

近畿地方整備局の広報の変遷と今後のあり方

松尾 淳¹

¹近畿地方整備局 企画部 企画課 （〒540-8586大阪府大阪市中央区大手前1-5-44）

近畿地方整備局が行っている社会資本整備をはじめとする“仕事”は、市民からの付託を受けてこれを実施していることから、“仕事”について市民に知ってもらい、その大切さを理解してもらうことは我々職員に課せられた義務である。しかしながら、社会の状況及び価値観の変化と相まって、広報活動を通じて我々の“仕事”を市民に広く伝え、理解してもらうことが難しい時代が続いており、広報活動の“萎縮”が起きてしまっている。

近畿地方整備局の広報活動の変遷を追っていき、これまでの広報活動の問題点や課題を見つめることで、近畿地方整備局の今後の広報活動のあり方についての考察を本稿で報告するものである。

キーワード 公共事業、社会資本整備、広報、コミュニケーション型行政、アカウンタビリティ

1. はじめに

本章では、行政全般における広報活動の成立に触れながら、社会資本整備の広報活動がどのような形で始まったかを見ていくこととする。

(1)～広報活動の成立～

わが国の近代における行政広報は第二次世界大戦の直後にまで遡ることとなる。戦前とは異なり、行政を民主化する意図により都道府県に広報部署を設置するところから始まり、1950年頃から広報活動が開始され、「官報資料付録版」と呼ばれる広報誌の発行、1日5分程度の「官庁だより」というラジオの広報番組の放送が開始され、またこの頃から世論調査も行われるようになるなど、近代における行政広報の先駆的取組みが徐々に始まってきた。その後の緊縮財政期には一時期に大幅な広報費の縮小時期もあったが、国の広報の組織体制も少しずつ拡大していく中で、テレビの普及などをきっかけとして多様なメディアでの行政広報が進展していった。

一方、旧建設省近畿地方建設局においても1960年代に“記者クラブ”が発足し、現在も実施中の記者発表による社会資本整備の広報活動が開始された。それ以降、広報誌の発行やテレビ、あるいはラジオといったマスメディアを通じた広報活動も徐々に進展していったのである。

このようにして始まった近畿地方整備局の広報活動であるが、次節以降では、社会状況を反映しながら様々な変遷をたどっていく広報活動の様子を見ていく。

(2)～社会資本整備に対する批判の声～

わが国の社会資本整備は戦後復興から高度経済成長とそれ以降も国の重要な事業の一つとして、一時的な停滞時期はあるものの一貫して拡大推進されてきた。

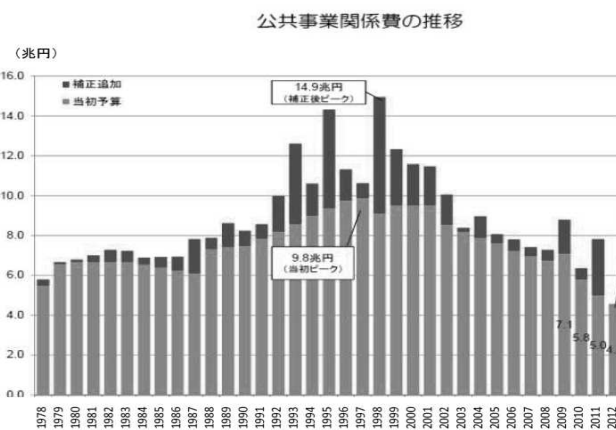


図-1 公共事業関係費の推移 財務省HP

しかしながら、バブル経済の終焉を経てわが国経済の停滞や、国の債務残高の増加などを背景として1990年代以降社会資本整備に対して、その必要性や効果に対する疑問の声、または直接的な批判が発生してきた。

この要因として、この時期の社会資本整備の広報活動が十分市民に伝わっていなかった、ということが推察される。

設問：社会資本整備に関する情報提供の充実度

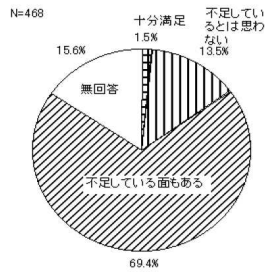


図-2 本省の行った1998年(H10年)当時のアンケート調査の結果

図-2は1998年(H10年)に建設省(当時:以降同様)が実施した社会資本整備の充実度に関するアンケートの結果である。アンケートによれば約7割が公共事業に関する情報が不足している面があると回答していた。

(3) ～コミュニケーション型行政と

公共事業のアカウンタビリティ～

1990年代後半、前節のアンケート結果に代表されるような社会的な情勢を踏まえて、建設省はこれらの社会資本整備に対するマイナスイメージは社会からのある意味での行政側に課せられた要請であると捉えて、自らがやっている事業や、これから行う予定の事業について市民にどのように伝え、市民とどのように対話するべきかについての検討が始まった。

表-1本省及び地方建設局(当時)の検討の推移

1998年(H10年)9月	コミュニケーション推進委員会、第1回公共事業のアカウンタビリティ向上委員会	建設省
1999年(H11年)1月	「コミュニケーション型国土行政の創造に向けて(大綱)」を決定	建設省
1999年(H11年)2月	公共事業の説明責任(アカウンタビリティ)向上行動指針公表	建設省
1999年(H11年)8月	建設大臣官房技術調査室長より「公共事業のアカウンタビリティ向上行動計画-地方建設局版」の作成依頼	建設省-地方建設局
1999年(H11年)10月	近畿地方建設局「コミュニケーション型国土行政」基本方針の検討開始	近畿地方建設局
2000年(H12年)2月	近畿地方建設局「コミュニケーション型国土行政」基本方針発表 各事務所で行動計画策定を依頼。	近畿地方建設局
2000年(H12年)5月	本局及び各事務所で行動計画を策定	近畿地方建設局
2000年(H12年)11月	公共事業の説明責任(アカウンタビリティ)向上の取り組み状況のとりまとめを発表	建設省
2000年(H12年)12月	「出前講座」について記者発表	近畿地方建設局
2001年(H13年)1月	中央省庁再編	

表-1に示すとおり、当時建設省本省において1999年(H11年)1月に「コミュニケーション型国土行政の創造に向けて(大綱)」を決定し、同年2月に「公共事業の説明責任(アカウンタビリティ)向上行動指針」を発表した。

これを受けて、近畿地方建設局(当時)においても1999年(H11年)10月に「コミュニケーション型国土行政」基本方針の検討を開始し、2000年(H12年)2月に近畿地方建設局「コミュニケーション型国土行政」基本方針の発表を行った。

当時、近畿地方建設局が策定した基本方針は以下の大きな2点であった。

●行政としての意識改革

- ・国民の立場に立って物事を判断するという意識

●双方向性の確保

- ・「提示型」から「双方向型」へ方針転換

上記にある当時の基本方針は、市民の目線を意識して仕事を行うという自己意識のあり方に関するものと、事業実施の方法を改革し双方向性の確保に関するもので、今現在においても重要であり、必要なことであることが理解できる。

また、基本方針に基づいた本局、各事務所における行動計画が作成されてそれを見直すフォローアップも行われるようになった。

このような流れの中で、中央省庁の再編を挟んで、当時の近畿地方整備局は対外的に積極的な広報活動をより一層広く行うこととなった。

2. 近畿地方整備局広報の隆盛

前章で見てきた流れを受けて、近畿地方整備局は多面的な広報活動に着手することとなる。

(1)～インターネットの活用～

表-2省庁再編後の変遷

2001年(H13年)4月	近畿地方整備局ホームページ開設	近畿地方整備局
2001年(H13年)7月	コミュニケーション型国土行政推進委員会の設置	近畿地方整備局
2001年(H13年)12月	公共事業のアカウンタビリティを考える懇談会の開始	国土交通省
2002年(H14年)6月	コミュニケーション型国土行政行動計画の策定	近畿地方整備局

2001年(H13年)1月に中央省庁再編が行われ、近畿地方建設局も「近畿地方整備局」へと生まれ変わり、その直後の2001年(H13年)4月に近畿地方整備局のホームページが開設された。当時はインターネットの人口普及率が約50%となり、徐々に一般化してきた時期であり、ホームページの開設は市民との「双方向性のある」コミュニケーションツールとして近畿地方整備局の広報の有効な手段となることを期待したものであった。

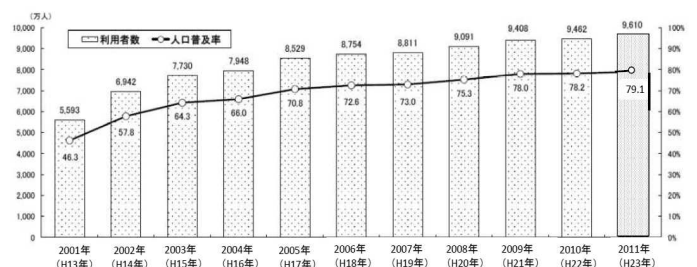


図-2インターネット利用者数及び人口普及率の推移(個人)

ホームページには市民から広く「ご意見・お問合せ」を受付けるコーナーが設けられ、インターネットを通じた社会資本整備についての双方向のコミュニケーションが開かれた。この取組みは現在でも運用を継続中であり、近年においては年間約300件のご意見・お問合せがあり、丁寧な対応を行っているところである。

(2)～広報活動の多面化～

インターネットの活用以外にも「行政としての意識改革」及び「双方向性の確保」を前提とした社会資本整備における「広報活動」が多面的に実施されるようになってきた。

近畿地方整備局では2000年(H12年)より「コミュニケーション型国土行政コンテスト」を実施し、これら活動に対してⅠ広報誌部門、Ⅱ視聴覚部門、Ⅲイベント部門、Ⅳインターネット部門及びⅤ総合部門に分けて外部有識者らによる審査を実施して表彰を行っていた。



図4 2004年度 視聴覚部門の優秀賞

このことが示すように、マスコミュニケーションなどを利用した広報活動や多様なイベントなどが盛んに行われるようになり、これらの広報活動を通して平素の事業実施についての市民とのコミュニケーションあるいはアカウンタビリティが果たせた例も少なくなかったものと思われる。

また、こういった表彰の実施は広報活動に対しての評価機能の役割を果たしており、広報活動のレベルアップに一定の効果と広報活動に対する職員のモチベーションアップに繋がったものと思われる。

本局及び事務所のイベントや各種メディアやコミュニケーションツールを用いた社会資本整備に関する「広報活動」が積極的に行わる一方で、アカウンタビリティ向上のための職員に対する意識向上の取組みも行われていた。

近畿地方整備局各部長及び各事務所長を対象に、2004年(H16年)1月から同年3月までの3回に渡って「アカウンタビリティ研究会」が開催された。

講師の中には、2001年(H13年)から2003年(H15年)にかけて9回に渡って国土交通省で行われた「公共事業におけるアカウンタビリティを考える座談会」の元メンバ

ーであった方もおられ、近畿地方整備局の今後のアカウンタビリティについての有益な提言がなされた。以下にその一部を紹介する。

- ・社会資本整備は国民のためのもので、国民の代理で事業を実施しているという意識を皆が持つこと
- ・整備局の仕事はその成果が目に見える、現場を見てもらうことが重要。
- ・整備したものの利用のされ方、投資の成果を見せなくてはならない。
- ・丁寧に伝えること、そうすれば正しく伝わる。

当時の近畿地方整備局の主要幹部がそのメッセージを直接受け取ることで、職員全体にも広くその意識が行き渡るきっかけとなったものと思われる。

3. 近畿地方整備局広報の転換点

本章では、前章で述べた隆盛期における積極的な広報活動について大きな方針転換を迫られることとなる社会的な状況の到来と、どのような方針の転換が行われたかについて見ていくこととする。

(1) ～広報費に関する一連の指摘～

2006年(平成18年)頃より道路整備に使途を限定したガソリン税等の目的税の一般財源化や暫定税率についての議論が持ち上がり始め、政府でもその検討が本格化していった。世界的な原材料価格の高騰も重なり、国民的な関心も高まっていた中、2008年(平成20年)2月に道路特定財源を用いた整備局での広報活動に関する問題が国会内で議論された。このことを発端に、広報費も含めた地方整備局の支出に関する大幅な見直し、それに伴う広報活動全体の方向転換が必要となった。

表-3 見直しの時系列

2008年(平成20年)2月	国会での道路特定財源での広報活動の一環としてのミュージカル上演についての質問
2008年(平成20年)2月	道路関係業務の執行のあり方改革本部の設置
2008年(平成20年)4月	道路関係業務の執行のあり方改革本部の最終報告
2008年(平成20年)5月	支出負担行為手続以前の審査強化についての公文受付
2008年(平成20年)6月	無駄遣い撲滅対策(第一次緊急取りまとめ)
2008年(平成20年)7月	無駄遣い撲滅対策(第一次緊急取りまとめ)について 公文受付

(2) ～広報戦略の見直し～

具体的にどのような見直しが必要となったのかを見ていく。

広報広聴に関する経費について以下の2つに該当するものは適正支出の審査を受ける必要が生じた。

- ・全事業に係る500万円以上の広報広聴経費
- ・国土交通省の所掌する事務及び事業との関係を確

認する必要がある500万円未満の広報広聴経費(但し、①整備局、事務所等の事業概要の作成配布、②個別事業に関するパンフレット、リーフレット等の作成配布、③住民等への説明会の開催、④通行規制・立入規制、供用開始日等の交通情報の発信、⑤防災、風雨・雪害等の気象状況に関する情報の発信及び⑥現場見学会等の開催の経費は除く)

さらに、審査の際の基準は以下の4点である。

- ・業務を遂行するために必要不可欠であること
- ・業務等を遂行する上で合理的かつ効果的な方法であること。
- ・対象とする物品、役務が法令等で定める基準に適合するものであること。
- ・国民等の批判を受けるおそれがないなど、審査対象の経費の発注が社会通念に照らして国民の理解を得られるものであること。

これまで行ってきた広報活動の中には、テレビ、ラジオ、新聞などマスメディアを通じたものや、著名人を起用したイベント等、大掛かりな活動も多く行われていた。いつしか広報活動の“手段”であったこれらが、“目的”となってしまったことも否めず、前述の審査の事項を満足する広報活動をこれまで通りの考え方で実施しようとするのは困難となってしまう。そこで、2008年(平成20年)10月に「コミュニケーション型国土行政」基本方針(案)において新たな広報活動を検討していく上での基本理念を3点定めた。

- ・国民の目線に立った広報
- ・効率的・効果的な広報
- ・自らが実践する広報

この新しい理念中の第三番目には“自らが実践する広報”というものが含まれていることから分かるように、今までのような大手メディア、広告会社、あるいはイベント会社などを利用した大掛かりな外部への委託によらず、身の丈にあった職員自らでできる観点も付与する広報活動へと舵を切ることとなった。上記の見直しは「広報活動」自体を否定するものではないが、結果として近畿地方整備局の広報活動は全体的に“萎縮”してしまったことが否めない。

4. これまでの広報活動の変遷を見ての一考察

前章までの経緯により、結果として近畿地方整備局の広報戦略は見直しが必要となったが、ここに至るまでに問題があったのか、それを以下に示す。

① 認識のミス

過去のアンケート調査が示すように市民は社会資本整備についての情報提供を求めていると考えられる。しかし、整備局が提供してきた情報には提供する側の都合を強く反映していたものもあり、市民からの要請を的確に認識できていないために要請と提供のミスマッチしている事例が少なからずあったのではないかと。

② 手段のミス

情報と伝えるその手段が、例えば費用対効果の面、あるいは伝える内容とその手段の不整合、など適切ではなかった事例が少なからずあり、先にも述べた“手段の目的化”が起こってしまったのではないかと。

③ 目的のミス

そもそもなぜ“広報活動”を行うのか、という“目的”自体をいつしか見失っていたのではないかと。

これらの問題点が顕在化し、前章で見た社会的状況の変化やそれに伴う外部からの指摘により、広報活動の方針転換を迫られた、その際に広報活動の目的の一部見失っていたことも重なり、近畿地方整備局の広報活動及び職員の気運は“萎縮”してしまった。

その結果、大掛かりな広報活動などは影を潜め、一方では、職員自らの手による地道な広報活動を着実に進めてはいるものの、なかなか有効な広報手段が見出せない現在の状況に至っているものと思われる。

5. 一考察に対する対応案

第3章で触れたように、現在の近畿地方整備局における広報活動は“萎縮”を起こしている。しかしながら、社会資本整備についての情報提供を望む市民からの要請が無くなる訳ではない。広報活動の再起動を行うため“なぜ広報を行うのか”という広報の目的を再度見つめ直し、まずは重要なポイントと考えられる“近畿地方整備局の広報心得8箇条”を2013年(H25年)3月に策定した。

1. 広報する目的、対象及び内容を明確にする。
2. 幅広い分野の関係者との協力関係を活用する。
3. 丁寧で、正確な対応を行う。
4. 報道機関から信頼されるような対応を行う。
5. 現場の情報を積極的に伝える。
6. 情報発信のタイミングを重視する。
7. 地方自治体との連携及び地域に密着した情報の配信を積極的に行う。
8. 組織内の広報に対する意識の浸透を図る。

6. おわりに

広報の目的は、「住民や地方自治体等に，地方整備局が進める社会資本整備や様々な取組みについて，身近に感じ，必要性や重要性を理解していただき協力を得ると共に，地方整備局の知名度，イメージアップさせること．」である。

本稿の冒頭でも触れたように，広報活動は社会の状況を反映しながら変遷しており，その中で広報活動は拡大と縮小を繰り返すことで，時間をかけながら洗練されていっているとも考えられる。

洗練された近畿地方整備局の広報活動を再活性するためにも，この8箇条を職員一人一人が理解し，自発的な広報を効率的・戦略的・継続的に取組み，市民目線で，できる所から取り組んでいくことが必要ではないだろうか。

参考文献

- 1) 財務省 平成 24 年度 財政制度分科会 参考資料
- 2) 総務省 平成 23 年度 通信利用動向調査の結果
- 3) 行政広報史 (江戸川大学教授 濱田 逸郎)
- 4) 近畿地方建設局 40 年のあゆみ