代で5割を超える割合があるが、特に30～50歳代にかけて割合が6割を超えている。一方、「市の施策や事業」は50歳代以上の世代で割合が6割を超えるが、20歳代では38.4%とやや低くなっている。また「日曜在宅医」は20歳代で17.8%と割合が低い。一方「わが家の天使」は20歳代で21.9%と他の年代より高くなっている。
- ・ブロック別でみると、「日曜在宅医」の割合は旧久留米市で比較的高く、特に中央東部(44.7%)、南西部(43.7%)、中央南部(40.4%)で4割を超えている。

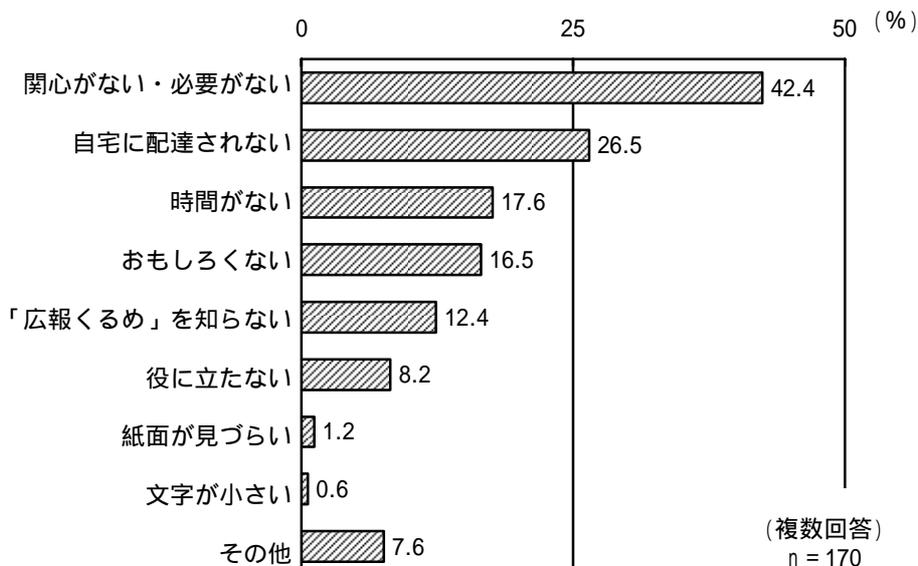
(3)「広報くるめ」を読んでいない理由

point

「広報くるめ」を読んでいない理由は、「関心がない・必要がない」が最も多い。
 なお、「広報くるめ」を読んでいない人の約2割が、ふだん市の情報を得ている媒体は「特
 にない」というのが現状である。

【問14で、「広報くるめ」を「全く読まない」という方に】

付問4 あなたが読んでいないのは、どういった理由からですか。(いくつでも○印)



属性別特徴 ・性別でみると、「関心がない・必要がない」は女性(30.3%)よりも男性(50.0%)の方が割合は高い。

表3-2 広報くるめの閲読状況別に見た、ふだん市の情報を得ているもの(主な項目・一部をグルーピング)

	標本数	問13(ア)ふだん情報を得ているもの (主な項目・一部グルーピング)									
		議会 だより + 広報 くるめ	ラジ オ + テレ ビ +	新 聞 + 地 域 情 報 (公 民 館 など)	・チ パ ラ ン シ フ レ ッ ス ト ア ー	ロ コ ミ	カ ル キ ャ ツ チ 通 信	リ ミ ン グ パ ー ス な ど	携 帯 電 話 の 情 報 + イ ン タ ー ネ ッ ト	特 に な い	
全体	2,248	1,936	1,753	750	646	588	561	455	246	50	
	100.0	86.1	78.0	33.4	28.7	26.2	25.0	20.2	10.9	2.2	
の 広 報 別 覧 く る め の 状 況	毎号必ず読む	1,171	98.1	82.3	46.0	33.0	24.4	37.3	22.5	10.9	0.2
	ときどき読む	732	91.5	77.3	24.6	25.8	28.1	15.0	18.6	11.2	0.7
	あまり読まない	170	56.5	72.9	12.9	21.2	31.2	6.5	19.4	13.5	3.5
	全く読まない	170	10.6	55.9	4.1	19.4	23.5	1.8	12.9	6.5	21.8

広報くるめをまったく読まない人の、ふだん市の情報源は「新聞」または「テレビ」「ラジオ」に偏っている。

広報くるめの閲読状況に関係なく、「ロコミ」で市の情報を知る割合は一定程度存在する。

広報くるめをまったく読まない人の2割強は、市の情報を得るものは「特にない」と回答している。

3 - 3 「広報くるめ」の評価

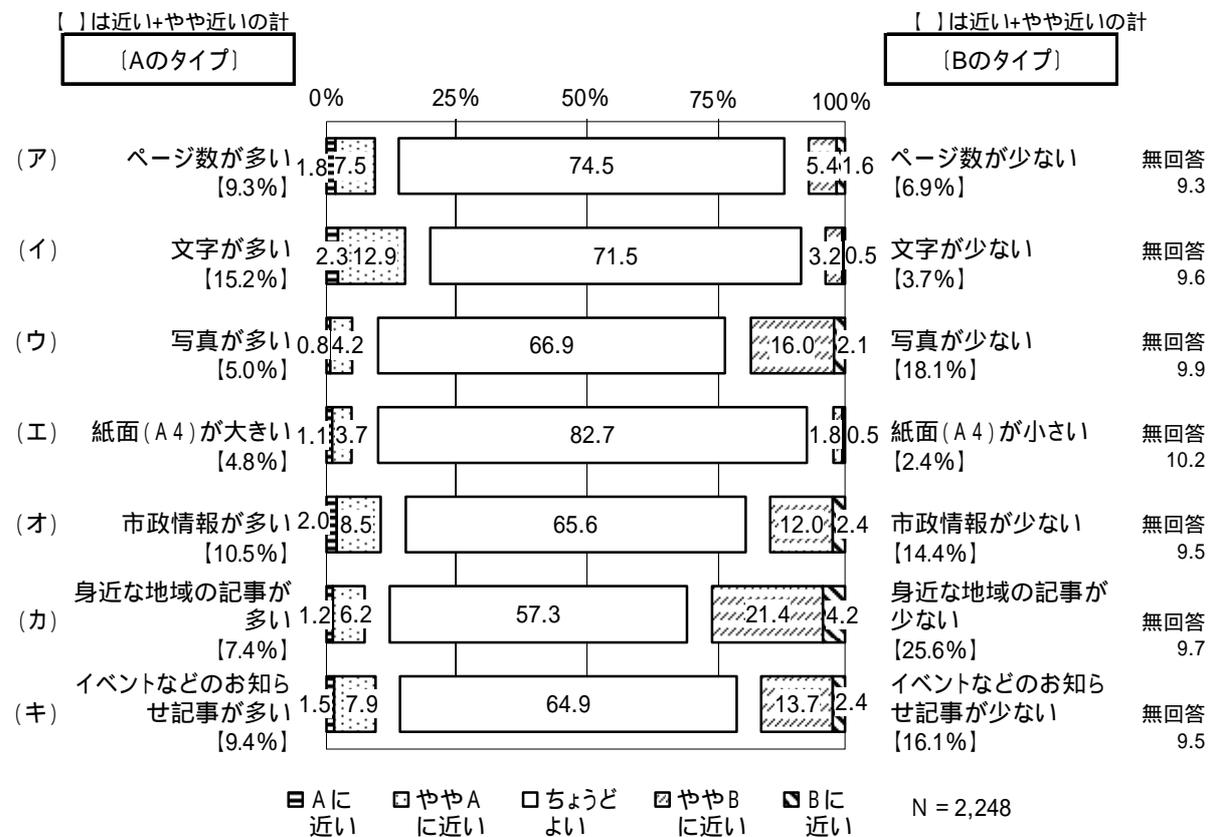
印象・内容ともにおおむね好評だが、一部で改善の余地あり。

(1) 「広報くるめ」の印象

point

「広報くるめ」の紙面の大きさ、ページ数、文字の多さなどについて、「ちょうどいい」という意見が7割から8割に達している。
 「身近な地域の記事が少ない」という意見は25.6%と全体の4分の1を占めており、特に旧4町地域で比較的多くなっている。

問 15 「広報くるめ」の印象について、あなたは〔A〕〔B〕のどちらの意見に近いですか。次の項目ごとにそれぞれ1つずつ選び、番号に印をつけてください。



属性別特徴

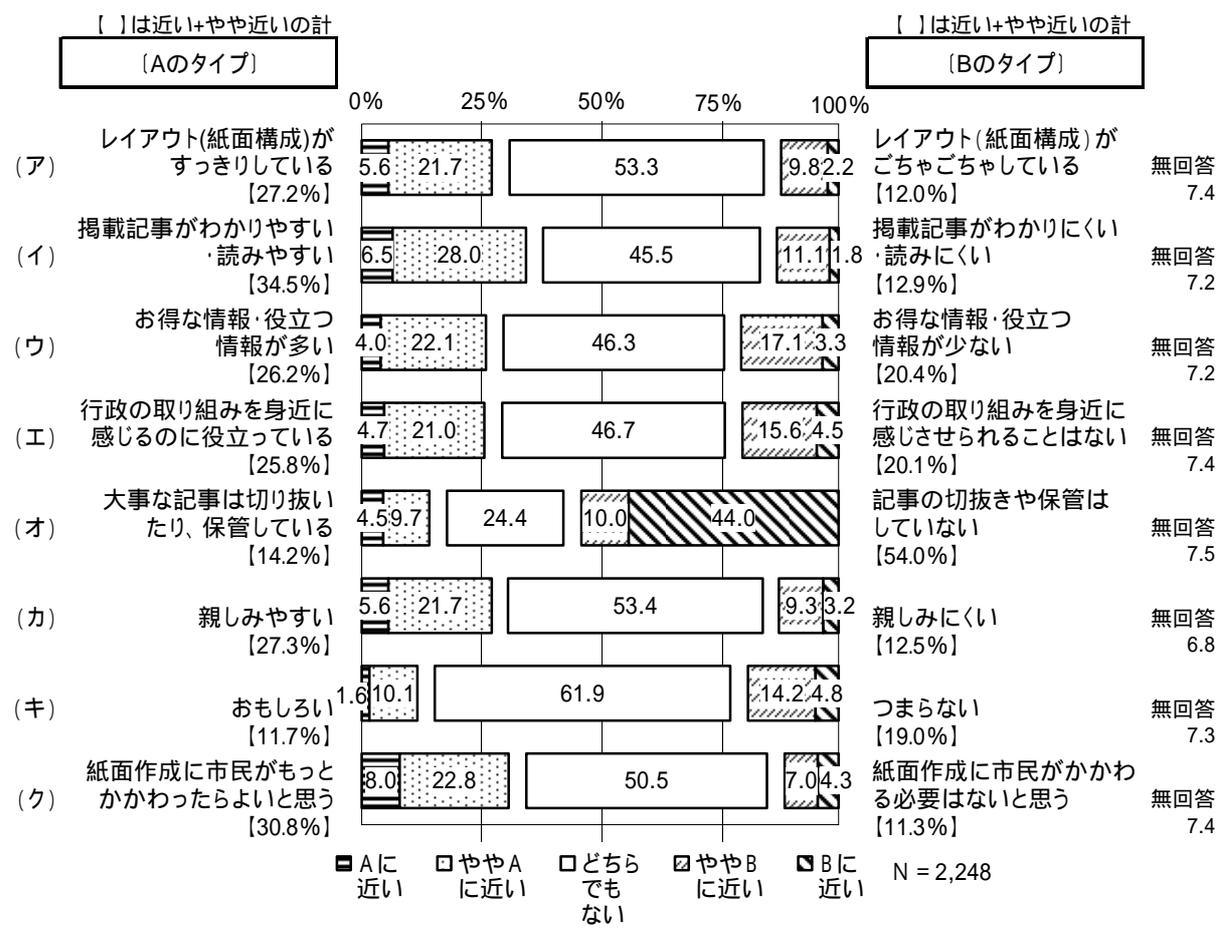
- ・性別でみると、「(オ)市政情報が少ない」という意見は男性(17.7%)の方が女性(11.7%)よりもやや多い。
- ・年齢別でみると、「(ア)ページ数が多い」という意見は50歳代以上では1割を超えている。「(ウ)写真が少ない」という意見は20歳代で25.0%とやや高く、「(キ)イベントなどのお知らせ記事が少ない」という意見は20~30歳代で2割を超えている。
- ・ブロック別でみると、「(カ)地域の記事が少ない」という意見は西部A(41.7%)では4割を超え、西部B(35.2%)、北部B(31.5%)でも3割を超えている。

(2)「広報くるめ」の内容についての評価

point

「広報くるめ」の内容について、「掲載記事がわかりやすい・読みやすい」という肯定評価は34.5%で、「わかりにくい・読みにくい」の12.9%を上回っている。
 「役立つ情報が少ない」「行政の取り組みを身近に感じさせられることはない」という評価も約2割あり、「紙面作成に市民がもっとかかわったらよいと思う」という声も約3割ある。

問16 次に、「広報くるめ」の内容について、あなたは〔A〕〔B〕のどちらの意見に近いですか。次の項目ごとにそれぞれ1つずつ選び、番号に印をつけてください。



属性別
特徴

- ・性別でみると、「(オ)大事な記事は切り抜いたり、保管している」という意見は男性(11.7%)より女性(16.2%)の方がやや多い。
- ・年齢別でみると、「(ア)レイアウトがすっきりしている」、「(イ)掲載記事がわかりやすい・読みやすい」という肯定評価はそれぞれ70歳以上で最も高い傾向にある。一方「(ウ)お得な情報・役立つ情報が少ない」という否定的な評価は20～30歳代(ともに25.9%)で比較的多くなっており、「(エ)についても20歳代では「行政の取り組みを身近に感じるのに役立つ」(14.4%)よりも「役立つでない」(25.0%)の方が多くなっている。また、「(カ)親しみやすい」という意見は70歳以上(36.0%)、60歳代(35.4%)で高いのがめだち、「(キ)つまらない」という意見は30歳代(25.2%)、20歳代(24.4%)で比較的多くなっている。
- ・ブロック別でみると、「(カ)親しみやすい」という意見は南東部(33.0%)など旧久留米市地域で比較的分割が高い。一方「親しみにくい」という意見は北部B(20.5%)で2割を超えている。

3 - 4 情報入手の手段

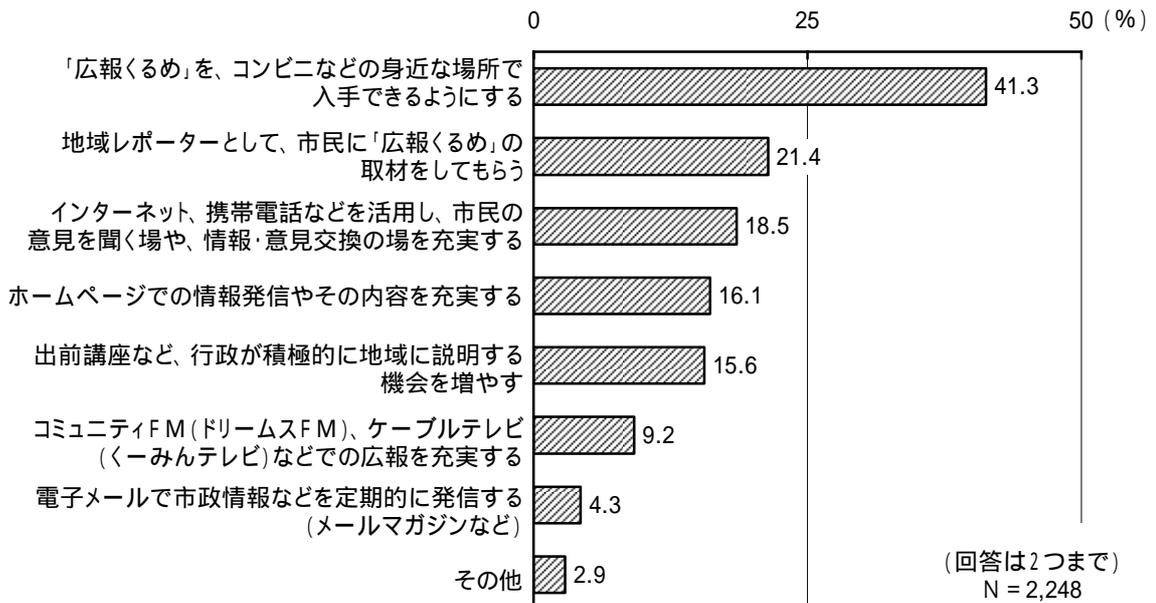
市のホームページを『見た』は3割超。パソコンや携帯電話からは、その特性にあった情報提供を期待。

(1) 市の取り組みをより理解してもらうための方策

point

「コンビニなどの身近な場所で『広報くるめ』を入手できるようにする」を有効手段とする意見が最も多く、特に 20～30 歳代でその割合は高くなっている。

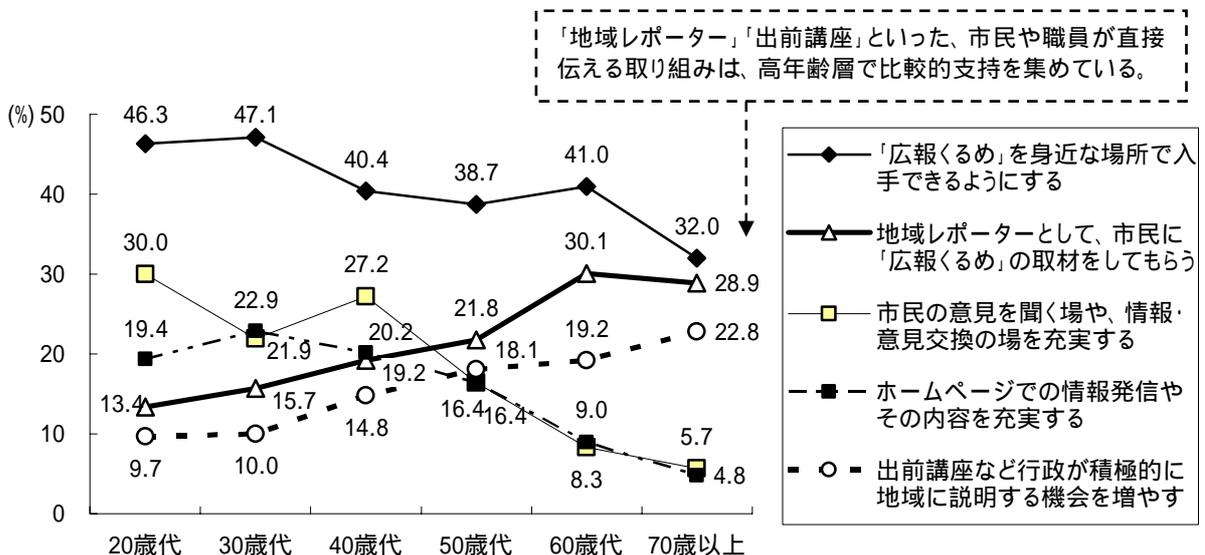
問 17 市民に、市の取り組みなどを、より理解してもらうためには、どのような方法が有効だと思いますか。次の中からあてはまるものを2つまで（1つでもよい）選び、番号に○印をつけてください。



属性別特徴

- ・性別で見ると、「ホームページでの情報発信やその内容を充実する」の割合は男性(18.3%)の方が女性(14.2%)よりもやや高い。
- ・ブロック別で見ると、「広報くるめを身近な場所で入手できるようにする」は中央南部(46.6%)など市中央部で比較的割合が高い一方で、西部A(27.8%)、北部B(29.9%)などでは3割を下回っている。

図3-3 年齢別にみた市の取り組みをより理解してもらうための方策(上位5項目)

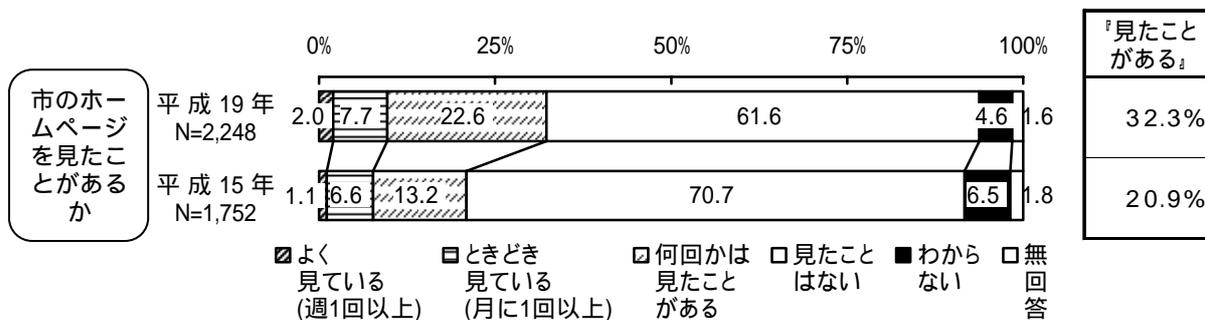


(2) 市のホームページ・携帯サイトの閲覧頻度

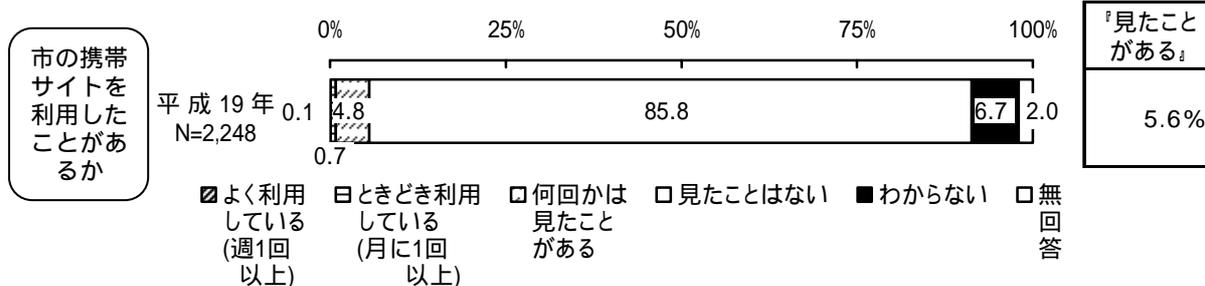
point

市のホームページを『見たことがある』割合は32.3%で、4年前と比べ10ポイント以上上昇している。
市の携帯サイトを『見たことがある』割合は5.6%と、1割に満たない。

問18 あなたは、久留米市のホームページを見たことがありますか。(1つだけ 印)



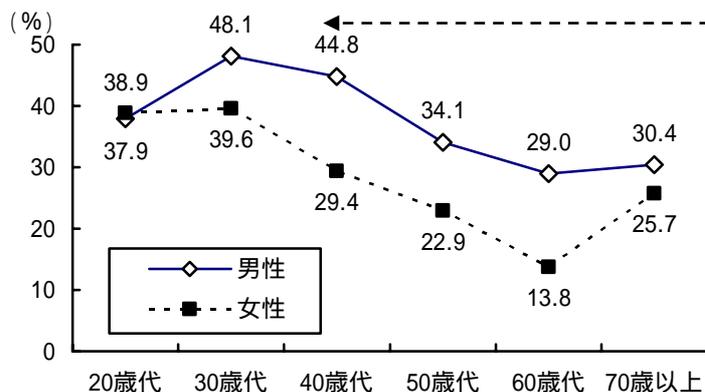
問19 あなたは、久留米市の携帯サイト(くろめ市政ナビ)を利用したことがありますか。(1つだけ 印)



属性別特徴

- ・性別でみると、市のホームページを『見たことがある』(『よく見ている』『ときどき見ている』『何回かは見たことがある』の合計)割合は、男性(37.0%)の方が女性(28.3%)よりもやや高い。
- ・ブロック別でみると、市のホームページを『見たことがある』割合は南東部(37.2%)や西部A(36.1%)で比較的高いのにに対し、東部Bでは22.4%、西部Bでは23.2%となっている。
- ・市の携帯サイトの閲覧頻度を年齢別でみると、『見たことがある』割合は20歳代で10.3%と比較的高くなっている。

図3-4 性×年齢別にみた、市のホームページを『見たことがある』割合



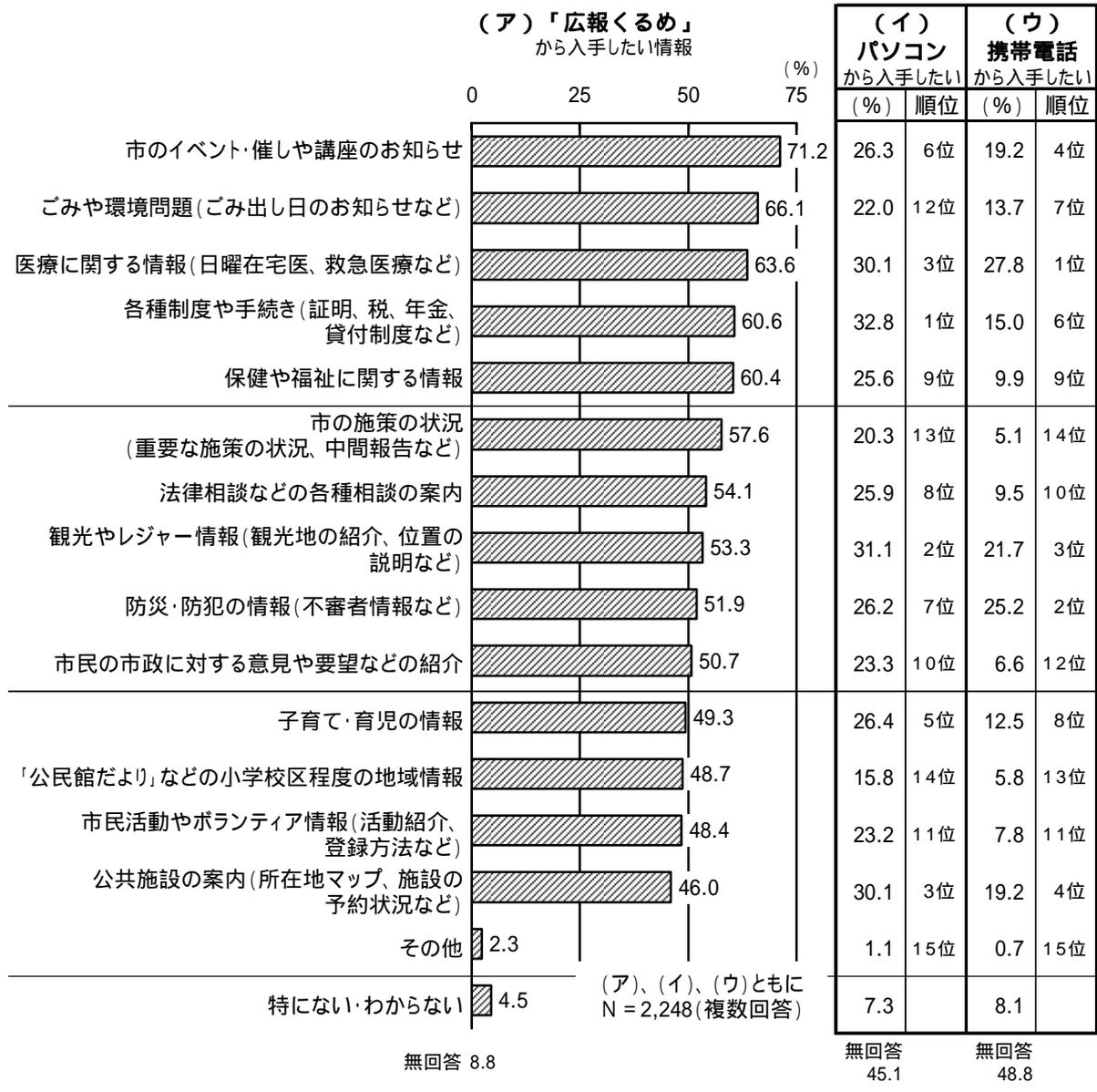
男女とも30歳代で最も割合が高く、30歳代男性ではおよそ2人に1人が市のホームページを『見たことがある』と回答している。

(3) 今後入手できたらよいと思う市の情報

point

「広報くるめ」からは「イベント・催しや講座のお知らせ」情報を欲する意見が最も多いが、パソコンからは「各種制度や手続き」、携帯電話からは「医療」の情報を入手できたらよいという声が多く、入手手段によって情報のニーズが異なっている。

問 20 久留米市に関する情報のなかで、広報くるめ、パソコン、携帯電話を使って入手できたらよいと思う情報は何か。利用手段(ア) 広報くるめ、(イ) パソコン、(ウ) 携帯電話それぞれに、次の中からいくつでも選び、番号に○印をつけてください。



属性別特徴

・性別でみると、[(ア)広報くるめから入手したい情報]では「市のイベント・催しや講座のお知らせ」や「医療」、「保険や福祉」に関する情報、「子育て・育児の情報」などはいずれも男性より女性の方が割合は高い。「市の施策の状況」については、[(ア)広報くるめ]では男女間の差は見られないが、[(イ)パソコンから入手したい情報]では男性(23.6%)が女性(17.6%)の割合を上回っている。

・年齢別でみると、[(ア)広報くるめから入手したい情報]の上位 5 項目はいずれも 20 歳代の割合が最も低い。だが、この 5 項目の[(イ)パソコンから入手したい情報]、[(ウ)携帯電話から入手したい情報]での割合をみると、いずれも 20 歳代あるいは 30 歳代で最も高くなっている。

図3-5 今後入手できたらよいと思う市の情報(媒体別にみた上位5項目)

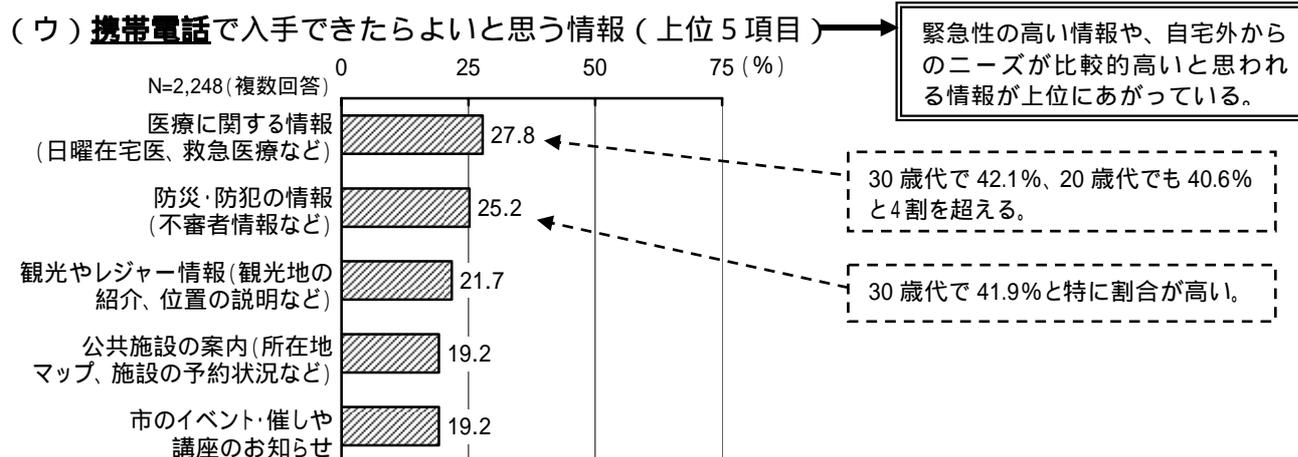
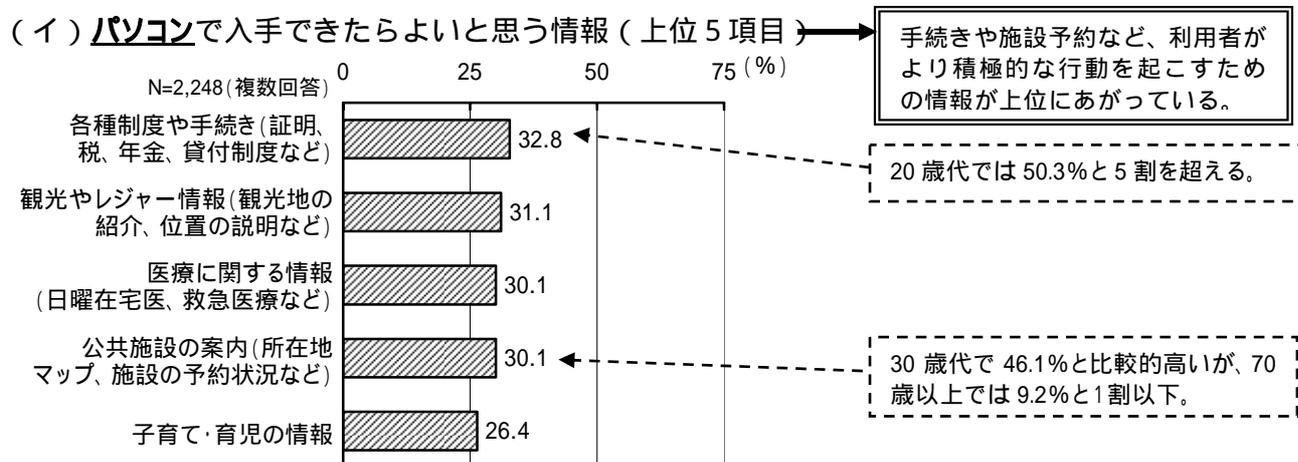
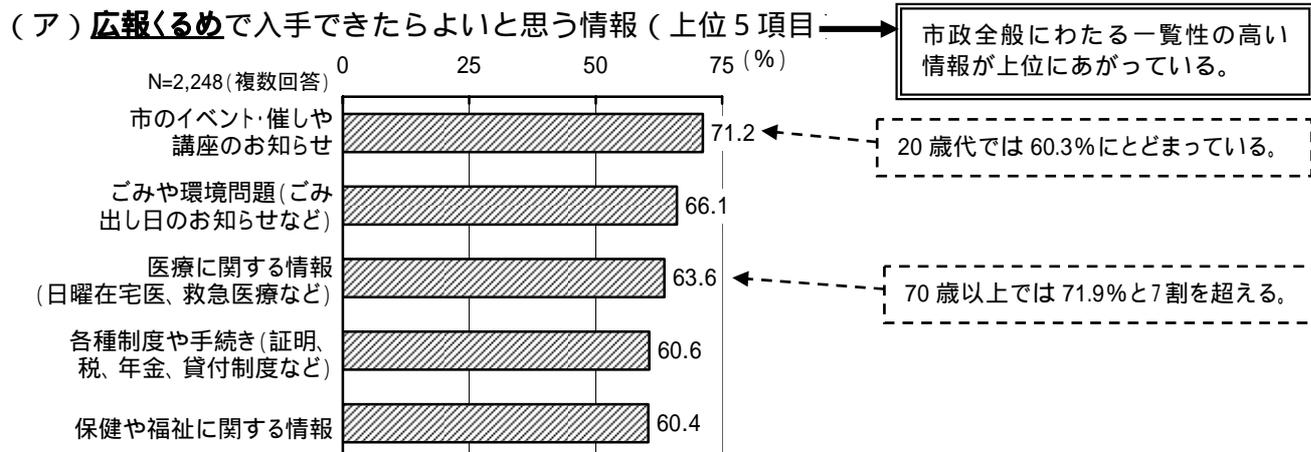


表3-3 インターネットの利用状況別にみた、今後入手できたらよいと思う市の情報

	全 体(N=2,248)			パソコンでネット 利用(n=1,035)		携帯電話でネット 利用(n=649)		インターネット利用せず (n=1,009)		
	(ア) 広報 くるめ から	(イ) パソ コン から	(ウ) 携帯 電話 から	(ア) 広報 くるめ から	(イ) パソ コン から	(ア) 広報 くるめ から	(ウ) 携帯 電話 から	(ア) 広報 くるめ から	(イ) パソ コン から	(ウ) 携帯 電話 から
市のイベント・催しや 講座のお知らせ	71.2	26.3	19.2	72.1	46.5	71.3	36.7	71.9	7.5	10.4
ごみや環境問題	66.1	22.0	13.7	67.1	40.0	68.1	27.9	65.1	5.4	6.6
医療に関する情報	63.6	30.1	27.8	63.3	51.4	61.2	49.6	64.8	10.4	17.0
各種制度や手続き	60.6	32.8	15.0	59.4	57.0	58.9	27.7	62.9	10.2	8.6
保健や福祉に関する情報	60.4	25.6	9.9	60.7	45.0	60.4	17.6	61.3	7.3	6.9
市の施策の状況	57.6	20.3	5.1	62.1	35.5	61.3	9.1	54.0	6.2	2.6
法律相談などの 各種相談の案内	54.1	25.9	9.5	54.5	44.5	56.9	17.1	54.0	8.3	6.1
観光やレジャー情報	53.3	31.1	21.7	51.5	53.3	51.5	42.2	56.3	10.6	12.4
防災・防犯の情報	51.9	26.2	25.2	52.4	44.3	49.3	46.7	53.0	9.0	13.7
市民の市政に対する意見 や要望などの紹介	50.7	23.3	6.6	53.2	40.2	55.8	13.4	48.3	7.5	3.2
子育て・育児の情報	49.3	26.4	12.5	55.6	43.7	58.7	25.1	43.7	10.2	6.7
「公民館だより」などの小学 校区程度の地域情報	48.7	15.8	5.8	51.3	26.9	49.6	11.2	47.0	5.8	3.4
市民活動や ボランティア情報	48.4	23.2	7.8	51.2	40.2	53.5	16.0	45.8	7.7	4.1
公共施設の案内	46.0	30.1	19.2	46.6	52.3	46.5	40.2	46.5	10.1	8.1
その他	2.3	1.1	0.7	1.5	1.6	2.0	1.4	2.6	0.5	0.4
特にない・わからない	4.5	7.3	8.1	3.4	3.7	4.2	6.3	5.3	10.7	10.2
無回答	8.8	45.1	48.8	9.5	19.3	9.7	21.6	6.5	69.2	62.3

それぞれ割合の高い上位3項目を太字で示している。

パソコンでインターネットを利用している人においては、「観光やレジャー情報」や「公共施設の案内」は、「広報くるめ」よりも【パソコン】を通して情報を入手したいという割合の方が高くなっている。

携帯電話でインターネットを利用している人の約半数が、「医療に関する情報」を【携帯電話】から入手したいと回答している。また、この1年間にインターネットを利用したことがないという人の17.0%が、今後【携帯電話】から「医療に関する情報」を入手してみたいと回答している。

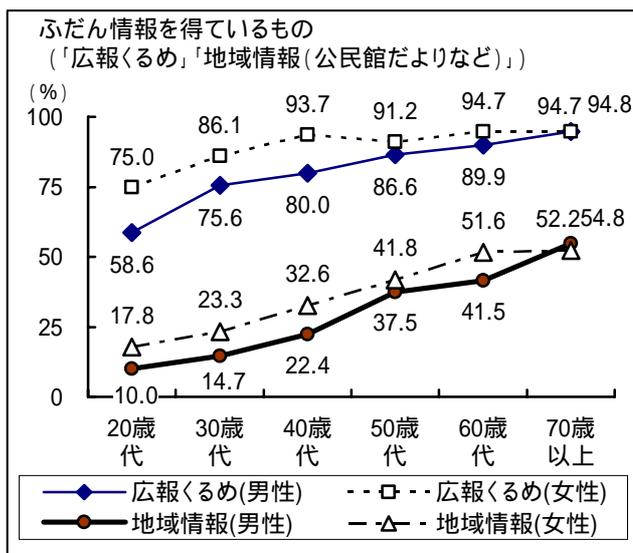


広報について

女性の方が公的な情報源に対する関心は高い

まず、久留米市政に関する情報源からみてみよう。ふだん情報を得ているものを尋ねた結果では、毎月2回発行の「広報くるめ」が85.8%ときわめて高く、「新聞」68.8%、「テレビ」62.5%が続き、「地域情報（公民館だよりなど）」33.4%、「議会だより」33.2%がほぼ同率で並んでいる。〔49ページ・問13(ア)〕

「広報くるめ」をあげた人を性別・年齢別にみると、女性では20歳代75.0%、30歳代86.1%で低いものの、他の年齢層では90%を超える高率になっているのに対し、男性では20歳代58.6%と、同じ20歳代の女性より16ポイントも低く、それ以外の年齢層でも女性の比率より低い。70歳以上のみが、男性94.8%、女性94.7%とほぼ同率である。「新聞」「テレビ」がそれほど大きな男女差がないなかで、「広報くるめ」の性差は特徴的である。これと同じ傾向を示すのが「地域情報（公民館だよりなど）」で、公的な情報源に関しては男性の方が無関心傾向にあることをうかがわせる。ふだん情報を得ているパターンでも、そのことが明らかである。



「特に重要な情報源」では、やはり「広報くるめ」が60.7%と高く、「新聞」40.7%、「テレビ」31.9%となっている。「重要な情報源」はこの3つまでで、他の項目は低い。そのなかで、「市のホームページなどのインターネット」は「ふだんの情報源」9.9%、「重要な情報源」9.3%とほぼ同率で、固定的なユーザーの存在がうかがわれる。〔49ページ・問13(イ)〕

「広報くるめ」未読者像から見てくるもの

このように重視されている「広報くるめ」であるが、読読状況をみると「毎号必ず読む」52.1%、「ときどき読む」32.6%と合計84.7%が読読、「あまり読まない」7.6%、「全く読まない」7.6%と合計15.2%が読読していない。〔52ページ・問14〕

「読読していない」人に注目して、プロフィールを描いてみよう。性別・年齢別では「男性20歳代」51.4%、「男性30歳代」26.9%、「女性20歳代」32.3%、職業別では「学生」44.9%、家族構成では「単身」25.7%、住居形態別では「賃貸住宅・アパート、マンション」21.2%、近所づきあい別では「つきあいはない」51.8%、自治会に「加入していない」33.9%という項目で高くなっている。こうした傾向からは、広報の読読という行為が「地域社会のネットワーク」への関心に支えられたものであることがわかる。

属性別にみた、「広報くるめ」を「閲読していない」割合(%)						
閲読していない(「全く読まない」「あまり読まない」)全体				15.2		
性別×年齢	男性:20歳代	51.4	住居形態別	持ち家・一戸建て	13.8	
	男性:30歳代	26.9		持ち家・集合住宅(分譲マンション)	11.2	
	男性:40歳代	20.6		借家住宅・一戸建て	14.8	
	男性:50歳代	12.5		賃貸住宅・アパート、マンション	21.2	
	男性:60歳代	8.2		家族構成	単身	25.7
	男性:70歳以上	4.3			夫婦だけ	8.0
	女性:20歳代	32.3	親・子(2世代)		17.8	
	女性:30歳代	14.2	親・子・孫(3世代)		12.2	
	女性:40歳代	5.9	近所の程		毎日でもお互いに行き来する	8.1
	女性:50歳代	7.6			ときどき家を訪問する	6.1
	女性:60歳代	3.5	職業別		会えば世間話をする	5.1
	女性:70歳以上	7.1			会えばあいさつする	20.6
	農林漁業	8.9		会えばあいさつする	20.6	
	自営業	13.9		つきあいはない	51.8	
給与所得者(常勤)	20.5	(自治会)		加入している	8.8	
パート・アルバイト	16.4			加入していない	33.9	
学生	44.9			わからない	37.8	
専業主婦(夫)	4.1					
無職	9.0					

ネットワークの網の目から漏れ出る「20歳代」「単身」「つきあいなし」という階層で閲読状況がみられないからである。同じ30歳代でも男性26.9%、女性14.2%、40歳代でも男性20.6%、女性5.9%という大きな男女の差異は、この延長線上にあると考えてよい。

そうした意味では、男性の50歳代12.5%、60歳代8.2%と、「閲読していない」比率が減少することは、一般に「団塊の世代」といわれる世代が、地域に関心を持ち、地域にかかわろうとする「地域デビュー」の可能性が生まれていることを示唆するものといえよう。

媒体ごとに異なる情報ニーズ

「広報くるめ」「パソコン」「携帯電話」のそれぞれについて、今後入手できたらよいと思う情報を尋ねた。いわば、3つの情報媒体で「すみ分け」がみられるかどうかという観点からである。[60ページ・問20]

「広報くるめ」から入手したいと思う項目は、「市のイベント・催しや講座のお知らせ」「ごみや環境問題」「医療に関する情報」が高く、高齢層での利用がきわめて高い現実を反映している。これに対し、「パソコン」からは「各種制度や手続き」「観光やレジャー情報」「医療に関する情報」「公共施設の案内」が高く、わざわざ市役所に出向かなくても済む利便性が大きな要因になっていることがわかる。「携帯電話」では「医療に関する情報」「防災・防犯の情報」が高く、20歳代から40歳代の女性層で携帯電話の利用が高いことを反映して、子育てに関わる「医療」「防犯」がキーワードとなった結果とみることができる。ただ、「防犯」情報については市民ニーズは高いものの、「プライバシー保護」や「人権」の観点から、情報を発信する側も、受信する側にも、慎重な取り組みが求められる。

3つの情報媒体で「すみ分け」、機能分担がみられることは、限られた予算のなかで効果的な「広報行政」を進めるために、情報媒体の複合的な組み合わせ(メディア・ミックス)の必要性を意味している。「切実に情報がほしい」、「こんな情報があつたらいい」、「あまり必要ない・どうでもいい」など、受け手の側の情報ニーズに応じた、使い勝手のいいメニュー化などが求められている。

また、情報の送り手の側にも「市民参画」の視点が必要である。市の取り組みをより理解してもらうための方策を尋ねた質問[58ページ・問17]に対して、「『広報くるめ』を、コンビニなどの身近な場所で入手できるようにする」、次いで「地域レポーターとして、市民に『広報くるめ』の取材をしてもらう」があがっているのも、市民と行政の協働の推進に向けた、「広報くるめ」の戦略的な紙面づくりへの期待があらわれたものといえる。

ひとこと

今、福岡県の小学校教員のなかで「隠れたベストセラー」になっている本がある。2年前、北九州市・香月小学校の6年生がまとめた『小学生が作ったコミュニケーション大事典』（北九州市小倉北区・あらし書店）である。コミュニケーション能力を高めるため、「あいさつ力」「返事力」「笑顔力」「うなづき力」「振り返り力」など、「34の伝え合う力」を児童自ら考え、実践し、その効果を検証した「大事典」である。

本書から広報に関わる「リサーチ力」「話題力」の2つを紹介しよう。

1. 「リサーチ」 それは、情報収集に欠かせない身につけたいテクニック

リサーチ力上達の決め手は「好奇心」。リサーチ力を調べるために徹底的にリサーチをしてきました！ こうやって調べ終わって、僕が今思うことは、「なぜ？ どうして？ 不思議？ という『？』をいつも持つ」ということが、リサーチ力を伸ばす1番の決め手になると思いました。つまり、好奇心を持ち続けるということです。これから僕も、リサーチ力を伸ばして、「聞く力・話す力」を高めていきます。聞き手の時間をむだにしないように、質の高い情報を集めていきます（同書 85 ページ）。

2. あなたの話題、相手は喜びますか？ 話題は相手中心に選ぶようにしましょう。

相手中心の話題を！ よい話題は勝手に入ってはこない。自分が「集めよう」「探そう」と意識しておく必要があるのだ。そのためには、「みんなは = 聞き手は、どんな内容を喜ぶかな」と相手中心の考え方をしておかなければいけないのだろう。私は今、仲良しの友達との会話などで、「あっ、今の話題は受けそう！」「この話はみんなに喜ばれそう！」などと、時々考えながら話している。ほんのちょっとだ

けど自分中心から相手中心に成長している。話題力は奥が深い（同書 109 ページ）。

市民と行政との協働（パートナーシップ）の推進にあたって、広報の果たす役割はますます重要になっている。「広報行政から行政広報へ」、あるいは「広報活動から広報戦略へ」という目的の転換がうたわれて久しい。そのなかで、現実には広報業務は、今なすべきことは何か、自ら果たすべき役割とは何か、その明確な位置づけを失いつつあるケースもあるのではないが、広報が単なる世論誘導であってはならない。

すなわち、広報という取り組みに、「情報を伝達すること」だけでなく、市民に「情報を伝え」「理解してもらう」ことが求められるようになってきている。そして、その次のステップにある「市民と行政の協働のまちづくり」という共通認識を持ち、ともに行動することが求められている。こうした意味では、「広報」の語源といわれる「パブリックリレーションズ」が本来持つ「一方通行」という意味合いだけではなく、双方向性のコミュニケーションということがいよいよ求められる時代になってきているといえる。

したがって、これからの広報に求められることは、「市民との協働」という地平を、いかに切り開いていくかということであり、そのための市民と行政の「相互信頼」「相互理解」をどのように築いていくかということである。こうした点を踏まえれば、広報においては「伝えようとする側」のコミュニケーション能力が重要な問題であり、それは情報を市民に向けて発信しようとするすべての行政パーソンに求められることである。

困ったときには「原点」に帰れ。ここで紹介した小学生の「34の伝え合う力」は、市民（相手：パートナー）に伝わってこそ本当の広報だということを、あらためて私たちに「伝えて」くれることだろう。