



新型コロナウイルスに関する 危機管理広報初動マニュアル

2020年4月28日

作成：株式会社井之上パブリックリレーションズ

監修：社会情報大学院大学教授 白井邦芳

目次

1.	はじめに.....	3
2.	「信頼できる正確な情報」をどうつかむか.....	4
3.	新型コロナウイルスに対する基本的な広報対応.....	5
3.1	企業を守る3つのキーワード.....	5
3.1.1	倫理観.....	5
3.1.2	双方向コミュニケーション.....	6
3.1.3	自己修正.....	7
3.2	対外的な広報活動.....	7
3.2.1	新型コロナウイルスに関する基本方針および対応についての公表.....	7
3.2.2	新型コロナウイルス対応行動基本方針（一般編）.....	7
3.2.3	感染者が発生した際の広報対応の検討.....	8
3.3	対内的な広報活動（エンプロイー・リレーションズ）.....	9
4.	従業員に感染者が発生した場合の広報対応.....	10
4.1	情報開示の判断基準.....	10
4.1.1	公表の必要性.....	10
4.1.2	公表する必要が無いと考えられる事例.....	10
4.2	保健所と緊密な連携.....	11
4.3	感染者発覚から公表までのロードマップ.....	11
4.4	基本的な広報のスタンス.....	13
4.4.1	社会情報に関わる公表という視点.....	13
4.4.2	情報開示の際は匿名性の保護に注意.....	13
4.5	一般的なコミュニケーション手法.....	13
4.6	メディア対応.....	14
4.6.1	記者が企業に求める情報.....	14
4.6.2	メディア対応の注意点.....	14
5.	おわりに.....	15

1. はじめに

この「新型コロナウイルスに関する危機管理広報初動マニュアル」は、危機管理に対する自社の広報体制が不十分だと考えている企業の広報担当者に向け、新型コロナウイルスに関する危機管理広報の手順や考え方の参考としてまとめたものです。

井之上パブリックリレーションズ（以下、井之上 PR）では、危機管理広報を「将来発生しうる様々な危機を予め想定し、有効な対策を策定し、必要に応じ対応していくこと」と定義しています。そのためには、社会やステークホルダーとのより良い関係構築を実現させるためのパブリック・リレーションズ（PR）の視点が不可欠です。本マニュアルは、新型コロナウイルスの世界的な感染拡大という、有事の際の初動対応や情報収集のツールとしてはもちろん、平時の際においても有事を想定した準備をするための、危機管理広報初動マニュアルとして多くの企業の一助となることをめざして作成しました。

本マニュアルは、以下に挙げる内容をベースとして、それぞれの広報担当者自身が、自社の状況に基づいて、より的確な広報活動を策定できることを目的としています。したがって、危機管理広報の初動に関わるあらゆる項目を網羅したものではありません。新型コロナウイルスの状況は刻一刻と変化しており、**企業をはじめ各組織体が直面する状況を鑑みながら、最適な対応を現場の担当者自身で考えていく必要がある**ことに留意してください。本マニュアルも今後の事態の変化に合わせて、アップデートしていく予定です。

戦後最大級の危機に直面している今、少しでも社会に当社が培ってきた知見を生かすことができれば幸甚の至りです。なお、本マニュアル作成にあたり、リスクマネジメントやリスクコミュニケーション、企業再生の専門家である社会情報大学院大学の白井邦芳教授に、危機管理の視点から監修いただきました。

2. 「信頼できる正確な情報」をどうつかむか

新型コロナウイルスは「未知のウイルス」で、まだ治療法も確立されていません。そのため、人々の感染への不安や恐怖感が高まっており、インターネットやSNSの中には、うわさや誤った情報もあふれています。世界保健機関（WHO）は、こうした状況を「インフォデミック（情報の大流行）」と呼び、デマや誤った情報の拡散に対して警鐘を鳴らしています。信頼できる正確な情報をどうつかむか。そのためには、まず公的機関などが責任を持って発信している情報を確認すること、そして国内外のメディアが発信する情報も複合的に確認することが大切です。

【公的機関の情報サイト例】

厚生労働省 新型コロナウイルス感染症について

https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000164708_00001.html

国立感染症研究所 新型コロナウイルス感染症(COVID-19) 関連情報ページ

<https://www.niid.go.jp/niid/ja/diseases/ka/corona-virus/2019-ncov.html>

世界保健機関 新型コロナウイルス感染症（COVID-19）WHO 公式情報特設ページ

https://extranet.who.int/kobe_centre/ja/news/COVID19_specialpage

東京都 新型コロナウイルス感染症対策サイト

<https://stopcovid19.metro.tokyo.lg.jp/>

3. 新型コロナウイルスに対する基本的な広報対応

危機管理対応のベースとなる考え方である「パブリック・リレーションズ」。ここでは、パブリックとは「一般社会」を意味し、企業、従業員とその家族、顧客、パートナー、投資家、地域住民、行政、自治体など、広報担当者が意識しておかなければならない存在です。井之上 PR では、パブリック・リレーションズを「個人や組織体が最短距離で目標や目的を達成するための、『倫理観』に支えられた『双方向コミュニケーション』と『自己修正』をベースとしたリレーションズ（関係構築）活動」と定義しています。つまり危機管理対応には、この 3 つのキーワードを意識しながら、目的達成のために協力を得なければならないステークホルダー（利害関係者）が誰かを意識して、より良い関係を築いていく「リレーションシップ・マネジメント」の視点が重要となります。

3.1 企業を守る 3 つのキーワード

3.1.1 倫理観

自分たちだけが得をすれば良いという利己的過ぎる考え方や、他人に嘘をついたり、騙したりしてでも目的を達成しようとする言動は、信頼感を損なうことに繋がります。結果、様々なパブリックと良好な関係を構築・維持することや、より良い社会を築くことが困難になります。社会に影響力を及ぼす組織体は、高い倫理観を判断基準に取り入れながら対応策を考えることが重要であることを認識しましょう。

1) 企業の社会的責任（CSR）視点での広報活動

- 正確な情報の発信がすべての基本。公的な情報を引用する場合は出所を明記
- 国民や近隣住民などへの支援活動の継続的開示
- 社内インフラを活用した情報収集と国や関係者への情報提供
- サービス提供方法の変更など、緊急時における対応策の顧客への情報開示
- CSR 活動として、本業を通じた支援や義捐金（義援金）などの発表

2) デマや偽情報の拡散に加担しない

- 新型コロナウイルスに関する根拠がない、あるいは十分でないと思われるチェーンメールや情報を広げることに加担せず、社内外に注意を喚起
- 自社や事業領域について誤った情報が流布されている場合は、速やかな訂正情報を開示