

企業広報の オフレコ取材への 向き合い方



小林 洋子 (こばやし・ようこ)

(株)エイレックス

コンサルティング2部 グループリーダー／コンサルタント

「ある上場企業幹部は『〇〇』と話している」
「社外役員の一人名は『〇〇』と証言する」。

日々の報道を見ると上記のような、匿名のコメントや証言を目にする。このような記事は、いわゆるオフレコ取材に基づいている(以下、本稿では日常的に使われる、いわゆるオフレコは、二重引用符付きの“オフレコ”と記し、後述する厳密な意味での(二重引用符抜き)オフレコとは区別する)。

企業の広報担当者も、取材対応者や記者との間で「この部分は“オフレコ”をお願いします」などとやりとりすることは日常的にあるのではないだろうか。

2月に首相秘書官の“オフレコ”発言が問題視され、更迭される事態となったが、“オフレコ”の活用は、政界の取材に限った話ではなく、企業広報の場でも活用されている。記者の“オフレコ取材”に対する認識や目的は基本変わらない。

“オフレコ”が、メディア側でどのように取り扱われているのか、それを踏まえ、企業の広報担当者が何に留意すべきか。全国紙の記者出身で、現在は企業の危機管理広報のコンサルティングに携わっている経験を踏まえ、メディア側と広報側の視点を交えながら、ポ

イントをご紹介したい。

記事化はなくても、記録はされている

“オフレコ”のもととなる英語の「Off the Record」は「記録しない」ことを意味し、記者はその約束のもとに聞いた話を原則記事化しない。英語圏ではメディアインタビューに細かなルールがあり(図参照)、②「Background」(バックグラウンド、背景説明)の約束の場合は、聞いた話を「関係者」「政府筋」など、発言者を特定しない形で引用できる。

発言者の特定に加え、発言内容そのままの引用もダメという条件の③「Deep Background」(ディープ・バックグラウンド)の場合は、記者が自己責任で、引用符を使わず、地の文で記す。例えば、A社役員へのディープ・バックグラウンド取材で得た情報を、「A社が……することが明らかになった」などと記事化する。5月10日、日本経済新聞が電子版で「ENEOS、JX金属を分離へIPOも視野」との見出しで、「ENEOSホールディングス(HD)が主要子会社であるJX金属の分離を検討していることが10日、分かった」と始まる記事を出していた。このよ

■図

| 取材形式 | 発言者の名前・肩書の取り扱い方 | 発言内容の引用や、記事への反映 |
|--------------------------------------|-------------------------------|---|
| ① On the Record (オンレコ) | 実名で肩書と共に報道可 | 発言をカギカッコで直接引用可 |
| ② On Background (バックグラウンド) | 本人が特定されないよう匿名で報道可 例：国務省関係者 | 発言を直接引用したり、発言の主旨を地の文で記載したりすることが可 |
| ③ On Deep Background (ディーブ・バックグラウンド) | 匿名での報道は不可 | 引用は不可 「…とされている」「…という」のように、記者の知識として記事に生かすことは可 |
| ④ Off the Record (オフレコ) | 匿名での報道は不可 | 一切不可 |

※「Ground Rules for Interviewing State Department Officials」をもとに筆者で作成

うな記事は、関係者への“オフレコ取材”（図の形式③）でつかんだ情報をもとに作成されたものである。

英語圏のルールで、引用であれ、地の文であれ、発言内容を一切報道できないのが、④「Off the Record」（オフレコ）。この厳密な意味でのオフレコは、日本語では「完全オフレコ」（略して、完オフ）などと呼ぶ。

完オフ取材は政界取材の場面を中心にあるものの、極めて限定的である。一方、例えば社会部記者が捜査関係者の、経済部記者が企業役員の自宅などを訪問し、個別に非公式に取材する、いわゆる夜討ち朝駆けの類は、大半は英語圏のルールの②または③に該当する。日本語では②③④を区別せずに、“オフレコ”とするケースが多い。

広報担当者として注意が必要なのは、“オフレコ”でも“完オフ”でも、記者は話を聞くその場でこそ、取材ノートやICレコーダーに「記録しない」ものの、取材後に、記憶を頼りに発言内容はしっかり記録しているということだ。

具体的には、▽聞き取った相手の氏名、▽聞き取りの場面（いつ・どこで・どのような（一対一なのか、他社の記者など同席していた人はいのかなど）、▽可能な限り正確な

一問一答（どのような質問に対して、どのように答えたのか）、▽その際の声のトーンや表情——など当時の状況をできる限り思い出して、書き起こす。さらに、その人物の特徴を踏まえて、その反応が何を意味するのか、取材した記者の感触や印象も添える。

その詳細なメモは、

同じ持ち場を担当する同僚や、取材現場ごと、または記者クラブごとに現場の記者を取りまとめているキャップ（記者の取りまとめ役）に共有する。取材源は秘匿しつつ、どのクラスの人（経営層、幹部など）がどのような主旨の発言をしたかを別の関係者に当てて裏取りをするなど、“オフレコ”によって収集され、共有された情報をもとに、ニュースは作られる。

用語の使い方や細かなルールの定義の違いに加えて、日本国内と英語圏など海外とではオン／オフの切り替え方も異なる。

例えば、米国務省のルールでは、取材者と被取材者がインタビューを始める前に、どの取材形式に沿って話を進めていくのか、その都度、取り決める必要があるとしている。同省に限らず、英語圏の場合、基本的には取材ごとに、その冒頭で、どの形式で進めるのかを都度双方の間で合意する。

これに対して、日本ではインタビューごとに条件を交渉したり、約束を交わしたりする習慣はなく、場面ごとにオン／オフを慣習的に定めている。

例えば、昼間のオフィス内での取材や、広報担当が同席する場での取材はオンレコ。社外での会食時や、平時の（ニュースブレイク

前の)夜討ち朝駆けは“オフレコ”、とするのが一般的だ(ただし、一つのメディアがスクープするなど、報道後の正誤確認のための夜討ち朝駆けはオンレコとなる場合もある)。

従って、英語圏のように、インタビューの都度、記者と取材対応者との間で必ずしも合意・約束を交わすわけではない。そのため、約束が解消されて実名での報道につながるケースも出てくる。

“オフレコ”が実名で報じられる場合

直近では、冒頭に触れた首相秘書官の事例がある。

きっかけは、衆議院予算委員会で岸田首相が同性婚の法制化について「社会が変わっていく問題だ」と答弁したことの真意について、記者の一人が秘書官に質問したところ、秘書官が「(同性婚の合法化に)秘書官室は全員反対だ」「(性的少数者を見るのも嫌だ)などと発言したことだ。

この秘書官の発言は、約10人の記者が参加した“オフレコ”(図の形式②)の場で発生した。ルール上、メディア各社はソースを明示しない限りにおいて、「首相周辺」という形で発言内容をカギカッコでくくり、引用することは可能だった。

しかし、秘書官名を明示して発言内容を伝えることにニュースバリューを見いだした毎日新聞は、東京本社編集編成局内で協議し、秘書官本人に実名で報道したい旨を事前に通告した上で、取材当日深夜に実名での報道に踏み切った。その理由は、「性的少数者を傷つける差別的な内容であり、岸田政権の中核で政策立案に関わる首相秘書官がこうした人権意識を持っていることは重大な問題だと判断した」からだ。

この毎日新聞の行為に対する他媒体の反応は二分した。「重大な差別発言を伝える公共性に照らし、匿名の肩書表記から実名報道に切

り替えた」(共同通信)、「実名で報道する社会的意義が大きいと判断したときは、取材相手と交渉するなどして、オフレコを解除し、発言を報じる」(朝日新聞)と理解を示すメディアがある一方、読売、産経は、メディアが“オフレコ”を一方的に解除すれば、取材先が本音を語らなくなる、記者との信頼関係が崩れる、と懸念を示した。

今回のように取材直後に“オフレコ”を解除して報じる動きがなかったとしても、事案を検証するタイミングで、「実はこの時、『〇〇』というような言動があった」などと引用されたり、未公表事案や捜査中の案件であれば、関係者に影響が出ないように記事化を控え、公表直前・直後に蓄積していた情報を報じたりするケースは多い。

すなわち、機微な情報をメディアに提供する場合は、インタビューの場面ごとに慣習的に定まっている形式に暗黙に従うのではなく、英語圏のように、インタビューの都度、メディア側と今回の形式について確認し、加えて、情報をオープンにしてよい解禁日・時刻を事前に入念に擦り合わせる事が安全と言えるだろう。

絶対書かれないことは言わない

毎日新聞の報道に対するメディアの反応が二分したように、“オフレコ”解除の判断については、公益性重視か、事前に定めたルール重視かで媒体ごとにスタンスが異なるが、発言自体に問題があったと見る点では、各社とも認識が共通している。

問題発言が生じた場合、公益性・公共性の観点から報じるメディアがあり得ることを踏まえると、完オフ(図の形式④)であったとしても、何でもフリーに本音を話していいことにはならないだろう。

以下は筆者が指摘したい注意点を5点記す。

第一に、企業トップをはじめとする経営層の言葉は、“オフレコ”の場の方が本音や人柄が垣間見えると記者は感じており、メモは一切取らず、一言一句に集中して、記憶に焼き付けるように注意深く聞いている。

仮に社長が昼間、オフィスで広報同席のオンレコの取材の合間に「ここからは“オフレコ”だけど……」と断って私見を述べた場合、記者は通常、組織を代表する人の公の見解として受け止める。特に、差別的な発言や未公開情報については、記者が“オフレコ”に同意しないことがあり得るので、同席する広報は「今の話は、匿名であっても、記事には絶対に書かないでください」とその場で強くお願いするなど、慎重な対応が求められる。

第二に、「ここからは“オフレコ”ですと宣言すれば、記者は何も書かないでいてくれる。だから何を話しても問題ない」と単純化して捉えるのはリスクがある。記者からの取材に対応する際は、何と聞かれようとも一切回答しない内容(事項)や、どこまで記者に話すのかを事前に決めておく必要がある。

第三に、複数の記者がいる場での“オフレコ”は成立しにくいと考える方がいいだろう。担当し始めたばかりの担当歴の浅い記者や、発言に過剰に反応する記者がいると、冗談や慣習が通じない恐れがある。もちろん担当が長い記者であっても、看過できないと判断する場合もあり得る。

第四に、その場にいる担当記者たちは大きく問題視せず、“オフレコ”の解除を見送る判断をしたとしても、その上のキャップやデスクが大所高所から事態を重く見て、報道すべきと判断することもある。現場の記者は“オフレコ”前提で話を聞いていたとしても、編集局上層部は、取材先との関係性が希薄な分、報道する意義があると感じれば、報道に踏み切ろうと考える傾向がある。

第五に、メディアからすると、“オフレコ”

は真相や実態に迫る取材方法の一つであり、様々な情報源から収集した情報をベースに独自の視点や独自の内容を報じる機会を探っている。仮に直接的な報道につながらなくても、“オフレコ”取材を通じて記者が聞き取った言葉遣いの一言、感じ取ったネガティブな印象は、その後の記事のトーンや取材に影響を及ぼし、中長期的に企業のレピュテーションに影響し得る。

そのため、絶対に書かれたくないことは、差し控えるのが賢明である。

戦略的に“オフレコ”情報を伝える際は、「匿名で記事に書くことはいいが、情報源が特定されないように、十分書き方には気を付けてください」などと念押しするのがいいだろう。

“オフレコ”とどのように付き合うか

ここまで“オフレコ”のリスクの面を書いてきたが、“オフレコ”取材を全面的に避けるのではなく、リスクを十分理解した上で、必要に応じて有効に活用し、メディアと良好な関係を構築することが望ましい。

記者説明会や発表会、決算発表など公式のオンレコの場の説明だけでは、十分に背景や文脈を理解しきれずに、意図的ではなくても読者をミスリードする記事を記者が書いてしまう恐れがある。そのため、記者の誤解を正し、正確に報道してもらうために、詳細な説明が求められる場面もある。非公式に自社の見解を、メディアを通じて発信できるよう、戦略的に“オフレコ”の場を活用している企業もある。

“オフレコ”を活用する場合も、しない場合も、どのような取材場面であれ、記者との信頼関係が第一である。

“オフレコ”の意義とリスクを把握し、様々な場面を通じて個別に信頼関係を築いていくことが、広報と記者との良好なコミュニケーションの第一歩であると感じている。 **k**