

心に響く記者発表とは ～兵庫県県土整備部の広報の取り組み～

井上 陽介

兵庫県 県土整備部 県土企画局 総務課 (〒650-8567兵庫県神戸市中央区下山手通5-10-1)

兵庫県県土整備部では2013年度から「広報推進会議」を設置し、社会基盤整備とまちづくりに対する県民の理解促進とイメージアップ、仕事に対する誇りとやりがいの向上 - を目的として、積極的に広報活動を行っている。なかでも特に重視しているのがパブリシティであり、ポイントを押さえた記者発表資料の作成や記者レクの活用などにより、記事の掲載率や掲載回数が前年度から大幅に向上した。

本稿では、こうした取り組みの成果を紹介するとともに、パブリシティを成功させるために有効な技術について提案する。

キーワード 広報、記者発表、パブリシティ

1. はじめに

建設事業に対するマイナスイメージや、東日本大震災における建設業界の支援活動に対する世間の低い評価などを背景として、近年、国土交通省や土木学会では、広報活動の強化に取り組んでいる。

このような流れのなか、兵庫県県土整備部では2013年度から「広報推進会議」を設置し、社会基盤整備とまちづくりに対する県民の理解促進とイメージアップ、仕事に対する誇りとやりがいの向上 - を目的として、積極的に広報活動を行っている。

なかでも特に重視しているのが、記者発表により報道機関に情報を提供し、新聞やテレビでニュースとして報道されるように働きかける広報活動(パブリシティ)である。その理由としては次の5つが挙げられる。

【パブリシティを重視する理由】

- 情報源として多くの人々が利用している
- 信頼性が高い情報源として認識されている
- イメージの形成に与える影響が大きい
- 仕事に対する誇りとやりがいの向上につながる
- 広告と違い、費用がかからない

本稿では、2013年度に兵庫県県土整備部が取り組んだパブリシティの成果を紹介するとともに、これまでの活動の成果等に基づき、パブリシティを成功させるために有効な技術について提案する。

2. パブリシティの成果

(1) 記事掲載率は前年度から12.4ポイント上昇

兵庫県県土整備部の記者発表が報道された割合(記事掲載率)を表-1に示す。

2013年度の記事掲載率は、前年度から12.4ポイント上昇し47.3%であった。

(2) 掲載回数は前年度の2.5倍以上に増加

兵庫県県土整備部の記者発表が報道された回数を表-2に示す。

2013年度の記事掲載回数は219回であり、前年度の85回から2.5倍以上に増加した。

表-1 記者発表の記事掲載率

	2012年度	2013年度
記者発表件数(A)	149件	184件
掲載件数(B)	52件	87件
記事掲載率(B/A)	34.9%	47.3%

注) 入札の実施にかかる記者発表は含まない。

表-2 記者発表の掲載回数

	神戸	朝日	読売	毎日	産経	日経	その他	合計
2012年度	47	5	9	8	6	6	4	85
2013年度	85	18	37	23	25	19	12	219

注) その他は共同通信、時事通信、NHK、サンテレビ。

この発表では、県民に一番伝えたい情報である「赤茶色のカラー舗装がある踏切では、特に進入に注意してください ~信号のある交差点に近接する踏切における安全対策の実施~」をタイトルとした。

その結果、表-3に示すとおり、各紙で掲載された記事の見出しでも、タイトルに記載した情報が採用された。

(3) 図表で視覚的に示す

記者に内容を理解してもらうためには、図表を活用して視覚的に示すことが有効である。

この発表では、実施する3つの安全対策の概要が一目でわかるよう、基本的な対策例を図示するとともに、対策実施箇所の一覧表を掲載した。

(4) 写真付きで大きく載せる

新聞では写真がなければ大きな記事にはなりにくい。また、テレビでも映像がなければニュースになりにくい。

このため、どうやって絵(写真・映像)を提供するかがポイントになる。そのためには、「絵になる場面」を用意すること、記者への提供用写真を用意しておくこと - が重要である。

この発表では、1箇所目の工事完了日(11/19)を資料に記載し、工事完了後の現場が撮影できる時期を伝えた。その結果、神戸・朝日・産経の3紙の記事では、工事完了後に各社が撮影した写真が掲載された。

また、読売新聞では、県が提供した写真(図-2、脱線事故後に同様の対策を実施した、前述の「神鋼前踏切」の写真)が掲載された。

(5) タイミングを逃さない・作り出す

ある事業を「明日から実施します」と発表するのと、「昨日から実施しています」と発表するのでは、ニュースバリューが全く違う。旬の情報だからこそ、高いニュースバリューがある。記者発表ではタイミングを逃さないことが大切である。

この発表は工事着手の4日前に行った。その結果、発表翌日の読売新聞に「県は安全対策工事に乗り出す」という内容の記事が掲載された。(タイミング)

続いて、1箇所目の工事完了後に神戸・朝日・産経の3紙で掲載された。(タイミング)

さらに、新たにタイミングを作り出すこともできる。例えば、啓発用チラシを作成して「チラシの完成」や「啓発イベントの実施」などを記者発表すれば、新たなニュースとして掲載が狙える。(タイミング)

(6) ビッグニュースの発表日避ける

ニュースの価値は相対的なものである。同じ情報でも、その日の重大事項の多寡や時々のトレンドなどにより、重要度は変化する。このため、力を入れて記者発表しても、同じ日に別のビッグニュースがあれば、見逃されてしまうことがある。

そのようなビッグニュースの発表日があらかじめわかっているならば、その日の発表は極力避けるべきである。例えば、オリンピックの東京開催が先日決定したが、その発表日は新聞などで事前にわかっていた。

同様に、県としての重要案件を知事が発表する知事会見の開催日や、ライバルが多い日などは避ける方がよい。

(7) 記者レクを活用する

この発表では活用しなかったが、重要案件などで特に掲載を狙いたい場合には、記者を集めて対面で説明する「記者レク」が有効である。そのメリットとしては、次のことが挙げられる。

【記者レクのメリット】

- 記者が取材の時間をとるので記事になりやすい
- 複数の記者にまとめて説明できる
- 対面で説明するので誤解が生じにくい
- 質疑応答のやりとりで記者全員の理解が深まる

表-3 各紙で掲載された記事の見出し

掲載紙	見出し
神戸	危険な12踏切 安全対策 信号、25以内赤茶色 路面に「進入注意」表示
朝日	注意 踏切渡れば交差点 路面に文字・赤茶舗装
読売	踏切注意 カラー舗装 6市12カ所 安全対策
産経	信号交差点近接の注意喚起 路面をカラー塗装 県、脱線事故受け12カ所で実施



図-2 読売新聞に掲載された写真(県提供、矢印で示す部分が赤茶色のカラー舗装部分)

例えば、2013年度中に兵庫県政記者クラブでレクを実施した「社会基盤整備プログラムの改定（4/23発表）」は神戸・読売・産経・日経の4紙で、「改正景観条例の概要（9/19発表）」は読売・産経・日経の3紙で、それぞれ記事が掲載された。

また、記者と直接会うことで、以後の人間関係づくりのきっかけにもなる。記者と良い関係が築ければ、「どうすれば取材に来てもらえるか」といった相談もしやすくなる。

4. おわりに

前章で述べた技術を活用すれば、記者発表は「余分な仕事」ではなく、県の取り組みに対する県民の理解や、仕事に対する誇りとやりがいを得るための強力な武器になる。

パブリシティをはじめとする広報により、今後も一層、県民の理解促進とイメージアップに取り組んでいきたい。そして、そのことが建設産業・公共事業のイメージアップの一助となれば、望外の喜びである。

資料-1 兵庫県道路街路課の記者発表資料(実際の資料はカラー刷り、タイトル部分は赤茶色の背景に白抜き文字)

記者発表(資料配付)				
月/日 (曜日)	担当課(室) 係名	TEL	発表者 (担当係長名)	その他の配布先
11/15 (金)	県土整備部土木局 道路街路課 街路係	(直通)078-362-3547 (内線)4480	街路担当参事 服部 洋平 (細井 将史)	中播磨、丹波県民局

赤茶色のカラー舗装がある踏切では、特に進入に注意してください
 ~信号のある交差点に近接する踏切における安全対策の実施~

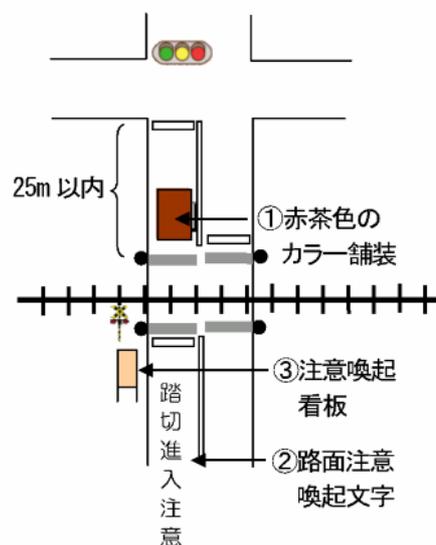
今年2月に高砂市内の踏切(山陽電鉄「神鋼前踏切」)で発生した脱線事故を踏まえ、同種事故の再発を防ぐため、姫路市松原県道踏切など県下12箇所について、道路管理者、警察及び鉄道会社による現地での検討結果を踏まえ、11月19日(火)から下記のとおり安全対策を実施します。

記

1 実施する主な対策

- ① 運転者の注意を踏切から信号までの狭い停車スペースに向けるための「赤茶色のカラー舗装」
- ② 踏切手前の「踏切進入注意」の表示
- ③ 踏切から信号までの対策を説明し注意を促す「注意喚起看板」
- ※ 現地の交通状況により、右図と異なる対策を講じた箇所があります。

基本的な対策例



2 対策の実施時期

平成25年11月19日(火)から「松原県道踏切(No.1)」の工事に着手し、今年度中に12箇所の対策を完了する予定。

3 対策の実施箇所

No.	踏切道名	所在市	道路管理者	鉄道事業者名	工事実施時期(空欄は調整中)		
1	松原県道	姫路市	県	山陽電気鉄道株	11/19に対策①②③が完了		
2	大沢	篠山市		西日本旅客鉄道株			
3	売布学校道	宝塚市	市	阪急電鉄株			
4	城丸			西日本旅客鉄道株			
5	上池の谷	三木市		神戸電鉄株			
6	丸谷						
7	魚住東	明石市		山陽電気鉄道株			
8	東二見農協前						
9	荒井	高砂市					
10	大塩西	姫路市				西日本旅客鉄道株	11/21に対策①が、11/28に対策②③が完了
11	新奥山道						
12	第三梨の木						

※ 対象踏切は、踏切部の交通量が多い箇所等から選定。

4 啓発用チラシの作成

安全対策の内容を周知するためにチラシを作成します。作成したチラシは、各踏切の対策工事完了後、速やかに現地で配布するとともに、最寄り駅・警察署(交番)とその付近の駅の広報用ラックに配架します。