

◇吉本興業と日大アメラグ部

(株)毎日放送 特別顧問 木田洋一

最近の危機管理広報の話題として世間から注目されているのは、吉本興業です。問題の芸人の宮迫氏らが、独自に涙の謝罪会見を先に行った後、吉本興業の岡本社長が記者会見することになりました。これは、選手の潔い会見を、先にやられてしまったという点で、日大のアメラグ部の監督・コーチの会見と似た厳しいパターンだと危機管理広報の世界では言われています。

日大の会見が炎上したのは、選手への同情が世間やマスコミなどに集まっている最中だという点もありますが、会見を司会した広報部長が「同じ質問を繰り返されたら迷惑です」や、「あなたの発言で日大ブランドが落ちますよ」と記者に指摘され「落ちません」と言い切り、会見の批判を一手にかぶり、なんだ！あの人物はと批判を浴びまさに会見は火だるま状態になりました。

しかし、会見に出席した週刊誌の記者などからは、当該の選手の会見を見たコーチに忸怩たる思いがあったのか、厳しい質問で、危険タックルを指示したと認めそうになったので、広報部長がわざと批判を自分に集めて会見を混乱させたという見方をしています。言われて見ればあそこまで元記者の広報部長ともあろうものが、記者の逆鱗に触れるようなことはしないようにも思います。

吉本の場合も何を守ろうとしたのか気になることも色々あります。

◇吉本興業の広報失敗、他山の石に！

日本一明るい経済新聞 編集長 竹原信夫

吉本興業の闇営業広報は勉強になります。ボクも吉本クリエイティブエージェンシーの所属、吉本お笑い総合研究所のコンサルティングフェローの肩書もあり、他人ごとではありません。“闇営業騒動”で気づいた“広報の勘違い”をお話しましょう。

問題が発覚した直後の初期対応の大きなミスです。誰も嫌なこと、マイナスになることは言いたくない、隠したいです。まずは宮迫さんがウソついた、これが一番アカン。アカンことに気づいた宮迫、田村さんが記者会見をしたいと会社に申し出ると会社が拒否。今度は吉本が“第2の宮迫現象”で言いたくないと、二重の誤りを犯したのです。

マイナス広報では、ウソはアカン。言いたくない内容ほど、正直に全てを明かすことです。全てがポイント。洗いざらい、全てを一度で言うことです。

メディアの弱点は、1回にいっぱい言われたら書ききれない、発信出来ないことです。でも、皆んな逆に言いたくないことほどちょっとしか言わない。だから何回も新事実が出て、何回もニュースに。

プラス広報は、たくさん発信してもらいたいから一度にあれもこれもいっぱい言われます。いっぱい言いたいことがあっても、メディアは紙面や時間の制約があり、発信しきれません。ここは我慢して小出しに少しずつにすることです。すると、何回も記事にしてもらえるのです。

※ポイント

悪いニュースほど一回に全て洗いざらい発信

良いニュースほど隠して、ちょっとしか発信しない