

コミュニケーションの具体的手法

国土交通省 航空局

平成27年3月16日

コミュニケーションの具体的手法

コミュニケーション手法(類型)

類型	手法の主な機能や特徴	代表的な手法
説明	説明を主たる目的とする手法	<ul style="list-style-type: none"> ● 説明会(教室型) ● 説明会(オープンハウス)
意見交換	対話を通じて意見交換を行う手法	<ul style="list-style-type: none"> ● コミュニティー・ミーティング
テーマ別議論	参加者が共同で特定の課題解決に向けて議論する手法	<ul style="list-style-type: none"> ● ワークショップ
情報提供・意見把握	メディア、広報物、イベント等を通じて情報提供や意見把握を目的とする手法	<ul style="list-style-type: none"> ● メディア(TV、新聞等) ● シンポジウム ● パンフレット ● ニュースレター ● ポスター、広告 ● 区報、町内会広報等 ● ホームページ ● ソーシャルメディア(twitter、facebook等)

説明会(教室型)

概要

- 発表者が説明し、聴衆は説明者に向かって着座。質疑応答も実施。
- 参加者は限定しない場合が多いが、決められた時間帯(1~2時間程度)に参加できる方のみ参加可能。

特徴

- 同時に大勢の聴衆に同じ情報を提供することが可能。
- 慣習的に公式または準公式的な手続きとして用いられることが多い。

課題

- 説明や質疑応答の時間の制約から、提供する情報については大雑把なものとなりがち。
- 質疑は一度に一人しかできない。
- 行政対市民の対立的な構図になりやすい。



出典: 福岡空港調査連絡調整会議HP(福岡空港プロジェクト)

説明会(オープンハウス型)

概要

- 説明パネルを展示し、参加者が自由に閲覧。巡回する担当者や質疑応答を実施。
- 参加者は通常限定しない。開催中(数日間)にいつでも参加可能。

特徴

- きめ細やかに情報提供できるとともに、参加者から意見、質問、懸念等を丁寧に聴取することが可能。
- 参加時間内であれば巡回する担当者や自由に対話することが可能。

課題

- 市民どうしの深い議論は生まれにくい。



出典: 福岡空港調査連絡調整会議HP(福岡空港プロジェクト)

コミュニティー・ミーティング

概要

- 地域や特定の集団と意見交換を行う非公式な小規模集会を実施。

特徴

- より細かな意見収集が可能。特定の集団との相互理解を構築。

課題

- 参加者は限定される。



出典: 静岡県HP(沼津駅付近鉄道高架事業)

ワークショップ

概要

- 特定のテーマや課題について議論する会議。複数回に渡って開催し、議論の結果をとりまとめ。

特徴

- 密なコミュニケーションを担保するため、10人前後のグループごとに議論し、参加者も固定メンバーとすることが多い。
- 対話を通じて参加者の意見を深堀することで、参加者が相互に考え方や事情を理解し合うとともに、テーマや課題についての意見の集約や調整を図ることが可能。

課題

- 対話を円滑に進めるため、第三者的立場から調整役・進行役となるファシリテーターが関わることも多い。
- 参加者は限定される。



出典: 国土交通省関東地方整備局HP(日立道路再検討プロジェクト)

コミュニケーションの具体的手法

メディア(TV、新聞等)

概要

- テレビ番組、新聞広告等のマスメディアを通じた広報活動の実施。

特徴

- メディアに触れることのできるすべての人を対象に、効果的かつ広範囲に情報を提供することが可能。

課題

- 他の手法と比して多額の費用が必要。
- 対話には不向き。



出典: 内閣府大臣官房HP



出典: 国土交通省関東地方整備局HP

シンポジウム

概要

- 聴衆の前で、特定のテーマに関する考え方や論点を広く伝えるため、専門家や有識者の基調講演やパネルディスカッションを実施。

特徴

- 多くの参加者に同時に情報提供が可能。
- マスコミに取り上げられやすく、開催したこと自体がメッセージ性を持つ。

課題

- 意見募集を行うことも多いが、とりあげられる意見は少なく、対話は限定される。



出典: 国土交通省関東地方整備局HP
(国土形成計画シンポジウム)



出典: 全国市長会HP
(第9回都市計画シンポジウム)

コミュニケーションの具体的手法

パンフレット、ニュースレター等

概要

- 文章や写真で分かりやすく印刷物として情報提供を実施。

特徴

- 手元に残る利点等から、従来から最も一般的な情報資料として活用。
- タイムリーなニュースレターは高齢者にとっての主要な情報源となる。
- 広報資料を組み合わせることで、広域から地元まで広くカバーすることが可能。

課題

- 随時更新が必要な場合はパンフレットは不向き。
- 他の配布物等に紛れて読まれない可能性。
- 取り上げる内容や論調が一方的にならないよう工夫が必要。



出典：国土交通省中部地方整備局HP(土岐川庄内川コレカラプロジェクト)

ホームページ

概要

- ホームページを開設し情報提供を実施。

特徴

- 最新情報を迅速かつ広範囲に提供でき、関連情報を記録しておくアーカイブとしての機能を持つ。
- 質問、意見等の聴取も可能。

課題

- 情報格差(デジタルデバインド)に配慮が必要(特に高齢者)。
- 多くの閲覧を得るためには、頻繁な情報更新が必要。
- 直接の対話にはなりづらい。



出典：内閣府HP (那覇空港プロジェクト)



出典：横浜市道路局HP (横浜環状北西線)

ソーシャルメディア (twitter, facebook等)

概要

- 近年急速に普及しつつあるSNSを通じた広報や情報交換。

特徴

- 通常の方法では情報が行き渡りにくい若年層や女性層への露出度が高い。

課題

- SNS上のコミュニケーションでは、頻繁な情報更新が必要。
- 多様な意見や誤った情報が流通することなどを防ぐため、対話内容を常時管理することが必要。



出典: 首相官邸Twitter



出典: 防災大島 Twitter



出典: 安倍晋三首相 Facebook