

企業レピュテーションを左右する「社長広報」を成功させるには

仲村明子 ●株式会社アネティ 代表取締役

広報担当者にとっては、商品やサービスの広報だけでなく、社長（トップ）広報をどのように行うかも重要なミッションです。社長は企業の広告塔であり、そのイメージや言動がそのまま企業のレピュテーション（評判）に大きな影響を与えます。今回は社長広報の在り方を考えてみたいと思います。

社長の発言の影響とは

社長の中には、人前で話すことが得意でない人も当然いると思いますが、だからといって人前で話さないで済む経営者はいないでしょう。ざっと考えただけでも、社長が話をしなければならぬシーンには表のようなものがあります。

社長が発する言葉がそのまま企業のイメージを決定付けてしまうといっても過言ではありません。ですから、社長はそのことを自覚し、どうすれば企業イメージ向上に貢献できるか、ステークホルダーの信頼を得られるか、株価を上げることができるか、といったことを常に意識しながら話す必要があります。

また、社内においても、役員や社員に向けて社長から積極的にメッセージを発信し、情熱を持って語りかけることで、企業理念や経営方針の共有、モチベーションアップ、業績向上、リスクマネジメント（不祥事が起き

にくい企業体質の構築）などにもつながっていきます。

しかし、最初からすばらしく効果的なプレゼンテーションができる経営者というのは、現実的にはそれほど多くありません。そのため、社長に会社の顔として社内外でベストなコミュニケーションをはかってもらうためには、広報担当者がしっかりと支えることが重要です。

社長と広報担当者の関係構築の重要性

①社長の身近な存在となる

広報担当者が適切に社長をサポートするためには、社長を理解していることが必要です。どのように考え行動する人なのか、また大切にしていること、嫌うことが何なのかといったことを知ることで、社長の意図に沿った情報発信をすることができそうです。また、広報担当者は、社内の情報を的確に把握するとともに、客観的な立場で外からものごとを見る目も持たねばならず、ときには社長に耳の痛い話を伝えねばならないこともあります。そのためにも、普段から社長とのコミュニケーションを密にし、信頼される身近な存在と

なっておかないと、社長広報はうまくいきません。

②適切なシナリオを準備する

社長広報を成功させるためには、当然のことながら、社長が発するメッセージの内容が重要になってきます。社長自身で全て準備できればよいのですが、多忙で難しければ広報担当者が代わってシナリオ作りをする場合もあります。相手を考慮し、必要なデータを揃え、社長の意図に沿った適切なコンテンツを準備します。

表：社長が人前で話すシーン

シーン	対象者
記者会見	マスコミ、（報道を見る）株主、機関投資家、一般消費者 など
取材対応、インタビュー	
就任会見	マスコミ、機関投資家 など
決算説明会	株主、機関投資家 など
株主総会	顧客、取引先、社員 など
記念式典	社員
社員総会	入社希望者
採用説明会	新入社員
入社式	役員
役員会議	顧客、取引先、営業先 など
営業、企画プレゼン	

おんどとり × クラウド データロガーの新しいカタチ



TR-71wf

TR-72wf

**無線LAN機能
搭載!**

TR-71wf

温度 2ch データロガー
-40~110°C
-60~155°C (オプションセンサ使用時)
¥24,800+税

TR-72wf

温度・湿度データロガー
0~55°C / 10~95%RH
¥29,800+税

TR-72wf-H

高精度 温度・湿度データロガー
精度: ±2.5%RH
-30~80°C / 0~99%RH
¥38,000+税

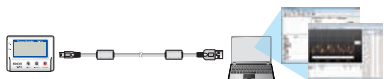
無線LAN 機能で「できる」が増えました

- おんどとり Web Storageへ自動データ送信OK!
- スマホ、タブレット、PCでどこからでもデータ確認OK!
- おんどとり Web Storage経由で警報メール送信OK!

※おんどとり Web Storage:
T&Dが提供する無料のクラウドサービス

USBでパソコンに接続して

USBケーブル(別売)で、パソコンに
接続してデータ収集することもできます。



株式会社 **ティアンドデー**

〒390-0852 長野県松本市島立 817-1
TEL:0263-40-0131 FAX:0263-40-3152

<http://www.tandd.co.jp>

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。株式会社パナソソフトバンク（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）。

③社長のプレゼンスキルもサポート

いくら広報担当者が良いシナリオを用意しても、その言葉に社長の気持ちが入められていなければ相手には伝わりません。大切な発表であれば、事前にリハーサル場を設け、練習しながら自分自身の言葉に置き換えてもらいます。

近年、日本の記者発表会でも、ステイプ・ジョブスやビル・ゲイツのような米国型のプレゼンスタイルが広がってきており、社長に高度なプレゼンスキルが求められるようになっていきます。ましてや、不祥事発生時の記者会見などでは、一言の失言も許されません。外部の講師を招きトレーニングを実施するなど、社長のスキルアップを促す部分でサポートをするのも、広報の仕事といえます。

社長とマスコミとの 関係構築の重要性

報道により広くその内容が知られることになるマスコミ対応は、社内イベントでのスピーチなどに比べ、より慎重が必要で、マスコミから取材依頼があったら、その目的は何か、いつ、どのメディアで、どのように掲載（放送）されるのかなどをしっかりと把握してアレンジします。内容によっては、社長だけでなく、詳細を語れる現場責任者が同席した方がよい場合もあります。

取材アレンジに関しては、二〇一四年一月号で詳しく説明していますので、その記事もご参照ください。

社長取材で重要なことの一つは、普段から

マスコミとの良好な関係を作っておくことです。取材には毎回できる限り誠実に対応し、信頼関係を作っておけば、事件・事故などの取材になっても大きな行き違いが起きにくくなります。また、社長が取材に慣れないと、緊張して尊大な態度を取ってしまったり、まだ発表できないことを思わず口にしたというところも出てきます。そうしたときは、広報担当者がフォローし、誤解を解いたり情報の流出をストップしたりすることも必要です。何度か取材を受けて関係ができてきたら、会食などじっくりざっくばらんに話す機会を設けることも効果的です。

このように、もつとも重要な広報パーソンである社長を広報担当者が支えることが、社長広報の成功の鍵となるのです。