

第12章 広報活動	111
1. 概況	111
2. 広報対応	111
3. 報道対応	112
4. 広聴対応	113

第12章 広報活動

1. 概況

2017年度は、経済産業省ホームページをリニューアルし、写真を多く活用した動的なサイトを目指すとともに、サイト内検索窓や注目ワード一覧をトップページの上部に設け、ユーザーのニーズに応じたサイト構造への改善を図った。また、これまで隔月で配信していた経済産業広報誌『METI Journal』（電子雑誌による配信）を、毎営業日配信する広報サイトへ刷新し、スマホやSNSなどにも対応する、ネット上での新しい情報発信チャネルを構築した。

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広く国民に提供・発信するため、ホームページを開設している。年々アクセス数が増加する中、よりリアルタイムで適切な情報発信をするため、2017年10月にトップページをリニューアルした。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。

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。

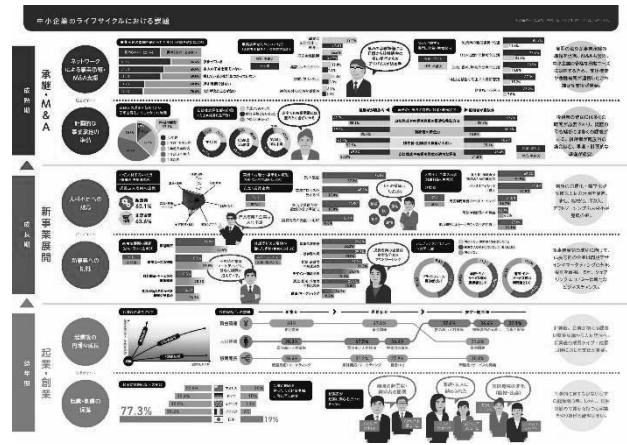
海外からの関心が高い案件（通商関係、エネルギー等）については、資料を英語版ホームページにも掲載し、積極的な対外発信を行った。また、海外発信強化のため、白書・報告書について、簡潔な概要を作成・英訳してホームページに掲載した。2017年度の日本語版ホームページのアクセス数は1日平均80万件で、昨年度より1割以上増加している。英語版ホームページのアクセス数は1日平均8.1万件だった。

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」をホームページに設置し、利用者のアクセシビリティ向上を図った。

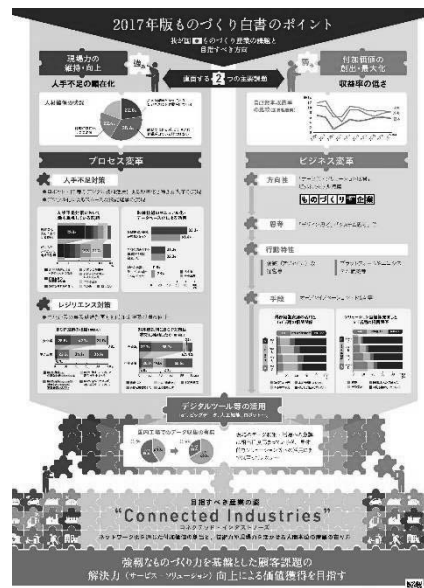
(2) インフォグラフィック・動画の本格導入

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。

【2017年度中小企業白書】



【2017年ものづくり白書のポイント】



(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内容を分かりやすく配信したり、災害時に迅速な情報提供を行った。公式Twitterのフォロワー数は、2017年12月末時点で約17万5千人に及んだ。なお、英語版の経済産業省公式Twitterも2015年2月から開始し、フォロワー数は、2017年12月末時点で約1万9千人となった。

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」では、経済産業省の施策を紹介する政策動画の配信を引き続き実施した。

また、2017年10月には公式インスタグラムを開設し、大臣をはじめとする政務の動静について、写真を通じて、海外出張先などからタイムリーな情報発信ができるようになった。

さらに、2016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) 広報サイト（METI Journal）による情報発信

2017年6月からは、電子ブック形式による「経済産業ジャーナル」ではなく、広報サイト（METI Journal）を開設し、政策特集、統計解説、60秒解説などを組み合わせて、毎営業日、記事を配信した。また、スマートフォンでの閲覧にも最適化して記事を配信した。

(5) 庁舎内での広報（ロビー展示）

ロビー展示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サイト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（2017年度に実施したロビー展示は6件）。

期間	案件
4/1-4/24	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
4/28-5/31	地質の日
7/30-7/31	霞が関ふくしま復興フェア
8/1-8/3	経済産業省子どもデー
8/25-9/1	トイレットペーパーの備蓄推進に関するパネル展
10/23-11/22	伝統的工芸品月間

(6) 児童・学生に対する業務説明

2017年8月2日、3日に「経済産業省子どもデー」を開催し、33のプログラムを設けた。2日間の来場者数は3,220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。さらに、メディアからの要請に応じ、大臣に対する個別インタビューの機会を設け、当省施策を積極的に広報した。

(2) 報道発表

2017年度は1,015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. 2017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。2017年度は234件の記者ブリーフィング及び論説懇談会を8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。

加えて、これらの定例・ぶらさがり会見、その他会合イベント等出席時の大臣発言のうち、主要なものを英訳し、HPやメーリングリストによる外国プレスへの情報提供を開始。迅速かつ文字情報で提供することで、海外紙における報道引用頻度を向上させた。

4. 広聴対応

経済産業行政に対するご意見やご質問を随時受け付け、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）。