

第 12 章 広報活動	156
1. 概況	156
2. 広報対応	156
3. 報道対応	158
4. 広聴対応	158

1. 概況

海外PRアドバイザーによるコンサルティングやネイティブスピーカーの校閲作業によって、より英語表現を洗練し、発信力を強化した。また、60秒解説や経済産業ジャーナルの英語版を配信して、海外広報にも注力した。

(1) 経済産業省公式ホームページを通じた発信

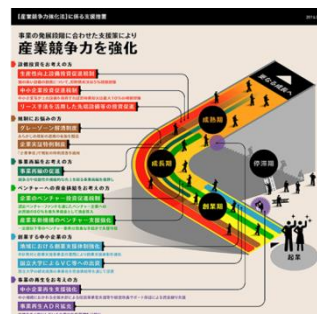
60秒解説
経済産業省

視覚・聴覚障害者などへのアクセシビリティについては、

さらに、2016 年 1 月には、経済産業省ウェブサイトのコンテンツの利用に関する利用規約及び法的事項について、見直した。「政府標準利用規約（第 2.0 版）」（2015 年 12 月 24 日各府省情報化統括責任者（CIO）連絡会議決定）に基づく措置）

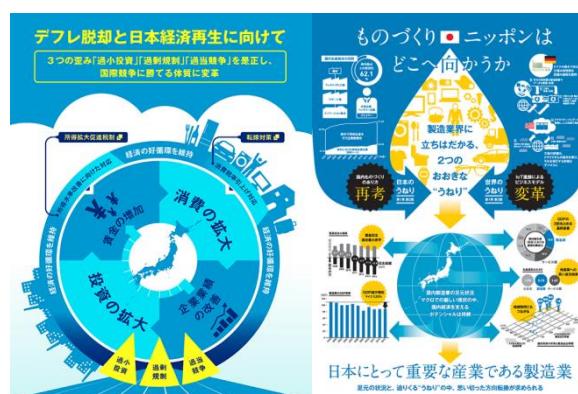
政策を誰の目にも分かりやすく伝える観点から、インフォグラフィックや動画を用いた広報を一層推進した。

産業競争力強化法



経済政策パッケージ

2015 年ものづくり白書



(3) SNS等ソーシャルメディアの活用

2015 年度 9 月より配信している「60 秒解説」について、「60 秒解説」専用の Twitter や Facebook を新たに設立。SNS を活用した記事の拡散を図った。また、2009 年 4 月 15 日に開設した動画ポータルサイト「You Tube」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引き続き実施した。

さらに、報道発表、公募、審議会開催などの新着情報を、メールマガジンや RSS（RDF site summary）で配信するサービスや、スマートフォン向けニュースアプリの Smart News との連携、経済産業省公式 Twitter（2012 年 6 月 1 日から開始）を通じたニュースリリースの配信や災害時の情報提供を行った。公式 Twitter のフォロワー数は、2015 年 12 月末時点で約 12 万人に及んだ。なお、英語版の経済産業省公式 Twitter も 2015 年 2 月から開始され、フォロワー数は、2015 年 12 月末時点で約 1 万 3 千人となった。

(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」を発行しているが、引き続き隔月でホームページに掲載（2015 年度は計 6 回）するとともに、スマートフォンでも配信した。

(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（2015 年度はロビー展示 8 件、懸垂幕 9 件）。

(A) ロビー展示

期間	案件
4/1-4/15	エネルギー教育の広報
5/25-6/25	はばたく中小企業・小規模事業者・商店街の取組事例の広報
7/14-7/15	霞が関ふくしま復興フェア
7/28-7/30	経済産業省子どもデー
8/25-9/5	トイレットペーパーの備蓄推進に関するパネル展
10/7-10/31	ふくしま医療機器開発支援センターの広報

11/1-11/30	伝統的工芸品月間
11/1-11/30	製品安全総点検

(B) 懸垂幕

期間	案件
1/12-6/30	電力小売り全面自由化（2014 年度から継続）
8/1-9/23	東京 2020 大会の開催に向けた機運情勢のための展示
8/26-9/8	防災の日・防災週間
9/26-10/31	工業標準化月間
10/1-11/30	計量強調月間
11/1-11/15	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
11/16-11/30	製品安全総点検

(6) 児童・学生に対する業務説明

7 月 29 日、30 日に「経済産業省子どもデー」を開催し、「未来」をテーマに 30 のプログラムを設けた。2 日間の来場者数は 2180 人を記録した。

また、小中高生の社会科学見学希望があった場合は、広報室員及び関係課室の若手職員が業務説明や質疑・応答に応じた。特に 2015 年度は、政策の企画・立案に高い関心のある学校に対しては、政策立案シミュレーションの機会を与え、職員が政策説明をしたり、学生の率直な意見・アイデアを聞く機会となった。

(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、インターネットテキスト広告などを実施した（2015 年度は 13 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、外部から広報戦略のノウハウを持つ人材を任用。

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。同様に、海外への発信力強化を目的に、2014年4月より海外PR専門の外部人材を任用。特に海外向け発信を要する政策に対して助言を行った。

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した。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。2015年度は11件の大臣への個別取材にも応じた。

(2) 報道発表

2015年度は914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（第3部付録3. 2015年度に実施したニュースリリース一覧参照）。

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。2015年度は292件の記者ブリーフィング及び論説懇談会を9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随時受け付け、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）。