

## 民間情報誌への情報提供のポイント

### ●ターゲットを設定

ターゲットを決める際に、年齢層や性別、趣味・思考、どういう情報を求めているかなど、具体的な人物像と情報ニーズも想定する。

### ●情報提供のコンセプトを設定

ターゲットに届きやすい、興味を持つてもらえるような、情報提供のあり方を考える。

- ・情報や企画の訴求ポイント(どんな特徴があるのか、何が魅力なのか)を明確にする。
- ・何が「売り」なのかを明快に訴えるために「キャッチフレーズ」を付けてもいい。
- ・毎年同じような企画をしている場合は、今年の訴求ポイントはどこか(例年と異なる「売り」はどこか)を明確にする。毎年の記録をつけ、その年の企画や広報戦略の参考にする。

### ●メディアを選定

ターゲットが読んでいそうな、またコンセプトに合致した民間情報誌をピックアップする。

### ●迅速にタイミングよく情報を提供する

- ・世間で話題になっているニュースや流行などに関連づける。
- ・社会問題に関連づける。
- ・季節にふさわしい企画やニュースを提供する。

### ●補足資料を用意する

写真やイラスト、ポスターなど、ビジュアル要素を提供する。

### ●担当者と継続的な関係を

各雑誌との渉外窓口をできれば「担当者」で把握しておき、その人との継続的な関係を図ろう。求めているものに応じて、タイミングよく適切な情報が出しやすくなり、掲載の確率も高く、大きく取り上げてもらいやすい。

### ●情報を提供しよう(無料のメリット)

各出版社に情報を提供することで、情報誌に記事として掲載され、無料で発信できることがあります。

情報誌の記事として魅力ある情報を、編集日程を考慮したタイミングで提供しましょう。

発信したくない情報であっても積極的に応えるとともに、発信したい情報を同時に提供するなど、互いのニーズを満たしましょう。

◆民間情報誌は、固定読者を持っており、その読者層は性別・世代・興味などが色濃くわかっているので、ターゲットを絞った広報に効果的です。

### ●編集・表現のノウハウを活用(有料のメリット)

ポスター制作をデザイン業者に委託するのと同様に、リーフレットや情報誌の制作もノウハウを持つ民間業者に任せることで、編集・表現方法が豊富になり、魅力ある情報誌が期待できます。

委託先の選定にあたっては、外部審査員を含めた企画コンペを実施するなど、透明性を高めましょう。

## 10. 新聞広告、交通広告

広く一般に知らせるためには効果的ですが、費用が高額であるにもかかわらずターゲットが絞りにくいといった難点があります。

新聞広告であれば、全国紙か地方紙か、また朝刊か夕刊か、交通広告であれば、車内か駅か、沿線は、などターゲットやエリアの検討が必要です。

コストパフォーマンスを考えましょう。

## 11. その他

### 著作権について

ホームページや印刷物を制作する際、自分で作成した文章以外に、写真、イラスト・キャラクター、ロゴ・マーク等を掲載することができます。また文章についても他人の文章や新聞や小説、歌詞などから引用する場合もあります。これらには「著作権」があり、許諾なしには使用できませんので使用する場合には「著作権」に十分気をつけて利用しましょう。

#### ●著作権とは

思想または感情を創作的に表現した写真・文章・イラスト・歌詞・楽曲などの「著作物」が、他人に勝手に利用されない法律上の権利です。これは、画家や音楽家などプロだけが持つものではなく、誰でも持つことのできる、身近な権利で、登録の必要もありません。

#### ●著作物を利用するためには

「利用目的」「利用期間」「利用媒体」「利用者」など、用途を明確にし、著作者または著作権を管理している事業者に許諾申請をする。

権利の所在のわからないものや、許諾の得られないものは使わない。

写真に写っている人物には肖像権があります。群衆（人物が特定できない）やモデルを使った撮影などの場合は問題ありませんが、イベントなどで一般市民を撮影する場合、「市の広報物に掲載されるかもしれません」と伝え、必ず許可を取りましょう。

#### ●新聞記事の複写について

新聞記事の無断複写については、著作権法違反に問われる可能性があります。本市内部供覧用のクリッピング（5大紙＋大阪日日）については、政策企画室で一括して複写権許諾契約を締結していますが、それ以外の複写については各所属対応となります。

また新聞記事の電子化は複写権許諾契約の範囲外となりますので行わないでください。

## あなたは大丈夫？著作権チェックポイント

◎委託者だからといって、著作権を有していると思っていませんか

⇒委託契約で著作権の帰属について別段の定めをしていない限り、著作権は受託者に帰属していると考えられますので、契約の際に明確にしておきましょう。

◎講演の様子を講師の了解を得ずに、印刷物やビデオで利用していませんか

⇒講演の内容は口述という方法によって表現された著作物であり、その著作権は講師本人にありますので、事前に了解を得てから広報しましょう。

◎被写体の了解を得ずに、印刷物やビデオで利用していませんか

⇒写真や映像に写っている人物には肖像権があります。群集(人物が特定できない)やモデルを使った撮影の場合は問題ありませんが、イベントなどで一般市民を撮影する場合は、「市の広報物に掲載されるかもしれません」と伝え、必ず了解を得ましょう。

◎人気漫画を真似たイラストを広報物やホームページに掲載していませんか

⇒著作物の複製または翻案に該当すると考えられますので、無断掲載はやめましょう。

◎会議資料に新聞記事のコピーを使用していませんか

⇒著作権法第42条により、行政目的のための内部資料として必要と認められる場合には使用できます。ただし行政目的外の使用や外部にも配布するような場合には、著作権法違反になる可能性がありますので、事前に新聞社と調整しておきましょう。

◎新聞記事をPDFデータにしてメールやFAXで送信したり、ホームページに掲載したりしていませんか

⇒新聞記事を電子化することは、報道担当で一括契約している複写権許諾契約の範囲外であり、著作権法違反に問われる可能性があります。無断で新聞記事を電子化することはやめましょう。

### ▼著作権について詳しくは、

●文化庁ホームページをご覧ください。

<http://www.bunka.go.jp/chosakuken/index.html>

●公益社団法人著作権情報センターホームページをご覧ください。

<http://www.cric.or.jp/index.html/>

(無償パンフレットが紹介されています。)

・はじめての著作権講座

　著作権って何？

・はじめての著作権講座Ⅱ

　こんなときあなたは？著作権Q&A(市町村のしごとと著作権)

・デジタル・ネットワーク社会と著作権

・私的録音録画と著作権　など

政策企画室市民情報部広報担当  
平成24年11月20日