

# 誰に何を伝えるのか 組織の広報戦略を考える

講師 ● NPO法人 OurPlanet-TV 代表 白石草 氏

7月16日～17日に全国社会福祉協議会の主催による「平成25年度広報力強化セミナー」が開催されました。このセミナーは社協や福祉施設において、担当者が広報活動を具体的、実践的にすすめてい

くための広報・情報提供の知識を習得することやソーシャルメディアやマスマディアの活用を含めた広報戦略や展開について学ぶため開催されたものです。

内容について、抜粋してお伝えします。

## 広報とは

広報とは、たくさん的人に伝えることを意味します。かつては「公的な情報」に限定された概念でしたが、今日では、PR（パブリックリレーションズ）とほぼ同意義で用いられることが多くなっています。

また、広報とは「まず自分を知る（自組織の強み／弱みを理解する）」ということです。広報を成功する＝組織が機能しているといえます。

## 広報の重要性

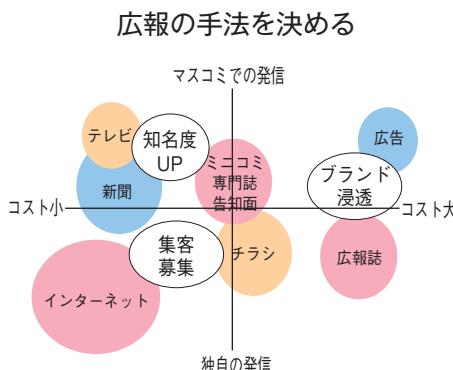
社協や福祉施設は地域住民やサービス利用者、関係者等に向けて広報を行っています。自分たちの活用やサービスを多くの人に伝えるとともに、発信した情報が賛同を受け、活動やその目的が地域の人たちに浸透していくことを目指したいのです。

## 広報をはじめるまえに

自分たちは何者なのかをイメージ付けるための基本的な事柄をブランディング

## 広報の手法

広報をする際は、目的や内容によつて、どのような手法を使うべきかを決める



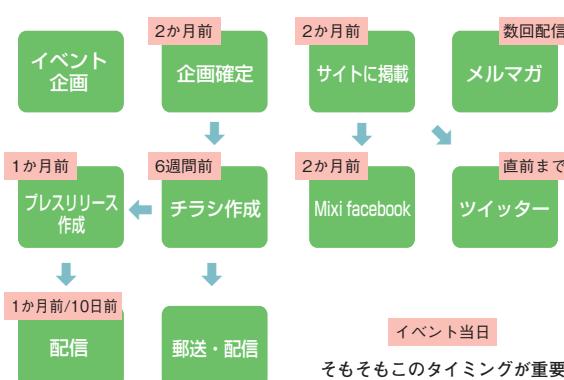
## 広報戦略のポイント

● タイミング→時代性と先進性、例えれば、テレビや新聞が取り上げている事柄に関連していれば、メディアの関心を呼びやすく取り上げる可能性も高まりますが、話題の時期を過ぎてしまい

## 媒体の特徴

メディアの種類	対象	特徴	ポイント
マスコミ	新聞	比較的高齢	知名度アップ
	テレビ	比較的高齢	遡求力は圧倒的
	ラジオ	高齢者中心	丁寧に扱う可能性高
インターネット	専門誌	関心層	業界へ影響を与える
	フリーペーパー	関心層	掲載率が高い
SNS	ウェブサイト	関心層・会員	詳細まで記載が可能
	メールマガジン	関心層・会員	定期的に直接お知らせできる
	投稿サイト	関心層	ターゲット別に投稿できる
紙媒体	Mixi facebook	若年層	口コミ効果で情報が拡散しやすい
	チラシ	地域全戸	魅力的であれば遡求力大／コスト大
	ポスター	関心層	配布場所に左右される
	ダイレクトメール	広く一般	掲示板に左右される
	会員・関係者	手にとる可能性高	キャンペーンなど

## 広報計画をたてよう(集客)



て、どのような広報をすればよいか、戦略やスケジュール、コスト等を明確にする必要があります。

めざす姿（目標）によって、広報の仕方は変わってくるので、複数方法を組み合わせることも必要です。

