



TANSHIKI Inc.

株式会社 タンシキ

広報戦略の策定（参考）

2016年7月19日

代表取締役 秋山和久



TANSHIKI Inc. 株式会社 タンシキ

1. 広報戦略って本当に必要？



- ☑ 最近とくに「中長期の広報戦略が必要だ！」という声があるけど、ちょっと前には「戦略PR」という言葉もあったし、結局なにすればいいの？



- ☑ そもそも戦略って中長期のもののはず…。「中長期の広報戦略」って、ますます言葉の意味も、何したらよいのかも、ふわふわしちゃって、分からなくなるんだけど…。



- ☑ 分かった！ 業者側が売りたいだけなんじゃないの？
むしろ、中長期で広報**計画**をまとめていく方が、実務上は助かるんだけど…。

はっきり言います



はっきり言います

1. 広報戦略は確かに「魔法の杖」ではありません。

はっきり言います

1. 広報戦略は確かに「魔法の杖」ではありません。
2. 広報部門の業務分掌が、報道対応、あるいは社内広報等、領域が特化されている場合は、「計画」や「戦術」の方が実務的で助かるはずです。

はっきり言います

1. 広報戦略は確かに「魔法の杖」ではありません。
2. 広報部門の業務分掌が、報道対応、あるいは社内広報等、領域が特化されている場合は、「計画」や「戦術」の方が実務的で助かるはずです。
3. すべての企業・組織に広報戦略が必要かということ、そうではありません。広報業務の成熟度や分掌の範囲によって、必要なアプローチは異なります。

はっきり言います

- 置かれている状況によっては、広報活動の上位概念として「広報戦略」が不可欠とは限りません。
- 他の戦略を上位概念としても良いです。
- この場合は、具体的な広報活動の計画や、どのようにしたらより多く報道されるのかといった戦術的観点から検討を進める方がスムーズです。



TANSHIKI Inc. 株式会社 タンシキ

2. 広報戦略とは？

広報戦略の原理原則

広報戦略の原理原則

- ☑ いつまでに、誰に、何を知ってもらい、どのような評価や行動を、どう良くしたいのか。

広報戦略の原理原則

- ☑ いつまでに、誰に、何を知ってもらい、どのような評価や行動を、どう良くしたいのか。
- ☑ 上記は、経営理念の実現や、経営戦略・事業戦略と紐づいているのか。

広報戦略の原理原則

- ☑ いつまでに、誰に、何を知ってもらい、どのような評価や行動を、どう良くしたいのか。
- ☑ 上記は、経営理念の実現や、経営戦略・事業戦略と紐づいているのか。
- ☑ 視座は社会・業界・経営レベル、時間軸の視野を持ち、視点は個別部署・活動に縛られない。

これは広報戦略ではありません

- ☑ 報道件数を増やすために、プレスリリース以外にも、新たに勉強会を開催したり、情報提供を強化しよう！

これは広報戦略ではありません

- ☑ 報道件数を増やすために、プレスリリース以外にも、新たに勉強会を開催したり、情報提供を強化しよう！ ⇒ **パブリシティ活動強化**

これは広報戦略ではありません

- ☑ 報道件数を増やすために、プレスリリース以外にも、新たに勉強会を開催したり、情報提供を強化しよう！⇒ **パブリシティ活動強化**
- ☑ 若者との接点を強化するために、フェイスブックに加えてインスタも使おう！

これは広報戦略ではありません

- ☑ 報道件数を増やすために、プレスリリース以外にも、新たに勉強会を開催したり、情報提供を強化しよう！⇒ **パブリシティ活動強化**
- ☑ 若者との接点を強化するために、フェイスブックに加えてインスタも使おう！

⇒ **多媒体活用**

これは広報戦略ではありません

- ・ 両方とも「アウトプット」ベースの活動方針です。
- ・ いつまでに、誰に、何を知ってもらい、どのような評価や行動を、どう良くしたいのか、明確になっているものではありません。



TANSHIKI Inc. 株式会社 タンシキ

3. 広報戦略を策定するポイント

広報戦略策定でキーになるもの

- ☑ **現状が明確に把握されている。**

広報戦略策定でキーになるもの

- ☑ 現状が明確に把握されている。
- ☑ 発信・共有すべきことが明確になっている。

広報戦略策定でキーになるもの

- ☑ 現状が明確に把握されている。
- ☑ 発信・共有すべきことが明確になっている。
- ☑ 優先順位を付けている。

広報戦略策定でキーになるもの

- ☑ 現状が明確に把握されている。
- ☑ 発信・共有すべきことが明確になっている。
- ☑ 優先順位を付けている。
- ☑ 経営・事業活動を担う「構成員」を強く意識。

広報戦略策定でキーになるもの

☑ **現状が明確に把握されている。**

⇒ 誰が何をどう認知・評価しているのか。

独自の認知度調査やデータ整理は不可欠

⇒ どの媒体で、誰に、何を、どう発信できているのか。

全媒体・全活動の再評価が不可欠

広報戦略策定でキーになるもの

☑ **発信・共有すべきことが明確になっている。**

⇒ 競合と比較した自社の強み・特徴・想いは
棚卸しができているか。

⇒ 経営・事業活動上の課題の解決につながる
ものか。

広報戦略策定でキーになるもの

☑ 優先順位を付けている。

⇒ 最優先ですべきこと、着手しやすいこと、段階分けしてやっていくこと…。

⇒ 重要ではあるが、資源を集中するために、「やらない」ことを決める。

広報戦略策定でキーになるもの

☑ **経営・事業活動を担う「構成員」を強く意識。**

⇒ 組織の実態とかけ離れて、外面だけ良い状態は絶対に避ける。

⇒ 社員(広報担当者を含む)が動機付く内容の戦略でなければ成功するはずがない。



TANSHIKI Inc. 株式会社 タンシキ

4. 広報戦略が必要になるとき

広報戦略が必要になりやすいとき

広報の他にも採用、IR、CSR、R&D等で
個別に広報活動を行っている大手企業の場合

各部署での広報活動も、広報部門内の外注先も
バラバラで、明らかに認知・評価向上の機会を
損失しており、重複コストも発生しているとき。

広報戦略が必要になりやすいとき

広報専門部署がIRや社内広報も含めて
包括的に対応している中堅企業の場合

広報計画は策定し、適宜、専門業者の協力を得て一定の成果が出ている認識はあるものの、具体的な効果測定や目標設定をせずに来てしまい、次の一手があいまいになりがちなとき。

広報戦略が必要になりやすいとき

一人広報または広報部署がない
ベンチャー企業や中小企業の場合

戦略策定のためだけに労力・経費はかけにくいいため、基本的には、販促、営業、採用のいずれかの課題や目標と適合して、必要な広報活動を考えていくべき。ただし、ブランドを明確化したいときには有効。

1. ご案内のとおり、広報戦略の策定には、かなりの労力も、調査費用も必要です。
2. このため、現在取り組んでいる広報活動の上位概念として広報戦略を策定すべきかどうかは、冷静に判断しましょう。既存の経営・事業活動上の目標と結びつけて、必要な広報活動を洗い出していくことも、十分、戦略的な広報活動と言えます。
3. ここでは、あくまで一般論としてご案内していますが、マーケティング広報寄りのものを求められているのか、企業広報寄りのことを求められているのか、インターナル寄りのことを求められているのか、等々、当然のことながら、置かれている状況によって、必要な作業も異なります。
4. また、**自治体の広報戦略に関しては、今回のご案内とは異なる観点も必要**です。一般広報なのか、個別広報なのか、政策広報なのか、企業とは異なる自治体ならではの考え方で戦略をとらえていく必要があります。（自治体の広報戦略に関しては、別途資料をまとめます。）



TANSHIKI Inc.

株式会社 タンシキ

ヒントがあれば幸いです。



TANSHIKI Inc. 株式会社 タンシキ

ご参考

弊社のような**外部の専門家の使い方**

- パブリシティやWeb、広告など必ずしも領域に限定されない総合的な広報戦略を策定する場合は、上記の活動はもちろん、経営、IR、CSR、採用、社内コミュニケーション、マーケティング、知的財産などの幅広い知識が不可欠です。
- たとえば発信すべきことを明確にしていく際、企業の特徴や強み、独自性が何なのかを探索・設定するうえでは、昨今ではIR領域の「ESG」評価も視野に入れていくべきでしょう。
- また、現状を把握するフェーズでは、定量調査の企画・設計、定性調査に係る観察、インタビューのスキルが、いずれのフェーズでも概念化能力などが不可欠です。
- 一方で、**広報戦略は、既述のとおり「社員（広報担当者含む）が動機付く内容の戦略」でなければいけません**。経営戦略の策定では、コンサルティングファームにすべて委託する方がよい場合もありますが、**広報戦略の策定を「丸投げ」することは、それこそ画に描いた餅になりやすくなってしまいます**。

コンサルテーションのスタンスの違いを しっかりと見極めましょう！

コンサルには、大きく2つのスタンスがあります。

アウトプット コンサルテーション

- ・ 課題整理から戦略策定までを代行してまとめてくれる。
- ・ 手間がかからず楽チン。
- ・ ファクト、ロジックはきれいに整っているが、自分たちで考えたものではないため腹落ちしにくい。

プロセス コンサルテーション

- ・ 課題整理から戦略策定まで、考えることを支援してくれる。
- ・ 手間がかかって大変。
- ・ 戦略策定やリサーチのノウハウも吸収でき、一緒に考えてくれるので腹落ちしやすい。



TANSHIKI Inc.

株式会社 タンシキ

ありがとうございました。