

## 法人会員の活動予定などを情報発信

CNCP 個人正会員・日刊建設通信新聞社専務取締役 和田 恵

勢いのある、興隆している団体や企業は総じて、メディア活用に長けている。つまり、報道される機会、いわゆるメディアでの露出が多いのである。内容はさまざま、活動（経営）展望や計画・実績、技術・商品開発、人物紹介など多岐にわたる。報道されるきっかけは、メディア側からの取材申込みがあれば、発表もある。



いうまでもなく、報道内容は多様だ。善意だけでなく、批判的な記事も少なくない。それはともかく、釈迦に説法とは思いますが、存在や活動内容を広く周知するには、回数多く報道されるに越したことはないから、メディア対応はいかにあるべきか、優先して、その戦略を練り、実践すべきだろう。

最近は減多になくなったが、記者発表の後、「情報交換」を目的に一席設ける、あるいは食事を振る舞うといったことがある。レアケースだが、交通費などを提供するケースもある。それらを全面否定はしないが、そうした所作は、記者の信条（心情）を斟酌しないピント外れの愚拳といわざるを得ない。記者におもねる、またそうしたことを喜々として受け入れる記者を大切にする必要などない。あくまで報道する側の気概で言えば、記者は、情報に対するハイエナの存在である。記者には「飯ではなく、情報を食わせろ」である。

かつて、ある大手ゼネコンの広報体制を快く感じていた時期がある。広報責任者いわく、「メディアの大小で対応を変えることはしません。取材申込には、クイックレスポンスを心掛けています。取材に応じられるか否かの返事は、長くても3日以内にします。応じられる場合、対応者調整や実施時期のメドなどを伝えるようにしています」との姿勢を、担当させて頂いた期間中ずっと守り、実践してくれた。むろん、それらと併行して、メディアが呉越同舟の共同発表なども行われる。取材を申し込んでも返事はなく、検討の進捗具合を問い合わせると「ああ、そんなこと（申し込み）がありましたね」といった不誠実な対応が少なくないだけに、同社に好感を抱いたものである。

NPO 法人「シビルNPO 連携プラットフォーム（CNCP）」は中間支援組織として発足した。ということは、行政と地域、あるいはNPO支援などが主目的であろう。ならば、まずは法人正会員の悩みや活動予定、要望などを吸い上げ、「NPO支援の初弾取り組み」としてメディアに定期的に情報発信してはどうか。当然ながら、その際はクイックレスポンスを旨として……。いずれにせよ、確実にCNCP活動の周知と存在感アップにつながるはずである。