

●電光ニュース、TVバナー、TVモニター

街中の電光看板(道頓堀戎橋南詰)やスーパー銭湯(市内6か所)内のTV画面、本庁舎1階のTVモニターなど民間のご協力により広告枠を利用し情報発信に努めています。

(TVモニターの例)



8. 報道機関の活用

新聞・テレビ・ラジオなど、公共性の高い報道機関(マスメディア)への情報提供は、マスメディアの特性である速報性・伝達の広範性とともに信頼性(客観的なニュースとして報道されること)が期待できますので、積極的な情報発信を心がけましょう。

●提供する情報

市政全般に関する情報ですが、大きく次のように区分されます。

◇施策の計画や実施状況・結果、イベント等の周知のために行うもの。

◇突発的な事件・事故(※)に関わって緊急的に行うもの。

※事件・事故については、警察、消防等必要な届出・連絡も速やかに行っておく必要があります。

●提供する手段

◇記者会見・レクチャー(市長記者会見、局部長記者会見等)

◇資料提供

●情報提供のポイント

◇緊急の場合を除き、報道発表日の1週間前までに政策企画室報道担当に連絡すること。

・報道発表はタイミングが大切です。限られた紙面で効果的に発信するためには、大きな会議やイベントがある日の発表を避け、発表件数の調整が必要です。

特に、区の広報紙発行直前の月末は報道発表が集中しますので、事務事業の企画立案時から報道計画を行ってください。

・調整が十分でない報道発表は誤報、混乱のもとになります。

◇発表資料は、結論(伝えたい事実)を先に記述し、これまでの経過や社会状況などは後述する。

◇提供できる情報の全てを正直にありのままに説明する。

◇取材を受けた場合は、記者の質問に簡潔に答える。

注:情報の取り上げ方には、報道機関の自主性が貫かれるため、行政側の期待するような取扱いになるとは限りません。

●緊急時の情報提供のポイント

- ◇事件事故は、平日の時間内に限らず休日や夜間など時間に関係なく発生します。所属内で迅速に情報共有できるように緊急連絡体制の確認を徹底してください。
- ◇事件事故発生後30分以内に政策企画室等、関係所属に連絡をお願いします。情報が不足していたとしても、まずは事件発生の実事のみで連絡がかまいません。順次、わかった経過等をまとめ、報道発表していきます。
- ◇記者クラブからレクを求められることがあります。その際は、わかった事実のみを伝え、感想や憶測は言わないでください。

▼詳しくは、「広報報道事務要領」をご覧ください。

http://i-portal.ii.city.osaka.jp/section/aa/Pages/07_広報・報道担当/広報報道事務要領.aspx

報道機関に提供した情報は、ホームページや広報紙などに掲載を！

政策企画室では、各所属の広報報道担当と連携し、大阪市政記者クラブ(加盟21社)をはじめとする報道機関に情報提供を行い、市政の方針や現状を、正確かつ迅速に市民をはじめ広く内外に向け発信しています。

報道機関に提供した情報(事件・事故の場合を含む。)は、自主媒体による広報も行いましょう。

9. 民間情報誌の活用

民間情報誌には、特定ジャンルの専門誌、地域に密着した情報誌などのほか、フリーペーパーや市民団体が編集する冊子など数多くあります。プロのもつノウハウやネットワークを上手に活用しましょう。

民間メディアへの提供には、無料のものと有料のものがありますが、それぞれのメリットを考慮し選択しましょう。

●広告もいろいろ

発信したい情報を思い通りに発信するには、既存メディアの一部を買い取る広告が効果

的です。広告には、記事広告とタイアップという手法があります。

「記事広告」……広告として枠を購入し、本文記事のような形で表現。

「タイアップ」……メディア側と共同(タイアップ)して記事の形で情報発信。

※「タイアップ」は、編集権・制作権が既存メディア側にあるので、最終的な編集・表現は思い通りになりませんが、広告より安価にできるメリットがあります。