

近年、広報は組織経営の重要な要素として位置づけられるようになってきた。社協や福祉施設等の福祉関係団体においては、住民や利用者に対し、自らの組織の理念や活動・サービス内容を広く周知していく姿勢が求められている。本号では福祉分野における広報の役割と可能性について考える。

知らせることから 行動へつなげる

福祉分野における広報では、社協であれば「この地域に暮らして良かった」、福祉施設であれば「この施設を利用して良かった」と実感を持ってもらうことが大きなねらいとなる。よって、社協や福祉施設では日々の情報発信によって自らの活動の魅力をアピールする必要があり。例えば、社協や福祉施設が作る広報紙は大手新聞社のように何百万部と発行することはできないが、身近な話題が記事となることから住民や利用者（その家族も含む）の関心が高く、これが大きな強みであるといえる。この強みを生かして、福祉広報

では知らせることを出発点に、情報の受け手である住民や利用者の福祉に対する理解・関心呼び起こし、行動へつなげていくことが大きな役割となっている。

分かりやすく情報を 届ける工夫を

福祉分野の情報はその範囲が幅広く、伝えたい対象となるターゲットを絞りにくい特性がある。また、制度も複雑なため説明しようにすると専門用語が多くなりがちである。さらに、「福祉は特別なもの」というイメージから問題意識が一般市民に伝わりにくいという特性もある。そこで、福祉広報を進めるにあたっては、分かりやすく情報を届

けるよう工夫し、読者の共感を得ていく姿勢が求められる。

共感を呼ぶ 紙面づくりとは

広報紙を制作するうえでポイントとなる左枠に示したとおり。

共感を呼ぶ紙面づくりとは、相手（読者）の視点に立って情報を分かりやすく加工し、伝えたいことを記事の登場人物の声や表情を通じて感じてもらえることがポイントといえる。

また、読み物としての基本的な書式が統一化さ

れていることや定期的に発行することも信頼感をもつて読まれるためには重要な要素である。

効果的に知らせるには

効果的に知らせるための広報手段の選択も大切な視点である。広報紙やチラシなどのいわゆる紙媒体のほかに、最近ではインター



▲本紙では「シリーズ活動最前線」において取材記事を連載している。

紙面づくりの ポイント

- 読者を意識して記事を書く。(分かりやすい文章を心がける)
- 取材をして参加者などの声を拾う。(参加者の生の声は読者に届きやすい)
- 表情が伝わる写真を用いる(笑顔の写真が多だけで楽しさが伝わる)
- 文字の大きさや紙面の構成といった書式を統一する(読みやすさも重要)
- 定期的に発行する(広報への姿勢が試される)

ネットを活用した広報が増えてきた。ホームページや電子メールによる情報発信は紙媒体のそれと比較して費用や手間を少なくできるメリットがある。また、インターネットやスマートフォン、ツイッターやフェイスブック等も新たな広報手段として注目を集めるようになってきた。

広報の手段にはそれぞれの長所・短所があるため、情報の受け手の特性や伝えたい情報の内容によって広報手段を選択したり、複数を組み合わせて行うと効果的である。

一方、情報を発信するタイミングも大切にしたい。マスコミでの紹介や広報紙での記事掲載においても時宜を得た情報は関心が高く、読者の共感や行動に結びつきやすい。効果的に知らせるには広報手段、タイミング、広報活動を行う場所等を総合的に検討して戦略を練ることが大事である。

組織内外の広報体制を強化する

組織内外に広報に協力してくれる体制を整えることも大切な力ギとなる。福祉の職場では広報担当者の多くが他の業務を兼任していることが多く、人員、コスト、時間といった制約の中で広報業務をこなさなければならぬ。そこで、まずは組織内部に「広報委員会」等を設置してメンバー同士で情報の共有化や役割分担を行える体制強化から取り組むとよい。広報を組織全体の仕事として捉えることで、情報の質や量の充実が図られるほか、職員の意識向上につながることも

福祉サービスの市場化に伴い、福祉サービス提供者には自らが提供するサービスの内容等に関する情報の公表が求められている。また、社会福祉法人に対しては厚生労働省が通知「社会福祉法人の運営に関する情報開示について」（平成25年

広報は経営の重要要素

5月31日、雇児発 0531 第14号ほか)において業務や財務に関する情報公開を促すなど、経営状況の透明化が義務づけられている。こうした動きを背景に、社協や福祉施設をはじめとする福祉関係者は、積極的な情報公開に加え、自らの組



▲県社協と県共募では「広報委員会」を設置して広報紙の紙面構成を検討している。

また、自分たちの広報に協力してくれる組織外部の個人や団体と日常的に良好な関係を築いておくことも大きな力となる。インターネットを活用した広報であれば、ホームページに掲載

期待できる。

また、自分たちの広報に協力してくれる組織外部の個人や団体と日常的に良好な関係を築いておくことも大きな力となる。インターネットを活用した広報であれば、ホームページに掲載

した情報について外部へ協力を依頼し、リンクをメールや掲示板で広めてもらうことができる。広報紙やチラシ等の紙媒体であれば、配布や設置への協力が得られれば心強い。また、新聞、テレビ・ラジオ等のメディアの活用も忘れてはならない。広報の上手な組織はプレスリリース（報道機関向けのニュース発表や取材依頼等）を行ってメディアへの露出機会を増やしている。

このほか、地域の中で情報を広める際に、実は大きな力となるのは、いわゆる「口コミ」である。地域の中でキーパーソンや活動について広く社会に情報を発信していく姿勢が求められている。組織のイメージアップや社会的信頼の獲得が顧客や支援者の確保に直結していくことから、広報は組織経営の重要な要素の一つとなっている。

福祉広報の可能性

ソンとなる方に情報提供を依頼すること併せて、職員一人ひとりが情報発信源として積極的に声をかけることも肝要である。ツイッターやフェイスブックも口コミ効果に力を発揮する。

福祉広報の仕事は単に広報紙やホームページでの情報発信にとどまらない。広報を通じて組織内外の変革をもたらし、地域に福祉文化を築いていく可能性を秘めている。

まず、組織内においては職員に広報を意識づけることで、自らの業務について他者へ説明する能力を培うことができる。また、情報を集約し、発信していく体制づくりは風通しの良い職場にもつながる。

一方、組織外部に対しては、広報が橋渡し役となつて新たな関係を生み出す機会となる。効果的な広報を進めるうえで外部とのパートナーシップは重要であり、広報活動の強化によって開かれた組織運営が可能となる。こうして、地



▲イベント開催も広報活動の一環である

域内の複数の福祉関係団体が広報の充実・強化に取り組むことで、その地域全体の福祉に対する意識向上が期待できる。私たち福祉関係者はあらゆる場面で広報を活用して地域全体の福祉活動を盛り上げていくことが大切である。そういう意味においては、福祉大会や福祉まつり等の各種イベント開催や顕彰活動、福祉教育の推進といった取り組みも福祉広報と目標を共有している。

最後に、広報活動の活性化は組織経営の重要な柱であり、地域福祉を進める原動力のひとつであるといえる。