

平成 24 年 2 月 8 日

発表者：有本 香

海洋政策に関するパブリック・リレーションの必要性・重要性について

【主旨】

すべての政策の実施について、国民の理解というものが重要であることは論を俟たない。ましてや、わが国にとって有望なフロンティアであり、今後、新たなる政策の立案、実施が可及的速やかになされるべき、とされる「海洋」については、そもそもその重要性についての国民的理解をいかに醸成していくか、もまた重要な課題の一つだといえよう。

国民的理解の醸成に際しては、教育、ことに義務教育の場での取り扱いがひじょうに重要であることもまた論を俟たないが、ここでは、あえて別の観点、広報（パブリック・リレーション）という点から、この問題を考えることとしたい。

まず、今日現在、国民が「海洋」についてどの程度の理解を有しているのか？ について身近な事例、ツールを使ってその実態把握を行う術を探り、次に、現状から国民的理解を広め、深めていくにはいかにして戦略を立案し、実施に結び付けていくべきか？ について、こちらもごく身近な事例、ツールを用いつつ明らかとしてみたい。

【具体的な展開】

<ある試み>

1. 国民の、海洋についての基本的理解は十分であるか？

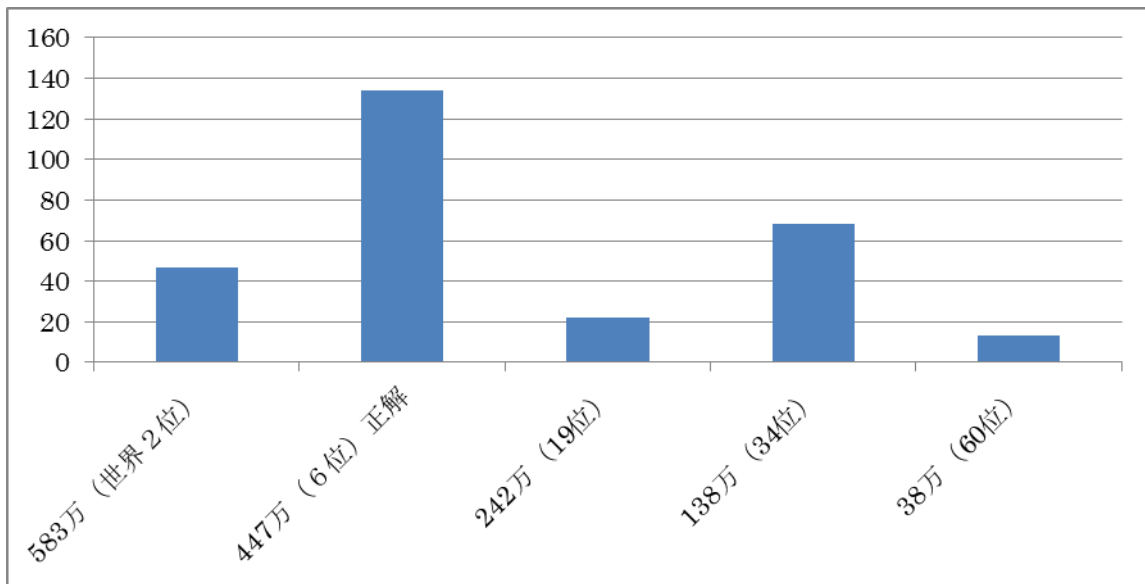
① （SNSの一つとされる）ツイッターを用いた簡単な調査の結果

<条件> 私のフォロワー（約1万5000人）に対して1回ずつのTWでの呼びかけ。したがってそれぞれ回答者の数が異なる。ネット検索をかけずに回答してもらった。

Q 1. 日本の領海とEEZ（排他的経済水域）をあわせた広さは次のうちどれか？

- ・ 583 万（世界第 2 位）
- ・ 447 万（世界第 6 位）
- ・ 242 万（世界第 19 位）
- ・ 138 万（世界第 34 位）
- ・ 38 万（世界第 60 位）

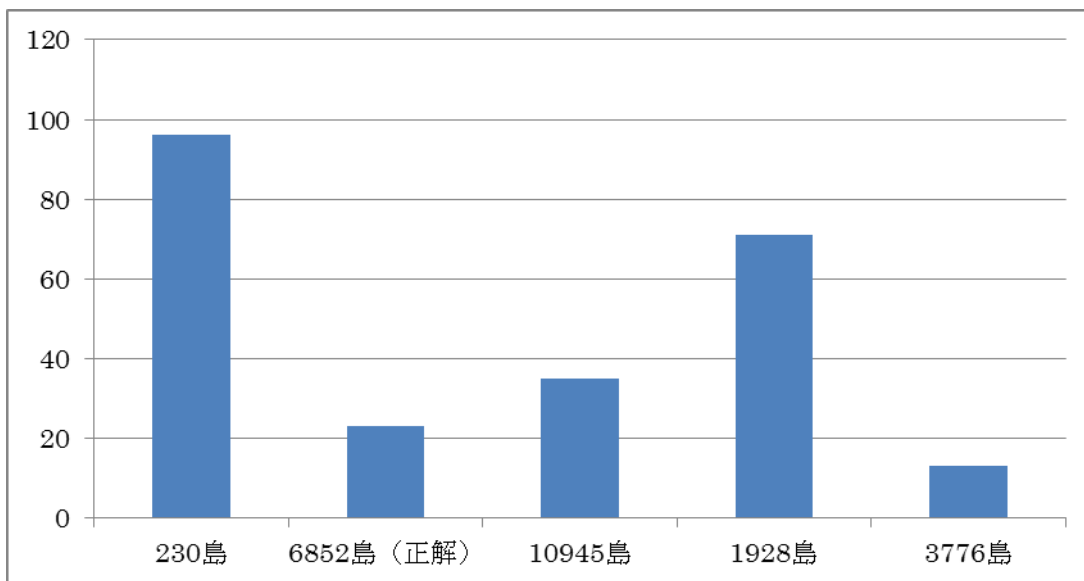
■回答者 284 名の回答状況



Q 2. 日本の島の数は全部でいくつ？

- ・ 230 島
- ・ 6852 島 ○
- ・ 10945 島
- ・ 1928 島
- ・ 3776 島

■回答者 238 名の回答状況



2. パブリック・リレーションズ（PR：public relations）とは？

<参考>

広報または宣伝活動の総称。個人ないし国家や企業その他の組織体が、長期的または持続的な基礎に立って、自らに対し、公的な信頼と理解を獲得しようとする活動のこと。

企業の場合、Public Relations は、一般大衆、消費者、従業員やその関係者、販売業者、仕入先の関係業者、株主、債権者、銀行などの金融関係、政府諸機関、教育機関、その他あらゆるステークホルダーがその活動の対象となりうる。

国際パブリック・リレーションズ協会（IPRA）が 1978 年に採択した規定の中で、パブリック・リレーションズについて、双方向性コミュニケーションによる相互理解の必要性を強調し、企業側の調整概念に資するためマネジメントへのカウンセリングと、政策調整アクションの役割を求めている。

1952 年の初版から 2008 年に 10 版を重ねている米国で PR のバイブルとも呼ばれる Effective Public Relations（邦訳：『体系パブリック・リレーションズ』）では、「パブリック・リレーションズとは、組織体とその存続を左右するパブリックとの間に、相互に利益をもたらす関係性を構築し、維持をするマネジメント機能である」と定義している。

1982 年の米国パブリック・リレーションズ協会（PRSA）の公式声明では、「パブリック・リレーションズは、各種団体、機関の相互理解に資することによって多元的社会が意思決定を行い、より効果的に機能することに貢献するものである。これはまた、官民間の政策調整にも貢献する。パブリック・リレーションズはわれわれ社会のさまざまな団体、組織に奉仕するものである。これらの団体、組織がそれぞれの目標を達成するためには、従業員、会員、顧客、地方企業、株主などそれぞれ違った分野のパブリック、すなわち社会全体と効果的な関係を育てていかなければならない」としている。

■ PRのおもな方策・チャンネル

- ・ マスメディアを通じた告知・広報
- ・ 自前のメディア（ネットサイト、SNS、広報誌等）を用いた告知・広報
- ・ 会見、法令で定められた会議体、催事による広報

① PR戦略の立案、実施において重視すべきこと

1 A + 4 F

1) **Accurate** 正確に

1) **Fast** 迅速に

2) **First** 第一の、トップの（を重視）

3) **Frequent** 頻繁に

4) **Friendly** 親しみやすく

② **First** について

日本のもつ「強み」、さまざまな事柄の「始まり」を広報できているか？
（サンプル：平成23年7月「海の日」）

③ **Frequency**（頻度）を測る一つの指標として

■ 平成24年1月における報道資料（リリース）の発信本数

総本数	海事関係	港湾関係	総合政策
124	5	6	3*

* 国土交通全体の統計資料を含む。

④ **Friendly** について

発表資料や会見において、「親しみやすさ」を演出する方策は多々あるが、リスクを伴う側面もある。一方、最近では、日本（地方自治体含む）や他国の政府機関、公的機関においても、前述のツイッターのようなツールをPRに有効活用して、「親しみやすさ」を高めている好事例が見られる。むろん、こうしたツールを用いる場合にもリスクはあるが（例：「まんべくん」事件等）、その積極的な活用は、国民の「海洋」および「海洋政策」への理解を、親しみをもって醸成することに有効であると考えられる。

■ツイッターのアカウントとフォロワー数

ツイッターで「国土交通省」と検索すると、この文言をプロフィールに含む個人アカウントを含め、20 がヒットする。が、国土交通省の公式アカウントと思しきものはない。一般国民、消費者との接点を持ちやすいと思われる **観光庁ですら、公式アカウントにヒットしない（アカウントがないと思われる）のは残念な事態**とっていい。

省とは無関係の他者が、国土交通省の website 更新情報を知らせる bot（自動設定）専用アカウントが複数存在するほか、国土政策局 地方振興課が、2つのアカウント（「国土交通省新しい公共」：フォロワー数 210 と、「国土交通省二地域居住」：フォロワー数 72）をもっているが、いずれも効果のほどは不明である。

<参考>

- ・首相官邸 フォロワー数 22571
- ・外務省 フォロワー数 7594
外務省国際貿易課（ドーハラウンドやWTOの件） フォロワー数 1033
- ・金融庁 フォロワー数 3777
（※プロフィール「金融庁では、東日本大震災に関する金融面の対策に全力を挙げています！」）
- ・消費者庁 フォロワー数 7872

☆防衛省（災害情報） フォロワー数 22045
防衛省 海上自衛隊 フォロワー数 55373
陸上自衛隊 フォロワー数 146862

■他国の例

- ・Ambassador Ross（駐日アメリカ大使のアカウント） フォロワー数 49001
※日英二か国語でつぶやく。

（つぶやき例）

◎札幌雪祭りが来週開催されます。私は2年前に行きました。皆さんは今年の雪祭りに行きますか？

◎先週行われた権威あるローザンヌ国際バレエコンクールで1位に輝いた菅井円加さん、おめでとうございます。

- ・在日米軍総司令部 フォロワー数 6408
- ・在日米海軍総司令部（横須賀基地） フォロワー数 47557

Facebook と連動させ、日本語スタッフが実にフレンドリーにつぶやく。リプライも。空母の数、艦隊の仕様、米海軍における女性艦長の件など。

（つぶやき例）

◎P.S. 在日米海軍司令部@CNFJ は、日本語の Facebook <http://ow.ly/8V8IW> もやります！ご覧になったことのない方はぜひチェックを♪ 今日の一押しの写真はこれ→
<http://ow.ly/8V8qi> 気に入った方はぜひ「いいね！」をクリック☆

◎それでは夜分に失礼いたしました。また明日☆

◎こんばんは！今日は全くツイート出来ませんでしたが、皆さんは良い一日を過ごされましたか？

◎横須賀も雪がちらついています。そんな中、半そで姿の水兵を見かけました。寒さを感じないのでしょうか…。

◎今日も寒いですね。またしても、半そで姿の水兵が……。

☆タイ国政府観光庁のフォロワー数 1557 に対して、
アイルランド政府観光庁のフォロワー数 1796
(日本語での「アイルランドこぼれ話」を主体としたつぶやき)

(以 上)