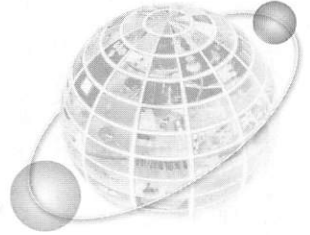


広報紙の揺らぎ

情報公開クリアリングハウス理事 奥津 茂樹



新

聞は社会の公器であると言われてきた。公器とは公共性や社会性が高い存在であることを意味する。そして、それゆえに、市民との共有財（コモンズ）であることが求められる。記者をはじめとして新聞の担い手には、公器にふさわしい意識と行動があった。そのひたむきさに、私もたびたび感化された。しかし、メディアのデジタル化と人々の関心の多様化が進む現在、読者の新聞離れと部数減に揺らいでいる。自治体の公器である広報紙も、同様の揺らぎの中にある。

迷惑なポステイング

先日、マンションを所有・管理している知人から、困りごとの相談があった。彼のマンションでは居住者の平穏と安全を確保するために、業者の立ち入りを禁止している。入り口には立ち入りとポステイングの禁止が明示してある。しかし、業者が禁止行為を止めることがない。

私が居住するマンションでも同様の困りごとが起きている。誰も頼みもしないのに、連日のようにポステイングがある。ほとんどの居住者は、ポストの脇にあるゴミ箱にチラシを投げ入れる。私も同じで、帰宅の際には大量のチラシと郵便物の仕分けが面倒だ。



ふと気づくと、ゴミ箱には市の広報紙が捨てられていることも少なくない。私が暮らす川崎市では広報紙の配布方法が変わった。ホームページによると、「新型コロナウイルス感染症の影響による一時的な対応として、当面の間、事業者による各戸へのポステイングで配布します」と説明されている。

知人の困りごとは、広報紙の配布という業務が他のチラシ等のポステイングを正当化する口実にされていることだ。先日ポステイングを見つけて注意したところ、市の広報紙も一緒に配布しているんだから「文句言わない」と逆ギレされたと言った。

こうした「論理」を覆すには、広報紙もお断りするしかない。そんなことができるのだろうか。それが知

人の相談の主訴であった。

かつてDM（ダイレクトメール）が氾濫した時代には、MPSという方法で不要な郵便を断る方法が確立された。今や何事も本人同意が重視される時代になり、不要なメールはいつでも拒否することができる。どのように広報紙の配布を拒否できないのだろうか。早速「市政だより」の担当課に連絡をした。

「コロナをはじめとする市民生活の安全安心を確保するためにも、ぜひ広報紙を読んでいただきたい。ただ、ご本人が配布を拒否したい場合は、電話やメールでも受け付ける」

これが回答の趣旨だった。拒否の意思をポステイング業者にも伝えていただけそうだ。

ただ、広報紙の配布を希望する居住者もいるだろう。この難問は、私のマンションでも同様である。ポステイングをシャットアウトするためにも、広報紙の配布を止めたいと考え理事会で決定したとしよう。しかし、全員一致にはならないとき、どうすれば良いのか悩みは尽きない。

配布方法という難題

ポステイングを禁止する法令はな



いという。しかし、厳密に言えば「違法」である。軽犯罪法1条32号は「入ることを禁じた場所又は他人の田畑に正当な理由がなくて入った者」に対する「拘留又は科料」を定めているからだ。所有者や管理者が立ち入りやポストインクの禁止を明示している場合、これに抵触する。

広報紙の配布をポストインク業者に委託している例は、他の自治体でもある。公器である広報紙を、「違法」になり得る方法で配布することに矛盾を覚える。仮に「違法」ではないとしても、ポストインクを迷惑と考える市民が多いことから自治体には慎重な対応が求められる。

ちなみに、神奈川県の広報紙と川崎市および神奈川県議会の議会だよりは、新聞の折り込み広告を利用しているという。ただ、ここにも難題がある。新聞購読者が激減しているため、広報紙が幅広く届くことが期待できない。

現状は日本新聞協会「新聞の発行部数と普及度」から読み取ることができる。00年から21年の約20年間で比較すると、発行部数は3000万部以上も減少し、人口1000万人当たり部数は570人から319人とこちらも大幅に減少している。

ポストインクはグレーな面があり、新聞の折り込み広告は広がりを持つことができない。ちなみに、かつて川崎市では町内会・自治会等の地域団体が配布していた。ホームページの説明にあるように、ポストインクは「一時的な対応」なので、感染状況が落ち着いた段階で元に戻すことも可能かもしれない。

しかし、ここにも難題がある。大都市を中心に町内会・自治会等の地域団体の高齢化が進み、世代交代も進んでいない。そのような状況で、広報紙の配布を担えるのか確証はない。配布数が多い大都市ゆえに、地域の担い手不足は深刻である。

国勢調査との類似性

難題の解決の方向性は、他の分野での取り組みが参考になる。それは国勢調査の改善である。

以前は調査員による対面の悉皆調査が国勢調査の基本だった。しかし、市民のプライバシー意識が高くなったこと、安全安心に関わる体感不安が強くなったこと、都市部を中心にオートロックマンションが増えたことなど、調査環境が「悪化」したため調査方法が大きく変わった。

ここでも決定打となったのは、調査員の成り手がいないことである。「悪化」という表現ははばかられるが、町内会・自治会等の地域団体の高齢化によって、従来までの方法が見直しを迫られた。その構造・要因は、広報紙の配布との類似性が認められる。

ちなみに20年実施の国勢調査の回答状況をみると、全国でインターネット回答が2112万5508世帯(37.9%)、郵送が2358万3395世帯(42.3%)で、両者を合わせて80%超になる。

国勢調査への回答という情報の発信と、広報紙の購読という情報の受信とを同列に論じることはできない。しかし、市民が相応の信頼を置く手段・インターネットと郵便を、配布に活用するのも一案だ。

実際に個別の要望に基づいて郵送可能とする自治体がある。また、福岡県嘉麻市のように広報紙を全戸郵送する例もある。広報紙を受け取る側からは郵送への抵抗感は少ない。しかし、コストという難題が残る。良し悪しはあるが、紙からデジタルへの移行は不可避だ。すでに多くの自治体を実施しているように、インターネットで広報紙を読める方向

に進むだろう。ただ、従来どおり紙媒体を望む人もいるだろうから、駅やコンビニ等の公共スペースでの配架や希望者への郵送等の対応も必要だ。ハイブリッドな配布である。

読み応えのある内容

ただ、ホームページに置いておくだけでは、読まれる広報紙にはならないだろう。真に問われるべきは配布という方法論ではなく、内容である。それは市民にとって必要な情報の有無である。その意味で読み応えがなければ、デジタル化を進めても読まれない。

必要なのは、広報紙の見栄えをよくすることではあるまい。本誌のように、ここでしか読めない記事があること(独自性)、地域ならではの話題や課題があること(地域性)、課題解決への参加や協力を求める気概があること(協働性)などが、読み応えの切り口だと私は考える。単なるお知らせを超えた方向性と内容を持つとき、広報紙の読み応えが生まれる。そのためには従来までの方法や内容を踏襲するのはなく、新しい広報紙を生み出したいという変革へのひたむきさがほしい。