

## オーストラリアの政府広報がおもしろい！ ～ニューサウスウェールズ州の広報戦略～

シドニー事務所

最近では、「広報戦略」なる言葉も浸透し、自らが行う広報に対して人々にいかに関心を持ってもらえるか、伝えたい趣旨を広く行き渡らせるか、趣向を凝らしている自治体も多いと思います。今回は、特徴あるニューサウスウェールズ(NSW)州の政府広報をご紹介します。

ただインパクト・話題性だけを追求するのではなく、事前の調査により導き出したターゲットに焦点を当て、広報で得た効果を数値で公表するなど、きちんとした戦略のもとに制作されています。

### 1 「Get Your Hands Off It (運転中はケータイ禁止!)」キャンペーン

運転中のケータイ禁止を徹底させたいのはどこの国でも同じです。州により行われた調査の結果、運転中のケータイ利用率が最も高かった 17～39 歳の男女をこのキャンペーンのメインターゲットにおきました。

ターゲットが若いので、それに合う様相で作り上げられています。曲はラップ、多少の下品さを含んだギャグや演技で、ミュージックビデオさながらの商業的に仕上がっ



商業動画の一場面  
出典：Transport for NSW のサイト

ています。「Get Your Hands Off It (手から離そう)」をキャンペーンのキーメッセージとして設定しているため、その言葉をひたすら繰り返し、人々の脳裏に残りやすい工夫が施されています。

YouTube でも商業動画を見ることができ、キャンペーン開始から 1 年で 60 万回以上の視聴を獲得するほど人気の動画となっています。

### 2 「Plan B (飲酒運転禁止)」キャンペーン

こちらも切実な問題です。飲酒運転に起因する事故を起こした人のうち、大きな比率を占める 17～25 歳の男性をターゲットにした取組が展開されています。

このキャンペーンでは次の効果が証明されています。

- キャンペーン開始以降、調査対象者の 80%が関連グッズなどを見た時にこのキャンペーンを思い出している。
- ターゲット層のおよそ 75%が「飲んだら乗らない」を認識している。



飲酒后、大砲で帰宅を試みる場面  
出典：Transport for NSW のサイト

-若い男性ドライバーの80%以上がこのキャンペーンが正しいと認識している。

-ターゲット層のうち、代替りの交通手段を考えるようになった割合が、キャンペーンを知る前(87%)から知った後(93%)で6%増加した。

このキャンペーンでは「PLAN B コースター」がパブなどに置かれており、お酒を飲んでいる人たちに直接メッセージを届けています。「呼気テスト(Random Breath Testing (RBT))はPLAN B のためにあるんだぞ」



PLAN A は「飲酒運転をし、起こり得る結果に直面する」。

PLAN B は「1 歩く」「2 バスに乗る」「3 タクシードライバーと結婚する」。

### 3 「Prepare Act Survive (火事の備え)」キャンペーン

油分を多く含むユーカリの木が広く生息し、乾燥したオーストラリアではブッシュファイヤと呼ばれる山火事が頻繁に起こっています。毎年死傷者が出るため、行政としては人々の生命財産を守るべく、様々な啓発活動を行っています。

避難できた人たちの率と事前の備えの率がリンクしているため、山林地帯に住む24~54歳の人々をターゲットに、キャンペーンを実施しました。



丸焦げになった家でくつろぐ家族  
出典：NSW Rural Fire Service サイト

「『計画を作る計画』は計画ではない(Planning to make a plan is not a plan)」をキャッチコピーに進められたこのキャンペーンはテレビ、印刷物、ラジオウェブサイトやSNSで発信されました。

キャンペーン期間中「ブッシュファイヤサバイバル計画(避難場所の確保や避難時の注意事項などが書かれている)」がダウンロードされた回数は68,674回に及び、予想を274%も上回る結果となっています。

### 4 NSW州の戦略的広報

これだけユニークで印象的な広報を行うNSW州です。法律・規則・ガイドラインなどの整備もされており、例えば、制作費が100万ドルを超える見込みの広報は、費用対効果分析を経て広報戦略を担当する部署の承認を得なくてはならないほか、制作費が5万ドルを超える見込みの広報は、キャンペーンが始まる前に外部からの意見(ピアレビュー)を得ることが義務付けられています。また、ブランドの構築も忘れていません。NSW州が広報する際は、統一したロゴや組織名の表現を用いることが決められています。

広報に係るコスト、目的、理論的根拠と合わせ、その効果もWEBで発表されています。PDCAサイクルがうまく機能する広報戦略の仕組みができあがっています。

(平澤所長補佐 広島県派遣)