

広報についての考察

岡崎営林署 東 章

1. はじめに

今日の国有林野事業の厳しさは空前絶後の感がする。この現状を打開するための改善計画の改訂強化は、国有林野事業にとって、未曾有の大改革とって過言であるまい。

しかし、このような森林林業の不振は、林業が産業として存立できなくなるという、いわば、国策のひずみが惹起した産業現象であって、ひとり企業内の自助努力だけでは、到底解決しがたい問題であろう。

つまり、政府の産業構造政策を根本的に修正しない限り、森林林業の窮状打開は不可能というのが今日の常識ではなからうか。

こうした現状認識にたつなら、政策を転換するためには、世論の喚起が不可欠の条件であろうし、そのための広報宣伝活動は林野庁における緊急必須作業であると考ええる。

しかしながら、過日岐阜市で開催されたシンポジウムで、林野庁の広報宣伝活動の低調さを指摘されたが、営林署の広報宣伝活動も例外ではなく、人員の配置、人材の育成指導、予算措置などのからみから他の事業を圧迫し、まさにお荷物的存在になっているのが現状である。

さて、一口に広報活動といっても、その様子は様々であるが、その中から今回は、広報について私の考察をのべてみたい。

2. 現行広報の目的

広報の目的は、業務に関する情報の提供、計画、方針の伝達、または経過報告である。

3. 広報は読まれているか。

広報の第一条件は、「読まれる」ことであると考えるが、残念なことにあまり読まれていない。特にメイン記事にその傾向が強い。

4. なぜ読まれないか。

- (1) 文章がかたすぎる。
- (2) 編集がまずい。
- (3) 云わんとなることが分っているという観念的発想からの拒否。

(4) 当局に都合のよいことしか書いていないという発想からの不信感。

5. どうしたら読まれるか。

- (1) 文書をできるだけやさしくする。
- (2) 投稿、写真、カットなどにより紙面を活性化する。
- (3) タイトルや、サブタイトルの工夫によって読む意欲を刺戟する。
- (4) 紙面に空白を多く設ける。
- (5) 業務関係の記事は要点を整理して箇条書とし簡単に解説する。
- (6) 業務関係の記事についての感想、意見などを掲載する。
- (7) 業務関係記事 6 に対し投稿記事など 4 の割合で編集する。

6. 広報宣伝活動の問題点

- (1) 担当の育成指導がなっていない。
- (2) 幹部に広報宣伝活動の認識がうすい。
- (3) 予算措置がなっていない。

7. 広報の目的はこうあってほしい。

- (1) 業務に関する情報の提供、計画、方針の伝達、経過報告等々。
- (2) 職場にうるおいを与える文化性、潤沢な人間関係の醸成。
- (3) 地域住民にむけての啓蒙宣伝。

8. む す び

森林林業の冬の時代は、とりまく情勢をみる限り、相当長期にわたることを覚悟せねばならない。それだけに広報宣伝活動の重要性は益々高まってこよう。

今日地方自治体では、膨大な人と金を投じて広報の発行に努力しているし、警察の駐在所においても、瓦版を発行して住民とのコミュニケーションを図るご時世なのである。

最近林野庁は、テレビ、ラジオを通じて森林の宣伝につとめているが、これはマスコミを媒体とした宣伝であって、営林署が行う森林教室や広報宣伝など、ダイレクトな活動とは実効性において差があるとおもう。

ここのような認識にたつなら、営林署の広報も地域住民を対象に内容の軌道修正を行うとか、あるいは、地域むけの情宣紙を別途発行するなど、積極的な姿勢が必要だと考える。

いま、我々にとって一番大事なことは、役人の古い固定観念を払拭し、新しい試みに積極的に

チャレンジすることではなかろうか。

広報にあっても、旧来の因襲から脱しえないなら、職員はおろか、国民の理解と協力も得難く、森林林業の黎明は益々遠のいてしまう。

森林林業の再建は、林業という産業を、いかに山村に蘇らせるかという、きわめて政治的な問題であるが、だからといって、このことを避けて森林林業の再生はあり得ないと考える。

広報は、そのための強力な手段のひとつである。広報に対する古典的な発想を改め、新しい時代にふさわしい広報の誕生がいま望まれているとおもう。

「出る杭は打たれるが、出ない杭は腐る」という諺がある。森林林業の重大な危機を目前にして、真に国有林を愛し、森林林業の未来を憂えるなら、少なくとも腐る杭にだけはならないと思うのである。