

# 『広報よこはま』の読み方・読まれ方

手島 裕（市民局相談部 勤労福祉課長）

## 一 疑問符？ 広報は本当に読まれているか

『広報よこはま』は、本当に読まれているのだろうか？という疑問は、その編集を担当していたときから持っていた素朴な疑問であり、広報課をはなれた今も、なお疑問符ぬきには考えられない。

編集者として、つねに「本当に読まれているのだろうか」と考えることは、仕事に対する反省を忘れないということであり、また、いかにしたら「読まれる紙面づくり」ができるかと苦勞するのも当然なことである。

私が広報課の立場を離れた現在、まだ「本当に読まれているのだろうか」などと書き出すと、見ようによっては、変なことになるのだが、この原稿を依頼されたのが広報課在任中のことであり、主なテーマとなる『横浜市民の生活構造と生活意識調査』で扱われた、広報に関する

部分が、在任期間中に発行した『広報よこはま』にかかわるものであるので、ぜひともお許しをいただきたい。また、本稿をまとめるに当って、資料づくりに協力し貴重な意見を寄せられた広報課の皆さんに感謝する。以上、私の立場を説明し、次のような形で本論をすすめることにしたい。

### ① 終章に向けての前提

1 『横浜市民の生活構造と生活意識調査』（昭和五十一年十一月、企画調整局都市科学研究室）と、その続編として発表された『横浜市民の生活構造／市の広報活動』（昭和五十二年八月、同室）の調査・分析のうち、とくに『広報よこはま』に関する部分について、若干の考察を試みる。その際、過去のデータではあるが、『緑区民の生活調査』（『調査季報』四九号、昭和五十一年三月）と『行政広報の受け取り意識——広報よこはまの場合一』（関東学院大学・渋谷重光講師、

雑誌『広報』昭和五十年八月号・十一月号所載）の関係部分などからめながら考察することとした。

2 上記のことを「幹」としながらも、「枝葉」の部分に、広報の編集方針・具体的事例などを配して述べることにしたい。ときには、幹が枝葉になり、本来枝葉であるはずのものが本論であるかのようにになってしまいかも知れないが、いずれも切り離して理解されるべきものではなく、稚拙な筆ではあるが、今後「広報とは……」と考えるキッカケにでもなれば、幸いである。そして、各種の調査・分析結果を冷静に受けとめながらも、異なる立場からの見解を述べることの許しを得て、さらに終章では、編集担当者であればこそ感じることできたミス터리アスな部分（やはり本当には読まれていないのではないか、という疑問に対する実証？）について考察することとした。

## 二 引用符『』 意識調査に見る広報の評価

ここに『広報よこはま』の編集者の気持をくすぐるような、いくつかの数字がある。

1 『横浜市民の生活構造と生活意識調査』（都市科学研究室）の中に、「市政について関心のあることがらをどんな方法で知るか」という設問がある（表1-1）。これによると、『広報よこはま』でと答えたもの六二・六％（関心のあること九項目の平均値、最高で七二・七％、最低で五二・七％）。一方、新聞やテレビ・ラジオでと答えたもの二五・四％（最高で三九・一％、最低で一五・四％）。この数字は、市政に関心のあることがらを何によって知るかを問うたものであるが、十項目の情報媒体の例示に対し、『広報よこはま』が抜きん出ていることを示したものである。さらに分析では

表一 次にあげることがらは、市役所や区役所に関係することがらで、あなたに身近なことです。この中で、あなたが日頃、関心をもっているのはどれでしょうか。(都市科学研究室51年調査から)

	情報媒体														
	不明・無回答	その他	新聞テレビラジオ	担当の職員	「市長への手紙」	「広報よこはま」	区民会議	地域活動	地域新聞など	自治会の会合	町内会の会合	近所の人達の話	不明・無回答	関心をし	関心あり
1)市長の考え方や市が力をいれようとしていること	33.9	62.0	4.1	7.3	22.2	7.0	4.0	1.3	70.5	0.7	0.7	39.1	3.7		
2)市役所の福祉政策や消費者行政の内容	37.2	59.6	3.1	7.2	29.8	7.5	3.0	1.2	68.7	0.6	1.5	34.9	4.2		
3)公園・学校・道路・下水などの施設がいつ、どこにできるか	46.0	51.0	3.0	16.6	33.2	8.8	1.7	0.2	66.8	0.0	1.2	25.4	3.4		
4)市民大学講座・講演会・マサキんパレードなどの行事のお知らせ	16.0	79.7	4.3	7.7	32.2	9.8	0.7	2.1	72.7	0.0	0.7	22.4	5.6		
5)道路・下水・ゴミ・公害などの困った問題が起きる時の解決方法	48.1	48.9	3.0	16.3	38.9	4.4	2.6	2.1	52.7	1.2	7.2	20.0	5.6		
6)戸籍・年金・証明などの手続きのしかたや子供接種・健康診断の日程	44.5	52.0	3.5	10.3	36.0	5.8	0.8	2.0	67.3	0.8	5.8	16.6	6.8		
7)地域での市民の活動についての話題	17.5	78.0	4.5	13.5	47.4	11.5	1.9	2.6	54.5	0.0	0.0	15.4	5.8		
8)市議会の活動	14.0	81.3	4.7	4.0	13.6	7.2	23.2	4.0	55.2	0.0	0.0	27.2	7.2		
9)その他	3.3	71.1	25.7	10.3	10.3	3.4	0.0	0.0	55.2	0.0	0.0	27.6	20.7		

注 複数回答なので百分比の合計は100.0%をこえる

表二 広報紙の認知率

性別	認知の有無	知っている	知らない	その他	NA	DK	計
男性	210 (92.5)	17 (7.5)	0	0	0	0	227 (100.0)
女性	334 (97.1)	10 (2.9)	0	0	0	0	344 (100.0)
計	544 (95.3)	27 (4.7)	0	0	0	0	571 (100.0)

表三 広報紙の開読率(知っている人に対して)

性別	開読の有無	読んだことある	読んだことない	その他	NA	DK	計
男性	199 (94.8)	11 (5.2)	0	0	0	0	210 (100.0)
女性	320 (95.8)	12 (3.6)	0	2 (0.6)	0	0	334 (100.0)
計	519 (95.4)	23 (4.2)	0	2 (0.4)	0	0	544 (100.0)

注 関東学院大渋谷講師調査(雑誌『広報』50年8月号)から

「広報紙が情報入手の際には、最もよく利用されているチャネルであることがわかった。そして非常によく読まれていること、とくに女性に読まれていることがわかった。また、その評価でも『わかりやすい』し、『論理的評価』でもプラスイメージが高い」とまとめている。

2 「行政広報の受け取り意識——広報よこはまの場合——」(関東学院大学渋谷)

谷重光講師)では、市政の情報をも市民はどんなメディアから得ているかを調べているが、新聞五〇・一%、テレビ二二・二%、ラジオ三・九%、雑誌一・一%(以上の合計七九%)に対し、『広報よこはま』は単独で八五・一%という高率を示している。そして渋谷講師は、さらに次のように述べている。「広報紙への認知率はかなり高い。ほとんどの市民の手許に届けられている(九五・三%)。ことに女性での認知率がたかい(九七・一%)」。

「中略——広報紙を知るものうち、ほぼ、全員が開読経験をもっている(九五・四%)。ただし、その読み方となると、二極に分解する。つまり『熱心な読者』(丹念に読む二五%、やや丹念に読む二二・四%)が四六・四%、『雑な読者』(いちべつするだけ五・二%、まあざっと読む四三・四%)が四八・六%となる」。あまり良いことづくめの引用では、鼻について嫌味になるが、これも終章への伏線であるのでお許しただきたい。とにかく『広報よこはま』は、この二つの調査の中で、新たな批判や示唆を受けながらも、一応の評価を得たことを指摘しておきたい。

三——省略符……いろいろな書きたいこともありますが

さて、『広報よこはま』はどのような考えで編集し、発行しているのでしょうか。このことは、読者(市民)にとっても重要なことであると思うし、行政内部でも広く知ってもらわなければならないことだと思ふ。

所詮、できた結果だけで評価される宿命とはいふものの、広報のつくり手の考え方と、つくる過程を知るとは、受け手にとっても意義があると思うし、本論の各種調査との関係でも、調査資料の区分や分析をする上で、立場の違いから生じている「広報」に対する認識のズレを自然と明らかにするだろう。

前置きが長くなって恐縮だが、私がここに記すものは、編集会議の合意を得たというふうなものではない。しかし、少なくとも、この数年間(私が担当する以前から)広報を企画し、編集するという実務の中で、不文律のごとく、また慣習のようにして、先輩から後輩へと引き継がれてきたものがあるので、それに私なりの考えを加えて述べることにする。

① 編集方針

横浜市広報発行規則第一条は、広報の発行目的を「本市政に關する重要事項

を市民に周知徹底し、市政の円滑な運営に資する」と規定している。これが行政広報の本音なのかも知れないが、こんな「上意下達」の感覚で紙面づくりをしよものなら、「本当に読まれているのだろうか」などと考える前に、読む魅力のない広報となってしまうだろう。そこで、規則の定めとして、現代の広報とは何だろうか。あるべき姿は……を担当者間で考えてみた。そして、その結果を共通の認識として実践してきた。

広報は、一般ジャーナリズムとも異なり、ましてや広告宣伝媒体でないことは今や常識である。広報は、広聴機能とあいまって、市民と市政を結ぶ太いパイプの一端である。広報は、市民と市とのコミュニケーションの手段として、行政と市民との中間に位置づける。しかし、一般紙のように第三者的立場ではなく、あくまでも市という当事者であることにほろならない。そうかといって、市民と市との中間に位置づける点では、官報・公報（横浜市報＝総務局文書課）とは、本質的に性格が違う。

広報は、最終的には、市民の具体的な行動まで期待してつくるもので、「お知らせ広報」にとどまらず、積極的に情報を公開するよう努め、行政内部へもそのように働きかける。もちろん、「知らせる」という機能も軽視することはできない。

い。市民が各種の施設や施策、そして、いろいろな行事を知り、これを利用することは、大きな利益につながるからだ。だから市民がトクをする情報を中心にして、いるのは当然であろう。

市民と市との中間に位置づけながらも『広報よこはま』が、より市民の立場に近く立つてつくり、市民といっしょに考え、問題を提起していることは、従来から一貫して堅持しているところである。そして、さらに重要なことは、『広報よこはま』への市民参加の問題である。市民から市への意見、市民から市民へのメッセージ、市民の地域での活動状況など市民の声を積極的に取材し、受けとめて、さらに緑区・港北区の「区版」で実験されている編集への市民参加についても、今後どう進めるかが課題となっている。

継続して読んでいる人には理解されているようだが、最近数年間の『広報よこはま』は、編集の柱に「コミュニティづくり」を据えている。市民生活が地域社会の中で隣人愛や人間同志のふれあいに、暖かさをとり戻すなら、そのために役立つ紙面でありたいと願うこと。このような内容は無理だろう。面白くしたいと思う。だが、読んでもらうために読者に迎合するわけにはいかないのだ。

もともと、広報紙で「面白さ」を追求することは邪道だろう。そこで、読まれるための要素を別の観点から考えてみた。まず第一に興味のわく内容でなければならぬ。そして、読んでみると共感をおぼえ、さらに、他の人や行政といっしょに行動したくなるような意欲まで期待してつくりたいというのが私の持論である。

また、読者のニーズを第一にしながらも、それとは関係なく広報しなければならぬときもある。都市化の中で、日に稀薄となっていく人間関係を考えると、当分の間「コミュニティづくり」という柱を外すわけにはいかないだろう。このコミュニティづくりを中心に、福祉問題に焦点を当て、その周囲に環境整備のこと、消費生活などを配している。これを具体的な紙面構成で見ると、次のようになる。

② 具体的構成  
▲第一面▼ 新聞の顔といわれる重要な紙面である。常識的な新聞づくりから考えると、いわゆるトップ記事が扱われることになっているが、『広報よこはま』は、そのような概念から見ると、特異な方法をとっている。すなわち、報道・ニュースとしてのトップ記事は第二面に譲り、第一面では、横浜で現に起っている都市問題や地域の話題をとりあげて、コ

ミュニティづくりを意識して問題提起の場としている。記事の主体は市民登場の構成とし、原則としてお知らせの要素は考えていない。▲広告形式▼ 下段の広告式囲み記事は、そのときに応じた重要事項の報告や市民への呼びかけを、キャンペーン風に扱っている。

▲第二面▼ 市政の重要事項や動き、市政の現状報告などニュースとしてのトップ記事は、ここで扱う。第一面をユニークなものにするためには、このような割り切りが必要なのだ。

▲第三面▼ 半分は、第二面の考え方の延長であるが、解説記事などをシリーズで扱う場もある。左半分は「話の交差点」。主として市民からの情報記事であり、市民同志、あるいは市民と市とのコミュニケーションの場として、読みやすい、軽いタッチでまとめる努力をしている。

▲二・三面下段▼ 名実ともに「お知らせ欄」である。編集方針で述べたように、市民にとって必要な情報はなにか、というのがこの欄で扱う大きなポイントになるので、情報の提供者である行政内部からは、その扱いの軽重について意見のあるところでもあつた。各種の調査結果で見ても、一番多く読まれている部分であるし、多くの読者がこの欄から通読し、順次他の面を熟読する傾向があることも把握

握している。スペースと情報量との関係もあるが、この種の記事では、こまかく書きすぎないことも、よく読まれるためのコツともいえる。それだけに、提供された情報のポイントを適確につかみ、最大限に圧縮して多種多様な興味をもつ読者に気づかせるにはどうしたらよいか、担当者は苦心する。

◆第四面◆ 偶数月は各区版、奇数月は全市域版の増頁分となる。奇数月には、できるだけグラフィックな扱いで、市政の重要事項を紹介しようとの原則をもっている。

第一面から第四面までの全市域版を通してみた場合、新聞紙面的な構成より、週刊誌的構成に近いことに気がつかれるだろう。このような構成や編集上の考えは、固定されるべきものではないので、今後、流動的に編集されるであろう。

◆各区版◆ 偶数月の第四面は区版である。読者にとって一番の関心事は、身近かな話題だ。それだけに『広報よこはま』について考察する場合、全市域版だけで考えることは早計といわねばならぬ。全市域版と区版の記事が相まって、広報としての役割りが全うされるのだ。区版も編集上の基本姿勢に変わりはない。各区には独立した編集委員会があり、そこで企画し、編集に当たっている。しかし最終的な編集・発行責任は市民局にある

ため、広報課では各区民相談室（広報担当）と連絡し、共同企画や統一記事などの調整と指導に当たっている。

奇数月の区版は二倍の紙面となる。増えた分だけ市民の声がのるようにとの配慮だ。鶴見・神奈川・西・磯子の各区版で投稿欄を設けているほか、緑区では「区民会議からの報告」として、二分の一頁を緑区民会議の直接編集に委ねるという実験をつづけている。なお、常時、編集委員に読者代表（一名）が参加しているのは、港北区だけである。

さらに、①企画のポイントや、②編集の実際、③文章表現の問題、④編集面の隘路など細部についても触れるべきかも知れないが、この小論の本筋ではないので省略する。

#### 四——感嘆符ノ ミステリー——に驚く

広報紙を編集する上で「誰が読んでくれるのか」「誰に読んで貰おうとしているのか」と、この「誰」を特定することは、大変重要なことである。もちろん、この「誰」とは市民であるのだが、一口に市民といっても、老若男女、職業もいろいろだし、学歴もさまざまである。そのすべてを対象にした場合、焦点がぼけてしまう。そこで、ある一点に標的を置

くことによって、広報の内容がある程度特定されることになる。

『広報よこはま』は、まず、義務教育修了などで、容易に理解できる内容を目標としている。ついで特定する対象は女性である。先に引用した関東学院大学渋谷講師の調査（行政広報の受け取り意識）によると「熱心な読者には女性が多い。五一・六％がこのタイプに属する。それにたいして、男性は三八・二％ではない。（中略）広報紙は市民生活に直結した記事が多いから、主婦としては『読まざるをえないメディア』、もしくは『読んだほうが利益になるメディア』である」と分析している。もう一つの調査『横浜市民の生活構造と生活意識』調査の分析では、「調査対象全体では『毎月読む』『たまに読む』あわせて八三・三％の人が読んでいる。その中で『毎月』読んでいる人は四九・六％となっており、『広報よこはま』が広く読まれていることがわかる。これを性別で見ると男七九・五％、女八六・九％となり、女の方がよく読んでいる。（中略）また、学歴別にみると、高卒が最もよく読んでおり、小・中卒と大卒は同じ程度である。これは主婦が高卒が多いためと考えられる」と述べている。

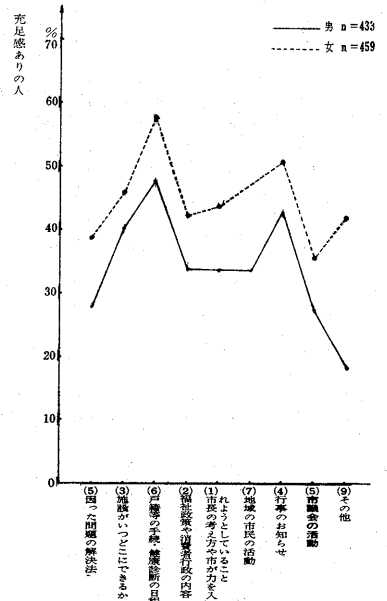
が、広報の対象を主婦だけに限定することはできない。広報紙への関心が、結果として市政への関心をどう高められるか、読者の中心に主婦層を据えながらもその関心をどの層まで拡大できるかという戦略・戦術的な広報編集技術の問題にまでなってくる。

#### ①—あり得ないことが

『横浜市民の生活構造と生活意識調査』によると、市政に関心のある多くの人は、関心のあることがらについて『広報よこはま』により知ると答えている。このことは、すでに述べた。そして、関心のあることがらについて「知らされていない」（充足感あり）とする人について調べたのが次のグラフである（図参照）。

同調査の分析では、「第一に、一貫して女性の方が男性よりもすべてのことがらについて充足度が高い。第二に男女とも、その充足度の高低のパターンはよく似ている。大きく異なるのは、区分⑦の『地域での住民の活動についての話題』である」とある。私は、充足度の違いは読んでいるか、いないかの違いであり、女性の比率が高いのは当然だと思ふ。それよりも、このグラフを見て奇異なことを発見した。それは、区分⑧の「市議会の活動」である。もともと、関心のあることの選択肢九項目中「市議会の活動」

図-1 「関心あり」の人のうち、分類別「充足感あり」の人の比率



は第八位で、関心のある人は少ないという残念な結果が出ている(表-1)。これを前提としながらも、次のことはなにごとを意味するのであろうか。

この意識調査の対象となった『広報よこはま』は、昭和五十年十一月から昭和五十一年十月までに発行した一年分の全地域版である。調査分析の中でも指摘されているが、この一年間のうち、「市議会に関する記事」は、七月号の「市議会・各委員の構成決まる」(九六行分)だけである。しかるに、調査結果によると、関心のある「市議会の活動」を広報紙で知る人が半数以上(五五・二%)もいる。そして広報紙だけが対象ではないが、関心のあることがらについて十分知らされている。どちらかというとならざれているという人の合計は、男女平均で

約三〇%もあるのだ。この数字はどういうことであろうか。私には驚きであり、ミステリーだとしかしいようがない。

### 五 終止符・再び、本当に読まれているか

『広報よこはま』では、「市議会の活動」に関する記事は、ほとんどとり上げていない。いや、行政サイドでいうならば、「市議会に関する記事も載せている」といういい方にはなるのだが。たとえば、予算に関する記事は、三月号で予算案を掲載する。その際「なお、この予算案は、二月〇日からはじまっている市議会慎重に審議されています」とひとこと触れている。そして、五月号では「市議会慎重に審議されて、予算が決

まりました。この予算の特色は……」ということになる。また、市民生活に関係のふかい条例の制定や改正についても、市議会での議決後、行政執行の立場から、その内容について「〇〇条例が制定され、〇月〇日から施行されます。その内容は〇〇で、今までこの問題で悩んでいた〇〇町の〇〇さんは……」とわかりやすく解説する。だから「市議会に関する記事」も載せているということになるのだ。しかし、読者の立場から考えるると、「市議会のこと」とは「市議会の活動」であり、いかなれば「議会だより」を期待していただろうか。

昭和五十年度市政オペニオンは、「市議会での審議状況を広報せよ」と提言している。しかし、現在でも、この期待には十分応えていないし、今後も『広報よこはま』の中で応えるには限界があるだろう。私は、昭和五十二年度予算を五月号で広報するについて、担当者と話し合い、上司の了解を得て、一つの実験を試みた。「この予算は、二月二十八日、市会本会議で市長から提案説明し、十日間にわたる予算特別委員会での局別審査や分科会での慎重な審議を経て、三月三十日の本会議で議決されたものです。なお議決にあたって『保育行政については、国庫負担の増額とあわせて、保育内容の充実に努力をほらうこと』など三件の付

帯意見が付けられています」。

一五五文字の短文だが、議会の審議過程とともに、付帯意見まで載せる試みがそれだ。これとても十分に市議会の活動に関して触れた記事とはいえないだろう。しかし、その内容は、行政広報の立場を貫いたものであり、これが限界ではないかと考えている。そうはいっても、厚木市や藤沢市、東京都に住んでいる人の手許には『議会だより』が届けられているはずなので、なぜ五月号の記事が、『広報よこはま』の限界なのか、理解されないかもしれない。そんな方は、もう一度その『議会だより』の発行者を確かめていただきたい。発行は「議会事務局」または「議会編集委員会」であることがわかるだろう。つまり、行政広報と議会広報とは立場が異なるし、それぞれの立場で、おのずから編集方針が違うのだ。行政広報としての『広報よこはま』では五月号の記事が限界であろうという私見である。

### ① 読者の意識に暨気候が

さて、載せていない記事について、広報紙によって知るといふ人とは、どういう人たちののだろうか。『広報よこはま』をどのように読んでいるのだろうか。調査員にたいしては、「読んでいます。満足しています」と答えているけれども、

本当に読んでいるのだろうか。同じような問題はほかにもある。「調査季報」第四九号緑区民生活調査によると、地域の問題の生活環境にたいする行政情報で、区民が頼りにしているメディアは、『広報よこはま』五六・二%である。ところが「区民会議をご存知ですか」との問いに「知っている」と答えたのは一七・九%にすぎない。記事の扱い方の問題もあるかも知れないが、各本版とも、ほとんど毎月のように「区民会議」の活字が載っている。そして奇数月には確実に二分

## 広報文章雑感

▽:よく、原稿を書いてきて「局長の専決済みだから、一字一句直しては困る」という人がいる。見ると、執行何の起案文書をそのまま写したような固い文章だ。これでは、そのまま載せるわけにはいかない。そこで丁々発止の末、書き直すことになる。もちろん、原局の意思を尊重しながらの翻訳だ。趣旨だけをとりにんで、翻案とする場合もある。広報文は、時には行政サイドでの正確な表現を無視してでも、簡潔で明瞭・平易さを優先させることがある。そ

の一頁以上もの紙面を割いている緑区にして、これであるから他は推して知るべしであろう。

「あなたは今朝の新聞にどんな記事が載っていたか、覚えているだろうか」、意外と答えられないものである。「○○事件について」というと「ああ朝刊に出ていた」となるが、「どんな記事が」となるとよほどのことでないと思ひ出せない。少くとも、自分が興味と関心を持つた内容は覚えていても、自分の生活に関係のないことは、読みくだしてしまっても

して観念的でなく、具体的な内容をもたせるために必要な材料(市民の声)を求めて飛び出していく。まさに足で書くというわけだ。

▽:新聞の文章はダ・デアル調(常体)だが、広報文は原則としてデスマス調(敬体)で書く。これはわかりやすく、親しみやすいと同時に、行政の当事者が住民に発行する立場から、敬語として使うものだ。ここに第三者的立場の新聞との違いがある。しかし、新聞も社告(購読料値上げなど)では敬体を使っており、これは、広報文と同じ考えに基づくものといえよう。

のだ。日刊紙でさえ、こんな状態なのだから、月一回発行でもっと条件は悪くなる。多くの人は一〜二日すると、自分の持っている情報が、テレビから得たものか、新聞によるものか、ナニ新聞で読んだものかもはっきりしなくなる。となると、市政に関する情報は、ほとんど広報紙で見たと考えるのも不思議ではないともいえる。でも、これは読まれている場合のことだ。もう少しヒネクレた見方をすると……。

広報紙が発行されていることは知っているが、めったに読まない。でも前に見たことはある。こんな人が調査員からいられると聞かれるとしたらどうだろう。当然、市政に関する調査を受けるのだという「心の構え」があるだろう。同時に「広報紙とは、こうあるべきだ」とまでいかなくとも、その人なりの「広報紙のイメージ」がある。「広報紙というものは、市議会の活動が載っているものだ(東京に住んでいたときには見た覚えがある)横浜市のことだから十分に知らされているだろう。いや、満足しているよ」。つまり、「ない」ことが「ある」ように見えてくる雰囲気現象である。砂漠の中をさ迷う旅人が、のどの渇きに苦しむとき、突如、オアシスを見つけたが歩けども、歩けども行きつかない。あの現象に似ているのではないだろうか。だ

とすれば、水を求めるように、市民は「ない」ものを「求めている」ということもいえる。しかし、このことは、前述のとおり行政広報の立場で論ずることではないと考えるので、別の機会に譲りたい。

もし、このヒネクレた見方が当たっているとすれば、意識調査とは何なのだろうか。考えこんでしまうのだ。誤解されては困る。私は各種の調査にケチをつける気は毛頭ない。十分に参考にさせてもらっているし、喜びもしている。それなのに「本当に読まれているのだろうか?」という疑問符は、大きく頭の中に広がってゆく。信じたい気持と信じられない事実の前に、意識調査に対する信頼感がゆらいでしまうのだ。

広報課を離れて三カ月。今でも思い出すことがある。読者(市民)からの苦情に汗をふきふき謝罪したことを。そしていままも広報担当者が電話の前でペコペコ頭を下げているであろう姿が目につぶのだ。「申し込みが先着順と書いてないのに締切られた後だった。不親切だ」「電話番号が違っているので迷惑している」「予算額の数字が合わないが、桁が違っているのではないか」等々。そんなとき「ああ、読んでくれているのだ、読んでくれたのだ」という実感をかみしめながら、頭を下げている姿が……。