

いては、その機関の長、支社の地方機関に所属する職員については、その機関の長となっている。

3 研修講座

研修講座は、幹部職員に対し、職場を管理する技能、仕事を教える技能、作業方法を改善する技能、人を扱う技能およびその他指導監督に必要な知識および技能の教育訓練を行なう。

この場合の幹部職員とは非現業部門にあっては主席、現業部門にあっては現場機関の長・助役・主任・掛主務者等所属職員を指揮監督または指導する地位にある者をいう。

研修講座の種別および対象者は、次のとおりである。

(1) 係長研修講座

非現業部門の係長または主席。

(2) 現場幹部研修講座

現業機関の長・助役・主任またはこれらに準ずる職員。

(3) フロントサービス研修講座

営業関係現業機関の長・助役・主任またはこれらに準ずる職員。

(4) 労働関係研修講座

現業機関の長・助役・主任またはこれらに準ずる職員。

(5) 運転事故防止研修講座

運転関係現業機関の長・助役またはこれに準ずる職員。

(6) 安全管理研修講座

現業機関の長・助役・主任またはこれらに準ずる職員。

(7) 監督技能研修講座

現業部門の第一線監督者またはこれに準ずる職員。

4 競技会

競技会は、職員の知識および技能の向上ならびに業務の改善に資するために行ない、所属長が実施する。

以上が職場内教育の種類としてあげられるが、これらに包含されるもののうち、具体的教育内容を持つ事項として、次のものが規定されている。

1 運転事故防止訓練

運転事故防止訓練は、運転に関係のある職員に対し、列車運転取扱上必要な基本的事項および事故発生時の異常事態に対処するために必要な事項について、教育訓練を行なう。

2 フロントサービス講習会

フロントサービス講習会は、営業系統の現業職員に対し、接客上必要な事項について講習を行なう。

3 英会話講習会

英会話講習会は、業務上外人旅客に接する職員に対し、接客上必要な英会話の講習を行なう。

4 連結訓練

3支社長および鉄道管理局長は、構内作業の危害予防をはかるため、操車場を指定し、新たに*構内作業掛となった者(6箇月以上連結業務の経験のある者を除く。)に対して連結訓練を行なう。
(大原五郎)

こくてつこのほうかつどう 国鉄の広報活動 国鉄を「知ってもらい、理解してもらい、支持してもらい」ために、「職員一人一人がPRのいない手」をスローガンに組織的かつ多面的な広報活動を行なっている。これは公共企業体である国鉄の対社会的責務でもある。

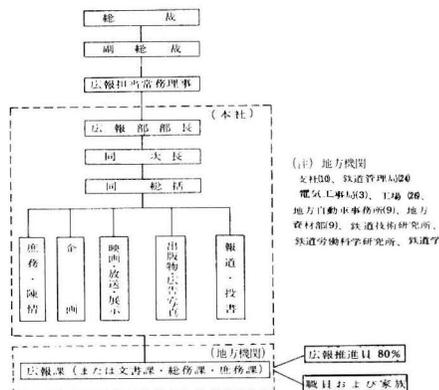
1 組織

いわゆる営業宣伝の業務は、営業部門が担当し、固有の広報活動(PR)だけを次のような組織で行なっている。すなわち本社に広報部、支社・鉄道管理局・工場・地方資材部・地方自動車事務所広報課ないし文書課・総務課・庶務課を置き、それ

ぞれ専任ないし兼任の担当者を置いている。また駅など現場機関の職員の中から特に適任者を選び、広報推進員として広報活動の前衛としている。さらに最終的には、職員一人一人がPRのいない手であることが国鉄の広報活動の指導理念である。その意味は第1に、国鉄のような巨大かつ複雑な企業は、特に職員一人一人の態度で国鉄全体が評価されること、第2に、もし約45万人の国鉄職員(家族を入れて約200万人)が広報意識に目ざめて活動したら、その効果は、「クチコミ」(口から口へのコミュニケーション)という点からだけでも測り知れないものがあるということ、第3に、元来広報活動は、広報をする内容が実際に立派であることが前提で、それをどのような形で表すかは副次的なものと考えらるべきであること、などである。

現在の組織ができた始まりは、昭和26・12・1に本社に設置された「広報委員会」で、その趣旨は「国鉄のように公衆と最も密接な関係にある企業体においては、特にPR活動の必要性が痛感されるのであって、従来各部門において個々に行なわれてきた報道、宣伝、種々の白書等に対して、この際PR的観念の下に統一性と企画性とを与え、さらに進んではPR活動の全分野にわたり、積極的な施策を展開することが緊要である。」(運輸総局発行「広報委員会の設置について」)というものであった。

その後昭和27・12、広報委員会に事務局として文書課広報室が設置されたが、昭和30・10、広報委員会制度が発展的に解消して本社に広報部が設置された。またこれに並行して2地方機関の整備も行なわれ、昭和32年以降順次広報課が設置された。



2 国鉄の広報活動

毎年年度当初に広報活動基本方針をたて、長期的展望に立った広報活動を行なうとともに、問題の発生ごとに臨機応変の広報活動ができるように関係各局とも日ごろから緊密な連絡をとっている。

国鉄の広報活動は、活動の方式ないし媒体によってほぼ次のように分けることができる。すなわち (1) パブリシティ(情報提供活動) (2) 出版物の発行 (3) 映画の製作、活用 (4) 展示、催し物である。これはおもに広報活動の主体の便宜によるものであり、広報部の担務関係もほぼこれに従っている。

(1) パブリシティ (Publicity)

パブリシティは、便宜上情報提供活動と訳されているが、むしろパブリシティという英語のまま日本で定着してきており、国鉄でも徐々にではあるがポピュラーな用語となりはじめていく。要するに組織体または個人が、自己の中で発生、創造したニュースを、自己の広報活動の一環として、言論機関に提供することである。広告費を払い、スペースを買い取る広告と