

第 12 章 広報活動	138
1. 概況	138
2. 広報対応	138
3. 報道対応	139
4. 広聴対応	140

第12章 広報活動

1. 概況

2016年度は、2015年9月に配信を開始した60秒解説をSNSなどと連携し更なる配信強化を行ったほか、インフォグラフィックを用いた分かりやすい資料制作の推進、経済産業省公式ホームページのアクセシビリティの向上に向けた取組、経済産業省の政策の視座を表現した動画の制作等を行った。

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。

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

経済産業省における各種の施策や取組等に関する情報についてホームページを通じ広く国民に提供・発信するとともに、掲載する情報についても報道発表資料、審議会関係資料、白書・報告書、組織情報等といった国民の関心が高い内容をタイムリーに掲載又は更新し、国民のニーズに即した時宜を得た情報発信に努めた。特に、経済産業省の政策エッセンスを短時間で読むことができる60秒解説について、公式ホームページやSNS等を通じて隔日配信した。

また、経済産業省ホームページのアクセス数や閲覧状況を分析し、コンテンツの検討や配信のタイミングなどを含めた情報発信の改善を行った。

また、海外からの関心が高い案件（通商関係、エネルギー等）については、資料を英語版ホームページにも掲載し、積極的な対外発信を行った。2016年度の日本語版ホームページのアクセス数は1日平均69万件で、昨年度より10万件以上増加している。また、英語版ホームページのアクセス数は1日平均6.7万件だった。

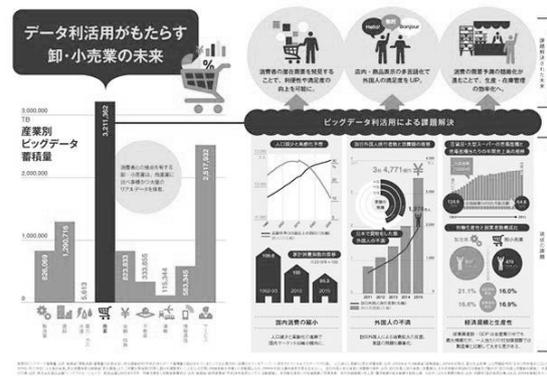
視覚・聴覚障害者などへのアクセシビリティについては、JIS規格（JIS X 8341-3:2010）に基づいて定めているウェブアクセシビリティ方針に沿って、「アクセシビリティ閲覧支援ツール」をホームページに導入、利用者のアクセシビリティ向上を図った。また、2016年3月のJIS改正（JIS8341-3:2016）を踏まえ、「ウェブアクセシビリティガイドライン」を改正、併せて公表している「ウェブアク

セシビリティ方針についても改訂を行った。2016年度においても引き続き試験評価を実施し、「適合レベルAA準拠」を目標に継続的な修正を行うこととした。

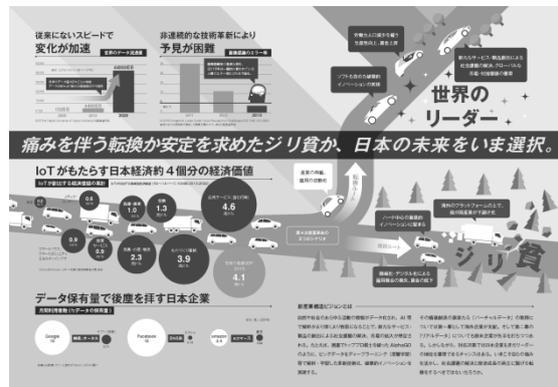
(2) インフォグラフィック・動画の本格導入

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。

【データ利活用がもたらす卸小売業の未来】



【新産業構造ビジョン】



(3) SNS等ソーシャルメディアの活用

情報収集のツールとして、SNSが広く活用されている現状に対応するために、SNSでの情報発信に注力している。例えば、経済産業省公式Twitterを通じてニュースリリースの配信や災害時の情報提供の実施、60秒解説専用のTwitterやFacebookの運営を行った。公式Twitterのフォロワー数は、2016年12月末時点で約15万人に及んだ。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、2016年12月末時点で約1万7千人となった。また、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、2015年度に引き続き、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との連携を行った。

(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、電子ブック形式による「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（2016年度は計6回）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（2016年度はロビー展示9件、懸垂幕9件）。

(ア) 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
7/26-7/28	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
2/27-3/10	種の保存法遵守の啓発

(イ) 懸垂幕

期間	案件
1/12-6/30	電力小売り全面自由化
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	工業標準化推進月間
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

2016年7月26日、27日に「経済産業省子どもデー」を開催し、31のプログラムを設けた。2日間の来場者数は4,346人を記録した。

また、小中高生の社会科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。さらに、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。

(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、情報発信手法等に関して、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アドバイザーを任用。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。2016年度

は 40 件以上の大臣への個別取材にも応じた。

(2) 報道発表

2016 年度は 1045 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. 2016 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。2016 年度は 266 件の記者ブリーフィング及び論説懇談会を 5 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）。