

◇「誰に」伝えるのか

理事 木田洋一

今や広報のポイントの「誰に」「何を」「どのように」伝えるのか?の「誰に」も多様化しています。もちろん「誰に」の最後は顧客、世間です。ただ、以前はマスメディアを通じて世間に伝えるしか方法がなかったが、今や自ら伝えるツールがネット、SNS と沢山あり、メディアが興味を持つ、インターネットや SNS で興味を持ってもらうでは、当然ながら「何を」「どのように」が全く違ってきます。

ではどうしたらいいのか。まずは、相手、つまり伝えるツールを決めることです。相手を決めないと「どのように」が決まりません。ところがどうも相手を曖昧にしたまま広報文を書こうとしていることが多いように思います。

「誰に」をしっかりと決められたら、次に相手を知ることです。たとえ 1 対 1 でも伝える相手が、どんな相手か、どんな反応をするのか知識を持ち、どんな状況にあるか観察をしないと伝わりません。これはコミュニケーションの基本で、誰かと話す時はいつもみなさんやっていることです。

それは相手がメディアであろうと、SNS であろうと一緒にです。

広報は、興味がない、全く何も知らない相手に伝えるのが仕事です。興味のない相手に興味を持ってもらうには、伝える側が努力しないとイケません。相手が違うのに「何を」「どのように」を変えないで同じリリース、広報文にするのは手抜きです。

例え微妙にでも相手に合わせて変えることで伝わる場合があります。

そのためには、相手は「誰か」をはっきりとイメージし、相手の仕組みを知り、相手がしたいことを観察することが広報の仕事の最初の一步です。これがイメージできれば、どんな方法がいいのか「どのように」伝えるかを考え、工夫もできるようになり素晴らしい広報リリースが生まれます。

◇『時には無駄足の効用も』

代表理事 竹原信夫

◎こだわりの取材難しい

取材は簡単なようでもあり、難しい時もあります。とくに、こだわりを持っておられる方ほど、あれも聞いて欲しい、これも聞いて欲しいという思いが強く、大変です。

中でも食品関係、飲食店の経営者ほどこだわりが強く、大変なことがよくあります。飲食店などで良く言われるのが、まず私の料理を食べて下さいです。

◎お腹いっぱいでも美味しい

そして、その美味しさを伝えて下さいと言われると、食事をした後で言われると、もうどうしょうか?とってしまいます。でも、食べないわけには行きません。

無理でもいただきます。残すと失礼ですから「美味しい」と言って、キレイに食べなければなりません。これが礼儀ですからね。先日も、これに近いリクエストがありました。

◎山奥へ取材に

濃縮スープを開発したので、試食して欲しいということでした。本社は大阪市内にありましたの

で、軽い感じで良いですよと言ってしまいました。

でも、そこが大きな誤算でした。実はこちらの会社の試食研修センターは、大阪市内ではなくて兵庫県の山の中にありました。そこへ来て欲しいという依頼でした。

◎つつい受けることに

「車で迎えに行きます。高速道路を使えば1時間足らずです。ぜひ、来てください」と、懇願されます。そこまで言われると、なかなか断れません。つつい「わかりました」と受けてしまいました。

そして、週末に時間をかけて試食研修センターへ行って来ました。山の中の別荘のような雰囲気です。そこで、こちらが開発された濃縮スープを活用したラーメン、焼き飯などをいただきました。

◎気持ちを切り替える

周りは緑いっぱいです。雰囲気は最高のロケーションです。でも、ここで試食しないといけないのか？ちょっと疑問でした。材料も全て大阪市内から持って行きました。

うちの編集センターの小さな厨房でもつukれないことはありません。わざわざ、往復2時間もかけて遠出しなくてもと思ってしまいました。が、来てしまったからには楽しもう！と気持ちを切り替えました。

◎外の景色を見て楽しい

濃縮スープも大変美味しかったです。ラーメンだけでなく、野菜炒めに活用すると、良い調味料になります。業務用だけでなく、一般消費者にも使えそうです。

無添加で身体にも優しいスープでした。試食を兼ねた取材を終了して、また大阪の編集センターへ。本来なら車の中で原稿を書きたかったのですが、車酔いするため外の景色を見て楽しみ戻りました。

◎ポッカリ空いた時間過ごす

社長さんには、わざわざ来てもらったと大いに喜んでいただきました。つつい取材でも、効率を求めてしまいます。でも、時にはムダと思える時間の使い方も大事です。

コロナ禍でメディア担当者さんは相当疲れきっています。時には何もできない、ポッカリ空いた時間を過ごす。無駄足の効用を実感しました。