２　広報活動の充実・強化

(1)市民から見た弁護士のイメージ

2009(平成21)年1月に、日弁連法務研究財団が行った弁護士のイメージ調査の結果によると「身近な存在ではない、お金がかかる、偉そうにしている、敷居が高い、大企業や金持ちの味方である、裁判・刑事事件の専門家ではあるが、社会生活上・会社経営上の相談や取引について必要とは必ずしも思われていない」というイメージが浮かび上がってくる。

近年、弁護士の人数が急激に増加し、またインターネット等の媒体が普及していることによって、一般市民は弁護士の情報を検索し取得しやすくなっている一方、それが弁護士に対するイメージを身近な存在と実感してもらうにはいまだ至っていないように思われる。また、弁護士会という存在についての認識も広まっていないように思われる。

今後、市民に、弁護士・弁護士会は、社会生活や取引社会でも必要で、身近な存在であることを知ってもらい、適切なイメージをもってもらうようにアピールしてくことは、当会の広報活動としての緊急の課題である。

(2)東弁の市民向け広報の取り組み

①　東弁の広報体制

　　　ア　広報委員会

　　　　　1979(昭和37)年5月に広報委員会が設置された。部会として、ＬＩＢＲＡ編集会議、ウェブサイト部会、市民交流部会の設置されている。必要に応じてプロジェクトチームを編成している(ロゴ、グッズ、動画等)。

　　　イ　広報室・広報課

2001(平成13)年10月に広報室を設置している。広報室長を広報担当副会長、嘱託弁護士2名(ＬＩＢＲＡ担当嘱託1名、ホームページ担当嘱託1名)及び事務局でスタートした。2014(平成26)年からメディア対応を主眼においた理事者付嘱託を設置した。現在、嘱託弁護士3名、広報課職員4名で構成されている。また、2009(平成21)年度より、広報担当副会長、広報室嘱託・参与員、広報担当職員による月1回の会議が開催されている。

　　　ウ　広報担当者会議

広報の統一化の観点から、2010(平成22)年度からは各委員会の広報担当者と理事者・広報室による「広報担当者会議」を開くようになった。以後、毎年3～4回開催されている。

②　市民向け広報の媒体及び新しい取り組み

(ア)公式ウェブサイト／その他インターネットツール：東弁のウェブサイトは、1997(平成9)年に開設され、2011(平成23)年には市民にわかりやすいサイトとなるように全面改定した。2014(平成26)年3月より一部コンテンツをスマートフォンに対応させアクセスしやすいように工夫した。また東弁は2011(平成23)年よりソーシャル・ネットワーキング・サービスの利用が検討され、公式ツイッターを開始した。2012(平成24)年2月からは、東弁の動画配信の第1弾として、YouTube上に公式アカウントを取得し、複数の動画を公開してきた。今後も、東弁の各種活動を紹介するための動画を配信していく予定である。さらに、2015(平成27)年度から、一般市民は、ウェブサイト上で法律相談のオンライン予約ができるようになった。

　　　現在、インターネットは市民が情報を調べる場合の最も中心的なツールとなっていることに照らすと、ウェブサイト等のインターネットツールは、今後も市民の窓口として非常に大きな役割を果たすことが期待され、今後もアクセス状況等について分析し、要望等に十分に応えられるよう適切な更新・改善に努めていく必要があろう。なお、ウェブサイト広報については、逆にウェブサイトへのアクセスが困難な高齢者や障害者に対しては、別途の配慮を検討する必要がある。

(イ)グラフィック広告(チラシ、ポスター、パンフレット)：東弁だけで複数のパンフレットが存在するため統一化が進められている。また、2008(平成20)年から当会を紹介するパンフレットを作成し、会館来訪者、講師派遣先などに配布している。さらに、()2014(平成26)年度より広告代理店とアドバイザリー契約を結んで、グラフィック広告作成の具体的なアドバイスによってチラシやパンフレットを作成している。

(ウ)プロモーションビデオ(ＰＶ)の製作：2012(平成24)年度、主として弁護士会に見学にきた市民に視聴してもらうことを想定したプロモーションビデオ(『正義はどこに』)を製作した。さらに東弁のイメージ動画が2015(平成27)年12月に完成し、今後の活用が期待される。

(エ)会報「ＬＩＢＲＡ」：主に会員を中心に配布されているが、ＰＤＦ化されたものを発行当時の体裁のまま公式ウェブサイトにアップしているため、会員以外の者、市民もアクセスすることができる。なお、同冊子の記事は、会員だけでなく、一般市民にとっても興味を惹く内容のものが少なくなく、一般市民が当会にアクセスするきっかけとして期待できる。

(オ)市民交流会：1991(平成3)年に「市民モニター制度」として発足し、2005(平成17)年に「市民交流会」に名称変更され、広報委員会の市民交流部会によって運用されている。毎年、市民交流委員を約30名程度募集し、月1回、各種活動(刑務所見学、裁判傍聴、弁護士懇親会、法科大学院見学、その他)を行い、その中で弁護士及び当会の活動に対する理解・協力を推進している。

(カ)広報用グッズの作成・配布：当会は、広報用グッズを作成・配布することにより、広く市民の方々への当会の存在を周知する活動をしている。例えば、多数の法律相談窓口の電話番号が掲載されているクリアファイル、東弁のロゴマークを付したマグネット、ボールペン等がある。

(キ)ロゴマーク：団体の象徴及び広報ツールとして、2010(平成22)年より独自のロゴマークを採用し、各文書やグッズ等で幅広く利用している。

(ク)市民向けアプリの開発及び頒布：2016(平成28)年、弁護士活動領域拡大推進本部は、中小企業支援センターと連携して、中小企業を対象としたアプリ「ポケ弁」を開発し、頒布している。

③　今後の展望について

(ア)平成28年作成「マニフェスト」の実現

広報室では、会内に向けて2016(平成28)年1月、東弁広報に関して「①発進力の強化、②自己改革、③みんなで作る広報」を掲げたマニフェストを策定した。今後歩むべき方向性を明確にするために広報体制の改革の必要性、東弁内の連携の重要性等を改めて強調したものであり、その実現に向けて一歩前進した広報活動の強化を図っていくことが期待される。

　(イ)東弁の統一的な広報

東弁ではこれまで各委員会やセンターが独自の予算で独自に広報活動を行ってきたため統一的な広報戦略に欠けるという縦割りの弊害が生じていた。しかし、2010(平成22)年度から広報担当者会議を開くようになったため、現状は、同会議等の充実により、ほぼ全ての広報活動について広報委員会・広報室・広報課間での緊密な連携が取られている。しかし、さらなる統一的な広報を推進するために、将来的には、広報室・広報課が全ての広報に関与する体制を整備するべきである。

(ウ)積極的な広報・メディア戦略

市民に親しみのある広報を強化するためには、全国規模での戦略的広報も不可欠であり、日弁連及び他会の広報活動の検証や連携するような機会を設けていくことも必要である。

また、市民にわかりやすい広報の充実のためには、積極的なメディア戦略等を展開していく必要があろう。現在、インターネット技術の進化及び普及により、市民の情報収集の中核をなすのはインターネットとなっていて、広報媒体の選択肢が広がっている。当会としても、このような現状に対応した積極的な広報を行っていくことが期待されている。ウェブサイトの各委員会のブログを充実させるなど弁護士会業務に関する情報を発信し、またＣＭの作成のように映像・音楽を通じたイメージ広報という新たな手段で弁護士会をより知ってもらう機会になることが期待される。

(エ)広報予算の確保

2016(平成28)年に掲げたマニフェストを実現し、広報活動を充実させていく上で、予算のために必要な取り組みを断念することのないように、必要に応じて広報に関する予算を増額していくことも検討されるべきである。もっとも、予算の原資は、会員が納める会費である以上、会員に対して十分な説明や理解を求めることが必要である。

(オ)まとめ

今後も、様々な広報の効果を検証しつつ、市民にわかりやすい広報の充実のために、弁護士会の役割をどこに求めているか、何を実現していくべきなのかを議論しながら、社会の変化や要望に応じた広報の対応策を随時検討していくことが必要である。