



PRとは「パブリック・リレーションズ」の略です。今回は、企業戦略を実行に移し、企業を取り巻く人々と望ましい関係を築くための具体的な方法に焦点を当てます。

目的1：経営戦略・PR戦略の意識合わせ

経営戦略とPR戦略の一致は、効果的なPR活動の基盤です。

- 1. 経営陣とのコミュニケーション：**経営陣と経営方針や目標を把握します。PR活動が経営目標をサポートできるように、その戦略的な位置付けを確認しましょう。
- 2. PR目標の明確化：**経営目標とリンクさせるために、具体的なPR目標を設定します。これにより、PR活動の重点領域やKPIを明確化することができます（例：毎月のプレスリリース発表数、掲載件数など）。ただし、無理な目標や本質的でない数値計画はやめましょう。

目的2：社内メンバーとの意識合わせ・協力体制の構築

円滑なPRのために、社内メンバーからの協力は欠かせません。

- 1. チームミーティングやワークショップ：**定期的な情報交換し、他部門の動きを踏まえたPR戦略や年間計画を策定するとともに、各メンバーの役割と責任を明確にし、チーム全体の目標達成に向けて連携を図ります。
- 2. 変動も受け入れる：**計画は常に変動するものです。スケジュールに縛られ過ぎず、柔軟な対応を心がけましょう。

目的3：社会との接点作り

広報活動の成功には、社会との良好な関係構築が不可欠です。

- 1. ステークホルダーの分析：**重要なステークホルダーを特定し、そのニーズや関心事を分析します。これにより、的確なコミュニケーション戦略を立案することができます。
- 2. イベントや関係構築活動の計画：**各ステークホ

ルダーとの関係作りを行うにあたり、業界イベントや法改正など自社を取り巻く環境を把握して、社会との接点を作るための具体的な活動を計画します。

目的を踏まえたPR年間カレンダーの作成

「経営戦略との意識合わせ」「社内メンバーとの協力体制構築」「社会との接点作り」これらの要素を考慮しながら年間広報計画を策定します。

PR年間カレンダーを作るメリット

戦略的計画

PR年間カレンダーを使用することで、広報活動をより戦略的に計画できます。これにより、重要なイベントや節目に合わせて、効果的なメッセージを伝えることが可能になります。

一貫性の確保

一年を通じて広報活動の一貫性を保つことができます。これは、ブランドのメッセージや価値を一貫してターゲットに伝える上で重要です。

リソースの最適化

事前に計画を立てることで、人的、財務的リソースを効率的に配分し、最大限の効果を得ることができます。

なお、PRの基本については拙著『小さな会社の広報大戦略（日経BP 日本経済新聞出版刊）』で、PR年間カレンダーの作成方法については下記noteブログでも解説しています。

・PR年間カレンダーの作り方

<https://note.com/press961/n/n6ff147d32f4c>

PR年間カレンダーのイメージ

The image shows a screenshot of a PR annual calendar template. It features a grid with columns for months (Jan to Dec) and rows for various PR activities. The activities listed include: 1. 社内関係構築 (Internal relationship building), 2. ステークホルダー分析 (Stakeholder analysis), 3. 経営陣との意識合わせ (Alignment with management), 4. チームミーティング (Team meetings), 5. ワークショップ (Workshops), 6. イベント参加 (Event participation), 7. 関係構築活動 (Relationship building activities), 8. 記者会見 (Press conference), 9. 記者招待 (Press invitation), 10. プレスリリース (Press release), 11. ブログ記事 (Blog posts), 12. SNS発信 (SNS posting), 13. 動画制作 (Video production), 14. 写真撮影 (Photo shooting), 15. 印刷物制作 (Print production), 16. 外部関係構築 (External relationship building), 17. 業界イベント参加 (Industry event participation), 18. 法改正対応 (Response to legal changes), 19. 社会貢献活動 (Social contribution activities), 20. CSR活動 (CSR activities), 21. 地域連携 (Local collaboration), 22. 地域イベント参加 (Local event participation), 23. 地域関係構築 (Local relationship building), 24. 地域メディア連携 (Local media collaboration), 25. 地域関係構築 (Local relationship building), 26. 地域関係構築 (Local relationship building), 27. 地域関係構築 (Local relationship building), 28. 地域関係構築 (Local relationship building), 29. 地域関係構築 (Local relationship building), 30. 地域関係構築 (Local relationship building).

広報の重要な要素は、外部と内部をつなげることで事業成長を促し、啓発活動を通じてブランドの認知を高めることです。社内の各関係部署と外部の視点を共有しながら、「見せたい自社の姿」を提案し、ブランドコミュニケーションの促進に協力しましょう。

(文 株式会社SPRING 代表取締役 高橋ちさ)