



企業の規模にかかわらず、PRを通じて自社のブランド価値を高め、市場でのポジショニングを強化することが可能になります。さらに、様々なステークホルダーとの信頼関係を構築することで、長期的なビジネス成功への道を開くことができるようになります。

PRって何？ 昨今の事情は？ 今どんなことができるの？ というような疑問をお持ちの方に向けて、さまざまな企業のPRに携わってきた私、高橋が、効果的なPRについてお伝えします。

経営戦略とPR活動

まずお伝えしたいのが、経営戦略とPR活動は、共に動くものであり、企業が目指す目標に向かって進むために重要な役割を果たすということです。経営戦略として、企業がどんな市場でどう戦い、成長するかを決めることは皆さんおやりになっていることでしょう。PR活動はその戦略を実現するために、さまざまな関係者とのコミュニケーションを助け、企業の大切なメッセージを正しく伝える手段です。

この2つがうまく連携すると、企業のブランドや市場での存在感が高まります。新しい製品を出す時、社会に貢献する活動をする時、あるいは会社の文化を強化する時など、よりよい結果を出したいと思うことでしょう。経営戦略に沿ったPR活動は、企業の価値を高め、他社との差異化につながります。

具体的なアクション

では、それはどのようにして実現できるのでしょうか。

PR活動には、さまざまな方法がありますが、ここではいくつかの具体的な例をご紹介します。

- 1. メディアリレーション：**これはPR活動の中でも特によく知られている部分です。メディアと良好な関係を築き、企業のニュースや物語を効果的に伝えます。たとえば、新しい製品の発表や大きなイベントの際にプレスリリースを出したり、記者会見を開いたり、メディア向けの特別なイベントを企画したりすることが含まれます。
- 2. ソーシャルメディアマーケティング：**今や多くの人が利用しているソーシャルメディアを通じ

て、直接お客様とコミュニケーションを取り、会社のブランドを広めます。FacebookやX（旧Twitter）、Instagramなどで、企業の活動や製品情報を共有することが一例です。

- 3. 危機管理：**企業が予期せぬ問題や危機に直面したときに備えて、事前に計画を立てておくことで、迅速かつ効果的に対応できます。これにより、企業の信頼性を保ち、ダメージを最小限に抑えることができます。
- 4. 内部コミュニケーション：**企業の従業員に対して、会社の目指す方向や文化を伝え、モチベーションを高める活動です。従業員が会社のビジョンを理解し、一丸となって働くことは、企業の成功にとって不可欠です。また、適切な人材を惹き付けるための採用活動にも役立ちます。これらのPR活動は単に情報を伝えるだけでなく、企業のストーリーを語り、ブランド価値を高めるための戦略的な手段となるのです。

経営戦略とPR活動を連携させるために大事なポイント

- | | |
|--|--|
| ① 経営目標の理解
会社の経営目標やビジョンへの理解 | ② PR活動の目的設定
経営目標に合わせたPR活動の目標設定 |
| ③ メッセージの統一
経営戦略と連動したメッセージの統一 | ④ ターゲットの特定
経営戦略に基づいた顧客層の特定 |
| ⑤ 効果測定とフィードバック
経営戦略とPR活動の成果を定期的に評価し、改善する指標 | ⑥ コミュニケーションの強化
経営層と広報担当者・他部門間との連携 |
| ⑦ PRカレンダーとメディアプランニングの統合 | |
| 一緒に計画を立てる
会社で行うイベントやキャンペーン、プレスリリースをどう紹介するかを一緒に考えます | 同じ話を伝える
PRチームも事業部もマーケティングチームも、同じ内容を伝えられるようにメッセージを統一しましょう |
| 状況に合わせて変える
世の中の状況が変わったら、計画も都度変えます。柔軟に対応しましょう | |

(文 株式会社SPRing 代表取締役 高橋ちさ)