



日常業務とイベント、目的別でPR会社を使い分け

通常業務を依頼するPR会社はあるが、「PRイベントなどの際には別の会社に依頼することもある」という。住友林業 総務部 広報グループ マネージャーの佐野惣吉氏下。分野に合わせて、依頼先を変えるという考え方もあり得る



クライアアントに聞く 戦略的PR会社活用法

PR会社の力を最大限に活用するには自社の広報戦略を見据え、最適なパートナーを選ぶことが必要だ。ここでは、実際にPR会社に業務を委託している住友林業と新生銀行へのインタビューと、企業への匿名アンケートを通して、企業がPR会社に求めるものを探った。

国内で300社超 PR会社はどう選ぶか

日本バブリックリレーションズ協会に加盟しているPR会社が200社強。それに加えて少人数で運営している会社や個人事務所、あるいは広告会社がPR支援業も兼務しているケースなども少なくないことを考えると、日本国内には少なく見積もっても300社近いPR支援を行う会社が存在している。

その中から、企業の広報担当者はいったいどのようにしてパートナーとなりうるPR会社を探していけばよいのだろうか。選定においてどのような指針を持ち、どんな基準で選定すればよいのだろうか。

複数の会社に依頼 住友林業の場合

管林から住宅の建築・販売と幅広く事業を展開する住友林業では、目的別に複数のPR会社と契約を結んでいるという。その内訳は、毎月の基本業務に対して決まった料金（リテーナード）を支払う契約を結んでいるのが1社。それ以外は、新製品発表会やPRイベントなどを開催する際に、必要に応じて依頼しているという。

総務部 広報グループ マネージャーの佐野惣吉氏は、PR会社に業務を依頼している理由について、次のように説明する。

「リテーナードを支払うPR

としたリテール部門において、PR会社のサービスを受けている。

PR会社に求めることについて、マーケティング部 部長代理 原博信氏は次のように話す。

「私たち金融業は、経済活動における資金の流れにさまざまな形で関与して価値を生み出すビジネスであるため、目に見えない上に「分かりにくい」、「複雑」という印象を持たれがちです。また、これまで銀行業はあまり積極的な広報活動を展開してこなかったこともあり、まだ一般の方々からの金融商品やサービスに対する認知度は低いと感じます。そこで、今までの銀行のイメージややり方にとらわれず、お客さまとの接点を増やし、深めたいと考えています。」

リテール部門の情報発信の対象は個人の顧客。新生銀行のマーケティング

（企業アンケート1） PR会社に業務を委託していますか？ 理由も合わせてお聞かせください。

■一部業務のみ依頼している
パブリシティの企画・実施やメディアトレーニング、海外広報業務でPR会社のサービスを受けている。業務遂行にあたってアドバイスが欲しい場合に重宝している。（メーカー）

報道のモニター・クリッピング業務やメディアトレーニングを依頼している。社内に専門的なノウハウがないため、PR会社をお願いしている。（サービス）

パブリシティの企画・実施や記者会見・イベントの企画・運営に際して、社内に十分な人手がないことに加え、PR会社が持つ、メディアとの広範なネットワークを活用したい考えもある。（サービス）

■依頼していない
社内のスタッフが広報業務を行うことで、ナレッジ・ノウハウを社内に蓄積していくことが目的の1つ。また、費用的な問題もあって依頼していないという側面もある。（金融）

会社に期待するのは、PR活動全体のコンサルティングです。例えば、社内の経験が浅い担当者が書いたニュースリリースに対して、添削やアドバイスをお願いしたり、メディアから取材を受けた際、その媒体の特徴や報道の傾向などを調査していただくといった業務ですね。」

ニュースリリースの作成から請け負うPR会社もあるが、住友林業ではあえて社内の担当者が作ったリリースへのアドバイスを受ける。

「文章構成力や、メディアが取り上げたい効果的な表現などは、社内の担当者にノウハウとして蓄積した方が、当社にはメリットがある」（佐野氏）という考えもある。もちろん、これはあくまで一例。

ニュースリリース作成から配信まで外注し、広報担当者でそれ以外の業務に注力するという考え方もできる。

得意分野に合わせて PR会社を使い分け

一方、住友林業ではスポット的にPR業務を依頼することもある。特に、PRイベントなどを開催する際に、通常付き合っているPR会社ではない会社と、短期的な契約を結ぶことが多いという。

「例えばPR活動の一環としてイベントを開催する場合などは、そういった運営や告知が得意なPR会社に依頼したほうが、より効果的ではないかと考えています」（佐野氏）。

（企業アンケート2） PR会社に委託したい業務は？ また、求めたいことは？

■利益を生み出せる広報活動
自社にある、広報活動に活用できる素材をいかにメディアへ展開していくかが課題であり、PR会社のサービスを受けてみたいと感じる。PR会社に対しては、広報活動を通じて利益が創出できるような活動の支援を求めたい。（金融）

■求む、柔軟な対応
PRイベントの運営や、海外における広報活動の支援、また、メディアトレーニングなどのサービスを受けたい。すでにパッケージ化されている企画ではなく、クライアアントのニーズに合わせた、柔軟な企画・対応を期待したい。（メーカー）

■広報のプロとしての教育を
自社のスタッフに対する、広報業務の指導・教育。（サービス）

■新しいメディアへの対応
インターネットをはじめとする新しいメディアに関する情報を提供してほしい。また、どのように情報発信を展開していくべきかのノウハウも知りたい。（サービス）

強みを持つメディアとのリレーションや実績などを検討して選びました」（マーケティング部 近藤弥生氏）。

PR会社のネットワークを キャラバンで利用

新生銀行がPR会社に依頼している主な業務は、コンサルティングやニュースリリースの配信、掲載記事の確認など。また、プレスキャラバンの訪問先の選定・アポ取りなども依頼しているという。

「女性を中心とした生活者へのメッセージ発信を考える上で、メディアとの関係作りは必須しかし、当行のリテールバンキングの歴史が浅いこともあり、まずはPR会社が