

平成 29 年度 いたばし・タウンモニター懇談会報告書

開催月日 平成 30 年 2 月 5 日 (月) 9:30~12:00
開催場所 区役所 9 階大会議室 B
テーマ 『広報いたばし』をより多くの方にお届けし、手にとって開いていただくにはどうしたらよいか
参加者数 18 名
区側出席者 区長・広聴広報課長・広聴広報課職員

<オープニング> 9:30~9:45 (15 分)

- ・本日の流れの説明
- ・各班で自己紹介 (1 人 1 分)

<クイズ形式で情報共有> 9:45~10:00 (15 分)

クイズの内容

(1) 広報いたばしの 1 回あたりの発行部数は？

ヒント 人口 56 万人、世帯数 30 万世帯

答え 18 万部 185000 部を発行

(2) 18 万部のうち新聞折込で配布しているのは何部

答え 15 万部 154000 部程度を新聞折込

➡8 割以上を新聞折込で配布している

(3) 広報紙を月 4 回発行する自治体は、全国で何カ所？

答え 2 か所 広報協会の調査だと、板橋区と新潟市だけ。

➡ほぼ毎週発行は、板橋区の広報の特徴。タイムリーな情報提供を重視している。

ただ、新聞折込だからこそ毎週発行が可能。全戸ポストイングをすると、配布に 5 日程度はかかり、次の発行が来てしまう。

➡東京 23 区は、月 2 回が 7 区、月 3 回が 15 区です

(4) 8 ページ版で 15 万部新聞折込すると 1 回あたりいくら？

答え 100 万円 110 万円程度かかる

(5) 全 30 万世帯に全戸ポストイング (各家庭のポストに届ける) すると？

答え 400 万円 板橋区で 400~500 万円の見積もり

➡全戸ポストイングしている自治体は、月 1~2 回発行にする、記事内容の精査など。発行回数・配布方法・記事内容は関係ないようで関係ある。

(6) 広報いたばしは何か所で配布している？

答え 300 か所 約 320 か所で配布

➡区の施設、駅、スーパー、コンビニ、病院などにある。

(7) 広報物は性質で2つに分けられる。「プッシュ型」と「プル型」。

「プッシュ型」は情報発信側から、情報を押し出して無理やりでも届ける

「プル型」は、情報を受け取る側が、必要な時に情報を取りに行くもの

(7-1) それではテレビCMはプッシュ型、プル型？

答え プッシュ型

➡情報発信側からどんどん情報を届けている

(7-2) ホームページはプッシュ型、プル型？

答え プル型

➡情報を受ける側から調べに行くもの

(7-3) 投げ込みチラシは？

答え プッシュ型

➡情報発信側から一方的に情報を届ける

(7-4) 広報いたばしは？

➡新聞折込で区が情報を届けるという面では、プッシュ型。

(7-5) 区の公式ホームページはプル型

➡区民の皆さんの側から、知りたいタイミングで情報を取りに行くから

(まとめ) プッシュ型、プル型の組み合わせが大切とされています。

➡投げ込みチラシで、ホームページへ誘導というのは良くある

<アイデア発散> 10:00~10:35 (35分)

- ① テーマ「広報いたばしをより多くの方にお届けし、手にとって開いていただくにはどうしたらよいか」について各自で考える
- ② グループでアイデアを出し合う
- ③ アイディアを模造紙に貼り付け整理し、アイデアを追加する

<区長挨拶> 10時45分~10時50分

<意見集約> 10時50分~11時15分

各グループで意見を3つ選び、その取り組みのメリット・デメリットを考える

<発表表> 11時15分~11時45分

各グループ3分程度で発表

【1班】

アイデア	メリット	デメリット
カラー化	人目に付く。第一印象良い。	費用がかかる
町会配布、回覧板・掲示板活用	多くの目に触れる	配布者の負担、町会未加入者
病院特集の掲載	高齢者の興味を惹く	毎号の掲載はムリ
魅力版が良いので増やす	最大公約数に周知	毎号の掲載はムリ

※その他の意見

- 字をもう少し大きくする
- 中学生に配布する

区長コメント

- 広報に医療情報をきめ細かく掲載することで、高齢者への安心感を、核家族の方への地域の連帯感をそれぞれ PR できるという案は、区政において非常に参考になった。
- 中学生へ配布する案について、現在学校では、自分たちの地域の特徴や誇りを捉え、板橋区全体の中で、自分たちの地域をどのようにしていくかという機運を高めている。より中学生の関心を引くものとするべく、検討していきたい。

【2班】

アイデア	メリット	デメリット
婚活情報の掲載	読者を惹く企画、集客へ誘導	企画が難しい
「地域の紹介」特集	読者を惹きつける、継続的楽しみ、地域が嬉しい	なし
字の大きさにメリハリ、余白を大きく	読みやすくなる、アクセント	字数が減る

※その他の意見

- カラーをうまく使う
- 癒し系の写真を載せる
- 保育園や小学校に配布する

区長コメント

- 婚活について、これから板橋区で人口が増える、または女性が活躍をする上で、重要なことであると感じている。
- カラーや余白をうまく使い、記事にメリハリをつけるというご意見は、見やすくわかりやすい紙面づくりをするために、今後の広報活動に活かしていきたい。

【3班】

アイデア	メリット	デメリット
イベント掲載とリンク(ウォーキング大会等)	相乗効果	似たような情報が増える
カラー印刷	目を惹く、開いてみたくなる	予算、費用対効果
ページ数を減らす(内容精査、8ページ版は文字多い)	気軽に読めるようになる	載せる情報が減る

※その他のコメント

- 回覧板でまわす
- 載せる内容の対象年齢を絞る

区長コメント

- ウォーキング大会とイベント情報をからめて、情報がうまくリンクするような内容にするというご意見は、地域に関心をもっていただくためにも参考になった。区内の各地域ごとの情報発信も研究する必要があることを認識した。
- 毎週発行というメリットを活かして、情報の新鮮度を出していくことが大切だと考えている。日々新しい情報が掲載される、新聞的な役割をどこまで果たすべきなのか、今後の検討課題であると考えている。

【4班】

アイデア	メリット	デメリット
月2回に発行を減らす	回数減らして価値上げる、経費節減→その分カラーや配布に使う	情報量が減る
クイズコーナー・景品(美術館入館券など)	広報への関心向上	経費増加
目立つ場所に置く	多くの人に目につく	発行部数増える→経費増

※その他の意見

- 「本日広報紙が発行されました」と防災無線で流す
- 自分のアドレスを登録してもらって、区から広報を発行した旨のメールを流す。→メール内のURLをクリックすると広報が見れるようにする(プッシュ型とプル型の組み合わせ)。

区長コメント

- インターネットなどの情報媒体と役割分担をしながら、これから紙ベースでの広報はどうあるべきなのか、検討を重ねていきたい。
- プッシュ型とプル型をうまく使い分けて必要な方に必要な情報を伝えるというご意見は参考になった。紙媒体だけではなく、いろいろな広報媒体を連携させることは良いアイデアであり、今後取り組みを進めていきたい。

<区長挨拶> 11時50分～11時55分

<写真撮影> 11時55分～12時00分

【新たな懇談会実施方法の試行について】

今回、区では、新たな広聴活動の可能性を見出すため、懇談会の実施方法の見直しを検討し、次の2点をねらいとして試行した。

- ①参加者に「気軽に楽しく」参加してもらう
- ②参加者に「表出された意見が区政に届く」と実感してもらう

試行の方法として、ねらいに応じた取組をそれぞれ行い、成果をアンケートで確認することとした。

まず、「①参加者に『気軽に楽しく』参加してもらう」取組として、快適と感じてもらえるよう空間を演出した。

具体的には、緑茶やほうじ茶、コーヒーなどの飲み物、クッキーやチョコレートなどのお菓子を複数用意し、選べる楽しさを提供した。また、リラックスした雰囲気を出すため BGM を用意した。

さらに、楽しく話し合いが行えるよう、会の進行においても、基礎知識の共有にはクイズ形式を取り入れ、話し合いにはワークショップの手法を一部取り入れるなどの工夫を行った。

また、「②参加者に『表出された意見が区政に届く』と実感してもらう」取組として、区長が話し合いの場に参加するようにした。

区民が区長へ直接口頭で意見を表出する広聴活動は、「区民と区長との懇談会」及び「区政を区長と語る会」がある。今回は、後者を活用し、これを兼ねる会とした。

区長は、参加者同士の話し合いの様子を見て回り、そこで出される発言に耳を傾けた。また、班ごとの発表では、話し合いの様子にも触れながら、区として得られた視点や、今後の参考とすることなど、感想を述べていった。

会終了後のアンケートではこれらの取組に対し、「楽しく参加できた」「区長との意見交換ができてよかった」などの声が寄せられ、当初のねらいに一定程度到達できたと評価できる結果となった。

区としては、今回の懇談会を通じ、新たな懇談会方法の実施に向けて取り組むべき点、改良すべき点を得ることができた。