

伝えるは「自分」、伝わるは「相手」。だから行橋市役所は「伝わる広報」を目指します。今年もご愛読ありがとうございました。来年もよろしくお願いいたします。

注目記事

広報 ゆくはしでは、皆さんに伝えたい多数の事業や制度を扱っています。その内容はしっかりと届いているでしょうか。「ここに情報が載っています」と掲載することと目的の「アリバイ広報」となっていないでしょうか。

手続き方法など情報量が少ない、記事のサイズが小さい。このようなお叱りを内外から受けることがあります。たくさんの方の目に留まっても、もう一度のために要点を絞る、デザインを変えるなど、相手にどのように「伝わる」かを意識した工夫が必要です。私たちが手がける広報紙は「手続き方法」よりも、まずは「そのようなのがある」ことに気づいてもらうことが目標なのです。その一環として、リニューアル後は、情報量を極力少なくして「読む」から「見る」への転換を図っています。

取り組んでいる2つのポイント

POINT 2 広報Ⅱ広報係ではなく、全職員が広報担当

「とりあえず苦情があつたときのために広報紙に載せたからOK。これはアリバイ広報です。」

幕の内弁当広報です。「去年と一緒の内容だから日にちを変えて、広報紙やホームページに載せて終わり」。これは工夫をしない前年踏襲広報です。

幕の内弁当広報です。「何」のために仕事をしているのでしょうか。どんなに良い行いでも読者の皆さんの目に止まらなければ、存在してないと言っても過言ではありません。そうならないように、リニューアル以降、これら3つの広報の撲滅を目指しています。

市役所の仕事で言うところの、税金の通知書を送ることも広報、電話で皆さんに保険料のことや滞納の情報を説明することも広報、ホームページに情報を掲載することも広報、広報Ⅱ広報係ではなく、市役所の職員はすでに「広報」の

業務を自然と行っています。広報は手段です。情報が届き、理解され、行動変容まで繋がって目的に達する。ここまできちんと広報の理解と意識を全職員が持つことができれば、限られた人数の広報担当だけで伝えきれないきま

細やかな情報を皆さんに届けることができるのはないかと考えています。皆さんにとっては広報係から届く情報も、他の部署からの情報もすべて「行橋市からの情報」です。まさに、全職員が広報担当なのです。

いつもご愛読いただいている読者さんには物足りないと思うことがあるかもしれません。しかし、既存の読者さんや一定の年齢層の方のみではなく、新たな読者さんを増やしていただければ広報紙の発行自体が継続性を保てなくなるのです。

人の興味や好みは十人十色。私たちが作る広報紙はどなたでもサラッと食べられるメニューが少しずつ入っている手造り弁当。もちろん「見る」だけでもOKです。気になった、美味しかったメニューはホームページに詳細を掲載しています。市役所は巨大なコールセンター。ホームページが見れない方はお電話ください。総勢400人以上の「営業職員」がお問い合わせに対応します。

もう少し頑張らしましょう

よくみなおそう！

ページ数が増えてきて気軽に手にするのに躊躇してしまう。もう少しスッキリと簡潔な市報にしてほしい。(4月号:60代)

30代~40代までの内容と感じるのは私だけでしょうか。支えてきた年代の方々にほんの少しだけでもスポットを当てても。(4月号:70代)

字が小さくて高齢者には読みにくい。情報量が多い。(4月号:70代)

どこに何を書いてあるのか、少しわかりにくく感じます。(6月号:50代)

最近の表紙は個人的なアップの写真が多いように感じます。(6月号:50代)

(マンガについて) 迫力はあるのですが、絵のタッチが苦手なので飛ばしてしまいます。(7月号:50代)

各ページにイベントや募集がバラバラに掲載されているので、目が忙しいかなと思いました。(8月号:30代)

どこに何を書いているのか？ ↓目次を導入 毎回いただく要望は、圧倒的に「お店の紹介」

最初から最後まで見てみると、何がどこにあるのか分からないとの声に、今年の6月号から目次を導入しました。少しでも興味がある記事を見てみてください。毎号多数いただくのは、「お店を紹介してほしい」との声。休眠している推し店に關しては「公平に広告料を」となれば、市民が推すお店というより、お金を払って掲載しているお店という見方になってしまふ」との意見にグサツとききました。



図 広報係 (内線 1461)

企画、取材・撮影、デザインを含め私たちが3人で広報紙を作成しています。

たいへん良くできました

Good!

写真やイラストが目をはいて、とても楽しく読めました。文字もフォントや動線がハッキリしていて読みやすかった。(1月号:20代)

雑誌を見るより面白く、行橋への愛情が深まります。(2月号:50代)

毎月バラエティに富んだ内容で大変重宝しています。今後も広報紙面充実に期待します！(4月号:60代)

とても見やすく情報共有できるものになっていると思います。(5月号:70代)

いつも3ページの目次が見やすいなと感じます。シンプルながら、わかりやすい見出しです。(7月号:30代)

マンガページがあり、気を引きましますし、ちゃんと読んでしまうと思います。なかなか良いアイディアだと感じました。(7月号:40代)

市長の本気度と周りを囲むスタッフにフレッシュな発想と実行力が本当に伝わってきます。(7月号:70代)

11



11/23は勤労感謝の日。働くことや仕事そのものを大切な習慣として重んじ、互いに感謝を示し合う祝日です。人生を左右する仕事。好きを仕事にして活躍する方々を特集。

10



時代とともに少しずつ変化していった行橋のまちなみ。変化の根底には、人々の生業や生活が大きく関わっています。行橋と共に歩んだ70年、市内の老舗に注目。

9



もし目の前で、家族や大切な人が意識を失ったら、ためらわずに応急措置を施すことができるのか。9/9救急の日に合わせて1分1秒を争う「命の現場」を担う救急救命士を特集。

8



「消費者である私たちと、生産者との距離を身近に」との想いから、市内の農を護る果樹農家さんの特集。そこには、誰よりも輝く女性の力強い姿が…。

5



年々増え続けるゴミ問題に対し、インパクトを重視したマンガを初めて掲載。北九州市にゴミの焼却をお願いしていることを初めて知ったという声が多数。

2



前編と後編で1月号から掲載した「お金の話」。解説は福岡銀行の支店長さんが務めました。なぜかタブーとされるお金のことに、リアルに切り込んでいます。