**全国社会福祉協議会平成25年度広報力強化セミナー**

**事例報告**

事例報告者　三浦市社会福祉協議会　地域福祉課主事　杉崎　悠子

**○三浦市社会福祉協議会　地域福祉課主事　杉崎　悠子です。**

今日は、ホームページをより良く活用するということで、「人口４６，５６６人の“まち”の取り組み」を紹介させて頂きます。

**●まず、三浦市の状況です。**

　三浦市は、神奈川県南東部、三浦半島の最南端にあります。

　最初に申し上げましたとおり、人口は46,566人、高齢化率は、約30％です。

　基幹産業は、農業・漁業といった第1次産業です。

　隣接市は横須賀市です。

　三浦市の財政力指数は０．７７、経常収支比率　９９％です。

　遠洋マグロの基地として名を馳せ、隆盛期に市立病院、市営水道、市営魚市場を設けましたが、現在では財政圧迫の要因となっています。全国に先駆け土地開発公社を解散しました。

　地形／地勢から産業が限定され、就労機会の問題から人口の流出に歯止めがかからない状態です。

**○県内の市町村数は33で、うち市は19、町は13、村は1つです。**

　三浦市社会福祉協議会のホームページは県下、さいこうはつでかいせつしました。

　横浜横須賀道路を使えば車で４０分程度で横浜市（県庁）に着きます。品川まで電車で１時間強で着きます。三浦市は都心に最も近い“ど田舎”だといえます。

　市域の中には、限界集落化した地域も現出しており、過疎の先進地として神奈川県では認知されています。

　実は、人口は寒川まちに抜かれ、５万人を大きく割りこんでいます。

　そこで我々は、こうした地域状況に鑑みたＨＰを作成することにしました。

**●これは三浦市社会福祉協議会のHPのトップページです。**いろいろコンテンツがありますけども、その中に、担当者から探すというアイコンをクリックすると、

**○あいうえお順に職員の氏名と役職**、顔写真が掲載されます。この顔写真をクリックすると、

**●このように、職員の職務に対する姿勢**などがコメントとして掲載されています。

**○私たちが考えた“地域状況に鑑みたＨＰ”と**は、顔のわかるＨＰです。

　担当者の顔と事業を結びつけることによって、そして、顔を覚えてもらうことによって、名前はわからないけど、この人を頼って行けば、今の困りごとを解消するヒントが掴める―と思っていただけるように工夫しました。

　人口４万５千の町だから有効な広報手段だと考えています。

**●その他にも**、毎日更新されるブログや、

**○動きのある動画で**、日々の活動も紹介しています。

**●これは、神奈川新聞**という地方紙の記事です。ちょうど「支援ぴ制度」が導入される頃のものです。

　私たちは、地域福祉活動計画の策定を通して当時の「手をつなぐ育成会」と急接近していました。

　この計画策定に伴うヒアリングの中で、育成会のメンバーからは、相当手厳しい批判も受けています。

　「社協というのは、お年寄りの福祉をやるところだと思っていました」あるいは「三浦市には障害者がいないみたい」―といった具合に。

　県下でも抜きんでて高齢化率の高い三浦市にあって、高齢者福祉対策が急務の課題であったことは事実です。それでもなお、遅々として進まない障害者施策に、当事者やその保護者は例えようのない苛立ちを感じていたのです。

　私たちは、求められる施策を計画に落とし込むために、支援費制度に関する緊急調査を実施することにしました。サービスの利用経験の少ない当事者や保護者にとって、新制度に対する期待感は希薄で、むしろあきらめがまさっていたからです。

　三浦市社会福祉協議会では、長きにわたって、神奈川新聞の支局長と良好な関係性を築いてきました。支局長が、記事の不足に困っているときは、いつでも情報を提供できるだけの準備もしていました。なお、三浦市民にもっとも読まれている新聞が、この神奈川新聞であることを補足しておきます。

　当時の担当係長は、この緊急調査の結果をつぶさに支局長に報告しました。

　支局長も大いに関心を示してくださり、小さな記事ではなく、5段ぶち抜きの「特集」で行こうということになりました。

　これがその記事です。障害福祉サービスに関する市町村格差が広がっていること、親亡き後政策の問題、そして、障害者のための施設が一つもないことなどが、当事者や保護者の悲痛な叫びとして報道されています。

**●この記事は、少なからず三浦市**にセンセーションを巻き起こしました。

　三浦市議会でも取り上げられ、革新系だけでなく保守系の議員もこの問題に関する三浦市の姿勢を問いただしたのです。

　ここに至り三浦市も重い腰を上げ、障害者のための拠点整備を断行する旨の表明をしたのです。

　これから重要になるであろうジャーナリズムの方向性に「シビックジャーナリズム」というのがあるそうです。

　この、アメリカで90年代に登場した「シビックジャーナリズム」の本質は、社会が抱える問題を単に報道するのではなく、市民の積極的な行動を促し、最終的には問題を解決していく「市民参加型」の新しい報道手法です。

　もちろんシビックジャーナリズムには賛否があることは承知をしています。

　それでも私たちは、このシビックジャーナリズムの可能性を信じています。

　三浦市のように財政力の乏しい町にあって、市民の力は掛け替えのない「宝」だからです。カネはないけど「人」がいる。広報誌「社協みうら」が人に焦点をあてるのは、そのためです。

**○他にもこんな“仕掛け”**をしています。

　行財政改革の一環で民間への売却が検討されている公共施設があります。

　高率の国庫補助金に飛びついて、市単独事業として年間900万円もの血税をつぎ込んでいる施設が、いよいよもってお荷物となってきたのです。実は、この施設、本会が指定管理を受けています。

　地域の高齢者のサロンとして開設され10年が経過し、今では、年間1万人もの当該者が利用する介護予防施設です。存続を求める声も後を絶ちません。

　そこで私たちは、この施設を「三浦市民」の財産として残すべく、市民に広くアイディアを募集することにしました。

　一定の収益をあげながらも、一部サロン機能を残すための「アイディア」が多数寄せられました。

　このアイディアをもとに、今年度中に「再利用計画」をまとめ、三浦市に対し政策提言するつもりです。

**○これは、152号から**リニューアルした「社協みうら」という広報紙の表紙です。2か月に1回全戸配布で発行しています。

　先ほども少し申し上げましたが、この「社協みうら」では、「人」に焦点をあてた紙面づくりをこころがけています。

　紙媒体の場合、スペースの都合上、どうしても舌足らずな記事になってしまうことがありますが、三浦市社会福祉協議会は、これをHPで補完する仕組みをつくっています。

「社協みうら」に書かれた記事はダイジェストで、スペースに余裕のあるHPにその全長版が掲載されるという仕組みです。

**●これがそのHP**です。

**○広報の財源ですが、**三浦市社会福祉協議会では、会費や寄付金といった財源のほかに、介護保険や自立支援事業のじょうよきんもこれにあてています。

　このグラフは平成25年度予算の財源構成を図で示したものです。3億円の予算のうち約7割は、介護保険事業や収益事業といった自主財源で構成されています。

　ちなみに三浦市からの補助金は12％に止まっています。5年後には７％代にまで減少するのではないかという試算もあります。

最後に「広報」に関する雑感を述べさせていただいて「まとめ」に換えたいと思います、

まずはじめに

コンセプトとニュース性

についてです。

「誰のため」に伝えるのか「何のため」に伝えるのか…という「コンセプト」を明確に持つことが、広報において最も大切なことだと考えています。

　ニュース性とは、何も情報の新しさだけを問うものではありません。リアルタイムで視聴者に情報を届けるテレビやインターネット、１日単位で情報を届ける新聞、１か月ごとに情報を届ける月刊誌では、自ずとそのニュース性は異なります。

　三浦市社会福祉協議会では、鮮度の求められる情報やサービスの利用に必要な情報は、ホームページに集約し、２か月に一度しか発行できない「社協みうら」関しては、取材をメインに「人」に焦点をあてた紙面づくり心がけています。

　「社協みうら」に登場する人達の顔写真は一様に“笑顔”です。なるたけ「笑顔」を乗せることによって、紙面に親近感を持たせています。また、その笑顔こそが、地域福祉を推進する「原動力」としての普遍性を持っていると考えています。

　市民が知りたがっている情報、知っておくべき情報をいかに早く届けるか、がニュースの生命であることに異論はありません。しかし、その一方で「情報の価値」はニュース性と普遍性という、一見あいいれない概念によって成り立っていることもまた事実なのです。

次に

情報の正確性と深さ

についてお話します。

　送り出した情報としての事実が、いくら真実性が高くても、深くその本質に迫っていなければ、薄っぺらな情報に終始してしまいます。このように、事実と真実は似て非なるものです。野球の試合があったとします。事実は「AがBに勝った」と表現され、真実は「Bの棄権によりAが不戦勝した」となります。問題は、伝えた内容が真実なのかーであり、それを受け手が的確に受信し、また、何らかの判断材料となり得たのか―にあるのです。「ものごと」の本質をいかに深く見極めたか、がその情報の価値を高めるのです。

そして

わかりやすさ

です。

　わかりやすさとは、視覚的な要素だけではなく、伝える側がその情報をよく理解していることが大切です。どうしてもその情報を伝えたいという強い思いや情報の送り手がいかに受け手の側に立脚できたかが、「わかりやすさ」に繋がるのではないでしょうか。

問題提起する力

は、三浦市社会福祉協議会が最も重視していることです。

　「社協みうら」は、速報性よりも「親しみやすさ」を重視した紙面構成となっています。一方で、ホームページには「各種報告書・企画書」というページを設け、少し専門的な計画書や行政への政策提言を掲載しています。こうした情報を私たちは“仕掛けの情報”と呼んでいます。政策論争を巻き起こすことを意図し、“お知らせ的”な一方通行の情報だけでなく、双方向でやり取りできる「動きのある情報」も流しているのです。こうした計画書や政策提言は、記者クラブにも投げます。食いついてくれた報道機関には、詳細を説明し、これを記事にしてもらいます。三浦市社会福祉協議会の職員には、問題提起する力量が求められると、上司から常々言われています。その方法は、自らが発信することはもとより、報道という行為においては、より信頼性の高い新聞社などを利用することも大切だと考えています。三浦市社会福祉協議会では、新聞報道されたその記事も「アーカイブ」というページにアップしています。

また

おもしろさ

もとても大切です。

　福祉業界に一番欠けているのは「おもしろさ」や「格好良さ」だと確信しています。

最後に効果と課題についてお話しします。まずは、

効果

です。

訪問者数が増えました。HPのリニューアル当初2012.2のユニーク訪問者数は、月800人にも満たない状況でしたが、先月の月間ユニーク訪問者数は2546人となり、3倍以上閲覧者が増えました。「ユニーク」とは、同じ人（ブラウザ）が集計期間中に何回訪問しても「1人」とカウントするということです。また、Youtubeのチャンネルには、およそ500本の動画を掲載しています。再生回数は約２万４千回です。

最後に課題です。

　HPを維持するためにはお金がかかります。また労力もかかります。個々の職員が、情報サービスに対する認識を高めなければ、よりよいHPを作ることはできません。情報のもつ力を考えれば、専属の職員を配置して然るべきところですが、そんな余裕のある社会福祉協議会はどこにもないでしょう。三浦市社会福祉協議会では、HPの初期投資費用として、

100万円を超える費用をこれに投入しました。それを安いと思うのかあるいは高いと思うのかは広報に対する戦略によって変わってくることでしょう。理事会や評議員会にその重要性を理解していただくことも、大切になってきます。最初の説明のとおり、三浦市の財政力は非常に乏しく、これを補助金などで賄うことは到底できません。情報そのものがひとつのサービスなのだという認識を持って、費用対効果を見ながらHPを運営していくことが求められます。

以上　ご清聴ありがとうございました。