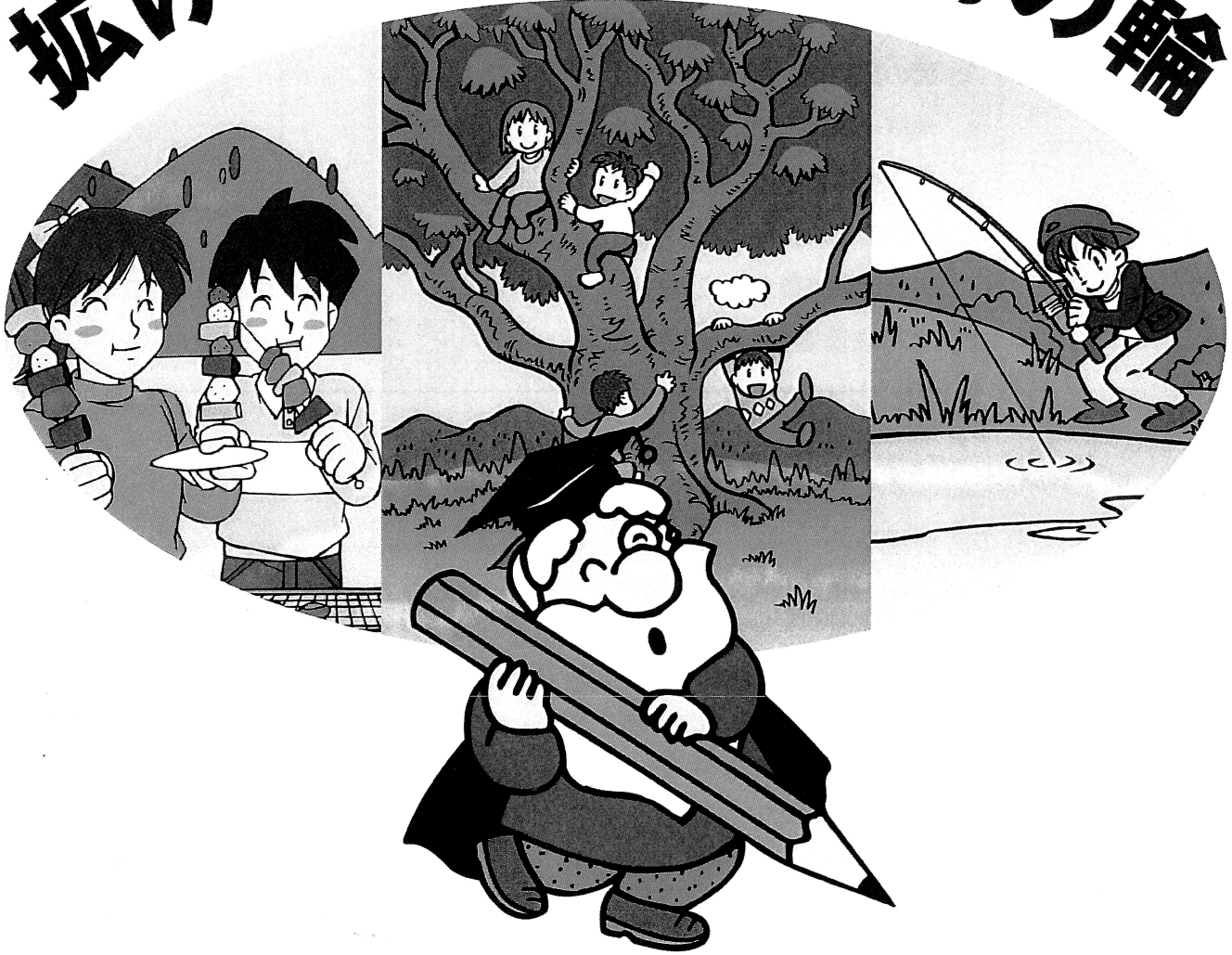


# 広げよう! 広報活動の輪



## 広報活動マニュアル

平成20年5月



財団法人  
**ボーイスカウト日本連盟**

# 拡げよう！広報活動の輪

日本連盟 広報委員会

<内容>

1. 広報活動の必要性
2. 個人の広報活動
3. 団の広報活動
4. 地区における広報活動
5. 県連盟における広報活動
6. 日本連盟における広報活動
7. 広報活動で最大の成果を
8. マスコミ関係者と会うときのヒント
9. プレスリリースの書き方

## 1. 広報活動の必要性

広報委員会の業務は、ボーイスカウト運動の目的・考え方を広く知らしめ、運動の理解促進を図り、加盟員の増加と運動のさらなる発展を目指すことにあります。

今、少子化や青少年の社会教育活動の多様化などさまざまな要因のあるなか、加盟員の減少が進み、以前は個々のスカウトと外部とのダイレクトコミュニケーションが図れ、身近なところからの活動の情報発信ができましたが、現在は大変難しく、組織がダイレクトに一般向けに情報発信することが必要不可欠です。この運動の更なる発展を目指すには活動内容の充実はもちろんですが、

スカウト運動を正しく一般の人たちに知らしめ、理解・認知してもらうことが最も重要です。

広報活動とは、一般の理解・信頼・好感を得るためのコミュニケーション活動です。つまり、組織が自身の目指す方向・方針と活動内容を外部の理解・認知を得るためにあらゆる表現方法を駆使して行う継続的対話関係を具現化することです。

その業務としては、広報機能と広聴機能に大別できます。

広報機能とは、

- 組織外から組織内に
- 組織内から組織内に（対内広報）
- 組織内から組織外に（対外広報）

情報を発信する機能をいいます。

また、広聴機能とは、情報収集活動をいい組織内外の情報をインプットする機能をいいます。

広報活動は一部の担当者まかせでは大きな成果は期待できません。一般の人々は普段のスカウト、指導者の行動や日常生活を目にすることによって、この運動を判断し、理解しているのです。言いかえれば加盟員の一人ひとりが広報員の役目を果たしているわけです。

青少年のための社会教育であるボーイスカウト運動が、その社会から十分理解されず遊離した状態ではほんとうの社会教育とはいえないでしょう。もちろんわれわれの活動の中心はスカウトの指導にあり、良い成果をあげることが最大のPRといえますが、まだまだ日常の活動の中にPRのチャンスがあることを認識して関係者全員が行動すれば17万人以上の広報マンが存在することになり、その成果ははかり知れないものとなるでしょう。

## 2. 個人の広報活動

友人や地域、職場など身近な人々に対しては、あなたは最良の広報マンとして活動できます。

すなわち、あなたの行動が即、この運動に対する理解につながるからです。

この運動を広く理解してもらうためには、あなたの行っている日頃のスカウティングばかりではなく、この運動の目的や内容を、積極的に友人との日頃の話にとりあげたり、遠くはなれた友人には手紙や活動記録を送ったり、あるいはアマチュア無線仲間に伝えたりするなど良い手段でしょう。

また成人指導者の場合は所属している会社、役所、団体などの広報誌や社内報に、スカウティングの内容についての紹介や体験談の投稿、行事の記録などを掲載してもらうことなどは身近な手段として有効です。地域においてはタウン誌やミニコミ誌の存在も忘れてはなりません。これらの場合は逆に記事を探しているケースが多いので案外喜ばれることと思います。

要するに、加盟員一人ひとりが少しでも多くの人々にボーイスカウト運動が正しく理解されるよう努力する任務があるといえます。

## 3. 団の広報活動

### ● 団の機関誌発行

団委員の中から広報の担当者を決め、団のニュースや機関紙が定期的に発行されるように努めることも大切です。このことは、団の内外に対する最少限必要なPR手段です。そして、その配布先も団内だけではなく、市町村の行政関係や報道関係、タウン誌、ミニコミ誌、町の有力者、学校、ロータリークラブ、ライオンズクラブ、お世話になっ

ている方々なども対象にしたいものです。

- インターネットの活用

団の中にパソコンに詳しい人をお願いして、ホームページを立ち上げることも、少ない費用で大量の情報発信が可能になります。

- 地域の報道機関と連絡を

特に広報担当者は、役所などにある記者クラブや地元支局の記者の人たちと接触を保つ必要があります。また、市町村など行政機関の広報関係とも連絡を密にしたいものです。スカウト募集の際などに市町村の広報誌に掲載されれば、その効果は大きいものがありますので、原稿を持って訪問するとよいでしょう。また、特にタウン誌、ミニコミ誌なども地域の記事を欲しがっていますので喜んで採り上げてくれると思います。みなさんの地域にはどんな広報手段があるのか日頃から調べておいて接触しておくと思わぬ効果があります。

- 地域の人間関係を豊かに

PRの第一歩は、HR (Human Relations) “人間関係”にあるといわれますが、行政や報道関係者との人間関係は大切にしなければなりません。

親近感をお互いに持つようになれば一般の人々の興味をひく行事など、採り上げられるケースも増えるでしょう。PRが良い方向へ向くか、悪い方へころぶかは、広報担当者の努力次第です。たとえ活動中の事故の記事でも、日頃からの理解があれば、われわれの言い分もよく聞いてくれるはずです。

このほか、地域内のスカウト以外の青少年を団行事に招待したり、親子ハイクを呼び掛けたり、PTAの会合、自治会の集まりなどで、ポスターやビデオなどを使ってボーイスカウト運動の説明をしたり、あるいは活動の写真などを展示することも、地域の人たちとのコミュニケーションをつくることになり、この運動を認識してもらうことになります。

#### 4. 地区における広報活動

- 専任の広報担当者を

地区委員会に広報委員会を設置できればこれにこしたことはありませんが、それができない場合でも広報担当者をおきたいものです。

団の場合でも同じことがいえますが、特に地区以上の組織では関係する人々の範囲も広がりますから、必ず何人かは広報関係の仕事に携わっている人や関心をもった人がいるはず。その力を結集した広報活動は、きっと良い成果をもたらすでしょう。

- 連絡は必ず文書で

地区の広報担当者の仕事は、団とほとんど同じですが、機関誌（紙）を発行したり、地区行事などをもれなく報道関係者に連絡したりすることなどは習慣づけたいものです（口頭でなく、ぜひ文書で）。なぜならば、最初は記事として取り上げてもらえなくても、毎回送っていけば、先々何かの記事が書かれるときに、それまでのことが何らかの形で記憶されていて、良い方向に現れてくるはずですが。地区大会や地区のキャンポリーなどの行事は、そのつど報道関係に連絡し、特に指導者講習会などは、一般からのボランティアの参加を呼び掛ける意味からも、掲載されるように積極的に努力すべきでしょう。そして、地区の広報担当者は、団や県連盟の担当者とも密接な連絡を保ち、情報や広報に関するテクニックの交換を行い、常に最良のPRが行なえるように努力することが望まれます。

## 5. 県連盟における広報活動

- 担当者にはスカウティングだけでなく県連盟内の事情に明るい人を

現在、各県連盟において広報活動の重要性がますます認識されてきており、広報委員会の設置が相継いでいます。

また専任の広報担当者がおかれている県連盟も増えています。県連盟内の事務局長やコミッショナーと同じように、県連盟内の事情に通じた人が就任するのが適当であると思われれます。というのはあらゆる方面に県連盟を代表してスカウト運動を理解していただく努力をする必要があるからです。県庁内の関係課・室、地元有力紙、県内テレビはもちろん、中央紙の各支局とも連絡を密にする必要があります。

- 県庁の記者クラブを活用

県庁の記者クラブには主な報道機関はすべて入っており、県連盟の大きな行事はここを通じて発表すると良いでしょう。

また、記者クラブは輪番で各社の記者が幹事になるので、毎月何らかの形で接触していれば全部の記者と顔見知りになることもできます。

新聞、テレビ、ラジオ側からみれば古い出来事はニュース価値がないので、チャンスを逸しないように早めに連絡しなければなりません。

- 県連ニュース・行事の告知

県連ニュースや機関誌（紙）は定期あるいはなるべく回数を多く発行することが望ましく、このニュースを発行のつど多方面に配布するだけでもPRとなるものです。

また、県の社会教育（青少年教育）担当課と連絡を密にすることにより、県の後援や助成を申請するような場合にも、色々な面でスムーズに事が運べると思います。

県連盟段階での広報活動は、組織の拡大と充実のためには欠くことのできない重要な

活動であり、広報活動の成果が県連盟発展へ結びつくものです。広報関係者の一層の努力をお願いします。

## 6. 日本連盟における広報活動

### ● 現在あるものの効果的な利用

“PRが足りない” “もっと広報活動を徹底したら” の言葉は、どちらかといえば日本連盟に向けられる場合が多いようです。

コミュニケーション（伝達）の手段は多種多様にありますが、マスコミを使って宣伝をしてはということをよく耳にします。ボーイスカウトアメリカ連盟では“スカウト運動への勧誘”の番組をテレビで放映するケースもありますが、日本では費用の関係もあり、すぐ採り入れることはできません。しかし、限られた費用の中から、ビデオの製作やこれらのテレビ放映、リーフレットやポスターの配布、必要に応じパネルの作成、展示会などとのタイアップ、テレビ番組への出演の調整、マスコミとの接触などを広報委員会と組織拡充委員会などが連携して精力的に行っています。ただし、これらリーフレットやパンフレット、ビデオ、パネルなど作っても、その有効な利用方法については、日本連盟も県連盟などもまだまだ工夫の余地があるように思われます。周到な計画のもとにスカウト展、講演会・説明会などを開いて、現在あるものを有効に活用することが重要です。

## 7. 広報活動で最大の成果を

### ■組織としてどのように広報活動に取り組むか■

#### ● 報道機関に対する記事の提供および取材、報道の依頼

各地の日刊新聞や市町村の広報紙には、“読者のひろば”など、いろいろなコーナーを設けて読者の意見や情報を掲載しています。

われわれはこのような公的な報道機関を最大限に活用してPRにつとめましょう。

投稿する内容としては、各団のスカウト募集や奉仕活動の状況を始め、養護施設や老人ホームなどの訪問の記事や写真、県連や地区で主催する指導者講習会や研究会のお知らせ・新団結成のための説明会・スカウト展の予告、さらにスカウト関係者の意見投稿など、材料や原稿にことかくことはなく、われわれスカウト運動にたずさわるものが、このような積極的な意識のもとに全力を尽くせば、PRの効果は計り知れないものとなるでしょう。

#### ● 各種行事の活用

県連盟・地区・団の各種行事（〇〇周年記念など）をフルに利用してこの運動を理解してもらうための一助とすべきです。

「定期的」な方法としては、県や市または地域の定例行事に参加する形をとります。

例えば〇〇祭りとか△△△キャンペーンなどに、いわば便乗する形もよいでしょう。

### ● 講演会・説明会等

人を集めるためのお知らせやチラシの配布は、地域のケーブルテレビや公民館報あるいは自治会組織などの組織体を活用し、地域ぐるみでこの運動に参加するという意識の高揚につとめることも、大事な要素です。

このための会場の設定などは、行政機関や公民館、学校関係者などに協力をお願いし、スカウト運動への理解と参加の第一歩とすることが望めます。

またボーイスカウト団の未組織地区における、ロータリークラブ・ライオンズクラブあるいは青年会議所の例会に卓話を提供する機会をつくり、新団結成に対する理解と協力の道を開拓すべく努力しましょう。

説明会においては、組織拡充委員会や関係者の努力、あるいは講演会の度重なる開催などによって、ある地域に発団の動きがでてきたと感じられたら、できる限りすみやかに説明会やビデオ映写会を開催しましょう。

この際には普及用リーフレット・パンフレット各種や新団結成の趣意書などを準備します。

### ● PR誌、印刷物の刊行

各県連においては“スカウト〇〇”などの名称をつけた新聞や広報誌の発行（旬間より月刊が望ましい）を行い広範、多岐にわたるスカウト活動の実体を社会に周知させることに努力しましょう。

#### ※団広報誌発行のヒント

団広報誌は、「団全体でコミュニケーションをどのようにすればよいのか」という視点で考えます。

広報誌発行のメリットとして、団内部の連絡強化があります。（コミュニケーションの手段が増えます）。しかしそれだけではありません。

- ① 情報伝達・伝言板機能
- ② 活動方針、目標・目的の明確化
- ③ 活動報告
- ④ 啓蒙、意識のレベルアップ
- ⑤ 仲間意識の強化“ぼくたちの団”のシンボリック的存在として
- ⑥ 外部へ向けてのPR

など、数え上げればキリがないかもしれませんが、いろいろな要素がゴツタ煮の状態になるよう企画しましょう。発行担当者も読者も、企画を煮込めば煮込むほど味わいが出てきたと感じられるようになります。

## ■スカウトの活動を通じて・・・・・・・・■

ジャンボリー、キャンプ、県大会や地区ラリー等のイベントや団の周年行事や記念式典、団のお祭り等の行事は広報の絶好の機会です。必要に応じてなるべく関係の行政機関や町内会などの自治体、子供会や友好団体の代表や関係者を招待して、理解を深めてもらうことが大切です。

また、地域の方々と一緒に奉仕活動、地域のイベントやお祭りへの参加、地域の文化祭等への参加や地域の子ども達を募って1日スカウト体験会の開催など、プログラム活動を通じた関わりも取り組みやすく、またユニフォーム姿のスカウトの活動を目の当たりにすることにもなりたいへん効果があります。

さらには、公共交通機関での移動や駅や公園などでの集合の時、ハイキングなど、多くの方々の目に触れるところでユニフォームを着て活動すること自体が最良のPRとなります。

これらの実施に当たっては地域の方々が抱くボーイスカウトへのイメージ(スマートである、きちんとしている等)を考慮しなければなりません。

普段の活動を通じて、スカウトであることの意味の理解を促し、実行していくことの大切さを伝え、指導者が率先して自ら範を示すこと、そしてユニフォームに自信と誇りをもって着用することが、スカウトたちの健やかな成長に繋がります。その結果が、地域の方々のスカウト運動に対する評価に繋がっていきます。

団指導者は、機会を見つけては各種研修やラウンドテーブル等に参加したり、団担当コミッショナーの団訪問を積極的に受けるなど、スカウティングをより深く正しく理解し、実践できるよう努めたいものです。

## ■学校および行政機関との協力■

青少年の教育に悪い影響を与えている俗悪な文化のはんらんは、いくら学校教育が充実しても、社会がこの効果を妨げている場合が少なくありません。ここに青少年社会教育団体の果たすべき使命があります。家庭教育、学校教育、社会教育の3者が地域社会の中で密接に連携し、心身ともに子どもたちを健全に育成するためにそれぞれの使命と分野に力を発揮し、社会全体の問題としてこそはじめてその目的を達成することができます。

現在のところ、学校とスカウト組織との連絡はとかく不十分になりがちです。学校の先生が学校教育に専念するのは当然としても、地域の青少年団体活動にもっと深い関心と理解を持っていただき、われわれも学校教育にもっと関心をよせて青少年の指導上必要な連絡をしあいたいものです。両者の生活指導上の基本的な方針や内容、実施計画案等については話し合う必要を痛感します。団体が学校とメンバーの活動状況や生活態度について連絡しあい、情報を交換することによって、青少年の指導がいちだんと有効適切にできるようになるでしょう。そして、青少年団体と学校および行政機関とのコミュニ



ケーションを充分にとることができるようになれば、スカウト運動への関心・理解を深めることに繋がります。

## 8. マスコミ関係者と会うときのヒント

### 1 事前に

#### ① こちらから出かける場合

- 目的を明確に
- 口頭ではなく、必ず説明する資料を用意する。  
(ボーイスカウトとは?といった基本的な情報も必要です)
- 空振りに終わらぬよう、事前にできるだけ訪問や面談のアポイントメントをとる。(記者クラブの訪問は午後一番が良い。幹事社か行政の担当部署に聞いて加盟社分プラス行政分2部の資料を用意)

#### ② 先方からくる場合

- 取材の目的や趣旨、あるいはインタビューの場合には質問内容を、できれば事前に確かめておくことが必要です。それに応じて対応する人を選び、内容に従って資料を揃えたり回答をまとめておきます。

### 2 会ったとき

当日、記者に対応する責任者を決めて、必要な資料を用意しておいてください。開催要項はもちろんですが、当日の参加者数、最年少、最年長、外国や県外からの参加者など、特異さや広がり社会的な背景など記事に深みをつけるものを提供できれば、よりよい情報提供者といえます。

開会式などのセレモニーは、ほとんどの記事の対象にはならず、参加者がゲームやプログラムを楽しんでいる姿こそが記事になるのです。テレビ局の場合は、よりその志向が強く、「絵」を求めるでしょう。したがって、もっとも「絵」になるプログラムに案内することは、担当者の大切な仕事といえます。例えば、行事の目的を延々と話しても記事にすれば一行にしかありません。どんな長舌より、楽しんでいる参加者こそが、雄弁に行事の目的を表現しているのです。

- まず自分の立場を明確にし、相手の社名、氏名を確認する(名刺を交換すると良いでしょう)。
- 訪問の目的をハッキリと  
行事の説明などの場合、何の目的で行なうのか、狙いとそのもたらす結果をハッキリと説明する。マスコミは行事そのものの報道よりも、その行事による影響とか、一般の人々にどういう関係があるのかに関心をもつものです。

- 相手は忙しい人なので簡単に要件をしぼること。
- 一般の人にわかりにくいスカウト用語はできるだけ避けるか、あるいは必要な説明を加えて話をする。
- 相手の興味をひくのは良いが話をオーバーにしない。
- こちらから求めて取材にきてもらうときは、必ず応対する責任者を決めておき取材の便宜をはかる。
- 取材の便宜は各社公平に。

### 3 事後

- 掲載（放送）後、簡単な礼状を出しておけばパーフェクトです。この場合も格式ばった礼状は、若い記者にはふさわしくありません。記事の感想をさらりと書くぐらいが適当だと思います。
- 間違った内容で掲載された場合は具体的に事実を提示して訂正を求めておく。あくまでも相手の感情を損なわないようにして。（次の取材のときに効果があります。）

いずれの場合も、マスコミに悪感情を与えることのないよう常に友好的に接し、この運動に好意をもって取材してもらえるように努力する必要があります。

- ※ a 報道取材の依頼は、必ず文書で行ないましょう。
- ※ b 取材報道されたものに対しては、礼状の発送を確実にしましょう。
- ※ c 報道取材の依頼は、各報道機関にもれなく実施しましょう。
- ※ d 報道されなくても、繰り返し、そのつど依頼することに留意しましょう。
- ※ e マスコミ関係者と、個人的親交をもつことに努力しましょう。

広報活動を成功させる方法は、正確な事実を伝えることです。

1. うそや作りあげたものは論外として、あいまいな表現や誇張や水増しをしないで、正確に、そして簡潔に伝達すること。
  2. ニュースの6条件  
だれが、どこで、いつ、なにを、どのように、なぜ Who Where  
When What How Why を忘れぬこと。
  3. 新しい行事や社会的に関心のあること。タイミングのずれたものはニュースバリューを失うし、興味や関心が薄れます。
  4. ポイントをしぼる。  
あれもこれも盛りだくさんにして焦点がぼけないように。
- 以上のことが成功する秘訣といえるでしょう。

広報担当者を決めて、責任ある情報を発信することは、基本中の基本です。確実な情報を適切なルートで提供するようにしなければなりません。最初から最後まで一貫して責任を持つ広報担当者の存在は、行事のみならず、組織にとって絶対に必要なことではないでしょうか。

## 9. プレスリリースの書き方

ここでは行事の取材依頼の書き方について考えてみます。取材依頼書にはマスコミが行事を取材するかしないか判断するための情報を盛り込まなくてはなりません。特段の書式はありませんが、A4判の用紙に行事名、開催日時、開催場所、行事の目的、参加予定人数、主なプログラムなど行事の全体像が把握できる内容、問合せ先を明記したプレスリリースを各マスコミに配布します。

配布先は、日本連盟主催であれば通常、教育記者クラブです。県単位の行事の場合は、県政記者クラブ、地区や団の行事であれば市政記者クラブか、支局に必要数を持参します。

記者クラブには、月ごとに幹事がいて対応してくれますが、いない場合でも行政の担当部署に連絡に依頼すれば、各社に配布してくれます。ただケーブルテレビは基本的に記者クラブに加盟していませんので郵送やFAXで連絡することが必要です。

主催者の中には、確実に取材の約束を取り付けようとして、訪問して依頼することもあります。が、どんな事件・事故が発生するかわからないので、記事の掲載や放送を約束できる記者や編集者はいませんから、訪問はほどほどにしたほうがよいと思います。

日本ジャンボリーのような大きなイベントでは、記者会見をすることがあります。

一例としてプレスリリースのサンプルを添付します

＜マスコミ案内状 例＞

@@県政記者クラブ  
加盟各社様

平成 18 年 5 月 28 日  
ボーイスカウト@@県連盟  
理事長 氏 名

県合同野営大会の開催について

平素からボーイスカウト運動にご理解とご支援いただき、深く感謝いたしております。さて、ボーイスカウト@@県連盟では 4 年に一度の合同野営大会を下記要領で実施することとなりました。県内各地から 8 歳から 18 歳までのスカウトや指導者などおよそ 1500 人が参加して大自然の中で 4 日間に渡り、さまざまなプログラムを展開します。

✓ 昨今、少年による非行が大きな社会問題となっていますが、同年代のスカウトたちの活動の様子を通じて、青少年育成に取り組むボーイスカウト運動の一端をご紹介します。

記

1. 名 称
2. 日 時
3. 場 所
4. 参加人数
5. 主 催
6. 後 援
7. 内 容

詳しくは別紙要項をご覧ください

8. 連絡先 事 前 氏 名 電 話  
大会期間中 氏 名 電 話

✓ 大会 2 日目の「県連創立 80 周年記念セレモニー」には、知事も出席する予定です。

以 上