

広報に関する提案

定期的な社長の記者会見または記者懇談会

社長インタビューの制限（業務への専念。健康。社長取材時の効果高めるため）

←記者会見または記者懇談会とリンク

問題点：普段のインタビューを誰が行うか。

取材窓口一本化（矛盾のない広報と、情報管理と、責任の明確化のため）

外部に出せる情報についてトップとの定期的なミーティング

定期的・適時のニュースリリース（広告と同様に J S の記事を。ユーザーの安心感のため）

社内のネタ収集（広報に適したネタ探し。学生長期休暇時の徳新へのリンク）

例：冬・春休みに「売上90億達成の見込み！」

例：社内報掲載社員アンケートをあわわに掲載

主要紙誌キーマンと担当者との定期的なコミュニケーション、接待

（誤解ない J S の理解、リーク、情報収集）

専門紙誌への製品サンプル送付←現在村田氏が対応

有力 B B S のウォッチ（オンラインリーダーとなるユーザーの動向のチェック、およびリーク）

急な問い合わせに対応する各種資料作成

売上本数、会社概要、製品説明

未発売製品の概要（どこまでリークするか）

←トップとの普段のミーティングが必要

突発事故の対応マニュアル作成（危機管理、正確な情報収集・発信のため）

例：商品トラブル、社員の飛行機事故、社員個人のトラブル

←総務と連携

一般的な取材対応、会社案内

被取材者（社長とか）とインタビューに同席（取材内容チェック、正確さのため）

取材時の資料提供（相手のニーズに合わせて。記事作成の便宜、心証をよくする）

写真撮影案内（インタビューと撮影同時進行の場合は2名必要）

写真撮影推奨ポイント（非撮影部）の確認←社内作業

記者・ライターの記事傾向分析、記事の分類保存、データベース化

（取材対応に利用、リクルーティングなどで利用）

各紙誌の傾向分析、重要度付け（リーク先の決定に利用）

各紙誌編集部の組織構成調査（キーマン、クレーム先の目安）←普段のコミュニケーションから

ユーザーアンケート実施・処理・公表

（トップ企業として業界の地位向上、統計調査発表による社のイメージアップ）

←新聞の囲み記事用、公的機関が行わずかつ引用されるような統計調査

例：「ジャストシステムはこのほどパソコンユーザーを対象にアンケートを実施し、パソコンユーザーのワープロ専用機に対するイメージ調査を行い発表した。それによると・・・」

「ジャストシステムは全国の同社ユーザーを対象に、徳島のイメージ調査を実施・発表した。同社は、全国のパソコン利用者30万人のデータがあり・・・」（徳島新聞1990. 8. 12朝刊）

イベントの開催

例：「徳島の企業広告展覧会」（そごうアートギャラリーで10. 1～10. 8まで開催）

徳島新聞社／徳島県主催、大塚製薬／ジャストシステム後援

本社周辺住民の社屋見学会、周辺町内会への出席・補助（地域との融和・理解）

←総務と連携