仕事が楽しい人Ｆｉｌｅ．５７：松原佳代さん（企業広報コンサルタント）

◆「あなたは何をしている人ですか？」の問いに答えられますか？

第５７番目の仕事が楽しい人は、
企業広報のコンサルタントとして独立した、
松原佳代さんです。

広報とは、英語の Public Relations（ＰＲ）が訳された言葉です。
従って、広報は Public「一般の人々」と Relations「関係」を結ぶという仕事になります。
世の中のあらゆる企業は、その内容を公開して広く伝えなければ、誰からも自社の存在を認識してもらえません。
結果、企業にとって広報は必要不可欠な機能です。

ところで、企業は一般の人々と関係を結ぶために、何を発信したらいいのでしょうか。
「美味しい饅頭を作っています」
「綺麗なお花を揃えています」
「使いやすい椅子を製作しています」
と、誰かに伝えればいいのでしょうか。
これでは、誰とも関係が結べないのは明白です。

このように、広報について改めて考察してみると、何をしている会社なのか、誰もが記憶して他者に説明できる“言葉”を編み出さないと、一般の人々とは関係を結べないことがわかります。

松原さんは、これらの意味を込めて広報の仕事を
「企業のブランドメッセージを作り、伝えること」と解説してくれたのですが、
松原さんのお話を伺っていると、
「平堀さん、あなたは何をしている人なの？」と問われているようで、自分のことを考えだしてしまいます。

牛丼と言えば、吉野家。
スマートフォンと言えば、アイフォン。
テーマパークと言えば、ディズニーランド。

というように、
〇〇と言えば、アッシュ・マネジメント・コンサルティング。
と多くの人が思い浮かべる、差別化されたキャッチコピーを考えなさいと、
松原さんに問いかけられている感じがしたのでした。

こんな私の悶々とした表情を察した松原さんは、広報の仕事の経験を積んだ企業の実例を上げて、ブランドメッセージの発信の仕方を教えてくれました。

コンサルタントとして独立する前に松原さんは、“面白い会社”と検索すれば、自ずと社名がヒットする企業に勤めて、広報の仕事をしてきました。
松原さんは、この企業のブランドメッセージを確立する第一歩として、面白い制度を導入している企業を、徹底して調べました。
そして、それらの企業を、「こんなに面白い制度を導入している会社がありますよ」という記事にまとめて、発信し続けたのです。
この記事を目にした人たちは発信元となっている松原さんの所属企業を、自ずと認識しだしたというのです。

私は「なるほど、上手い方法を考えだすもんだな」と感心してしまいました。

松原さんが広報の仕事に就く原点は、小学校時代にあります。
アナウンサーとの出会いがきっかけになりました。
実家が新築された際に取材に訪れたアナウンサー（レポーター兼記者）のヒアリングの仕

方が見事で、“自分たちが伝えたいことをこんなに上手く聞き出し”、映像にしてＴＶ放映されるんだと感動したそうです。

ここまで松原さんと話を進めて来て、
「自分の思いを上手く他者に伝えられないことはあるよな。こういう時に、第三者から、自分の言いたいことを言い換えてもらった時に、そうそう、それが言いたかったんだよと、思わず膝をたたきたくなることは、確かにある」と、合点がいっている自分がありました。
松原さんは小学生の時に、こんな思いを持たれたのかもしれません。

松原さんが、企業広報の仕事に込めた思いについて、下記の章の
“松原さんの広報コンサルは、依頼主を切磋琢磨させる環境を生み与えるモノ”
でご紹介します。

◆松原さんが大切にするキーワード
正直でいること
　自分の気持ちに正直に生きていくことをモットーにしています。
　興味がなければ、興味がないと、理解できないのであれば、理解できないと、正直に伝えます。広報（ＰＲ）の仕事は、広報するモノやサービスに、自分自身の思い入れがなければできないので、仕事のスタンスに直結します。

◆松原さんのパワー〇〇
我が子
　ありきたりのようですが、我が子と過ごす時間はやる気の源です。

◆松原さんのコツコツ
毎日の体重測定
　２０歳のころから健康のバロメーターとして、毎日同じ時刻に測定しています。
　人生の全てにおいて、健康が資本ですから。

◆松原さんの広報コンサルは、依頼主を切磋琢磨させる環境を生み与えるモノ

松原さんが拘る広報の仕事の仕方は、
・有料広告はしない
・その企業が行っているサービスや製品の事実を広報する
の２つです。

広報に近い仕事に広告宣伝が上げられます。
“広告とは”という Key Word でネット検索すると、
企業が、新聞や雑誌、テレビやラジオ、インターネットなどのメディアに対して料金を払い、アピールしたいことを企業側がしたい表現で発信していくものと解説されています。
そして、“広報とは”で検索すると、
社会にとって価値のある情報をマスコミに提供し、マスコミの報道によって社会に発信されるもので、この活動をパブリシティと言う。
料金を払って掲載する広告とは違って、発信されるかどうかはマスコミの判断によるので、情報を提供したからといって必ず報道されるとも限ならにと解説されています。
（広告、広報ともに、http://www.anety.biz/company.php より引用）

この違いを理解すると、松原さんが２つめの拘りの
“その企業が行っているサービスや製品の事実を広報する”
の意味合いと重要性が見えてきます。

これは、私の素人判断ですが、広報はマスコミに価値があるなと判断してもらえなければ永遠に記事には取り上げられないため、下手をすると事実とはかけ離れた誇大な表現を駆使してパブリシティ活動をしてしまう可能性があります。
ありがちなのは、ＰＲするサービス・製品の導入効果を、大げさに表現してしまうケースでしょうか。
このようなことはせずに、企業が行っているサービス・製品の実態を多くの人たちが興味を持つように表現するのが、松原さんの仕事なのでしょう。

この拘りを松原さんから伺うと、今度は、
「平堀さん、あなたが行っている仕事の価値は〇〇ということですが、本当にそういう効果を出しているんですよね」と尋ねられているようで、ドキッときます。
それは、自分を表現するときに、多少ではなくて、極大に脚色した形容詞をつけてしまいそうになる自分が脳裏に浮かぶからです。

松原さんに広報の仕事をお願いすると、
「あなたは何をしている人ですか？」と問われ、なんとかして、
「私は、〇〇をして人々に貢献しています」と応えると、
「この表現にウソはありませんよね」と念を押される感じがします。
すると、自分の仕事の本質をウソ偽りなく言わなければとの思いに駆られ、まさに、自分が携わっている仕事の価値を磨こうとの強い動機が芽生えてきます。

松原さんは、広報という仕事をもっと多くの企業や人たちに広げて（広報して）いきたいと考えています。
それは、これだけソーシャルメディアが発達し普及した今、誰でも費用をかけずに簡単に広報できるからです。
これまでは、資金力のある大企業だけが広告宣伝でき、資金力に乏しい中小零細企業は、自社の存在を世の中に広げる手段を持っていませんでした。
ところが今は、規模の大小を問わず、広報、すなわちPublic「一般の人々」とRelations「関係」を結べる仕組みが出来上がりました。
良いサービス、優れた製品を創造しているのであれば、資金力のあるなしに関わらず、一般の人々、しかも全世界の人たちにその価値を訴えかけられる時代になったのです。

今回は松原さんの取材というよりも、私が松原さんから、私の仕事や私の存在価値を問いかけられた、そう思えるような機会になりました。

松原さんの目指す広報とは、私が体感したように、自社の価値磨きに拍車をかける仕事なのでしょう。
広報する内容にウソ偽りがあってはいけないのですから、価値を磨かないわけにはいかない、まさに、有言実行の環境に身を置くことになります。
松原さんのインタビューを終えて、私は、
自身を切磋琢磨するために、広報の仕事を松原さんに依頼したくなりました。

◆松原さんのプロフィール
職業：企業広報コンサルタント
所属：株式会社ハモニア（http://www.hamonia.jp）

◆企業広報コンサルタントとは？
（13歳からのハローワーク公式サイトから、企業広報コンサルタントに類似している職種の広告デザイナーを抜粋しました）
広告デザイナー
広告とは、広告主の商品やサービスなどの宣伝をして、その商品やサービスに関する消費を促す文書類や記事のこと。広告は複数の対象に商品やサービスを認知してもらい、消費行動の糸口となる重要な役割を果たす。広告デザイナーは、依頼された商品やサービスの特性を解釈し、依頼主の意向を理解した上で、消費者に訴えかけるビジュアルを広告に落とし込む。広告の媒体は雑誌・新聞・ウェブ・看板・ポスターなど多様。商品やサービスをアピールする方向性（「商品のイメージを伝える」「サービスの特権性を伝える」など）をどうするか、ターゲット層をどうするかといったコンセプトの要素も数多くある。依頼

主が浸透させようとしているブランドイメージなども考慮しなければならない。広告デザイナーは芸術家とは違ってロジカルにデザインを設計する。そのため、グラフィックソフトを操作する技術やレイアウトの知識だけではなく、「依頼主が何を求めているか」を踏まえるための理解力、「どのような見せ方をするか」という案を出すためのマーケティング知識・思考力も必要とされる。働き口としては、広告会社やデザイン事務所のデザイナー職のほか、自社で広告を制作している企業の専属デザイナー（インハウスデザイナー）という道もある。企業や事務所で経験を積み実績・コネクションを作れば、フリーの広告デザイナーとして活躍することも可能。

◆企業広報コンサルタントに求められる能力
正直力：うわべではなく、真に共感したブランドだけを広報する信念
実業力：自らも実業を興す力
本質追求力：ビジネスモデルの本質を見抜く力
着眼力：ビジネスの本質を広報する柔軟な視点
語彙力：ビジネスの本質を文字にする豊富な知識と表現力