

クライシス・コミュニケーションについて
—不測の事態発生時の対応キーワード—

平成15年10月22日

田中危機管理・広報事務所
所長 田中正博

I. 緊急時のクライシス・コミュニケーションの重要性

1. 「クライシス・コミュニケーション」の適否が、その後の行政への信頼感を左右する

- ① 「危機管理の失敗」とは「不測の事態発生時の対応の失敗」をさす
- ② 危機を招くのは「リスク自体」より「クライシス局面」(社会問題化)である
- ③ 「クライシス局面」を招くのは「クライシス・コミュニケーションの欠落」である

2. クライシス・コミュニケーションの成功例、失敗例

3. クライシス・コミュニケーションの「3つのキーワード」

- ①「迅速な意思決定と行動」
- ②「疑惑を生まない徹底した情報開示」
- ③「社会的視点からの判断」

4. 「クライシス・コミュニケーション」とは

- * リスクを未然防止するため
- * あるいは、万一、リスクが発生した場合
- * リスクの影響やダメージを最小限にとどめるため
- * 「情報開示」を基本にした
- * 内外のさまざまな対象に対する
- * 「適切な判断」に基づく迅速なコミュニケーション活動



クライシスとは、「行政と社会との関係問題」であり、彼我の間にコミュニケーション・ギャップ(不安、批判、非難、不信、疑惑、抗議などの対立関係)が生じた局面である



「クライシス・コミュニケーション」は聞き発生時に社会からのこうした問題を予防する上で不可欠な活動である



人は起こしたことで非難されるのではなく、起こしたことにどう対応したか、によって非難されるのである

II. クライシス・コミュニケーションから見た情報特性

1. 先に接した情報ほどインパクトを持つ

—「PA」のためには情報は“先手必勝”が得策である—

2. “暴かれた情報”は“公表した情報”よりインパクトを持つ

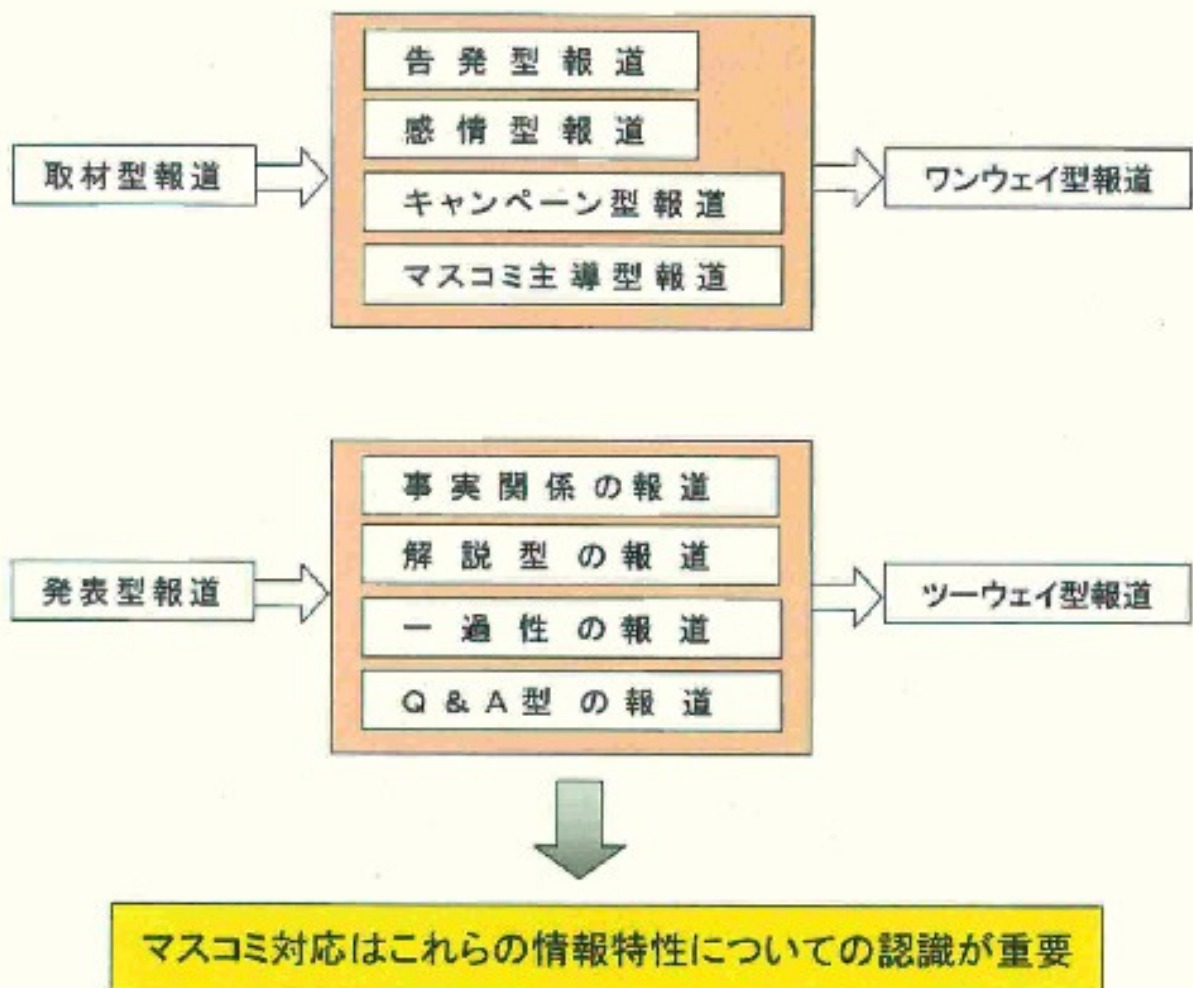
— 暴かれた後の記者会見は批判と疑惑を招くだけ—

3. “情報不足”が「誤解」「批判」「不信感」を生む

—「迅速性」「同時性」「均一性」が情報伝達の原則—

4. 情報アクセスの違いが報道トーンの差を生む

— “告発型報道”になるか“客観型報道”になるか—



Ⅲ. 事故・災害発生時のマスコミ対応の必須知識

—メディア側からの無用な批判を避け、理解を得るために—

1. 社会に生ずる「7つの不安・動揺」を認識する

- ① 拡大被害に対する不安感の発生
- ② 二次被害に対する不安感の発生
- ③ 類似災害に対する不安感の発生
- ④ 健康被害に対する不安感の発生
- ⑤ 環境汚染に対する不安感の発生
- ⑥ 補償問題に対する不安感の発生
- ⑦ 風説、噂に対する不安感の発生



社会の不安の声をマスコミ報道される恐れ



回避可能

2. マスコミ対応のポイント

- ①直ちに記者会見の「予定時刻」と「場所」を伝えること
—現場の記者、カメラマンの「3つの心理」を考慮する—
- ②確認情報は「現時点では」「現段階では」の限定条件でも情報公開すること
—事態の状況や推移、努力のプロセスを伝える上で重要—
- ③会見は状況により「定時、定期」に「定時公表」すること
—問題に取り組む強い意思、姿勢を訴求する上で重要—
- ④“社会の眼と心”で問題をとらえること
—“組織の論理”より“社会的視点”が重要—