

表 目的・対象者に応じたコミュニケーション手法の例

方向性	コミュニケーション手法の例	主な対象者	特徴
情報提供	広報資料 (ニュースレター等)	配布地域の住民	文書を配布することで正確な情報を提供することができる。提供範囲を絞ることで、費用を安くすることができる。
	新聞・雑誌等	一般市民	広範囲に正確な情報提供を行うことができる。
	マス・メディア (テレビ、ラジオ等)	一般市民	広範囲に情報伝達を行うことができるが、一過性であるためイメージが優先される。
	ホームページ	一般市民	広範囲に、迅速かつ安価に多くの情報伝達可能。
	メーリング・リスト	一般市民	広範囲に、迅速かつ安価に情報伝達可能。
	インフォメーション・センター	インフォメーション・センター来訪者 (地元住民、一般市民)	写真、模型等を文書と組み合わせることで解りやすい情報伝達が可能。訪問した人にしか情報提供できない。
意見把握	関係地域・団体の代表者等へのヒアリング	関係地域の住民、関係団体等	密度の濃い意見把握が可能。ヒアリング対象の選定を誤ると、意見の見落としを招くことがある。
	アンケート (ハガキ、HP等)	関係地域の住民、一般市民等	広域・大量の対象者から一定条件で意見把握が可能。
	FAX、フリーダイヤル、Eメール	一般市民	広域・大量の対象者から迅速な意見把握が可能。
	パブリックコメント	一般市民等	多様な意見把握が可能。
意見の整理並びに対応の公表	関係地域で開催される説明会・公聴会等	関係地域の住民、関係者、一般市民等	直接的な意見交換が可能。参加者は任意なので関心の薄い人との意見交換には向かない。
	関係地域の住民・関係者等の代表による協議会あるいは座談会	地権者、地元住民等	対象者を絞った継続的かつ密度の濃い意見交換が可能。
	関係者・関心者等あるいはそれらの代表によるワークショップ	関係者、一般市民等	多様な意見交換が可能。一定のルールを設定することで冷静な議論が可能となる。
	関係地域で開催されるオープンハウス	関係地域の住民等	正確な情報を直接的に伝達し、意見収集も可能。関心の薄かった住民等との意見交換を図ることができる。
	関係地域で開催されるイベントへの参加	一般市民等	関心の薄かった方とも直接的な意見交換を行うことができる。
	フォーラム、シンポジウム	一般市民等	意見交換の場を公開することで、様々な立場の意見を一般市民に公開することができる。