

# 農研機構広報戦略

2017年 6月1日 制定

## 1. 背景及び基本的な考え方

- (1) 国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構（以下「農研機構」という。）は、公的機関として活動の透明性を担保することが重要であり、また、第4期中長期計画（以下「中長期計画」という。）及び「農研機構における産学官連携・普及・広報に関する基本方針」（以下、「基本方針」という。）において、広報戦略を策定することとされている。
- (2) 広報戦略策定の目的は、① 農研機構の活動内容や研究成果などを、農業者や食品企業など産業界のユーザーや一般国民に正しく理解してもらうための方策を定め、これに従い農研機構全体が広報活動を強化することにより、研究成果の最大化、とりわけその社会実装を促進するほか、② 広報を単なるお知らせにとどめずに、広報の結果として寄せられた意見などを真摯に受け止め、農研機構が行う研究内容等の改善につなげていくことにある。
- (3) 従来の農研機構の広報の問題は、以下の3点に集約される。
- ① 専門用語が多いなど、わかりづらい
  - ② 広報の受け手が多様であるにも関わらず、受け手の関心や理解度に応じた情報発信になっていない、
  - ③ 内部の研究部門・重点化研究センター・地域農業研究センター等（以下「研究センター等」という）が前面に出ている上、これらの広報の手法が異なる等の理由から、農研機構としての知名度が低い、多くの優れた研究成果を生み出しているにもかかわらず、ユーザー及び国民の農研機構への理解や信頼が高まらない、
- (4) このような問題を解決するため、以下のように進める。
- ① 広報内容を、受け手の立場に立ったわかりやすいものにする、
  - ② 広報の受け手を階層に分け、それぞれに応じた情報発信を行う、
  - ③ 農研機構として統一された広報の下で、広報担当部署だけでなく、役職員の一人ひとりがそれぞれの立場で広報マンとして取り組むことで、マスメディア向け情報発信を強化する。
- 上記の結果として、農研機構の知名度・イメージ向上をめざす。  
実施に当たっては、双方向（ユーザー向けの発信においては特に留意）

のコミュニケーションに努めるとともに、その効果を検証（PDCAサイクルの徹底）し、不断の見直しを行うこととする。

- (5) なお、広報には、研究成果を相対でユーザーに伝えることは含めない（これは、「連携活動」として整理する）。

## 2. 具体的な戦略（特に強化すべき点）

### (1) わかりやすい広報に向けて

#### (ア) プレスリリースの改善

プレスリリースを平易でわかりやすいものにするために、作成プロセスを改善する。その上で、正確性を担保する観点から、理事等によるチェック体制を整備する。また、プレスリリースを行う案件の選定に当たっては、客観的な視点から妥当性を検討する。プレスリリースのうち、重要なものは、レクチャー形式で行うように努め、研究者が自ら記者に説明する機会を設ける。

#### (イ) ウェブサイトの掲載内容の見直し

全体にわかりやすさを重視し、特に研究成果については、その概要や効果などが一目で分かるようなコンテンツを作り、掲載する。関心を持たれた事項については、継続的に深く説明した資料も掲示する。また、研究現場や研究者の写真の掲載などを増やし、親しみやすい内容とする。

#### (ウ) 動画発信の拡大

写真や図表だけでは研究内容が伝わりづらい成果については、成果の利用を拡大することが期待できるように動画による情報発信を行い、またその動画によるコンテンツを大幅に増やしていくこととする。

成果を簡潔に説明する動画（短編）と研究成果をより深く紹介する動画（長編）の二種類を作成し、ウェブサイトに掲載していく。特に、研究の現場や研究者に的を絞った動画を重視する。このための動画編集のスキルの向上を図る観点から、当面は外部に作成を委託しつつも、将来は本部だけでなく、研究センター等が自ら作成できるよう、技術移転及び研修を行う。

このほか、動画の特徴を活かした研究場面の映像を保存し、プレス等に提供できるように努める。

## **(エ) 必要な体制の強化**

外部からの専門人材の任用を含めて、体制を強化する。

## **(2) 階層別情報発信の強化**

### **(ア) ウェブサイトの設計の見直し**

受け手に応じたウェブサイトの全面リニューアルを、29年度中に行う。具体的には、ウェブサイトのトップページを、受け手を意識してターゲット別にカテゴライズするとともに、これに続くコンテンツを整理し、検索者が迷わないような設計とする。また、農業者が広くスマートフォンやタブレットなどを利用していることに考慮し、それらにも対応できるサイトに改める。

### **(イ) 内部組織の役割分担の明確化**

機関誌の発行等、本部の行う広報は一般国民を主なターゲットとする。一方、研究センター等は、専門性、地域性を重視したユーザー向け情報発信に重点を置く。

## **(3) 知名度・イメージの向上**

### **(ア) 内部広報の強化**

5千名を越える農研機構の役職員一人一人が、農研機構の成果を伝える広報担当であることを自覚して活動できるよう、これまであまり実施されていなかった「内部広報」を強化する。このために、定期的に発行する機関誌の役職員への配布等を行う。

### **(イ) 一般紙・テレビ向け情報発信の強化**

従来は技術専門紙への掲載はユーザー向け情報発信として重要ではあるものの、より広く一般国民に農研機構を知ってもらうために、一般紙への掲載を特に重視する。ストーリー性を持たせた発信に注力するとともに、農林水産省で定期的な発表（実物を持ち込むように努める）を行うことや共同取材などにおいて現場を見せることを重視する。

このほか、テレビ番組が影響力が大きいマスメディアの一つであることに考慮し、テレビ番組への研究者の出演や研究成果等に係る映像や画像の登場を増やすよう努める。また、番組作成への協力依頼があ

った場合には、できるかぎり機動的かつ迅速に先方が望むサービスを提供する。

なお、農研機構が行う情報発信及び取材協力にあたっては、報道内容が国民に正確な情報を提供するものとなることに特に留意する。

#### **(ウ) トップからの情報発信の強化**

情報発信の責務は役職員全員が負っているが、最も効果的な情報発信者は、理事長であることに鑑み、理事長からの情報発信の頻度を高める。

また、地域では各地域農研センターの所長が、理事長の代行として、その任に当たる。具体的には、理事長や所長が記者レクの場合やメディアの集いなどに積極的に参加し、自らの言葉で組織の理念や研究成果を語る機会を増やす。

#### **(エ) ウェブサイトにおける研究者情報の充実**

ウェブサイトにおける研究者情報（リサーチマップを利用）は充実してきているが、情報内容が専門的に過ぎることから、各研究者が自らの研究内容をわかりやすく紹介した資料を作り、これをウェブサイトの研究者情報に連動させる。これによって、広く国民に農研機構の研究内容を知ってもらうとともに、農研機構との共同研究を希望する企業等が農研機構のパートナーを探す際の参考にしてもらう。

#### **(オ) 展示施設、イベントの活用**

展示施設をより魅力的なものとするよう、展示内容をユーザー視点から見直す。イベントの企画開催は、研究成果を広く国民に啓発し、また地域住民の農研機構への理解を深める重要な双方向の広報ツールと考え、積極的に取り組んでいく。これらは広報活動に関しての経験が浅い研究者の一般向けのプレゼンテーション能力を高める場としても活用を図る。イベント等で使用した資料は一般向けにわかりやすいものであるので、ウェブサイトに掲示するなどして活用する。

#### **(4) 特に留意する必要のある広報**

震災に伴う放射線関連研究、動物衛生（鳥インフル、口蹄疫等）関連の調査・研究などの危害関連の研究成果等の広報に当たっては、その影響を考慮し、行政との連携に特に留意して行う。

また、食品機能性関連の研究、遺伝子組換え技術に関する研究、消費者の関心が特に高いテーマ等に関する広報については、社会の誤解を招くことがないように、発信内容を特に精査した上で行う。

このほか、事件、事故、不祥事などの公表については、事前に体制作りやルール作りに取り組むとともに、それらの危機発生時における広報の対応やマスコミ対応などを迅速かつ正確に行えるよう、事前にマニュアルを作成する。

#### **(5) 双方向コミュニケーションの強化**

外部からの問合せについては、口頭で答えられる簡単な問合せ等を除き、内容に誤解がないよう、農研機構ウェブサイト等を通じた文書による問合せを利用するよう求める。対応に当たっては、迅速・丁寧に対応するよう努める。また、問合せの中から明らかになった研究ニーズや問題点は、機構内で共有できる仕組みを作る。

#### **(6) PDCAサイクルの徹底**

広報活動の課題や問題点を洗い出し、年度計画などに改善方向内容を含める。プレスリリースについては、メディアへの取り上げられ方について定性的・定量的に分析を行い、プレスリリースの手法を改善する。ウェブサイトについては、トピック等各主要項目のアクセス数を随時計測し、内容・構成に反映させる。広報誌については、読者アンケート等を行い、内容を刷新していく。

#### **(7) 国際広報の位置づけ**

英語版ウェブサイトのコンテンツの充実に引き続き努める。海外向け情報発信サービスを利用した情報発信については、研究機関の国際的な信用を高める上で有効ではあるものの、費用及び国内広報の方がより重要性が高いことに留意して、優先順位を考えながら進める。

#### **(8) 広報担当者のスキルアップと外部人材の登用**

専門性の高い分野、特にウェブサイトや広報誌のデザイン、動画、プレスリリースのアドバイザーなどについては当面、外部からの登用を図る。中長期にはOJT等により広報業務に携わる人材が自ら実施できるようスキルアップを図るとともに、それぞれの技能が発揮できる環境を整える。