

編集基本方針

①対象となる読者

此花区広報誌は区内の全世帯・事業所に全戸配布していることから、全ての区民を対象とする。

更に、記事ごとには、具体的なターゲットを設定する。

(例：子育て関連記事の場合、30代夫婦と未就学児の3人家族、常勤共働きなど)

②目的

区民の興味や関心を引き、区民の求める情報が必要な時に確実に伝わるようにすること、此花区に愛着を持ってもらうことを目的とする。

広報誌を一人でも多くの区民に読んでもらうためには、特に若い世代の読者層を増やしていく工夫が必要である。そのために、此花区らしさや魅力を出しながら、思わず手に取って読んでみたくなるデザイン、読者が興味を持ち、行動につながるような編集や文章の工夫を追求するものである。

③伝達すべきコンテンツ・記事の種類

・表紙（1面）

表紙を見てページをめくりたくなるよう工夫をすること

・特集面（2面）

掲載内容は時期に合ったタイムリーな情報とし、その伝えたい情報がしっかり伝わる記事とする。また、此花区らしさや魅力を出しながら、読者が興味を持ち、行動につながるような内容の記事とする。

・特集面（3面）

此花区が令和7年に「区制100周年」を迎えるにあたって、此花区の歴史やデータ情報、此花区の未来への展望など掲載する事によって、区民がより此花区への愛着をもってもらえる記事とする。

・特集面（4～7面）

万博に関する内容。掲載内容は時期に合ったタイムリーな情報とし、その伝えたい情報がしっかり伝わる記事とする。また、此花区らしさや魅力を出しながら、読者が興味を持ち、行動につながるような内容の記事とする。

・区政面（8～17面）

区役所からのお知らせやイベント情報をまとめた記事（暮らし、募集、イベント等）とする。

・最終面（24面）

第2の特集面として、時期にあったタイムリーな情報等の記事とする。

※すべての掲載面において、記事の内容によってはSDGsの視点を入れた記事とする。

④デザイン（段組、フォーマット、レイアウト、写真、イラスト、図表などのビジュアル）

・特集面

取材等を実現した記事とし、1面は第一印象を重視し、写真等を効果的に使用して視覚に訴えるデザインにするとともに「手に取ってみたい」と思わせるようなデザイン・キャッチコピーをデザインとす

る。

- ・区政面

段組、タイトル、記事本文などのデザインは、記事ごとに変えず定型としつつも、色や余白などにより、容易に各々の記事及びカテゴリーが区別できるデザインとする。

- ・最終面

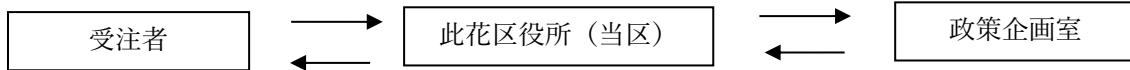
区民が区役所を身近に感じ、親しみをもってもらえるようなデザイン・キャッチコピーで、第2の1面として目を引くデザインとする。

⑤タイトル・テキスト

- ・読者に伝わる、わかりやすいタイトル・テキストとする。ただし、区政面以外のタイトルについては、読者に伝わる、わかりやすいだけでなく、目を引く、心に響くようなタイトル・キャッチコピーとする。
- ・区政に興味のない読者の興味を引くタイトル・テキストとする。
- ・とりわけ「くらし」「募集」情報などのタイトルは、読者が自身に必要な情報かどうかを明確にわかるものとする。

「大阪市民のみなさんへ」出稿から校了までの流れ

1 校正の連絡体制



レイアウト・テキスト校正の連絡調整は当区が窓口となり、校正用原稿はメールで送付する。当区が事前に提供した留意点を踏まえてデータを作成すること。

2 記事組み換えのルール

- (1) 記事の順番、テキスト、色などは、すべて原版の通りとすること。
- (2) 原則として次の段への送り込み及びページを超えた送り込みは避けること。
- (3) 送り込みや空白等、配置に問題が生じる場合には、当区へ報告・相談すること。

【業務の流れ 一例】

スケジュール	当区・政策企画室		受注者
仮原稿 (あらあら)	6～8日頃、政策企画室作成の組み換えデータ及び留意点を受注者へ送付。	→	フォント等を確認し、レイアウトを検討。
出稿	13～15日頃 当区より ai データで受注者へ出稿。	→	原稿受け取り後、組み換え作業。その際は読み合わせを行うなど、誤りのないよう十分に確認すること。
校正・校了	受領後、レイアウト等原稿確認。	←	組み換えたデータを当区に提出。 (政策企画室へは当区から送付)
	校正箇所を加筆等で修正し、スキャンした PDF を受注者に送付。	→	校正箇所の訂正。
	当区受領後にレイアウト等の確認を行い、受注者へ校了を連絡。	←	訂正後、データを当区に提出。

「音声・点字用テキスト・ワードデータ作成時の主な留意点」

- 1 ワード（doc）で、全ての誌面を1ファイルにまとめる。
- 2 記事と記事は1行空ける。
- 3 本文中、空行は不要。また、行の途中のスペースも不要。
- 4 標題は、全角2マス空けて書く。段落は全角1マス空けて書く。
- 5 日・場・問・☎・FAXなどの記号は、テキストで表記する。
＜例＞ 日時 場所 問合せ 電話 ファックス
- 6 箇条書きとなっている日時・場所・問合せ等は、項目の後に、全角1マス空けて書く。
＜例＞ 日時 ○月○日
- 7 日時の書き方は、○月○日（○）○時○分～○時○分を使用する。
＜例＞5/11(水)12：00～13：30
↓
5月11日（水）12時～13時30分
- 8 URLやメールアドレスの記載がある場合は、必ず行頭から書き出すこと。
- 9 人名は、すべてカナに変更する。また、氏と名の間は全角1マス開ける。
単語で読み方が難しいものはカナにしておく。
- 10 写真は、キャプションを入れること
- 11 上記は一例であり、全てを記載しているものではないため、双方で疑義が生じた際には、適宜対応することとする。

広報誌編集業務の標準的な業務スケジュール

随時 編集・校正 期間	発行月の前々月の 20 日頃	編集会議及び原稿データ出稿 (広告及び「大阪市民のみなさんへ」を除く)
	発行月の前々月の末まで	初稿提出
	発行月の前月の 10 日頃	広告原稿データ出稿
	発行月の前月の 13～15 日頃	「大阪市民のみなさんへ」原稿データ出稿 カラーカンブ
	発行日の 10 日前	校了 校了後、速やかに納品