

取手市では、ウェブサイトリニューアルコンセプト「市民の顔が見える広報紙へ」を掲げている。リニューアルの概要の中に、「特集記事を新設」として、「市の取り組みや課題を紹介する特集を年12回掲載します」と宣言している。

今までも、公益社団法人日本広報協会が主催する全国広報コンクールで入選する優秀な広報紙は、しっかりした特集を組んでいるため、特集があることはめずらしいことではない。しかし、ここ数年、取手市のように広報紙を大幅にリニューアルし、「お知らせ」型から、毎号特集を組む編集方針に変えた自治体が目立つようになってきた。

7. 若い世代を広報紙づくりに取り込む

前述のとおり、若い世代は広報紙を読んでいない。

若い世代に広報紙を読んでもらうために、学生に広報紙づくりに参加してもらおう工夫をしている自治体がある。

青森県弘前市では、学生にも広報紙を読んでもらおうと、学生企画コーナー「もっともっと弘前」を広報紙内に1ページ設けた。弘前市出身もしくは弘前市在住の女子大生が、打ち合わせや取材、紙面作成まで、学生目線で編集。このコーナーは、残念ながら2020年3月1日号が最終回で、現在は無いが、約8年間続いた。

大阪府寝屋川市では、「寝屋川市学生レポーター」を募集している。毎号ではないようだが、例えば2020年11月号では「学生レポーター」のコーナーが掲載され、取材をした学生の写真とともに、特集に関する本人のレポートが掲載されている。

8. 漫画で特集を構成

ほかにも、表紙から特集にかけて漫画で構成する広報紙もみられる。

京都府京都市では、2021年2月1日号から4カ月連続で表紙から特集に続くページを漫画で構成している。

福岡県糸島市では、2019年5月15日号で

LGBTをテーマに表紙を含めて特集11ページを漫画で構成している。

これらは一つの例に過ぎないが、このほかにも「住民に紙面に多く登場してもらおう」「行政情報とは関係のない、歴史や料理などのコラムを掲載する」といった、広報紙を読んでもらうための工夫がみられる。

9. 紙面確保のためにウェブサイトと連携

予算が限られている中、特集を毎号4～6ページ組む等簡単に広報紙のページ数を増やすことができない。そのために行われるのがウェブサイトとの連携による紙面確保だ。

今まで、情報の詳細を掲載していたのを概要だけにとどめ、「詳細はウェブサイト」とウェブサイトへ導くのだ。

市区町村広報広聴活動調査（2017年度～2019年度）によると広報紙にQRコードを掲載する自治体が増えてきた（図表4）。「QRコードを載せている」と回答した自治体は、2017年度から毎回約10ポイント増えているのが分かる。2019年度は8割以上の自治体がQRコードを掲載している。広報紙によっては、ほとんどの記事にQRコードを掲載しているケースもみられる。

▼図表4 QRコードの掲載

	2017年度	2018年度	2019年度
載せている	1071 62.4%	1243 72.1%	1423 82.8%
掲載予定	13 0.8%	10 0.6%	14 0.8%
載せていない	613 35.7%	463 26.9%	265 15.4%
総数	1716	1723	1719

※無回答あり。

<出典>公益社団法人日本広報協会

北海道札幌市では、特集を充実する代わりに「お知らせ」ページからイベント情報を削除した。イベント情報は、ウェブサイト、スマートフォンアプリなどで発信。これらにアクセスできない人のためには、イベント情報をまとめた

冊子を作成し、区役所ほか市内の郵便局窓口などで配布している。

このように、特集紙面を確保するために、ウェブサイトは広報紙では載せきれない情報の受け皿としての役割がさらに加速するだろう。

10. ウェブサイトのスマートフォン対応が急務

QRコードを読み取ってウェブサイトを閲覧すると、多くの場合、スマートフォンでアクセスすることになる。

従来のPCで閲覧することを前提に作られたウェブサイトだと、スマートフォンで見ると文字が小さく、画面を拡大する必要がある。さらに、縦スクロールだけでなく、横にもスクロールしないと読めない。

「スマートフォン専用サイト」が「ある」と回答したのは71.7%である（図表5）。「令和2年情報通信白書」によると、インターネットの利用端末の種類では、スマートフォンが63.3%、パソコンが50.4%となっている現在、スマートフォン用サイトのない自治体は、スマートフォン対応が急務だ。

▼図表5 スマートフォン利用者向けサイト

	(件)		
	2017年度	2018年度	2019年度
ある	1131 65.9%	1168 67.8%	1232 71.7%
ない	554 32.3%	525 30.5%	454 26.4%
総数	1716	1723	1719

※無回答あり。

<出典>公益社団法人日本広報協会

11. ウェブサイトの対象者別ポータルサイト化

さて、自治体のウェブサイトを利用するとき、必要な情報だけを検索することが多く、ほかに何か有益な情報はないかと探すことはあまりし

ない。前述のとおり、ウェブサイトは情報を取りに行くプル型メディアだ。

しかし、一つの情報を調べた人に、関連するほかの情報を出すことにより、別の情報をプッシュすることができる。関連情報をレコメンドエンジン¹のような仕組みで表示しなくても簡単にできる方法がある。情報のポータルサイト化だ。自治体でよくみられるのは「子育てポータルサイト」。ある子育ての情報を検索したら、子育てポータルサイトで入手できたとしよう。そのページの周りは、子育ての関連情報であふれている。つついほかのページも閲覧してしまう。場合によっては、思いがけず有益な情報を入手できるかもしれない。

最近では、シニア情報をポータルサイト化する自治体もみられる。東京都千代田区では、「高齢者サービスページ」を設けている。東京都荒川区では、さらに、トップページの表示方法を「子育て世帯」や「高齢者世帯」に変えることができる。山梨県笛吹市も同様に「あんしん子育て」や「シニア応援」に変えることができる。

このように、特定の訴求対象に向けて情報を集約することで、よりウェブサイトの利便性が高まる。パソコンやスマートフォンを使いこなせる年代が高くなるにつれて、シニア世代向けのポータルサイト化は今後進んでいくのではないかと。

12. SNSは有事の情報発信メディアとして存在価値がある

SNSは、フォローすればプッシュ型メディアになり、そこで発信される情報が自動的に送られてくる。しかし、自治体のSNSを、どれだけの人がフォローしているだろうか。普段、友人・知人などの付き合いをのぞき、相当興味のある情報を発信しなければSNSをフォローしないと思われる。正確な数字は分からないが、SNSを利用している人の自治体SNSをフォロ

¹ 利用者の検索履歴等から関心があると思われる情報や商品を表示し選択の手助けをしてくれるシステム。