

第 12 章 広報活動	197
1. 概況	197
2. 広報対応	197
3. 報道対応	199
4. 広聴対応	199

第12章 広報活動

1. 概況

2013年度は、従前からの取組に加え、エネルギー政策に関する広報や、デフレ脱却に向けた経済政策や白書に関する広報など重要施策に関して、新たな工夫を凝らし、積極的にPR活動を行った。

例えば、単に情報を発信するのではなく、「伝わる広報」を意識し、ニュースリリースの改善(HTML化及び写真等を活用)、動画での発信強化(昨年比約30%増)、インフォグラフィックスを用いた広報を開始するなど情報発信の強化及び情報発信環境の整備に努めた。

2. 広報対応

(1) 経済産業省公式ホームページを通じた発信

経済産業省による報道発表資料、審議会関係資料、白書・報告書、組織情報等については、日本語で掲載した。特に、海外からの関心が高いエネルギー関係や通商関係の発表資料については、英語版も掲載した。2013年度の日本語版ホームページのアクセス数は1日平均37万件、英語版ホームページのアクセス数は1日平均1万7千件だった。

経済産業省ホームページは、2013年4月にリニューアルを行い、合わせてウェブコンテンツのアクセシビリティ規格であるJIS X 8341-3:2011に基づくウェブアクセシビリティ方針を定め、2013年度末までにCMS管理下のコンテンツを等級AAに準拠する目標をもって運用を行うこととして、その問題点を把握・検証のためウェブアクセシビリティ試験評価を実施。その結果を他省庁に先立ち経済産業省ホームページ上に公開した。

また、2013年6月に審議会の組織見直しが行われたことに伴い審議会ページの大幅な改修を行うとともに、2014年2月には誤解を招く表記がされていた「免責事項」について「当ホームページに掲載されている情報の正確性等については万全を期しておりますが、経済産業省は利用者が当ホームページの情報を用いて行う一切の行為について何ら責任を負うものではありません。」と見直した。

一方、ホームページ訪問者の利便性及び政策理解向上を目指してインフォグラフィックを導入するとともに、資源エネルギー庁ホームページを2014年3月にリニューアル

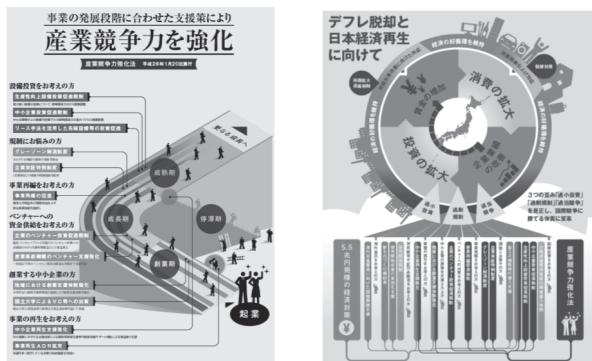
した。また、近時その利用が拡大しているスマートフォン及びタブレット機器に対応するための検討を行った。

(2) インフォグラフィックスの導入

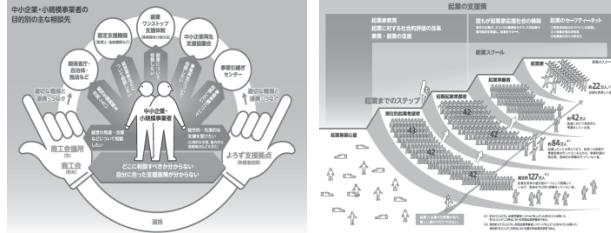
経済産業政策や過去の政策情報をわかりやすく伝える観点から、データビジュアライズや、インフォグラフィックスといったデザインを用いた広報を開始した。

産業競争力強化法

経済政策パッケージ

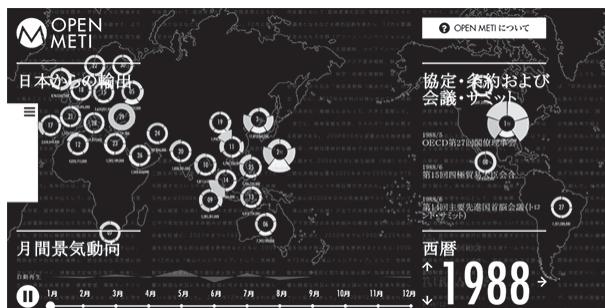


2014年版中小企業白書



OPEN METI

通商産業省設置以来の行政情報をまとめた「年報」をデータベース化し、主に貿易関連データを可視化した。



(3) 動画・SNSの活用

2009年4月15日に開設した動画ポータルサイト「YouTube」上の経済産業省公式チャンネル「METI CHANNEL」にて経済産業省の施策を紹介する動画の配信を行った。2013年度は、すべての大蔵記者会見及び一部の審議会等の計341本(昨年比約30%増)の動画を配信するとともに、動

画の内容や政策ごとにカテゴリーを分類、整理して見やすさを向上させた。

また、報道発表、公募、審議会開催などの新着情報を、毎日メール（メールマガジン）やR S S (RDF site summary)で配信するサービスを引き続き実施した（メールマガジンの登録者は2014年3月31日現在で25833名）。

2012年12月から行っているS N S（ソーシャル・ネットワーク・サービス）を活用した新たな広報（ダイバーシティ経営、クール・ジャパン、伝統工芸品・日用品、採用関連とテーマを絞った個別アカウントにて発信中）も引き続き実施。経済産業省公式ツイッター（2012年6月1日から開始）のフォロワー数は、2014年3月末で約6万8千人に及んだ（2013年3月末は約4万人）。

（4）電子ブック形式の広報誌の編集・発信

2008年からは紙媒体ではなく、電子ブック形式にて「経済産業ジャーナル」を作成しているが、引き続き隔月でホームページに掲載（2013年度は計6回）するとともに、スマートフォン用（iPad/iPhone、Android）のアプリでも配信（iPad/iPhone用本棚アプリの登録数は、2014年3月末で33,883件）。

（5）庁舎内での広報（ロビー展示・懸垂幕）

ロビー展示や懸垂幕など庁舎の一部を利用した広報展開については、ホームページや広報誌と連動した情報発信に積極的に取り組む部門を優先させ、広報効果を高める工夫を行った（2013年度はロビー展示12件、懸垂幕6件）。

①ロビー展示

期間	案件
4/15-5/10	地質の日
4/1-6/30	電気料金値上げ申請に係る公聴会資料閲覧
6/3-6/30	経済産業省広報室（METI Journal）6・7月号
8/6-8/8	子ども霞ヶ関見学デー
8/1-8/30	経済産業省広報室（METI Journal）8・9月号
10/1-10/31	経済産業省広報室（METI Journal）10・11月号

10/7-10/8	福島産業復興フェア
11/15-11/25	製品安全総点検週間
10/29-12/26	電気供給約款変更許可申請書資料閲覧
12/1-12/27	経済産業省広報室（METI Journal）12・1月号
2/1-2/28	経済産業省広報室（METI Journal）2・3月号
3/10-3/20	震災関係展示

②懸垂幕

期間	案件
8/26-9/6	防災週間
9/24-10/31	工業標準化推進月間
10/1-12/1	計量強調月間
11/1-11/29	素形材月間
11/1-11/30	伝統的工芸品月間
11/1-11/30	下請取引適正化推進月間

（6）児童・学生に対する業務説明

毎年8月開催の子ども向けイベント「経済産業省子どもデー」を2013年度も開催した（8月7日、8日）。子供はもちろん、同伴の保護者に対しても経済産業施策を身近に感じてもらえるよう様々なプログラムを設けた。例えば、若手職員による政策説明「政策教室」は人気を博し、2日間で過去最高の1508人が経済産業省を訪れた。

また、小中学校の社会科見学依頼があった場合には、広報室員及び関係課室の若手の協力を得て、記者会見室において施策紹介や質疑に応じた。

キッズページも全面改定し、従来の一方向的な解説形式を対話形式に変更、デザインの面でも子どもの好みに配慮するなど、楽しみながら学べるサイトとした。

（7）政府広報の活用

内閣府の協力を得て、経済産業省関連施策について、新聞の記事下広告、突き出し広告や政府広報オンラインの掲載、テレビスポット・ラジオ番組での紹介、インターネットキリスト広告などを実施した（2013年度は19件の政府広報が採用された）。これらは経済産業省ホームページにも同時に掲載した。

(8) 広報支援体制の整備

2012年12月1日から、大臣官房広報室に「広報戦略官」を設置し、外部人材を任用。省内各課室に対して、プレス・ブリーフィングの方法や各種イベントの企画、ポスター制作等に関して、効果的な広報を行う観点から、助言を行った。また、英文校閲者により、政策文書等の英訳校閲を行った。12月18日の政策企画委員会にて検討の上、通商政策局国際経済課と連携し、国内外の論調の分析及び省内関係者への共有を開始した。

3. 報道対応

(1) 大臣に対する取材機会の提供

毎週火・金曜に閣議後の大臣による定例記者会見を行い、メディアからの求めに応じて、適宜、ぶらさがり会見を実施。また、大臣、副大臣等の国内・海外出張時には、現地・海外プレスも含めた取材機会を提供した（2013年度は50件（テレビ38件、新聞・雑誌12件）の大臣への個別取材に応じた）。

(2) 報道発表

2013年度は877件の報道発表を行い、当省施策の最新情報をホームページに掲載するとともに、記者へ資料配付した（別紙、報道発表リスト参照）。

報道発表の内容については、大臣官房広報室が担当課室と事前相談して改善点を指摘し、「一読して分かる内容」で情報発信となるように努めた。

(3) 記者等ブリーフィング

政策をより効果的に発信するため、報道関係者に対するブリーフィングの機会を設けた。2013年度は266件の記者ブリーフィング及び論説懇談会を6回開催した。また、当省施策と関連の深い独立行政法人の取組についても積極的にブリーフィングを実施した。

4. 広聴対応

経済産業行政に対する御意見を隨時受け付け、関係部局で共有した（電子メールで接受したものについては、原則として電子メールで返答した）。