

## 1 . はじめに

県の広報について、県民の皆さんから「難しい」「堅苦しい」「漢字が多い」「わからない用語が多い」「文字量が多過ぎて、読む気にならない」「文字が小さい」などのご意見をいただきます。

せっかく県民の皆さんへ県政情報を提供（広報）する機会があっても、その情報がきちんと伝わらないのでは、情報を発信する側の自己満足で終わってしまいます。

このため、県が広報活動を行う際には、さまざまな読者や視聴者など情報の受け手（県民）の立場に立ち、すべての人にとって、できる限り親しみやすく、わかりやすい情報を提供する必要があります。

この「わかりやすい広報の視点」は、このような広報活動を行うために、くまもとユニバーサルデザイン振興指針に基づき、「すべての人に」という視点に立ったユニバーサルデザイン（UD）の考え方を取り入れて「すべての人にとって、できる限り親しみやすく、わかりやすい情報を提供するための考え方や方法」を示しています。

今後、皆さんが広報活動を行う際には、この冊子に沿ったものとなるよう心掛けてください。

### ユニバーサルデザインとは...

Universal（普遍的な、万人（共通）の、万能の）とDesign（設計、構想、計画）という2つの英単語が合わさったもので、そのアルファベットの頭文字を取って、UD（ユーディー）ともいわれます。

一般に「すべての人のためのデザイン」といい、年齢、性別、国籍（言語）や障害の有無等に関係なく、最初からだれもが利用できるような製品、建物や環境のデザインを

意味します。また、今日では、情報、サービスやコミュニケーションも含む「すべての人が生活しやすい社会のデザイン」といったより広い概念として使われています。

(「くまもとユニバーサルデザイン振興指針」から)

## 2 . 広報を行うときの心構え

広報は、県民の皆さんに県政への関心と理解を深めてもらい、県政のさまざまな課題を一緒に考え、参加・協力していただけるよう、県と県民の信頼関係（パートナーシップ）を築くための重要な手段です。

そのため、「すべての人に」という視点から、できる限り親しみやすく、わかりやすいものにすることはもちろんですが、さらに、情報の受け手が不快に感じることなどがないようにすることも大切です。

これらのことを踏まえ、次のような点に注意しましょう。

### < 伝えたいこと（何を伝えたいのか）を明確にする >

伝えたい情報がたくさんあるからといって、あれもこれもと欲張ると、かえってわかりにくくなるものです。

「何を伝えたいのか」「最低これだけは伝えたい」ということをはっきりさせることが大切です。

### < 県民（情報の受け手）の立場に立った情報を提供する >

行政が伝えたい情報だけではなく、県民が必要とする情報の提供（選択）に心掛けましょう。

そのため、自らが情報の受け手の立ち場になって考え、「県民がどんな情報を必要としているのか（ニーズ）」の把握に努めましょう。

### < 最も効果的な時期を選ぶ >

テーマによって広報の時期も変わります。最も効果的な時期を考えて広報しましょう。

例えばイベント（当日参加型）は、開催日の2週間～1週間

くらい前に広報すると効果が高いといわれています。

### <最も効果的な広報媒体を選ぶ>

広報媒体にはそれぞれ特性があります（「3. 対象となる広報媒体とその特性」（P5～8）参照）。広報テーマや対象者、広報実施までの期間などを考慮し、広報媒体を選びましょう。

### <情報の受け手への配慮を忘れずに>

情報の受け手には、子どもからお年寄り、男性、女性、障害のある方、外国人など、さまざまな立場や状況の方がいらっしゃいます。

また、県が使う言葉や各種の表現は、県民が広く接するものであり、社会的基準として、その使い方、表現などが正当だとみなされやすい面があります。

そのため、言葉や絵、映像などあらゆる表現においては、「偏見や差別、誤解を招くような表現がないか」、「固定観念にとらわれていないか」、「不快感を与えるような表現になっていないか」など、常に情報の受け手の立場に立って考えましょう。

### 具体的な配慮の視点

#### ・人権尊重の視点から

差別的表現や情報の受け手が不快に感じるような表現などがないかを確認しましょう。

#### ・お年寄りや障害のある方の視点から

お年寄りや障害のある方は加齢や障害により視覚や聴覚などの機能が低下していて、その程度もさまざまであることを認識しましょう。目の不自由な方が必ずしも点字が読めるわけではありませんし、耳の不自由な方が必ずしも手話ができるわけではありません。活字媒体であれば、点字版、録音版（音声版）などを、電波媒体であれば字幕や副音声などを併

用することを心掛けましょう。

また、お年寄りや障害のある方に対する差別的表現や不快な表現などがないかを確認しましょう。

・ **男女共同参画の視点から**

女性の社会参画が進み、男性も女性も多様な個性と能力を発揮しつつある現状を踏まえ、性別に対する従来の固定的なイメージにとらわれた表現にならないよう心掛けましょう。

・ **外国人の視点から**

情報の受け手の中には外国人も含まれていることを認識し、差別的表現や不快な表現などがないかを注意しましょう。

### 3. 対象となる広報媒体とその特性

#### (1) 対象となる広報媒体

この冊子の対象となるのは、次の広報媒体です。

活字媒体	広報誌・冊子、パンフレット・リーフレット、チラシ・ポスター、新聞、雑誌、拡大文字版・点字版・録音版（音声版）の広報誌や資料など
電波・映像媒体	<p>テレビ・ラジオ（広報番組、スポット*）、PRビデオ、文字放送*など</p> <p>※スポット スポットコマーシャルの略。テレビやラジオで、番組と番組の間に流される短い広告のこと。</p> <p>※文字放送 テレビ電波を利用した文字による情報番組。</p>
電子媒体	ホームページ、メールマガジンなど

#### (2) 広報媒体の特性

広報媒体には、それぞれ次のような特性があります。

○：良い点    ●：注意する点

媒体	特性
	(活字媒体の特性)

活 字 媒 体	<ul style="list-style-type: none"> <li>○保存性に優れている （いつでも好きなときに見ることができる）</li> <li>○内容の伝達について確実性が高い</li> <li>○電波・映像媒体などに比べ、制作費が抑えられやすい</li> <li>●制作に時間がかかりがちである</li> <li>●読ませる（見てもらう）ための工夫が必要</li> </ul>
広報誌 冊子	<ul style="list-style-type: none"> <li>○多くの情報が伝えられる</li> <li>●制作に時間がかかる（2、3カ月程度）</li> <li>●情報量が多過ぎると、かえって読まれないことがある</li> </ul>
パンフレット リーフレット	<ul style="list-style-type: none"> <li>○見るのが簡単である</li> <li>○施設・制度紹介、啓発などに適している</li> <li>●情報量が限られる</li> </ul>
チラシ ポスター	<ul style="list-style-type: none"> <li>○1枚で情報が伝えられる（見るのが簡単）</li> <li>○お知らせ・啓発などに適している</li> <li>○広報地域が特定できる（チラシの新聞折り込みなど）</li> <li>●情報量が限られる</li> </ul>
新聞	<ul style="list-style-type: none"> <li>○速報性に優れている</li> <li>○情報が届きやすい</li> <li>○広域性がある</li> <li>●情報量が限られる</li> </ul>
雑誌	<ul style="list-style-type: none"> <li>○多くの情報が伝えられる</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>●制作に時間がかかる（2、3カ月程度）</li> <li>●雑誌によって情報の受け手が限られる</li> </ul>
拡大文字版	<ul style="list-style-type: none"> <li>○お年寄りや弱視の方にわかりやすい</li> <li>●文字が大きくなる分、情報量が限られる</li> </ul>
点字版	<ul style="list-style-type: none"> <li>○目の不自由な方で点字が読める方にわかりやすい</li> <li>●点字が読める方は限られている</li> </ul>
録音版(音声版)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○お年寄りや目の不自由な方にわかりやすい</li> </ul>
電波・映像媒体	<p>（電波・映像媒体の特性）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○速報性に優れている</li> <li>○情報が届きやすい</li> <li>○イメージが伝わりやすい</li> <li>○広域性がある</li> <li>●一過性になりやすい</li> <li>●時間帯などによっては制作・放送料金が高くなる（ビデオを除く）</li> </ul>
テレビ （広報番組） PRビデオ	<ul style="list-style-type: none"> <li>○言葉や映像、音楽で同時に訴えるため、わかりやすい</li> <li>○子どもからお年寄りまで幅広く情報が提供できる</li> <li>●制作に時間がかかりがちである</li> </ul>
ラジオ	<ul style="list-style-type: none"> <li>○速報性に優れている</li> </ul>

	(広報番組)	●視覚的な要素がない分、内容によっては情報が伝わりにくい
	スポット (テレビ、ラジオ)	○子どもからお年寄りまで幅広く情報が提供できる ●周知のためには、ある程度放送回数が必要になる ●情報量が限られる
	文字放送	○情報の受け手が24時間いつでも好きなときに情報入手できる ○耳の不自由な方には、有効な伝達手段である ○ほかの電波・映像媒体より、割安で制作・放送できる ●専用の機器(チューナー)または専用チューナー内蔵テレビが必要である
電子媒体	ホームページ メールマガジン	○情報の受け手が24時間いつでも好きなときに情報入手できる ○情報に即時性がある ○常に情報の更新ができる ○保存性に優れている ○双方向性が高い ●情報の受け手が限られる ●掲載情報の管理(情報の更新、著作権の侵害防止、個人情報の漏えい防止など)に注意が必要である

## 4. 広報媒体ごとの配慮の基本的な視点

### (1) 活字媒体

#### ①文章表現

文章は、正確で、親しみやすく、わかりやすいことが大切です。次の点に注意しましょう。

##### ○正確に

- ・「事実」や「伝えたいこと」を明確にする。
- ・「正確に」伝えようとするあまり、詳しくなり過ぎたり、難しい言葉を使ったりして、文字量や情報量が増えることがあるので注意する。

##### ○わかりやすく

- ・5W1Hを明確にする。  
(Who:だれが、When:いつ、Where:どこで、What:なにを、Why:なぜ、How:どのようにして)
- ・結論を早めに出す。
- ・一つの文章は短く、内容は簡潔にする。

例)

高槻警察署は、これまでの水無瀬派出所では十分な機能を果たせないのを、以前の所から50メートルくらい大阪寄りの国道171号線沿い西側に新しく建てなおし、4月9日から業務を始めました。

↓

高槻警察署はこのほど水無瀬派出所を新築、移転しました。4月9日から業務を始めています。新しい派

出所は、旧派出所から約50メートル大阪寄りの国道171号線沿いに完成、その機能も一段と充実しています。

(「行政広報マニュアル」(社)日本広報協会から)

- ・情報の受け手が絞られる場合は、その受け手にあった内容にする。
- ・難しい言葉はできるだけわかりやすい言葉に換える。

例) × ○  
…と想定されます。 → …と考えられます。  
…と思われれます。

- ・漢字を少なくする(常用漢字以外は原則かな書きにする)。固有名詞などでやむを得ず使う場合は、ふりがなをふる。

例) × ○  
暫 く → しばらく

- ・難しい漢字や読みにくい地名、人名にはふりがなをふる。

例) × ○  
不知火町 → しらぬひまち  
不知火町

- ・カタカナ語(外来語)はできる限り少なくするとともに、それを使用する場合は、用語の解説を用語の後や余白に入れる。(すでに定着していると思われる言葉(例:グループ、ボランティア、サービスなど)は、そのまま使用する。)

例)

熊本県の自然・文化資源を再発見し、それらを素材とした観光ルートの開発やグリーン・ツーリズム<sup>※</sup>の推進などに取り組みます。

※グリーン・ツーリズム

緑豊かな農山漁村地域においてその自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動のこと

(全戸配布広報誌「県からのたより」から)

- ・略語を使う場合は、ふりがなをふり、後ろに正式名称や、その意味を日本語で入れる。

例)

A P E C → <sup>エイベック</sup>A P E C (アジア太平洋経済協力)

D V → <sup>ディーバイ</sup>D V (ドメスティック・バイオレンス、  
配偶者などからの暴力)

- ・なじみのない用語は解説を付ける。

例)

熊本県の豊かな自然、おいしい水、多彩な農林水産物など豊富な地域資源を生かしていくため、「地産地消<sup>※</sup>運動」を展開し…

※ 地産地消

「地場生産－地場消費」を略した言葉で「地元で採れた産物を地元で消費する」という意味で使われている

(全戸配布広報誌「県からのたより」から)

- ・いわゆる「お役所ことば」はできるだけ使わない。

例)

× 事業の一環として研修会を開催します。

↓

○ 事業の一つとして研修会を開催します。

(「お役所ことば言い換えマニュアル」(昭和63年11月制作・熊本県)から)

- ・固有名詞などを除き、硬い表現はできるだけ軟らかい表現に換える。

例)

「高齢者」 → 「お年寄り」

「障害者」 → 「障害のある方」

「身体(視覚、聴覚)障害者」

→ 「体(目、耳)の不自由な方」

- ・小見出し、箇条書きなどを活用する。

例)

-----  
春さきは山火事シーズン

山火事のシーズンです。毎年3月から4月にかけて…

(「行政広報マニュアル」(社)日本広報協会から)

### ○文字量を減らす

- ・情報を欲張って詰め込まない(必要な情報の選択)。

あれもこれも情報を詰め込むと、文章が長くなり、かえってわかりにくくなったり、読む気をなくさせることになる。

- ・文章だけでなく、箇条書き、表、グラフ、絵、図、写真などを積極的に活用する。

例)

**平成14年度介護支援専門員  
事務研修受講試験のお知らせ**

- 試験日／10月27日(日)
- 受験申込書の配布場所／  
県高齢保健福祉課、県地域振興局(福祉課)、  
県阿蘇・水俣保健所、熊本市介護保険課
- 配布期間／7月15日(月)～8月23日(金)
- 受付期間／8月5日(月)～8月23日(金)
- 受験手数料／7,000円(県収入証紙)



(全戸配布広報誌「県からのたより」から)

○情報の受け手の立場に立った表現を

文章作成後、以下の点などに注意して、情報の受け手の立場で読んでみる。

- ・偏見や差別、誤解を招くような表現はないか。
- ・固定観念にとらわれた表現になっていないか。
- ・情報の受け手が不快に感じる表現になっていないか。

例)

- ・「障害者」と対比して、「健常者」などの言葉をむやみに使わない。お年寄りや障害のある方を「(社会的)弱者」などとむやみに表現しない。
- ・身体的な表現を含む慣用句はできるだけ避ける。

「足をお運びください」→「お越してください」

- ・ 男性のみ、あるいは女性のみを意味するような言葉は避け、よりふさわしい言葉とする。

「サラリーマン、OL」 → 「会社員」  
「父兄」 → 「保護者」

- ・ 性別によって役割を固定化する表現をしない。

「託児所は働く母親たちの味方です」

↓

「託児所は働く親たちの味方です」

- ・ 男女の性格や振る舞いを画一的に表現することは避ける。

「女性は細やかな気配りができる」

※「細やかな気配り」は、女性だけの特性ではありません。

男性は「論理的」「行動的」「力強い」「たくましい」、女性は「感情的」「優しい」「細やか」「控えめ」といった性別による固定的なとらえ方や表現をすると、すべての人がそうだと決めつけるような印象や、かくあるべきといった押し付けるような印象を与ることがあります。

- ・ 男女間に主従、上下、優劣の関係があるかのような印象を与える表現は避ける。

「男性顔負けの活躍」「女性でも簡単に分か

る」といった表現は避ける。

夫婦の紹介はともに姓名を表記するのが望ましい。

「熊本太郎（・花子）夫妻」

↓

「熊本太郎・熊本花子夫妻」

- ・対語のない言葉は原則として使わないように注意し、また、女性が例外的な存在と感じさせるような言葉や表現は原則として避け、男女を対照的に扱えるように工夫する。

「才女」「ママさん研究者」「女社長」などは避ける。

- ・外国人向けの表記をする場合は、ローマ字などでふりがなをふる。特に固有名詞などにふりがなをふる場合は、意味を訳してふるのではなく、日本語の音読のとおりにつる。

熊 本 城 → 熊 本 城

KUMAMOTO CASTLE KUMAMOTO JO

※外国人の方が、「くまもときゃっする」で場所を尋ねても、聞かれた方が「熊本城」のことだとわからない場合もあります。

- ・広報の対象者に外国人が多い場合は、各国語に翻訳したものを作る。その場合、熊本には中国や韓国などアジア諸国から来られている方が多いことを考慮

する。

- ・その他の気を付けたい表現

「一般県民」 → 「県民」

※一般でない県民はいません。

「外人」 → 「外国人」

※外国の人の表現は正確にしましょう。

## ②文章以外の表現

全体的に読みやすく、見やすいことが大切です。次の点に注意しましょう。

### ○文字・字体・行間など

- ・文字の大きさ

できるだけ、大きな文字を使う。用紙がA4判の場合は、12～14ポイントが適当。本文以外の文字（小さな説明書きなど）も、10ポイント以上が適当。極端に小さい文字にならないように注意する。

- ・英数字以外は、半角文字は使わないようにする。

- ・字体

一般に、A4判で12～14ポイントならば、ゴシック体は文字の太さが均一なので、読みやすいとされている。

- ・文字数

A4判、12ポイントで横打ちならば、1行当たり25～35文字が読みやすいとされている。

- ・強調

太字や大きな文字などを効果的に用いて、メリハリをつ

ける。太字にする場合、文字の太さが12ポイント以下だと、つぶれて読みにくい場合があるので注意する。

飾り文字や網掛けを使用するときは、文字が読みにくくならないように注意する。

例)

県からのたより

(明朝体、9ポイント、太字)

県からのたより

(ゴシック体、9ポイント、太字)

県からのたより

(明朝体、10.5ポイント、  
太字、網掛け60%の場合)

県からのたより

(ゴシック体、10.5ポイント、  
太字)

県からのたより

(明朝体、12ポイント)

県からのたより

(ゴシック体、12ポイント)

県からのたより

(明朝体、14ポイント、  
網掛け60%の場合)

県からのたより

(ゴシック体、14ポイント)

県からのたより

網掛け100%、白抜き文字

県からのたより

網掛け80%

県からのたより

網掛け40%

#### ・行間・文字間

文字が大きくても、行間や文字間が狭過ぎたり広過ぎたりすると読みにくいので、バランスに注意する（同じ大き

さの文字、行間、文字間でも、漢字が多いと狭く見え、カタカナやアルファベットが多いと広く見える)。

例)

× このことについては、「県からのたより」12月号の特集ページをお読みください。



○ このことについては、「県からのたより」12月号の特集ページをお読みください。

#### ・余白

適度な余白をとる。余白を惜しんで情報量を増やすと、かえって読みにくくなる。

※ちなみに、この冊子では、A4判、12ポイント、ゴシック体、1行30文字、1ページ30行、余白が上下30ミリ、左右35ミリで作成しています。

#### ○色使い

色を使うと、印刷物全体が明るく、親しみやすいものになる。また、色のイメージで冊子などの印象も変わってくることもある。ただし、色の組み合わせによっては文字が読みにくくなったり、全体的に見づらくなることがあるので注意する。

- ・「緑と赤」「黄色と白」の組み合わせは、好ましくないので使わない。
- ・色の組み合わせは、コントラスト（色の強弱）が十分にあるかに注意する。
- ・背景に色を使う場合は、文字の太さや濃さに注意する。
- ・むやみに色を使わない。多色のときは、全体の色調に注意する。
- ・必ずしも多色にしなくてもよい。2色で見やすい場合もある。

目的や経費の面からできるだけ工夫する。

- ・お年寄りには、表題などを多色にすると、かえって見にくい場合もあるので注意する。
- ・一般的に暖色系は温かい印象、寒色系はすっきりした印象を与えることが多い。

例)	○	×
	(赤と黒) <b>県からのたより</b>	(青と黒) <b>県からのたより</b>
	(赤と黄) <b>県からのたより</b>	(青と赤) <b>県からのたより</b>
	(黄と黒) <b>県からのたより</b>	(緑と赤) <b>県からのたより</b>
	(黄と青) <b>県からのたより</b>	(緑と青) <b>県からのたより</b>
	(緑と黒) <b>県からのたより</b>	(白と黄) <b>県からのたより</b>

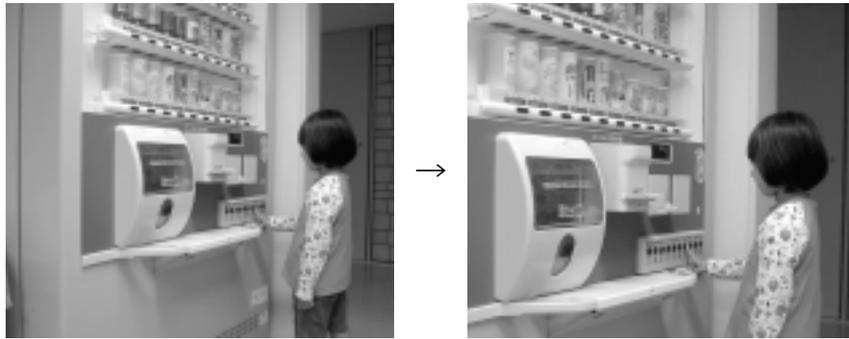
※ここでは、文字と背景の色の組み合わせでの例を挙げているので、イラストやデザインなどすべてにおいて当てはまるわけではありません。

#### ○絵、写真などを使う

文章とともに、絵、写真、図、表、グラフ、箇条書きなどがあれば、よりわかりやすくなる。

- ・表やグラフは、わかりやすく正確に表示する。
- ・写真には説明文を付ける。また、写真によっては必要な部分だけを取り出して掲載する。

例)



ボタンや取り出し口が、大人にも子どもにも利用しやすい高さにある自動販売機

(全戸配布広報誌「県からのたより」から)

- ・写真の上に文字が重なると読みにくい場合があるので、白抜き文字にするなど工夫する。

#### ○情報の受け手の立場に立った表現を

「文章表現」の章の「情報の受け手の立場に立った表現を」(P13～16)を参照。

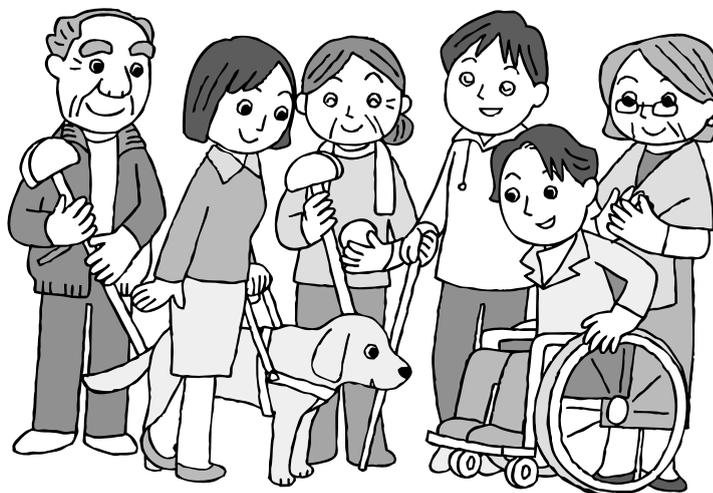
#### <お年寄りや障害のある方を表現する場合>

例)

- ・全体を通して、お年寄りや障害のある方、それ以外の人の登場の割合を考慮する。

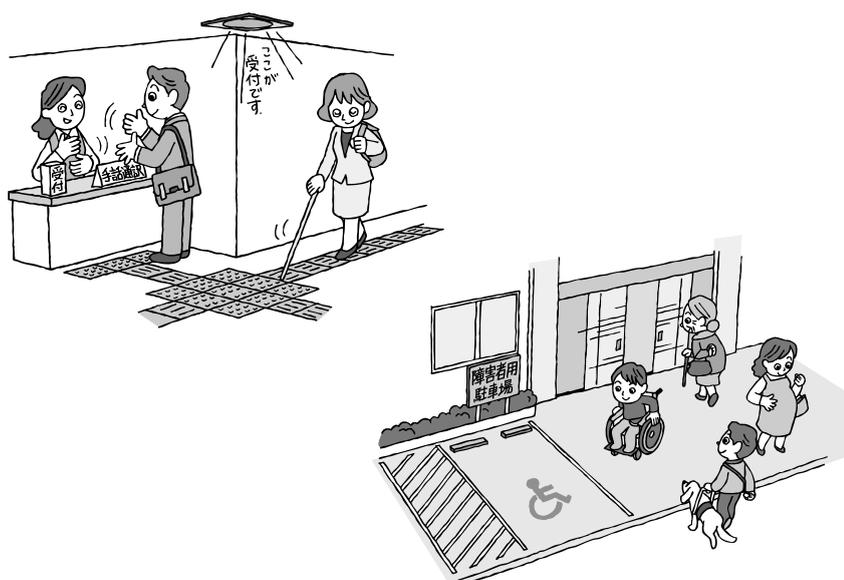


- ・ お年寄りや障害のある方を描くときは多様な姿・表現をする。



- ・ 主に障害に関連した絵を掲載するときは、できるだけ複数の障害分野の方（物）を掲載する（車いす使用者だけでなく、盲導犬使用者や白杖<sup>はくじょう</sup>※歩行者など）。

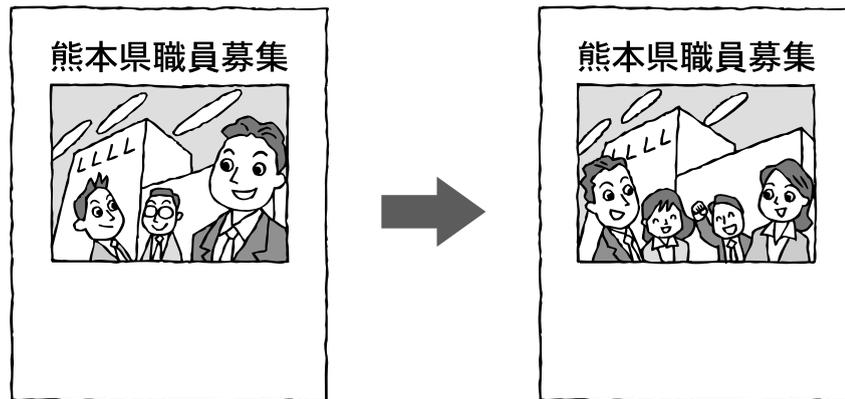
※白杖…目の不自由な方が歩くときに用いる白色の杖



<男女を表現する場合>

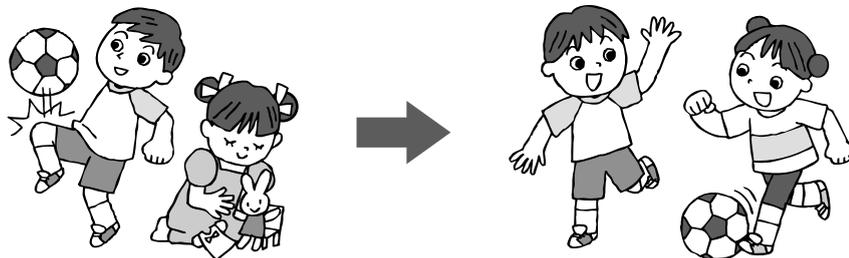
例)

- ・男女のいずれかに偏ったり、いずれかを排除する表現をしない。



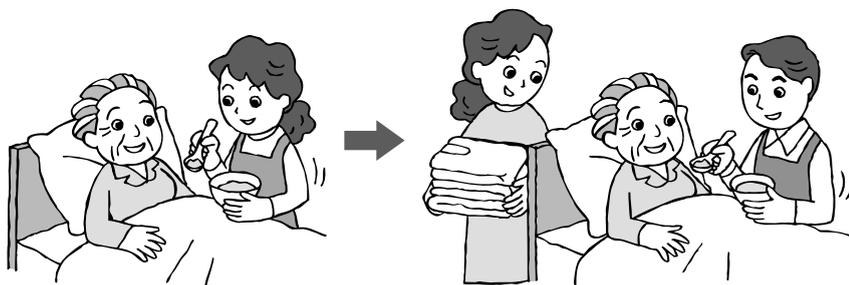
イラストの登場人物はできるだけ男女同数にしましょう。

- ・必要以上に男女を区別する表現をしない。



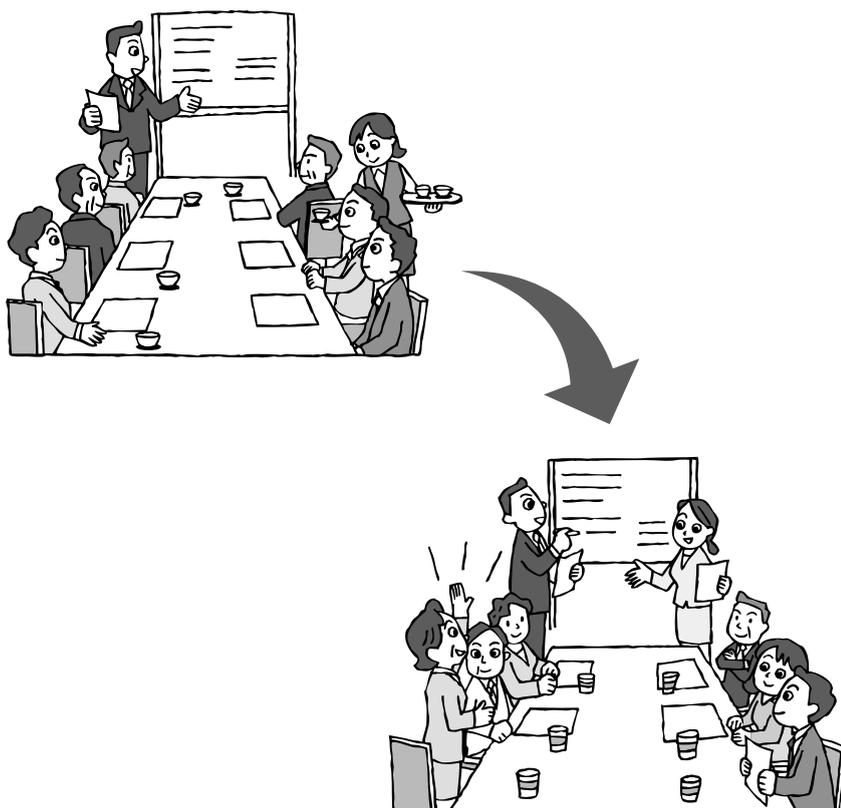
振る舞いや服装、趣味などが性別によって分けられているという印象を与えます。

- ・性別によって役割を固定化する表現をしない。



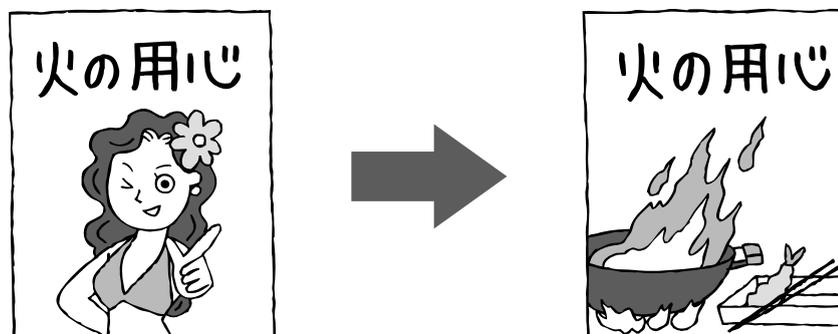
介護をするのは女性、介護されるのは男性と決まった形で描くのではなく、さまざまな場面を考えて表現してみましょう。

- ・男女間に優劣・上下の関係が存在するかのようない表現をしない。



会議の席に男性ばかりが描かれていると、重要な役割は男性が担うという印象を与えます。女性が進行役になる場合もあります。

- ・ 女性を飾りもの、性的対象物として扱うような表現をしない。



内容と無関係に、興味を引くために女性を用いるのではなく、内容が適切に伝わる表現が他にないか考えてみましょう。

- ・ 特定の職業に男女が偏らないよう注意する。

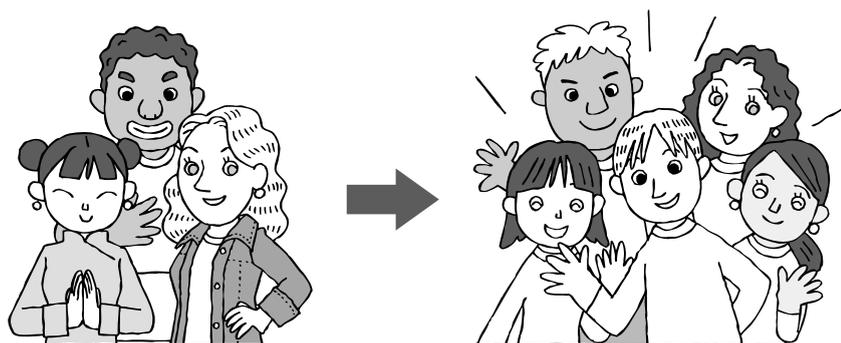


女性も男性も性別にとらわれず、さまざまな職業に就いています。子どもたちの夢や可能性をふくらませる表現にしましょう。

## <外国人を表現する場合>

例)

- ・ 中国人＝チャイナ服、外国人＝金髪、青い目のような偏った表現をしない。



### 《ここにも注意！》

- ・ 写真については、肖像権<sup>\*</sup>に注意する。  
本人の承諾を得ずに、その人とわかるように顔を出すようなことは避ける。掲載する場合は、事前に必ず本人に使用の承諾を得る。  
※肖像権…自分の顔や姿を無断で写真・絵画などに写しとられたり、それを展示されたりすることを拒否する権利。人格権の一部とみなされる。
- ・ 委託して制作させた絵や写真であっても、その制作者（撮影者）に著作権<sup>\*</sup>がある。無断で二次的に使用することは違法になるので、事前に必ず利用について制作者の許諾を受ける。  
※著作権…著作者がその著作物を独占的に支配する権利。

### ③印刷・製本

- 冊子は、できるだけページ数を減らす
  - ・冊子は厚く重くならないよう、できるだけページ数を減らす。ページ数が多くなった場合は、読みやすいように項目ごとに仕切紙などを入れる。
  - ・できるだけ背文字を入れる。  
入れる背文字は、上から「年度」「表題」「熊本県」と記載するようにする。
  
- 表紙の厚みなどに注意する
  - ・表紙の厚みはページ数に応じたものとする。両面印刷・写真・多色刷りなどで裏写りが懸念されるものも紙厚に注意する。
  - ・必要以上に多色化しない。
  
- 光沢の強いものや反射しやすい紙質は避ける
  
- パンフレットなどのページ数が少ないものは、ページ数を4の倍数ページに調整し、とじが強い「中とじ」で製本する
  
- 関連するページは、見開きにする
  
- 切り取りがある場合は、ミシン目を入れておく  
切り取った場合の裏面の印刷に注意する
  
- 積極的に再生紙および大豆油インク<sup>\*</sup>などを利用する（環境への配慮）  
また、できるだけホチキス留めは避ける（ゴミ分別などへの配慮）

※大豆油インク

大豆から作られる自然素材の環境にやさしいインク。

#### ④ 配布

○情報の受け手に身近な場所での配布を工夫する

例)

くまもと県民情報誌「コラためんなる」  
行政機関のほか、金融機関、主な郵便局、一部のコンビニエンスストア、一部の書店などで配布

○活字媒体の内容は、データ（フロッピー保存したものなど）としても配布できるよう準備をしておく（音声読み上げソフトの活用、拡大表示、点字に翻訳するなど、さまざまな形で加工ができる）

#### ⑤ ホームページへの掲載

印刷物として作成したものも、できる限り多くの人に情報が行き届くようホームページに掲載しましょう。

その際は、「ホームページ作成マニュアル（平成14年1月作成）」（情報企画課）および「ホームページ作成のユニバーサルデザイン対応ガイドライン（平成15年3月作成）」（情報企画課）を参考にしてください。

《ここにも注意！》

印刷物をホームページに掲載するときは、著作権の侵害がないよう注意する。印刷物で使った絵や写真をホームページに掲載する行為は、二次利用に当たるので、事前に必ず利用について制作者の許諾を受ける。

## ⑥ 拡大文字版・点字版・録音版（音声版）の作成

### ◎ 拡大文字版（広報誌や資料など）

主に弱視の方やお年寄りに有効です。

○できるだけ大きな文字（目安14～16ポイント以上）で作成する

○拡大印刷して、「拡大文字版」を別に用意する方法もある

例えば、A4判資料とそのA4判資料を拡大印刷したA3判資料を用意する。

### ◎ 点字版（広報誌や資料など）

目の不自由な方の中で、点字が理解できる方に有効です。

○変換用文書

- ・点字は表音文字なので、もとの文書にある地名、人名、難しい、読みにくい漢字などには必ずふりがなをふる。
- ・表・写真・図などは、的確に文章化する。
- ・できる限り文字データ（テキストファイル）としてパソコ

ンで作成する。

- ・触察資料（触って確認するもの）や立体的に図形を表現する場合などは、特殊な技術が必要なので、熊本県点字図書館などに相談する。

#### ○点字文書

- ・標準的な文書の大きさは、点字判（32マス×18行、B5とA4の中間サイズで、特別注文になる）の両面打ち。
- ・右ページの右上に奇数ページを表示する（点字文書は左側は必ず偶数ページと決められている）。
- ・触って読み取るため、ホチキス留めで指先を傷つけないよう製本方法に注意する。
- ・点字版は、作成時の形式などが決まっているので、作成の際は、熊本県点字図書館などに変換用文書（印刷物および文字データ（テキストファイル）原稿）を渡して依頼する。

#### <熊本県点字図書館>

TEL 096-383-6333

FAX 096-384-7821

#### ◎録音版（音声版）（広報誌や資料など）

目の不自由な方や文字を読むのが苦手な方などに有効です。

#### ○音読用原稿

- ・耳で聞いた時にわかりやすい文章にする。
- ・ふりがなをふる（読み間違いの防止）。
- ・表・写真・図などには説明を付ける。

### 音訳録音物

- ・ はっきり、わかりやすく音声訳して録音する。
- ・ 録音時は、雑音などを入れない。
- ・ 作成の際は、熊本県点字図書館などに原稿を渡して依頼する。

## ( 2 ) 電波・映像媒体

### 映像の表現

#### わかりやすく、見やすく

- ・映像だけでも伝えたいことがわかるようにする（ナレーションに頼りすぎないように）。
- ・インタビューなどの場合は、その内容に合わせて関連映像や写真などを挿入する。
- ・短時間で映像をいくつも切り替えるようなことは避ける（切り替えが早いと理解できない）。逆に同じ映像を長く続けると飽きられるので注意する。
- ・テロップ・フリップを活用する。

映像を補足するのに有効である。ただし、むやみに多用せず、テロップなどを出す場合も、短く簡潔にする。

- ・耳の不自由な方のための字幕や、目の不自由な方のための副音声 などを入れる場合は、映像撮影段階から注意する。

#### 副音声

目の不自由な方のために、場面の転換や状況を音声で説明するもので、ナレーションやリポートの音声が入っていない部分に挿入する。

テロップ	映像に合わせて、文字を出すこと。 映像やナレーションの補足として人名や簡単な説明などに使ったり、関連情報の提供などに使うことが多い。 映像に合わせて、文字を流す（動く）場合は、ロールテロップともいう。
------	--

フリップ	台紙に図表や説明文などを書いたもの。リポーターが手に持って説明することも多い。
------	---

### 情報の受け手の立場に立った表現を

活字媒体の「文章表現」の章の「情報の受け手の立場に立った表現を」(P13～16)および「文章以外の表現」の章の「絵、写真などを使う」の中の「情報の受け手の立場に立った表現を」(P20～25)を参照。

### できるだけ字幕または手話を付ける

お年寄りや障害のある方などの中には、耳が不自由で音声での情報が伝わりにくいなど、映像だけでは情報がきちんと伝わらない場合もある。そのため、できるだけ字幕や手話を導入する。

### できるだけ副音声を付ける

目の不自由な方のためには、ナレーションだけでなく場面説明などを入れた副音声を導入すると、よりわかりやすくなる。

## 音声の表現

### わかりやすく

- ・ナレーション原稿の作成は、活字媒体の「文章表現」の章の「わかりやすく」(P9～12)を参照。
- ・話し言葉にする。
- ・聞いてわからない単語は言い換える。

文字で見ればすぐにわかる言葉でも、耳で聞くとわかりにくい場合がある。そのような場合は、別のわかりやすい言葉に言い換える。

例) しんこうする。

進行 進んでいく。

侵攻 攻め込む。

振興 盛んにする、奮い起こす。

……等(とう)

……など

### **情報量を減らす**

情報を欲張って詰め込まない(早口になり、聞き取りにくくなる)。

### **インタビューやナレーションでの話す早さに注意する**

視聴者が聞き取りやすいよう、話す早さや間の取り方に注意する(遅くても早くても聞き取りにくい。全体的に同じ早さで)。

### **情報の受け手の立場に立った表現を**

活字媒体の「文章表現」の章の「情報の受け手の立場に立った表現を」(P13~16)を参照。

## **テロップ・フリップ・字幕の表現**

## 活字媒体の「文章表現」の章（P9～16）を参照

### 映像に合わせ、適切な表示時間にする

- ・テロップ・フリップは映像を補足するためのものなので、映像に合わせて出す。
- ・さまざまな立場の視聴者が見て理解できるよう、表示時間などに注意する。

### 聴覚障害者用の字幕は、せりふ、ナレーションだけでなく音すべてが対象である

聴覚障害者用字幕を制作する場合は、熊本県聴覚障害者情報提供センターなどにビデオテープなどを渡して依頼する。

< 熊本県聴覚障害者情報提供センター >

TEL 096 - 383 - 5595

FAX 096 - 385 - 7821

### 情報の受け手の立場に立った表現を

活字媒体の「文章表現」の章の「情報の受け手の立場に立った表現を」（P13～16）および「文章以外の表現」の章の「絵、写真などを使う」の中の「情報の受け手の立場に立った表現を」（P20～25）を参照。

#### 《ここにも注意！》

- ・肖像権に注意する。  
本人の承諾を得ずに、その人とわかるように顔を出すようなことは避ける。撮影する場合は、事前に必ず本人に使用承諾を得る。（街中の雑踏などを撮る場合も、できるだけ通行人の顔をアップで撮らない）。



### **( 3 ) 電子媒体**

#### **文章表現**

ホームページやメールマガジンといった電子媒体でも、基本は活字媒体と同じく文章です。正確で、親しみやすく、わかりやすいことが大切です。詳しくは活字媒体の「文章表現」の章(P9～16)を参照してください。

#### **文章以外の表現**

パソコンの画面に表示された時に見やすいことが大切です。詳しくは活字媒体の「文章以外の表現」の章(P15～25)、および「ホームページ作成のユニバーサルデザイン対応ガイドライン」を参照してください。

#### **さまざまなパソコン環境の利用者のために**

インターネットを利用する人々は、すべてが同じ環境で利用しているわけではありません。インターネット上のホームページを見るためのブラウザ(インターネットを見るためのソフトの総称)にも、インターネットエクスプローラーやネットスケープナビゲーターなど、たくさんの種類があります。また、通信速度もさまざまです。

これらの異なる種類のブラウザや、主に目の不自由な方が使用する音声ブラウザなどを利用する方のことも考えて作成する必要があります。

詳しくは、「ホームページ作成マニュアル」および「ホームページ作成のユニバーサルデザイン対応ガイドライン」を参照してください。

## **( 4 ) 媒体共通の注意点**

### **問い合わせ先の明記**

郵便、電話、FAX、電子メールなど、さまざまな問い合わせ方法に応じた問い合わせ先を明記しましょう。

#### **郵便番号**

#### **住 所**

郵便番号が住所記載不要の番号でも、所在地をお知らせする場合は、住所も記載する。

#### **問い合わせ先**

県名・担当課名・係名などがわかるようにする。

#### **電話番号**

代表番号のあとに担当部署の内線番号を出す。

電波媒体の場合は、後に残らないため、番号を読み上げる際は、ゆっくりめに2回繰り返す。

## F A X 番号

耳の不自由な方にとって F A X は重要な通信手段である。

## ホームページアドレス

## 電子メールアドレス

例)

〒 8 6 2 - 8 5 7 0

熊本市水前寺 6 丁目 1 8 番 1 号

熊本県広報課「県からのたより」係

TEL 0 9 6 - 3 8 3 - 1 1 1 1 (内線 3132)

FAX 0 9 6 - 3 8 6 - 2 0 4 0

電子メール kouhou@pref.kumamoto.jp

熊本県ホームページ

<http://www.pref.kumamoto.jp>

## 情報の受け手の意見の聴取

作成に当たっては、できるだけその過程で情報の受け手の意見を聞きましょう。また作成後についても、配布や放送、配信をしたら終わりではなく、アンケートなどで情報の受け手からの意見を聞き、次の改善への手掛かりとしましょう。

## 作成時の自己診断

作成時に、この冊子に付いているチェックシートで自己診断したり、不備な点がないか再度確認してみましょう。

## 5 . 広報活動のチェック

### チェックシート（活字版）

読みやすさ	チェック
文字の大きさは適切ですか。	
文字間・行間は適切ですか。	
適度に余白がありますか。	
難しい言葉や専門用語が使われていませんか。 使われている場合、その説明は付いていますか。	

カタカナ語を使う場合、説明は付いていますか。	
常用漢字以外は、ひらがな表記になっていますか。	
難しい漢字などには、ふりがなをふっていますか。	
写真、絵、表、箇条書きなどを活用していますか。	
配色は適切ですか。むやみに色を使っていませんか。	
写真は適切ですか。説明文は付いていますか。	
<b>さまざまな配慮</b>	
人権尊重の視点から、文章や絵などに不適切な表現などはありませんか。	
お年寄りや障害のある方の視点から、文章や絵などに不適切な表現などはありませんか。	
男女共同参画の視点から、文章や絵などに不適切な表現などはありませんか。	
外国人の視点から、文章や絵などに不適切な表現などはありませんか。	
肖像権・著作権に注意していますか。	
<b>その他</b>	
問い合わせ先は明記されていますか。	
印刷・製本は適切ですか。	
配布方法は適切ですか。	
作成の過程で、情報の受け手の意見を聞くことができましたか。	
改善の手掛かりとするために、作成後にアンケートなどの調査を行う用意はありますか。	

### チェックシート（電波版）

<b>見やすさ・聞きやすさ</b>	チェック
映像はわかりやすいですか（映像だけでも伝えたいことがわかりますか）。	
画面が短時間で切り替わってはいませんか。または、同じ場面がずっと続いていませんか。	

テロップなどを多用していませんか。テロップなどの文字は長くなっていませんか。	
ナレーションは聞いてわかりやすい言葉になっていますか。	
ナレーションが、早すぎたり、遅すぎたりしていませんか。	
<b>さまざまな配慮</b>	
人権尊重の視点から、映像やナレーションなどに不適切な表現などはありませんか。	
お年寄りや障害のある方の視点から、映像やナレーションなどに不適切な表現などはありませんか。	
男女共同参画の視点から、映像やナレーションなどに不適切な表現などはありませんか。	
外国人の視点から、映像やナレーションなどに不適切な表現などはありませんか。	
肖像権・著作権に注意していますか。	
<b>その他</b>	
問い合わせ先は明記されていますか。	
作成の過程で、情報の受け手の意見を聞くことができましたか。	
改善の手掛かりとするために、作成後にアンケートなどの調査を行う用意はありますか。	

この冊子は、広報活動UD化推進プロジェクトに基づき、下記の関係課による検討会にて策定されたものです。

< 検討会参加課 >

総合調整局	広報課
総務部	私学文書課
企画振興部	企画課、情報企画課、国際課
健康福祉部	健康福祉政策課
環境生活部	男女共同参画課、人権同和対策課

商工観光労働部 工業技術センター  
出納局 管理調達課

< 策定までの過程 >

平成14年7月	広報活動UD化推進プロジェクト発足 広報活動UD化推進ガイドライン検討会の 設置、第1回検討会の開催
平成14年8月	第2回検討会で骨子案を検討
平成14年11月	第3回検討会でガイドライン案を検討
平成15年1月	外部有識者への意見聴取
平成15年2月	第4回検討会で最終案を決定
平成15年3月	「わかりやすい広報の視点」を策定

わかりやすい広報の視点

平成15年3月発行

熊本県広報課

〒862-8570 熊本市水前寺6丁目18番1号

TEL 096-383-1111

FAX 096-386-2040

電子メール kouhou@pref.kumamoto.jp

熊本県ホームページ

<http://www.pref.kumamoto.jp>

## 5. 広報活動のチェック

### チェックシート（活字版）

○読みやすさ	チェック
文字の大きさは適切ですか。	
文字間・行間は適切ですか。	
適度に余白がありますか。	
難しい言葉や専門用語が使われていませんか。 使われている場合、その説明は付いていますか。	
カタカナ語を使う場合、説明は付いていますか。	
常用漢字以外は、ひらがな表記になっていますか。	
難しい漢字などには、ふりがなをふっていますか。	
写真、絵、表、箇条書きなどを活用していますか。	
配色は適切ですか。むやみに色を使っていませんか。	
写真は適切ですか。説明文は付いていますか。	
○さまざまな配慮	
人権尊重の視点から、文章や絵などに不適切な表現などはありませんか。	
お年寄りや障害のある方の視点から、文章や絵などに不適切な表現などはありませんか。	
男女共同参画の視点から、文章や絵などに不適切な表現などはありませんか。	
外国人の視点から、文章や絵などに不適切な表現などはありませんか。	
肖像権・著作権に注意していますか。	
○その他	
問い合わせ先は明記されていますか。	
印刷・製本は適切ですか。	
配布方法は適切ですか。	
作成の過程で、情報の受け手の意見を聞くことができましたか。	
改善の手掛かりとするために、作成後にアンケートなどの調査を行う用意はありますか。	

## チェックシート（電波版）

○見やすさ・聞きやすさ	チェック
映像はわかりやすいですか（映像だけでも伝えたいことがわかりますか）。	
画面が短時間で切り替わってはいませんか。または、同じ場面がずっと続いていませんか。	
テロップなどを多用していませんか。テロップなどの文字は長くなっていませんか。	
ナレーションは聞いてわかりやすい言葉になっていますか。	
ナレーションが、速過ぎたり、遅過ぎたりしていませんか。	
<b>○さまざまな配慮</b>	
人権尊重の視点から、映像やナレーションなどに不適切な表現などはありませんか。	
お年寄りや障害のある方の視点から、映像やナレーションなどに不適切な表現などはありませんか。	
男女共同参画の視点から、映像やナレーションなどに不適切な表現などはありませんか。	
外国人の視点から、映像やナレーションなどに不適切な表現などはありませんか。	
肖像権・著作権に注意していますか。	
<b>○その他</b>	
問い合わせ先は明記されていますか。	
作成の過程で、情報の受け手の意見を聞くことができましたか。	
改善の手掛かりとするために、作成後にアンケートなどの調査を行う用意はありますか。	