

(別紙第2)

## 意見交換

※ (委員長は□, 委員は○, 事務担当者は△で表示する。)

○ 出張講義では、職員が直接赴いて説明をするとのお話でしたが、職員の採用についてはどのような広報を行っていますか。インターネットや新聞等を利用しているのですか。

△ 各大学に職員が赴いて説明を行っています。説明会の開催については、事前に裁判所ウェブサイトでお知らせしています。

△ 調査官の採用広報としては、当庁の庁舎内でセミナーを行っており、毎回定員は少ないですが、いずれも多数申込みをいただいています。管内の裁判所でも同様の取組を行っています。

○ 先ほど、パンフレットについての説明がありましたが、具体的にどこに送付されているのか、確認させてください。

△ 警察本部、検察庁、保護観察所、弁護士会、法テラス、司法書士会、法務局、労働局、府内の市区町村、子ども家庭センター、保健所、職業安定所などです。

○ パンフレットを送付した後、そのパンフレットが、各機関のどこに置かれているのか、例えば窓口なのか、違う場所なのか、については把握されていますか。

△ パンフレットは各機関の広報担当に送付していますが、その後具体的にどこに置かれているのかまでは把握しておりません。

○ 裁判の手續なので、やむを得ない部分もあるとは思いますが、文字が多いと思います。今回のパワーポイントのように、図や絵など、視覚的に訴えるようなものがあればと思います。裁判所ナビや法廷ガイドなどを見ても、無機質な感じがします。入口として、裁判所が身近なものであるイメージや、

柔らかい感じを出す必要があるのではないかと思います。

また、先ほども出ましたが、パンフレットについては、送付先における使用状況を把握することが必要ではないかと思います。

- パンフレットについては、数に限りがありますので、費用対効果を考えていかなければならないと思います。

また、柔らかい感じを出すために、本日のパワーポイントにも出てきましたが、「かーくん」という家庭裁判所のキャラクターを利用したり、当事者にお渡しする書類にも工夫が必要だということかと思えます。

- これらのパンフレットは、最高裁で印刷しているのですか。
- そのとおりです。
- 先ほどパンフレットについての御意見がありましたが、所属する団体で工夫されていることはありますか。
- 直接市区町村に出向いて、パンフレットが本当に必要な部署がどこかを確認した上で、そちらに直接送付しています。

また、裁判所と同じく固いイメージがありますので、親しみを持ってもらえるよう、「ふくろっぼう」というキャラクターを作っています。

- 今回のテーマは、そろそろ家庭裁判所を利用しようかな・・・と考えている方に向けての広報ということですが、例えば、後見事件など、家庭裁判所を利用しようかな、と考えている人は、家庭裁判所が何をしているのか既にわかっているのではないのでしょうか。家庭裁判所が何をしているのか知らない人に向けた広報がテーマということでしょうか。

- △ 家庭裁判所が何をしているのかそもそも知らない、という方については、先ほどの説明の中では、③の今は裁判手続は必要ない、という方にあたると思えます。このような方には、広報誌や庁舎見学などの広報活動を行っています。今回は、そろそろ家庭裁判所を利用しようかと考えている方に向けて更に効果的な広報についての御意見をいただければと思います。

○ 一般の方の中には、裁判所で紛争を解決したいけど、そこに出ていくことができない、という方もいると思います。このような方の不安を解消するために、実際に紛争を解決した方の御意見などのメッセージを発信することができればと思います。

△ 家裁は非公開の手続ですので、そのようなメッセージを発信するのはプライバシーの観点から難しいのではないのでしょうか。

○ 健康食品の宣伝を見ていると、実際に使用した人の声は確かに説得力があるなあ、と思います。買いたくなりますよね。

○ 最高裁の判例や審判例を、一般の方にわかりやすく加工したものを発信することはできないのでしょうか。

○ 裁判所を利用して紛争をうまく解決できた方にアンケートを実施して、これを公表する、というのはどうでしょうか。

○ 具体的な例まで出さなくても、こういった手続をとったら解決できた、という一般的な話でいいのではないかと思います。

また、先ほども御意見がありましたが、文字だけではなく、パワーポイントで使用されていた吹き出しの絵なども利用したらよいのではないかと思います。

あと、裁判所のウェブサイトを見ていて、ハーグ事件と後見事件のバナーが大阪地裁と大阪家裁のページに掲載されていて、あれって思いました。もっと大阪家裁のページを充実させる必要があるのではないかと思います。

○ ヤフーのQ&Aのようなものを掲載してはどうでしょうか。所長が自らお答えします、というようなコーナーがあったら、もっと身近なものに感じてもらえるかもしれません。

(10分休憩)

○ 当社では、文字ばかりでは読んでもらえないので、リーフレット等の記載をマンガ風にして、読みやすくする工夫をしています。大阪家裁においては、

手続についての質疑応答をウェブやメールで行えたら良いと思います。

- 当社でもリーフレットはマンガ風のものにしてわかりやすくなるように工夫しています。大阪家裁においては、広報行事における模擬調停の様子を動画配信することはできないでしょうか。
- 裁判所は、正確な情報を伝えることを重視し過ぎる余りに、文字情報が多くなる傾向があるのかもしれませんが。
- 裁判所ウェブサイトについて、トップページに情報が多すぎると感じるので、入口部分はまだもっと簡潔なデザインの方が良いと思います。
- 当社は、ウェブサイトの入口部分をマンガ風にする一方で、詳細を記載しているページは文字情報を多くするなどの工夫をしています。
- 弁護士会の広報事務は、広報室が中心になって行っています。弁護士会のウェブサイトもバナーが山ほどあります。もっと情報の受け手の側に立って改善していかないといけないと思っています。弁護士会は、一般の方から親しみを持ってもらいやすくするために、法教育のためのゲームを作成するなど、幅広い世代へ向けた広報活動に努めています。大阪家裁においても、同様の取組は有効でしょうし、広報活動をする上では、伝えたい側の都合ではなく、受け取る側の意識をより重視すべきだと思います。裁判所ウェブサイトはスマートフォンに対応していますか。
- △ 対応していません。
- 広報活動に使える予算はどれくらいあるのでしょうか。
- △ 特に決まった予算というものはありません。必要に応じて、上級庁に相談することになります。
- 現在、ウェブページでの広報を検討する場合、スマートフォンやソーシャルネットワークサービスからのアクセスのしやすさというものが重要であると思います。実際に手続を考えている方にとっては、理解しやすい言い回しや表現方法が大切なのではないでしょうか。

- 裁判所の手続を考えておられる方は、深刻な悩みを持っている場合が多いのですが、裁判所のウェブサイトを開覧した時に、マンガやイラストが目についた場合、悪い印象を抱いてしまうということはないでしょうか。
- 確かに、マンガやイラストも、行き過ぎはいかなものかと思います。裁判所に行ってみようと思えるわかりやすい表現が大切なのですから、予算との関係もあると思いますが、ウェブサイト作成の専門家の意見を取り入れるような機会を持ってみてはいかがでしょうか。
- 全国の状況を見る必要もありますが、専門家の意見を取り入れることも必要かも知れません。委員がお勤めの会社などで、実際にウェブサイト作成を外部の専門家に委託しているところがありますか。
- 完全に外部委託しているわけではありませんが、ホームページ作成などにおいて、コンサルタントの意見を聴くという機会を持つことはあります。
- 現在、裁判所が行っている広報活動以外に、こんな広報活動があったら、という御意見はありますか。
- 広報活動を活性化するためには、関係機関との相互協力の体制を築くことも大切だと思います。ウェブ上で他機関のページへのリンクを掲載したり、反対に掲載してもらったりということを検討されてはいかがでしょうか。例えば、大阪弁護士会が行っている家事当番弁護士による無料相談窓口を裁判所で案内することも手続利用者にとって、有意義だと思います。
- 今は、大阪家裁が保有している手続案内DVDを、動画配信しているのですか。
- △ 最高裁のウェブページから動画配信しています。
- 普及している動画サイトを利用すると、人の目に触れる機会が増えますし、視聴者の実感も湧くと思うので、検討されてはいかがでしょうか。先ほど、DVDの貸出しをしているとの説明がありましたが、自宅から手軽に見られることが大切だと思います。

- 現場において、保護観察所が家庭裁判所の手続を案内することはありますが、手続を利用させる強制力はないので、結局、手続を利用しないというケースも多いです。だからこそ、同じような境遇の方の手続利用体験談があれば、背中を押され、家庭裁判所の手続を利用してみようとする方が増えると思います。
- 手続を利用した当事者の声を広く公表していくことについては、手続が非公開ですので、慎重な判断が求められますし、ウェブページやリーフレットにキャラクターなどを多く用いることについても、当事者の心情に配慮したものである必要がありますが、利用者の視点を尊重しつつ、今後さらに検討していきたいと思います。