

# 良い報道につなげる 取材対応5つのプロセス

広報

仲村明子 ●株式会社アネティ 代表取締役

法

規

労務管理

税務

人事教育研修

WLB

企業倫理

CSR

リスクマネジメント

健康管理

ダイバーシティ

広報

車両管理

プレスリリース発信等メディアへのアプローチを行った結果、取材の申し込みがあったら、その取材が良い結果につながるよう、十分に準備して臨みましょう。スムーズな対応ができたかどうか露出内容にも影響します。今回は初めての方でも失敗しない、取材対応のポイントをまとめます。下図のチェックリストを見ながら確認していきましょう。

## STEP1：取材申し込み時

取材の申し込みは、電話やメール、FAXなどで入ります。新聞は口頭の場合がほとんどですが、その他のメディアの場合、可能であれば、取材趣意書や企画書などをもらおうと、メディア側の取材意図をより正確に把握できます（メールでの申し込みの場合、そこに趣旨が書いてあれば別途趣意書や企画書をもらう必要はありません）。

口頭で取材申し込みを受けた場合は、メディア情報を確認することはもちろん、いつまでにどのような目的で誰に取材したいのか、掲載場所（コーナー）はどこか、単独取材か他社とのまとめ記事なども確認しておくといでしょう。テレビの場合は、取材の人数、テレビカメラの有無、駐車場使用の有無、取材場所なども確認します。ビルの駐車場を確保したり、管理事務所に撮影許可を取る必要がある場合もあります。

図：取材対応チェックリスト

STEP1：取材申し込み時確認		STEP2：取材の事前準備	
メディア情報	メディア名	手渡し資料	会社案内
	記者名		直近のニュースリリース、ニュースレター
	連絡先		製品・サービスのパンフレット
取材内容	テーマ	手元資料	製品
	質問事項（趣意書・企画書あればもらう）		お土産（記念品、社名の入ったグッズなど）
取材日程	希望時期	情報収集	資料を入れる封筒・紙袋等（持ち帰り用）
その他	取材したい対象者（社長、担当者、広報担当者など）		Q&A
	掲載予定コーナー		その他取材に必要な資料（各種データ、業界動向など）
	単独取材か、他社も取材するのか		メディアデータのチェック（発行日、部数、特性など）
	取材希望場所（あれば）		記者の担当分野、最近の取材テーマ
その他	人数（記者のみか、カメラマン同行かなど）	その他	記者の過去記事、最新号のチェック
	撮影の有無（スチール/ビデオカメラ）		会議室の予約
	車で来るか（駐車場必要の有無）		取材時の飲み物
STEP4：取材後		STEP5：掲載・放送後	
補足資料の送付・送信		掲載・放映チェック	
画像データなどの送信（必要な場合）		社内共有	
問い合わせ対応		取材お礼	
掲載・放送日の確認			

## STEP2：取材前

取材内容を確認し、対応可能なものであれば、取材日程の調整をします。新聞やテレビの場合急ぎの取材も多いので、迅速に社内の確認を取り、日程を確定します。

次に、当日までに資料の準備や情報収集をします。会社案内や取材内容に関連する資料、製品の実物などのほか、どのような質問が出て慌てないよう、想定問答（Q&A）なども用意します。また、取材に

来るメディアについての研究や、その記者が最近どのようなテーマで報道をしているのかを調べておくことで、当日はよりの確な対応ができます。

## STEP3：取材当日

当日は次の①～③に注意しながら、スムーズな情報提供ができるようサポートします。

①予定と違う話題になった場合  
軌道修正をする。ただし、企業側に差し支えない内容で、メディア側も興味を

株式会社日本リクルートセンター（現、株式会社リクルートホールディングス）退職後、約10年間日本語・英語教育ビジネスに携わる。株式会社パナソニック（現、ランスタッド株式会社）広報室長代理を経て、企業・団体の広報PR代行・コンサルティングを行う有限会社アネティ設立、現在に至る（2011年株式会社化）。

持った場合はそのまま継続してもよい。

### ②公表できない内容になった場合

やんわりと話を戻すか、公表できない旨を伝える。

### ③正確に答えられない質問が出た場合

その場で曖昧に答えず、後で確認して連絡するようにする。事前確認ができないメディアでは、名称や数値などが誤って報道されないよう慎重に対応する。

## STEP 4..取材後

もし取材中に答えられなかった事柄があれば、取材後迅速に追加資料や情報を送ります。掲載・放送前に何度か内容確認などが入りますので、それに対応します。できれば、掲載・放送時期も確認しておきます。

## STEP 5..掲載・放送後

掲載記事や放送内容は必ずチェックして正しく報道されていることを確認します。報道を見た取引先やクライアントから問い合わせが入ることがあるため、社内でも共有します。

また、取り上げてくれたメディアには、メールや電話、手紙などで簡単にお礼を述べます。メディア側は報道したのであって、企業の宣伝をしてあげたという意識はないので、過度に謝辞を並べる必要はありません。

取材対応は、迅速さ、正確さ、誠実さの三つが鍵です。ぜひスムーズな対応で、良い結果につなげてください。

### ▶番外編..電話取材の場合▶

メディアは、企業を訪問せずに、電話だけで取材して記事化やコメント紹介をする場合があります。注意点は訪問の場合とほぼ同じで、正確な情報を公表できる範囲で伝えることです。

プレスリリースを発信すると、その当日にメディアから電話が入ることがありますので、リリース発信前にQ & Aを用意しておくことをお勧めします。確認に時間がかかりそうときは、いつまでに情報が出せそうかメディア側に伝え、報道に間に合うかを確認しておきます。

# 尽きることがない総務・人事・労務の課題

## 解決に一緒に取り組みます

時々刻々と変化する経営環境

東京経営者協会は東京における、

経営・労務分野を基軸とした総合経済団体として、

また、日本経済連の中核的地域団体として

企業・経営の発展をサポートします。

たとえば、

こんな課題・悩みはありませんか？

- 法改正にどのように対応するか…
- 労務トラブルを予防・解決するには…
- 人事処遇制度をどのように見直し、改定すれば…
- 地震、新型インフルエンザ等の対策は…
- 社員のうつ病が深刻化して困っているのだが…
- ネットワークを拡げ、ビジネスを活性化したい

そんな時、ぜひご相談下さい！

## 東京経営者協会

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-3-2  
経団連会館19階

TEL:03-3213-4700

<http://www.tokyokeikyo.jp>