

2 広報活動の充実・強化

(1) 東弁の広報活動

東弁の広報活動は多岐にわたり、東弁会員、一般市民に向けた広報はもちろんだが、他弁護士会、公共機関、報道機関等対象は様々である。広報活動は目的も広く、東弁会員に向けて重要情報や東弁の活動を周知する対内的目的と、一般市民に向けて社会に対する意見表明や東弁の公益的活動等を発信することにより東弁の存在意義を伝える対外的目的とを備えている。

東弁の広報を担当している部門は、事務局には広報課、委員会として広報委員会があるが、ほかの委員会でも独自に広報を行っている委員会が多くある。また東弁の広報を担当する嘱託弁護士も3名在籍している。この嘱託弁護士3名は広報室を組織し、広報課及び広報委員会と協力して東弁の広報実務を担っている。

(2) 広報活動を評価する視点

広報で難しいのは、費用対効果、あるいは広報に要する広報課職員や嘱託弁護士の労力に対してどのような効果があったのかを計る手段、方法、数値化が難しいことである。そのため従前から行われていた広報活動をそのまま継続している、あるいは業務量を増加させるケースが多く、その広報活動が対象としている受け手に認識されているか、あるいは十分な情報提供ができていないか等を検証しているケースは少ないと思われる。東弁の広報活動の検証をする効果的な方法を提案することは難しいが、広報には多額の費用がかかり、職員に負担をかけるのであるから、そのような視点が必要である。

(3) 広報委員会

広報委員会は複数の部会に分かれて、会報誌「LIBRA」の発行（内容決定、編集作業：LIBRA編集会議）や市民に対する広報活動（市民交流部会）、東弁HP、東弁SNSやアプリに関する活動（ウェブサイト部会、SNSPT、べんとらPT）等を行っている。

ア LIBRA 編集会議

まず重要なのは「LIBRA」の発行である。LIBRAは東弁の会報誌として歴史があり、東弁の顔と言える存在となっている。裁判官も読んでいる方が多く、マスコミ等の各方面にも影響力がある。他弁護士会の会報誌と比較しても内容が充実していると思われる。

現在は広報委員会の委員と嘱託弁護士がLIBRA編集会議で特集のテーマ、執筆者等を決定しているが、1冊を完成させるためには多くの時間がかかり、委員、嘱託弁護士、広報課職員の労力が必要となっている。ページ数の増加により担当者の負担も比例して重くなるため、ページ数の削減による調整が図られている。現状はLIBRA編集会議メンバーと広報課職員の活動に頼っているが、原稿の締切り期限のチェック、原稿やゲラの校正作業等の事務負担が大きいので新たなメンバーを確保することが重要である。また内容も各委員会が継続して掲載している記事は、マンネリ化を防ぐための新たな視点を意識した工夫が必要となっている。

このような編集会議メンバーと広報課職員の負担を軽減するため、年末年始の休みと夏休みを考慮して2019（令和元）年度から年2回は合併号を発行することにした。その結果、LIBRAはこれまでの年12回発行から年10回発行になった。ちなみに二弁の会報誌は年10回発行で

あり、さらに少ない発行回数の弁護士会もある。

次に LIBRA の電子化に伴い、2019（令和元）年 11 月から紙の LIBRA の送付停止を希望できるようになった。懲戒情報の関係で紙の LIBRA の発行自体は継続しているが、希望者は送付停止を選択できるようになった。印刷が不要なので紙の LIBRA と比較して作成期間を短縮できること、またコスト軽減効果も大きいことから、LIBRA は東弁 HP を原則とする方向にシフトしていくべきとの意見もある。他方で、より多くの会員に読んで貰うという見地からは、依然として印刷物の方が良いとの意見も強く、会員の IT 化や書籍のデジタル化の動向もみながら検討していくべきと考える。

イ 市民交流部会

次に市民に対する広報活動がある。これは毎年一般市民 30 人を募り、1 年間をかけて弁護士、東弁の活動を理解してもらう活動である。裁判所、検察庁、刑務所等の見学が人気のようだが、弁護士との懇談もあり、弁護士の活動がよく分かったという好意的な評価が多い。毎年恒例の活動で予定より多くの応募者があるが、平日昼間の活動という制約があるため、参加希望者は高齢者や主婦が多く偏りがあり、また 30 人という限られた人数を対象に費用を東弁が負担してこのような広報活動をする意義については検証が必要と思われる。

本年は新たな試みも行われ、Minecraft というゲームを用いて、市民の方々と共に自由に仮想法廷を創り上げるイベントが開催された。

ウ ウェブサイト部会

ウェブサイト部会は東弁 HP に関して活動している。東弁 HP を実際に動かしているのは広報課と嘱託弁護士だが、東弁 HP をよりよくするために内容や様式等について意見を述べている。

エ SNSPT

近年の SNS 広報の重要性から、東弁においても SNS による情報発信はウェブサイトと並ぶほど重視されつつある。詳細は後述する。

オ べんとらPT

「べんとら」は、弁護士虎の巻、から命名された東弁制作の無料アプリであり、弁護士業務に役立つ機能や情報をまとめている。べんとら PT は広報課と協力してべんとらの運用全般を担当している。べんとらは若手会員の利用者が多く、研修日程等のタイムリーな情報提供ツールとして今後も充実すべきだが、運用には相当額が必要であり、その費用の一部を賄うため広告の募集等収入確保も検討する必要がある。他会からも好評であるという声を受け、まずはより多くの方々に利用してもらおうと、本年もべんとらの CM 動画を作成し、東弁の YouTube アカウントで公開している。なお、本年 5 月には、2 万ダウンロードを達成しており、非常に評価されているアプリであるといえる。

(4) 広報室

広報室は嘱託弁護士 3 名で組織され、東弁の広報実務を担っている。嘱託弁護士の採用は広く公募しており、東弁会員で広報活動に興味があれば誰でも応募できるため、これまでは広報委員会の委員経験者が多かったが、近年では委員経験者ではない嘱託弁護士が増えている。会

員の機会均等の見地からはやむを得ない面があるが、広報委員会に関する前知識がないことから、広報委員会との連携を円滑に行う見地から課題が残る。広報室の位置づけは、執行部の方針に従って広報活動を行う立場であり、広報委員会とは違う立場になる。嘱託弁護士は広報委員会にも出席するが、執行部の立場から意見を述べることもある。ただし対立関係にあるのではなく、両者協力して東弁の広報活動を活性化させようと共闘しているものである。

広報室の実務で重要なのは LIBRA の発行、東弁 HP の運営、SNS での東弁情報の発信である。LIBRA の発行は広報委員会（LIBRA 編集会議）との共同作業だが、発行までの事務手続の多くは嘱託弁護士と広報課職員が行っている。

東弁 HP の運営は、日常の更新は広報担当副会長の決裁を経て広報課が行っている。スペースが限られているので、どこにどのような内容を掲載するかが常に問題になるが、東弁として多くの方に知ってもらいたい情報を最も目立つところに表示するようにしている。

次に 2019（令和元）年度から力を入れているのが SNS での発信である。嘱託弁護士がほぼ毎日タイムリーに東弁情報をアップしている。例えば東弁会長が意見表明した場合、紙の意見書を対象官庁、マスコミ等に送付し、東弁 HP にアップするが、それに加えて SNS でも発信している。SNS は対象者に直接かつ迅速に届くので今後も活用すべきだが、東弁として発信する以上、内容について理事者の決裁が必要であり、表現がやや硬くなるのはやむを得ない。また決裁に時間がかかるので、発信が遅れることがあるが、これもやむを得なかった。しかし、2021（令和 3）年には、SNS による発信を強化していくことを目的とした SNSPT が新設され、担当副会長及び担当嘱託弁護士も所属し、ウェブサイト部会から独立して SNS の投稿内容を検討している。市民から東弁に対する興味関心を高めるために、毎年多様な投稿を試みており、本年は理事者の活動報告や弁護士会館ブックセンターランキング、LIBRA 読者モニターからの感想等、を投稿している。投稿文案の最終調整や投稿作業は嘱託弁護士が担当しているところ、とくに X（旧 Twitter）はタイムリーな投稿が求められるため、日々常に投稿依頼を確認していなければいけないという点で嘱託弁護士の負担となっており、投稿権限者の拡大等の方法を検討すべきであると考えられる。

なお、本年は、若手会員や法曹志望者への情報発信に繋げる目的から、新たに Instagram のアカウントの開設を行った。さらに、今後も動画の需要は高いままであると考え、最近ではショート動画により会長談話や会長の対談の様子を撮影編集し、SNS で発信している。今後より動画による広報は増加する見込みであるが、業務量が増えているため、効果の検証も必要と考える。

広報室と理事者、広報課職員は広報室会議を月に 2 回開催し、情報の共有を図ると共に広報活動の方向性を決定している。東弁広報の要というべき広報室なので充実・強化することが必要である。ただし、東弁は財政改革を進めているところであり、嘱託弁護士の増員はできない。また広報室と広報委員会の関係は、役割分担が難しいというのが現状である。広報委員会は各種議題について議論しているが、それを実行するのが委員なのか広報室（嘱託）なのか不明確な場合もあり、引き続き整理が必要である。

(5) 委員会の広報

東弁の各委員会が、出張法律相談等の各種イベントやシンポジウムを開催するときは、独自にその広報を行っている。東弁 HP 掲載、チラシ、SNS 投稿、新聞広告が多いが、グッズを作成することもある。これらは委員会が独自に行っていることが多く、委員会の予算でそれらの広報費用が認められている。この委員会の広報に理事者が関与するケースは少ない。

ところで、チラシの作成は意外にコストを要する。以前は広報課職員でデザイン関係の素養がある方が作成していた時期もあるが、現在はそのような職員がいないので外注または嘱託弁護士が作成している。これらのイベントの参加者数を各委員会は集計していると思うが、参加者に対し、どの広告媒体で当該イベントを知ったか等のアンケートを分析し、その後の広告方法の参考とすべきである。チラシや新聞広告は費用の割に集客力が弱い、あるいは費用対効果が悪いのではないかと、という印象を受ける。

これら各委員会の広報担当者を集めた会議を開催して意見交換を行ったことがあるようだが、年 1 回多くの委員会が集まって短時間議論しても具体的な話をするのは難しく、2019（令和元）年度は行なわなかった。2021（令和 3）年度からは、再度開催を求める声が高まったことから、広報実務者会議という名称で開催されている。今後も継続して行われる予定である。広報実務者会議に参加する会員用に広報実務者 ML も設置しており、各委員会の広報担当者から直接広報室に対し、広報の要請ができる仕組みも整えている。

各委員会が成功事例、失敗事例を経験していると思うので、それらをノウハウとして共有し、今後の東弁の広報活動に生かせる方法を検討すべきである。

(6) メールマガジン

東弁メールマガジンは、東弁からの情報提供やお願いを会員にダイレクトに伝える手段として活用されている。会員のメルマガ登録数は、まだ 100%に達していない。しかし、会員のメールアドレス取得が 2019（令和元）年度から開始されたので、今後は全会員に向けた広報活動の有力なツールになると思われる。しかし、2021（令和 3）年度現在、メルマガ開封状況は思わしくなく、広報室としても工夫を試みているが、よりメルマガの存在及び重要性を周知していかなければならないと思われる。東弁 HP は会員の方からアクセスしなければならないが、メールマガジンは受取った会員が見る（内容全部とは限らないが）ことになるので、「そんな情報は知らなかった」という会員の不満を減少させることが出来ると思われる。またメールに記載する URL にアクセスしてもらえばより詳しい情報が得られるので、会員の利便性も向上すると思われる。

(7) マスコミとの関係

東弁では年に 2 回程度、新聞社、通信社の記者を招いて懇談会を設けていた。記者が興味を持ってくれそうなテーマを設定し、東弁会員でそのテーマに詳しい会員に講義をしてもらい、その後記者の質問に答えるという形式である。その後に懇親会（来賓室での立食程度）も設けている。2 時間程度の質疑だが、記者が関心を示すテーマの設定は難しく、またせっかく出席の連絡があっても事件が発生すれば欠席せざるをえないという記者との接点を確保し維持す

ることは難しい。なお、2021（令和3）年度は勉強会を1回行ったものの、コロナウィルスの影響から、懇親会は実施することができなかったが、2022（令和4）年度はランチミーティングという名称で勉強会兼懇親会を1回開催し、本年も交流会を2回開催している。

東弁が何か行うときにマスコミが取り上げてくれると影響力が違うので、マスコミと良好な関係を築くことは大切だが、具体的にどのような方法がいいのか、マスコミのニーズの把握も含め、今後も検討が必要である。

(8) 東弁広報の課題

以上のように東弁の広報と一口に言っても間口が広く、充実・強化の秘策があるわけではない。継続して、コストをかけず、効果的な広報を心がけることと東弁HP、SNSを活用したタイムリーな情報提供を進めることにより、東弁の広報が充実・強化されると思われる。

以 上