**２　広報活動の充実・強化**

**(1)　はじめに**

　弁護士会における広報をどのように行うべきかは、難しい問題である。

　まず第一に、果たしてどのような目的で、誰をターゲットとして、一体どのような広報を行うべきかという問題がある（付言するに、広報を行うにあたっては、初めに、その目的とターゲットを確定させるのが鉄則である。）。一般市民に向けて弁護士のイメージ向上を図ることで足りるのか、それとも、法律相談事業の宣伝等も行うべきなのか。仮に弁護士のイメージ向上を狙った広報であれば、その広報の効果は、結局のところ、弁護士各人に行き着くことにもなるが、弁護士会が行う法律相談事業の広報となると、弁護士会の広報が充実すればするほど、弁護士各人が行う所属事務所の広報の効果が減殺される可能性があるという問題も生じるのである。

　次に、仮に何らかの広報を行うとして、費用対効果をどのように考えるかという問題がある。弁護士会の広報の実施には予算の確保が必須であるところ（その予算の大部分は会費により賄われている）、弁護士会の広報の費用対効果は必ずしも明らかでないことが多い。例えば、商品の販売を行う企業であれば、行った広告と商品の売り上げの変動を見ることで、費用対効果を計ることがある程度は可能であろう。しかし、弁護士会の行う広報は、イメージ戦略上のものも多分に含まれ、果たしてそのような広報の効果をどのように判定するのかという難しい問題を生じる。また、仮に何らかの効果があるとしても、それは、広報発信からある程度の時間の経過を要するものも少なく、その点でも効果測定を難しくしている。

　以上のような問題を念頭に置きながら、以下、東弁における広報について詳述したい。

**(2)　東弁の広報の取り組み**

ア　東弁の広報体制等

（ア）広報委員会・広報室

　1979(昭和37)年5月に広報委員会が設置された（さらに、広報委員会内の部会として、ＬＩＢＲＡ編集部会、ウェブサイト部会、市民交流部会が設置され、その他各種のプロジェクトチームもある。)。また、2001(平成13)年10月には広報室が設置されている。広報室は、現在は、広報担当副会長1名、嘱託弁護士3名、広報課職員4名で構成されている。

（イ）広報活動に関する提言

　東弁広報室では、2009(平成21)年度及び2013(平成25)年度に、3年というスパンでの東弁の広報活動に関する提言（通称「3年ペーパー」）をまとめた。そして、その実施状況を踏まえつつ、2016(平成28)年1月には、2年というスパンにおける東弁の広報活動のあり方について、更に新たな提言をまとめた(通称「2年ペーパー」)。これらは、本稿冒頭に掲げた広報の問題点を意識しながら、長期的視野で東弁の広報を拡充するためのものである（なお、これらは、いずれも常議員会の承認を得ている。）。

イ　会員に対する広報

　広報は必ずしも対外的なものに限られない。対内的広報、すなわち会員に対する広報も重要である。会員に対して、会員の業務やシンポジウムに関する情報を伝えたり、会員に対して種々の協力依頼を行ったりする必要があるためである。

（ア）会報LIBRA

　2001 (平成13)年1 月より発行されているLIBRAは、発行総数9000 部（2016 (平成28)年2 月当時）の会員向け広報誌である。東弁ウェブサイトでは、バックナンバーを含め、毎号の大半の内容がPDF で公開されている。

（イ）とうべんいんふぉ

　研修情報等を記載した「とうべんいんふぉ」は、従来は、紙媒体で全会員に発送されていたが、2014(平成26)年12月からは、東弁ウェブサイトにおける電子媒体（PDFファイル）での配布に一本化された。もっとも、後述する会員向けアプリにより研修情報を発信することも可能となっていることから、今後は、とうべんいんふぉの廃止も含めて、活用方法の見直しが必要であろう。

（ウ）ウェブサイト（会員サイト等）

　東弁のウェブサイト内には会員サイトが設置されており、そこでも様々な会員向け情報が発信されている。なお、会員サイト内には、会員の意見交換のための掲示板も設置されている。

（エ）メールマガジン

　2000 (平成12)年2 月より、「東弁メールマガジン」が月2～4 回程度配信されており、東弁の情報提供のツールの一つとなっている。なお、このメールマガジンの会員登録率は6割強程度であり、今後、登録率の向上が期待される（65期以降の会員については、クラス担当制度の導入に伴い、メールアドレスの登録が義務化されているが、上記の3年ペーパー及び2年ペーパーでは、64期以前の会員についても登録を義務化し、ファクシミリ送信を完全廃止して、メールマガジンでの情報配信への全面移行を進めるべきとされている。）。

（オ）会員向けアプリの活用

　2016(平成28)年度には、広報委員会と若手会員総合支援センターが共同して、スマートフォン用会員向けアプリ（アプリ名は「べんとら」）を開発、リリースした。同アプリは、弁護士会からのお知らせや研修情報を配信する他、条文や裁判所情報等を掲載している。

ウ　市民向け広報

　市民向け広報には大きく2つの方向性が考えられる。一つは弁護士会の行う相談事業等についての広報であり（事業広報）、もう一つは、弁護士のイメージアップを図るための広報である（啓発広報）。

（ア）事業広報

　事業広報の核は、東弁の行う各種法律相談や活動を紹介・案内することである。東弁では、以下に述べる種々の媒体を使って、事業広報を展開している。

a　ウェブサイト

　東弁のウェブサイトは、1997(平成9)年に開設され、その後、2011(平成23)年と2017(平成29)年に刷新されており、ウェブサイトの内容が時代のニーズに沿ったものとなるように配慮されている。なお、2015(平成27)年4月からは、東弁の法律相談のオンライン予約も開始されており、市民のアクセスが着々と整備されている。他方で、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するフォローも必要である（例えば、チラシの配布といった別途の配慮も検討される必要があろう。）。

b　チラシ

　東弁は、2014 (平成26)年より、株式会社電通との間でチラシやリーフレット等の紙媒体の制作に関するアドバイザリー契約を締結し、デザイン、内容等についてアドバイスを受けている。これにより、東弁が制作する紙媒体のレベルの向上が図られている。

c　出張相談・会館外相談

　東弁は、かつて新宿駅西口広場と上野松坂屋正面玄関入口において相談会を実施したが、これらはいずれも予想を超える盛況ぶりであった。また、2016(平成28)年には、広報委員会の主導で、市民向けに、セミナーと同時開催の相談会も実施している。

d　市民向けアプリの開発

　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、中小企業の方を対象としたアプリを開発、リリースした（アプリ名は「ポケ弁」）。また、2016(平成28)年には、同アプリの広報のため、日経新聞等に新聞広告も掲載した。

（イ）啓発の広報

　啓発広報とは、市民において、弁護士の使命・役割についての理解を深めてもらうとともに、弁護士や弁護士会の行う人権活動等への関心を持ってもらうことを企図して行う広報である。これらの広報においては、長期的な取り組みが必要であるが、冒頭に述べたように、費用対効果を算定・分析することが困難であるという問題がある。

a　ウェブサイトその他のインターネット広報

　東弁の公式ウェブサイトでのイベント情報やお知らせの掲載の他、公式ツイッターでの発信も行われている。なお、Facebook については、過去に一定のイベントのために一時的にアカウントを公開して活用したことがあるが、その拡散効果が高かったことから、現在、アカウントの恒久的利用についても検討されているところである。

　さらに、以上の他、LINEやインスタグラム等の新たに登場した広報ツールの利用も検討に値する。

　現在、市民による情報収集で最も重要なものがインターネットであることから、東弁でも、アクセス解析等を通じて、インターネットツールを充実させていくことが必須である。

b　弁護士会のイメージ動画

　東弁は、2012 (平成24)年度には市民向けプロモーションビデオ「正義はどこに」（約15分のドラマ）を制作し、また、2015(平成27)年度には市民への親しみやすさを目的としてイメージ動画を制作した。さらに、2016(平成28)年度にも、「寄り添う」と題する動画を制作した。これらの動画は、弁護士や弁護士会のイメージアップの手段としては有用であるものの、前述のとおり、費用対効果の算定が困難という問題がある。動画の制作、公開には相応の費用を要するが、その費用会費から支出されるのであるから、支出について会員の理解が得られるような内容であることが必要である。具体的には、広報のターゲットの明確化、媒体の選択の適正等に留意することが肝要であろう。

c　法教育活動における講師派遣等

　東弁は、各委員会主導で種々の法教育活動を行ってきたが、これを統一的な運用とすべく、2012(平成24)年度以降は「法教育サミット」という会議を定期的に開催し、各委員会相互の意見交換を行うようになった。また、同会議において、法教育サービスに関する統一パンフレットも制作した。

d　市民交流会

　市民交流会は、広報委員会内の市民交流部会によって運用されている。毎年、一般市民を約30名程度募集し、1年に渡って、刑務所見学等を通して、市民に対して司法のことを知ってもらうというものである。1年間30名程度ではあるものの、多年に渡り続けることで多くの市民と触れ合えること、参加市民のSNSによる情報拡散も期待できることから、今後も当面はこの体制で継続していく予定である。

e　ロゴマーク・広報用グッズ

　東弁は、2010(平成22)年にロゴマークを制定し、現在でも、各文書やグッズ等で利用している。

　広報用グッズとしては、マグネット、ポールペン、クリアファイル等がある。これらの他、イベントと連携して、2015(平成27)年及び2016(平成28)年には東京ドームにおけるイースタンリーグ協賛企画でロゴ入りうちわを制作し、また、2015(平成27)年の安保法制への反対運動では、ロゴ入りののぼりや襷も活用した。

f　各種シンポジウム等

　従来は、東弁の広報委員会は、各委員会が行う各種シンポジウム等のイベントの告知の面でのみの広報活動を展開してきた。しかし、近年は、イベントの企画段階から、広報嘱託が関与することも増加しており（2014(平成26)年のプレシンポジウム「いま司法は国民の期待にこたえているか」、同年の「ツタエル」（震災写真展企画）、2015 (平成27)年の「伝える」（戦後70年企画）、同年のイースタンリーグ協賛等）、予め広報の観点を意識して企画が展開されるようになってきている。

（ウ）マスメディアに向けた広報

　効果的な広報を行うにあたっては、マスメディアとの連携が必須である。東弁では、不定期に行われる記者会見・プレスリリース等のみならず、定期的にプレスセミナーを開催して、マスメディアとの連携、関係向上を図っており、2014(平成26)年度には、マスメディア対応を担当する理事者付嘱託も設置された。なお、後に理事者付嘱託の制度は廃止されたが、新たにマスメディア対応を主な業務とする広報嘱託が新設されている。

a　記者会見・プレスリリース

　記者会見やプレスリリースは、各委員会の要請や理事者の判断に応じて、東弁が開催するイベントや取組みを告知するために行われている。

b　プレスセミナー

　定期的に、90分程度の講義（東弁が手配した講師による法的なレクチャー）と記者からの質疑応答という形で行われ、さらに懇親会も行われている。過去、プレスセミナーが契機となって、記事や放送につながったケースもあり、その役割は大きい。

c　各種問い合わせへの対応

　以上の他、東弁では、マスメディアからの個別具体的な問合せにも適宜対応している。

**(3)　結び**

　以上に述べたように、東弁においては、多年に渡って、様々な広報手段を講じてきたが、残念ながら、現時点でその広報効果が十分であるとまでは言えない。今後も、これまでの広報活動の効果の検証、改善を行いながら、従来の広報ツールに固執することなく、日進月歩の新しい広報ツールをも駆使して、市民が親しみやすい弁護士会としての広報活動を充実させていくことが必要である。

以上