

SCOUTING

No.558 スカウティング

11
1999

今すぐ始められる

団の広報 **A to Z**



財団法人

ボーイスカウト日本連盟

特集

今スグ始められる

団の広報

A to Z



これから広報活動を担当しようという人から、「まず何から学ばよいですか？」と質問されると困ってしまいます。「広報」という分野でやるべきことは、考え出すとキリがありません。順序よく、あるいは段階を踏みながら勉強できればよいのですが、実際には様々な事柄がバラバラに発生し、同時進行でいくつものテーマに対処しなくてはなりません。広報担当を引き受けた瞬間から、現場の感覚を少しでも早く身につけ、習うより慣れろで体当たりするしかないのです。

今月の特集では、広報のAtoZということで、「団の広報誌作り」「マスコミへの対応」「広報担当としての心構え」を中心に、キーワードを拾っています。Aから順に読んでもらっても、気になるワードだけ拾い読みしてもらっても、何かのヒントになればという言葉や短い文にまとめてあります。どこからどう読んでもらっても結構です。ちょっとした言葉遊びとして楽しんでください。

A Approach 近づきまじけん

それが、仲間内に対する予定や計画の案内であっても、外部の一般の人々に対する情報伝達であっても、「広報活動」として最も大切なことは、相手に近づくといい姿勢です。

向こうからこちら側へ来てくれるのを待っていても、何も進展は望めません。またこちらから距離を縮める努力をせず一方的に情報を発信しても、相手には届かないものです。

コミュニケーションをする上で呼びかけ方、話しかけ方、自己紹介・PRをする上でのマナー等、こちらから一歩進み出て、相手に近づこうという意識をまず持ちましょう。

B Beautiful 美シク

文字の姿、形の美しさだけではありません。文体や言葉の選び方の美しさも含まれます。ただし注意しなくてはいけないのは、妙に気取って格好をつけたたり、装飾過剰にならないことです。文章を書く場合は、読み手のことを考え、一文字一文字丁



団の機関紙送ってください

あなたの団で発行されている機関紙を編集部まで送ってください。取材中の苦勞話やデザインの工夫点なども添えていただければ幸いです。誌上でご紹介いたします。

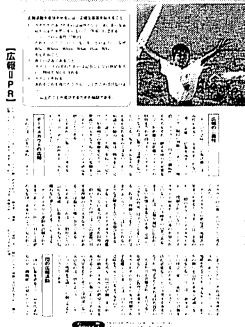
前回「団の広報」を「スカウティング」の特集に取り上げたのはおよそ三年前、九六年二月号になります。その後、弊誌に寄せられるおたよりの中に、各団で独自に発行している「広報誌」やその取材・編集にまつわる苦勞話等が増えたように思います。また、マスコミにこんな風に働きかけて「新聞に載った」「テレビに映った」といった内容のものも、自慢および自己満足中心のものから、「スカウティング」をおして経験を役立ててもらおうというスタイルのものが多く見られるようになりました。

この三年間で、ボーイスカウト各団の広報に対する意識は格段の進歩があったように思われます。以前は、「本当によい活動をしていたら、何もなくても理解してもらえるはず」とが、「普通に活動をしている姿を外部の人に見られているのだから、それ自体が宣伝になっているはずだ」といった屁理屈を平気で口にする人もいたようです。現在、ボーイスカウトの加盟員で広報活動の重要性を認識していない方は、まづいらないでしょう。ただし、十分に内容の濃い広報活動ができているかという点、頭の痛いところではないでしょうか。

使って、手間をかけて表現させていくことに意味があるのです。どなたかのコネにたよる方法もあるでしょう。使わない手はありません。しかし、正面玄関からまっすぐ入っていても、それ以上の成果をあげることも可能です。「知識」「経験」「誠実さ」「根気」広報担当に求められるものは、その気になれば誰もが手に入れることができます。A-Zの各項で述べられていることに、反対意見や批判もあるかもしれませんが、「私の経験したことはこうでしたよ」「私は現場では、これとは違ったこういう信念を持ってやっている」「この特集を讀んだ方々からのおたよりをたのしみに待っています。」



団における広報マニュアル



96.12月号

寧に書くことです。

難しい言葉を使ったり、広告のキヤッチコピーのような気の利いた表現をしようと気負う必要はありません。文章を書くことに自信のない人ほど、字をくずして書いたり、凝ったいいまわしをしてみたり、一文がだらだらと長くなったりして、だいたい失敗しています。

うまい、へたより、「丁寧」「シンプル」「短く」を心がけるのが、ビューティフルな原稿作りの基本です。

Compact コンパクト

「あれもいいたい。これも伝えたい」と思うのは人情。ただ情報の受け手側は、貴方の発信した情報だけを受け取るわけではありません。



例えば、マスコミ関係で、一般からの情報を受け付けている部署には、毎日段ボール箱に何杯という単位で情報が届きます。担当者はそれらを一点一点チェックするのです。その中には、例えば貴方の団が「募金活動に協力」という取材依頼を発信したなら、それも入っているのです。

「じゃあ封筒を大きくして目立とう」「色をハデにしよう」「資料を大量に入れておこう」という作戦は、効果的ではありません。それよりも、活動の主旨、時間、場所等、要点を簡潔にまとめたシートを数枚、これに連絡先を明記しておけば充分です。

Direction ディレクション

広告や放送業界というディレクターとは、現場監督のこと。その場を取りまとめるとかスムーズに流れるように指揮をとるという意味で、最近では一般にも広くディレクションという言葉が使用されています。

団の広報活動にもディレクション



今スグ始められる 団の広報 A to Z



募集

新聞に載ったぞ!!

あなたの団の活動が記事として掲載された新聞の切り抜きや、何かの式典の報道写真で後ろに制服姿のスカウトたちが写っている等、おもしろいエピソードと一緒に送ってください。

の意識は必要です。せっかく取材に
来てもらえることがあっても、段取
りが悪く、どこをどう見てもらえ
よいかわからずムダな時間ばかり
過ぎるということがあります。

接遇的なサービス（お茶を用意す
るとか…）等は、あまり必要あり
ません。本題である取材対象を、手
際よく案内する仕切り屋さんのな役
割を果たす人が必要でしょう。

E Example 例えば…

「ボーイスカウトでは、野外活動を
します」：身内というか、加盟員やス
カウト関係者にはそれ以上の説明は
必要ないのですが、一般の人には、
知られているようで知られていない
と思つた方がよいでしょう。

特別なテーマや専門的な活動のプ
ログラムということではないにして
も、相手により正確にイメージして
もらうために、「例えば○○のような
ゲームをします」とか「例えば□□
等に役立ってます」と具体的な例を添

えて示すことは、理解を深めてもら
う上で大切です。

F Friendly 友好的に

こちら側のPRになるように扱っ
てもらうという願いをこめて情報を
発信するのですから、友好的な気持
ちであることは間違いないでしょう。

ただ、相手側がマスコミ関係の場
合等、彼らも視聴率や売り上げ部数
をにらみながら、時間との戦いに明
け暮れているのです。相手の都合や
立場を理解した上で、フレンドリー
な関係作りを目指しましょう。

G Global 地球的規模

ボーイスカウト運動は、地球的規
模で展開されています。世界の各国
にボーイスカウトの仲間がいます。

日頃の活動の中で忘れてしまつてい
ますが、青少年育成団体や社会教育
の団体の活動にあつて、かなり大き
な特徴であり、すごいことなのです。

国際化がいわれ、海外進出が話題
となる昨今、ボーイスカウトの存在
はかなり注目に値するものなのです。

H Hand-made 手作りの

団報や、記念誌等、きちんとした
形に仕上げたいものはいろいろとあ
ります。予算が許すのであれば、
様々なアイデアを盛り込みたい…と
なるものです。

また月刊でも隔月刊でも、あるい
は季刊でも、節目ごとにしつかりし
たものができれば、内部的にも思い
出や記念として残せるし、外部の人
に見ていただいても、活動を理解し
てもらつたためにとても役立ちます。
また人は、無意識のうちに、定期的
な発行物を持つているところはしつ
かりした組織であると評価します。

デザイナーをプロに頼んだとか、カ
ラー写真入りで印刷したとか、そ
ういうことではありません。できるだ
け自分たちで手作りの方があなた
かみもあり、実態が伝わってきます。

I Illustration イラストレーション

手作りで発行物を作ろう！となる
と、ぜひほしくなるのがイラストレ
ーション。書店に行けば、そのま
ま切つて貼つて使用できるイラスト集
等が売られています。季節に応じた
さし絵や日頃のちよつとしたスナッ
プ的なシーン、動物のキャラクター
等、使い勝手のよさそうなイラスト
がたくさん収録されています。

でも、もし絵を描くことが嫌いで
なければ、少々ヘタでも、オリジナ
ルのイラストを描いてみることをお
すすめします。また、スカウトたち
に活動の中で楽しかった場面を描い
てもらつて、それを使用するとい
うのもよいでしょう。

J Japanese 日本語

『スカウティング』誌上においても、
日本語の乱れというか、正しくない
言葉の使い方や不適切な表現で、読



【究極の餅つきレポート募集】

年末年始の活動で餅つきを行う団は多く、編集部には毎年たくさんレポートが寄せられます。そこで、「これぞボーイスカウトの餅つきだ」と叫びたくなるような、究極の餅つき自慢レポートを募集します。



今スグ始められる 団の広報 A to Z

多くの人が考えるようになりまして。

野外活動の専門家としてみれば、

「それとこれと一緒にして論じてほしくない」というところでしょうし、

安全な使用法はもちろん、ナイフを

通して得ることができる教育的なプロセス面も訴えたいところでしょう。

信念に基づいて発言したいが、誤

解を招くかもしれないので控えているという指導者の話も聞かれます。

出し方とタイミングを誤れば、一部

のマスコミから集中攻撃も受けかねないからです。

確かに難しい問題ですが、決して

逃げてはならないテーマです。

L Layout レイアウト

難しい問題はちよつと横に置いておくとして、楽しい団の活動を紹介する広報誌に話を戻しましょう。

どの記事をどこに配置するか、見

出しの大きさ、写真の位置、イラスト、

囲みのケイ線はどうするか等を

計画することになります。慣れな

いと頭が痛くなってきますが、慣れるときほどでもありません。

基本となるのは、人間の生理的な

目の動き、決して直線的ではなく8の字や∞を描くように視線は流れていきます。じつとしていられないのです。

この流れに沿うと気持ちよくスラスラと読みやすく、流れに逆らう場所や大きく曲がる場所に見出しや写真を置くと目立つということになります。

この極意を身体にしみつければ、まとまりのよい誌面作りが表現するのです。

M Manpower 人材

広報活動、特に広報誌を作ろうと思えば、優秀な人材が必要となります。

でも特別な才能を持った人が必要かという点、そうではありません。

「責任感がある人」「判断力がある人」

「体力がある人」…自分の意見を持たない人や、他人まかせにする人は不向きです。

経験がなくわからないことが多く

でも、まじめに取材をする行動力と、見聞きたことを素直に書くことができればOK。次々とアイデアが飛び出したり、他人の意見に対し、「それだっつらもつとこうした方がおもしろい」とか、「私だっつらもつとこんなことを知っている」と自慢するタイプには、口ばかりが達者で、編集者として実力が伴わない人もいるので要注意。

N News value 報道価値

貴方がこれから自団の広報誌を作るにしても、マスコミに活動を取り上げてもらうべくPRするにしても、

報道価値があるかないか、高いか低いかということは常に意識しておかなくてはなりません。「旬のネタ」であるかどうかということです。

「野外活動」「余暇活動」「学校外教育」「社会貢献」「地域への奉仕活動」

「国際交流」「環境保護」…ボーイスカウトの中には、どこを切ってもおいしいネタが出てきそうな要素がた

O Opinion 意見

広報誌の編集者の立場は、時として難しくなる場合があります。発行者である組織の視点から書くか、中立の立場をとるかということです。

上の考えを下に伝えるのが広報誌であるという、どちらかという古い考えもありますが、今は、参加する人々の横のつながりを強くするの

が広報誌であるという、比較的新しい

つづり詰まっています。それが季節を感じられるか、先取りするようなネタであれば、出し方を間違わない限り、内外の誰からも注目を浴びる価値を持っている可能性があります。

ボーイスカウトの活動に、もつと自信を持っていいかもしれません。

広報担当者セミナーを終えて

総務委員会委員長
鈴木国夫

県連盟広報委員長会同に始まり三年目を迎えました広報担当者セミナーは、本年度から機構改革により新しく総務委員会が担当することになりました。当委員会は従来の組織 拡張委員会の役務も引き継いでおり、また組織・拡張と広報は密接な関係がありますので、広報担当の方々にも組織拡充について理解・協力を



いただきたいため、事業計画を説明いたしました。いきなりの説明で戸惑った方もおられたかと思いますが、本年度の重点目標「ひとりでも多くの青少年にスカウト活動を」を踏まえ、今最も重要なことは、内外に向けての広報普及活動だと考えております。

そこで分科会テーマとして、今、情報手段として急速な勢いで普及しているインターネットの活用を絡めて「組織拡充のための広報とインターネットの活用について」を取り上げました。元通産省広報室の中島清行氏の基調講演と、インターネットにお馴染みでない方のために事務局のパソコンにてアクセスも行い大変有意義な分科会でありました。

また、広報媒体であるメディアについて考えてみますと、広告には有料で相当な経費がかかりますが、マスメディアによる報道に私たちの日常活動を取り上げて

もらえば効果はあがってまいります。しかしながら記事としてなかなか取り上げてもらえません。そこで、分科会テーマ2として「マスコミへの対応について」を取り上げました。記者氏との日頃のコミュニケーションがいかに重要であるか、プレスリリースも事前と当日と事後（お礼）と三点リリースが大事であること等学びました。

岩手、群馬、三重、愛媛の四県連盟の事例発表で述べられましたが、本セミナーを通じての成果をぜひ県連盟で活かしていただきたいと思えます。来年もぜひ開催をとの要望がありましたので、開催を計画したいと思います。本年度欠席された県連盟におかれてはぜひ出席くださいますよう、また県連盟に広報委員会のないところは委員会またはその機能を有する組織をぜひ設置していただきますようお願いいたします。

い考えが主流になりつつあります。かたよがりがあったり、感情的であったり、ましてや個人攻撃的なものは言語道断ですが、編集者としての考え、意見を持って記事作りに取り組んだ方が、内容の濃い誌面になるようです。またそれが編集者の責任でもあります。

Program プログラム

我が団では、恒例のこんな大会をやっています。毎月こんなテーマでプログラムに取り組んでいます。こんなプログラムを実行し、成功しました（あるいは失敗しました）。

ボーイスカウトの活動プログラムをそのまま紹介し、取り組みの様子をありのまま伝えるだけでも、絶大な効果があります。気がついていないかもしれませんが、外部の人から見れば興味深いプログラムもたくさんあるのです。ただし、肝心のスカウトや指導者がタラタラとやっているようでは逆効果です。

年賀状コンテスト

年末の隊集会のプログラムに、年賀状のデザインを取り入れてみてはいかがでしょうか。『スカウト』に送れば、全作品が掲載されます。スカウトたちの喜び、自信につながるだけでなく、広報活動にも役立つはずですよ。





あなたの意見を聞かせてください

スカウティング誌で取り上げられた特集テーマや、日本連盟からの行事情報、委員会報告、その他、日本連盟の事業計画に関連することなど、あなたのご意見、ご批判、ご感想を募集します。スカウト活動に情熱を燃やす皆さんの率直な意見交換の場にしていきたいと考えております。

今スグ始められる 団の広報 AtoZ



Q Question 質問

マスコミ関係の人が取材に来てくれると、だいたい同じような質問をしてきます。「ボーイスカウトの発祥は」「加盟員は何人いるの」「部門はどんな風に分かれているの」…基本的なことばかり。記者の知識として、おさえておかねばなりません。質問されそうな基本事項は書面にまとめておくとう便利。時間も短縮できます。

R Release リリース

マスコミ関係に活動の情報を流すときの内容をまとめた書面を指す場合もあれば、その情報そのものや、送るといふ行為をいう場合もあります。いつ、どこで、誰が、何を、どんな風にやりますと伝えることを、「リリースする」「リリースを出す」というのです。このリリースを事前に行きただけ正確な内容で作成することが、広報の重要な仕事のひとつです。

S "Scout" & "Scouting" 「スカウト」「スカウティング」

独自の教育理念に基づいて運動を続けてきたボーイスカウトは、時代の流れと社会の要請から、いろいろな意味で大きく扉を開こうとしています。この特集記事で使用している「外」「内」といった境界を作る概念を取り払われようとしています。

地域のレベルで、あるいは国や世界的なレベルで様々な人々、組織、運動等と刺激し合い、調和、融合しながら、二一世紀に向けてさらなる発展をしようとしています。

その大きな動きを感じ取り、力を合わせて未来を築くためにも、すべての加盟員がリアルタイムで情報を共有し、意見をたたかわせることができることを、月刊『スカウト』『スカウティング』は目指しています。

T Tough & Try 「 Tough & Try」体験プログラム

マスコミ相手にリリースを出した

り、広報誌を編集するだけが広報の仕事ではありません。「ボーイスカウトってどんなことなの？」という質問に対して、百の言葉で説明するよりも、一度体験入隊の方が、理解してもらえに違いありません。

お試し入隊の活動計画や、未入隊の子どもたちを対象にしたイベント、スカウトたちと一緒にゲームを楽しむ等、来て、見て、触って、参加して…といったことを実行するのも、広報的な効果は大きいでしょう。

U Update 「新」プログラム

広報誌に載せる記事は、常に一番新しいものにしたいためです。ネタは新鮮なほどよい。発行頻度の関係もありますが、二か月以上も前の話題だったり、季節がすっかり変わっていたりしては、興醒めです。

次号、次々号の計画を立てながら取材をするのですが、思うように書けない記事の後回しにしたり、自分の都合でいいわけをつけてポツにし

V V-sign サインせう

てしまったり…これはよくない編集者の例です。計画をしっかりと立て、どこにどの記事を入れるか、一度頭に描いてみて、さらに新しい情報がインプットされたらどんどん刷新していく。そんな柔軟性が必要です。

「みんなカメラの方向いて」…写真のときのポーズ、Vサイン。悪くはないのですが、後でアルバムに整理するとVのオンパレード。没個性は広報的にはマイナス。広報誌の誌面を飾る写真が全部スカウトたちのVサインでは、ちょっとさみしいです。

ボーイスカウトをPRするのにふさわしい写真の撮られポーズを、スカウトたちとと考えてみましょう。

W Wonderland 「ワンダーランド」(保護者会)

ボーイスカウトで体験できる世界は、現代の子どもたちにとって、ワンダーランドであるといえるでしょ



おたよりの

宛

先

F181-0015

東京都三鷹市大沢4-11-10 財団法人ボーイスカウト日本連盟 組織部広報課
※編集の都合で原稿に手を加えさせていただく場合があります
※原則として原稿・写真・イラストは返却いたしません

募集

団の『広報誌』

スカウティング 誌上展覧会(仮称)

『スカウティング』編集部には、毎月全国の各団からたくさんの広報誌が送られてきます。それらに掲載されている記事には必ず目を通すようにし、特集のテーマ決定の参考にしたたり、実際に取材協力を依頼するなど、誌面作りに役立てています。その数があまりにも膨大で、『スカウティング』ですべてを紹介できないことが残念です。広報担当者の中には、その実力を所属の団だけにとどめておくのがもったいない方もいらっしゃいます。ぜひ誌上で紹介していくことで、ボーイスカウトの広報の横の連携に発展できればと考えます。当初、コンテスト形式という意見もありましたが、順位を決めることよりも大切なことがあるだろうということになりました。レベルの高い活動を行っている団の広報誌から、みんながヒントをもらうというところからスタートし、経験談・エピソードの交換から誌上討論へ、いずれ進めればと考えています。まずは、「ウチの団の広報誌はデキがいいぞ」というものをたくさん集め、誌上展覧会(仮称)のようなかたちで紹介してみたいと計画しています。

う。大袈裟な装置があるわけでもなく、リアルな画面で楽しめるコンピュータゲームと違って、夢と冒険心に働きかけ、自然の中に入っていく、全身で体験する。その中には、たくさんのお会いや発見があります。

野外を中心とした活動を、少年の好奇心を満たす魅力的なワンダーランドとして位置づけ、指導者も父母もワクワクしながら参加しましょう。誰かに楽しさを伝えるには、まず自分が思いつき楽しむことです。



X-Ray X-レイ

活動の報告。○月○日△△へ行きました。XXをして遊び、スカウトたちも大喜びでした。というレポートやおたよりの目にする必要があります。毎回パターンは決まっています。表面的なことだけを見た型通りのレポート。はつきりいって、おもしろさはあまりありません。スカウトの言葉「とても楽しかった」これでは出す意味がありません。

ここまで述べてきたことのくり返しになります。取材記者であり、編集者である貴方自身がもう一歩近づいて、スカウトがうちに秘めた感情や言葉を引き出してください。貴方の目線で見ると、ユニークな質問でリラックスさせ、心の中をレントゲンで写してみることを試みてください。



Young 若さ

広報に必要なのは、若さ。若い感覚。実際の年齢がいくつであっても、常にイキイキとした青春のほとばしりを忘れてはいけません。年寄りくさい文章に魅力はありません(ペタランの味わいというものは別です)。

スカウトや、一番若い指導者(十代、二十代)と精神年齢を同じにして、取材に、記事作りに取り組んでください。そして仕上げの段階に入ってから初めて、大人の目でチェックするという習慣をつけてください。また、「若さ」と「バカさ」は違うのだという厳しい目を持ってください。



Zoom ズーム

カメラのレンズについているズーム機能と同じです。活動の様子を取材するときも、社会と青少年の諸問題を考えるときも、自分の視点が全体を見渡せるところまで拡げることが、グッと近寄って要点を突き詰めることも、自在にできる訓練をしてください。

森全体を見る力も、一本の木に注目するセンスも、一枚の葉のつき方まで観察する好奇心も、すべてを兼ね備えることができれば、広報活動にとても役立つことでしょう。

