

支社  
大阪 TEL 06(6942)2601  
Email osaka@decn.co.jp  
名古屋 TEL 052(961)2631  
Email nagoya@decn.co.jp  
横浜 TEL 045(201)3821  
Email yokohama@decn.co.jp  
関東 TEL 03(3433)7161  
Email kanto@decn.co.jp  
東北 TEL 022(222)4222  
Email tohoku@decn.co.jp  
九州 TEL 092(741)4605  
Email kyusyu@decn.co.jp

■ 日刊建設工業新聞社 ■  
総局  
北海道 TEL 011(261)7653  
Email hokkaido@decn.co.jp  
千葉 TEL 03(3433)7161  
Email chiba@decn.co.jp  
北陸 TEL 025(229)5411  
Email hokuriku@decn.co.jp  
中国 TEL 082(221)7236  
Email hirosshima@decn.co.jp  
四国 TEL 087(837)5072  
Email shikoku@decn.co.jp

# 日刊建設工業

「プレスリリース(投げ込み)の方法」

プレスリリース(投げ込み)  
～積極広報を目指して～



社団法人 全国建設業協会  
広報戦略検討会

プレスリリースとは、報道の発表や、官公庁や団体など者クラブに対して配布するものと。記者クラブへの発表は、「投げ込み」と呼ばれている。全作成したマニュアル「プレス

## インパクトある見

「投げ込み」の方法」では、基礎的な知識や、発表資料のたつてのポイント、注意点などしている。

発表資料は、短いセンテンスで内容を簡潔にまとめ、インパクトある見出しを付けることが大前提。「日本初」や「過去最大

## 短いセンテンスが

千人突破」といった特徴的な見出しを積極的に用いることも提言。「東京ドーム何個分」というまく活用することもアピールだとしている。一方で、業界しか分からないような難解な表現を避けるよう注意も促している。マニュアルには、失敗や事起した際に行う記者会見に関する点や、全国の主要記者クラブも収録した。

## 時事通信・松永氏か

広報戦略の  
された広報  
3月22日  
の鉄鋼会館



木下 誠也

愛媛大学教授

わが国の公共工事の発注は、もともと「実績主義」だ。実績のある企業だけを指名して入札に付していた。良い仕事をすれば将来の受注につながると思われ、工事の手抜きもあまりなかった。契約変更について発注者・受注者間で紛争が生じることもほとんどなかった。工事成績評定を広く行うようになったのは1967(昭和42)年からと

算定に用いられる。今では「総合評価落札方式」を用いた一般競争入札が多く用いられるようになったが、

の時に最も低い価格で入札した者が落札するというのが大原則であった。しかし、低価格で落札すると、受注

1980年代後半になって、連邦政府機関が落札者を重視するようになった。入札価格だけでなく、企業の技術力や財務力などを考慮して落札者を決定するようになった。この技術力

このような技術重視の流れは、ヨーロッパを含む世界共通の傾向である。19

育んできたビジネススタイルである。わが国では総合評価落札方式を導入しても、下請へのしわ寄せにもつながる過当な価格競争となったり、実質的なダンピングといえる過当な技術競争になったりと、さまざまな問題が生じている。わが国では、会計法令等に「交渉」の規定がないために、企業選定プロセスにおいて十分な技術対話を行うことができない。

## 「実績主義」「成績重視」は世界の流れ

過去の施工実績と併せて工事成績を評価の一要素とすることが多い。

欧米などでは従来、契約はいちげん限りのビジネスと考え、工事の発注の度に広く競争入札に付して、そ

者は手抜きをしようとしたり、契約変更による増額で利益を確保しようとする傾向があった。このため、落札後に受注者から頻繁に契約変更を求められ、価格の変更に常態化し、その結果、最終契約額が当初の予算を大幅に上回ったり、工期が遅れることもあった。

90年代初め以降、価格のみによらない競争方式を用

90年代から2000年代にかけて、イギリス、フランスなど多くの国において企業の既往実績情報(成績を含む)のシステムが次々と運営され、技術重視の多様な調達方式が整備されている。

「長いつきあい」を大事にして「良い買い物」をするのは、わが国が古くから再構築を進めたい。

## 所論

## 論

## 諸

## 論

90年代初め以降、価格のみによらない競争方式を用

「長いつきあい」を大事にして「良い買い物」をするのは、わが国が古くから再構築を進めたい。

90年代初め以降、価格のみによらない競争方式を用

「長いつきあい」を大事にして「良い買い物」をするのは、わが国が古くから再構築を進めたい。