

ウィズコロナ、SNS時代ですますます困難な危機管理広報

公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会
副理事長 江良俊郎

今期の通常総会を経て、副理事長およびPR業部会長を拝命いたしました。会員の皆さまはもとより、社会に対しても公益社団法人として広報の重要性と広報会社・PR会社のより一層の地位の向上に努めたいと考えております。

さて、「広報業務」といっても、様々な分野の業務がございます。協会（PRSJ）では、昨年より「PRパーソンからパブリックリレーションズ・プロフェッショナルへ」を掲げておりますが、例えばこのパブリックリレーションズ・プロフェッショナルの中でも、経験が求められる業務として、緊急事態への対応「危機管理広報」に関する業務があるといえます。

危機への対応は、事業会社の広報担当者だけでなく、広報活動を支援しているPR会社の担当者においても、必ずと言っていいほど直面する可能性が高いといえるほど、増加し多様化していると感じています。

自社が起こした事件や事故だけにとどまらず、ランサムウェアによるサイバー攻撃や個人情報流出、SNSでの書き込みや投稿からの炎上事案など、あらたな対応が求められるリスクが次々に襲い掛かってきています。

最近もSNSで社用車の道路交通法違反を指摘された企業が、即座に公式HPで謝罪して収めた事例が話題になりました。かつては企業が公式に公表、謝罪することが少なかったような事案で、新たな対応をせざるを得ない状況です。

若者を中心に多くの生活者が、スマホでのSNSから情報を得ている今日、従来のマスメディアへの対応と同様に、ネット上での風評にいかに対応するか、が問われています。

当協会でも、教育研修プログラムの中で、SNS対応を含めて、危機管理広報に関する講座を毎年実施しており、なかなか経験を積むことができない広報担当者の皆様にもご評価いただいておりますが、今年度は、PR業会員社にフォーカスしたパブリックリレーションズ・プロフェッショナル育成施策としても、危機管理広報分野に限らず、いくつかの育成プログラムを提供できるよう準備を進めてまいります。

不祥事対応ではしばしば、失言やトップの言動などが面白くおかしく取り上げられますが、大切なのは問題が起こった際の組織としての認識と、社会から理解や信頼を得るに足る誠実な説明ではないでしょうか。この最も重要な部分で社会の批判を浴びることがないように、広報担当者は全力で取り組むことが求められます。

緊急事態が起こった時、広報はいつも以上にしっかりと経営陣に社会の声を伝え、一緒に社会に向けて説明をしていく必要があることを皆様と一緒に伝えたいと思います。