

激動の50年

1971-2021

第3回「ジャーナリズムと企業広報」 現場と反省

20221112

国際CCO交流研究所 例会

太田民夫

「激動の50年」（就職した1971から2021までの50年）

記者と大学勤務時代に学んだテーマシリーズ第3回

2022からのコロナあけの2023.5に国際CCO交流研究所アーカイブに登録申請

取材・“経営”・“学び”の50年(1971-2021)

1. 半導体(20211218発表)
2. 「企業家論—英産業革命に見るその原点」(20220618発表)
3. 「ジャーナリズムと企業広報」(20221112)

「ジャーナリズムと企業広報」

1. 「ジャーナリズム」と「ビジネス・ジャーナリズム」
2. 「良い広報」と「悪い広報」
3. いかにトップに食い込むか
4. ジャーナリズムの独立
5. 一社独占市場とジャーナリズム
6. クレーム処理の仕事
7. 揺らぐ「ジャーナリズムと企業広報」

番外 「官邸・霞が関広報のいま」（「政府のコロナ広報」＝2022.10.16日本広報学会全国大会口頭発表＝取材から）

1. 「ジャーナリズム」と「ビジネスジャーナリズム」

ビジネス・ジャーナリズム

特定の産業
発展・革新・ニュース
深い知識・専門家

専門雑誌編集・記者

ジャーナリズム

いち早く伝える
事実を伝える
権力の監視

新聞記者

ジャーナリスト

「むずかしいことをやさしく」

「やさしいことをふかく」

「ふかいことをおもしろく」

井上ひさし

何をどう伝えるか 取材

太田民夫

☐ 先入観を持たない

☐ 現場に行く(見る、聞く、感じる)

☐ 人に聞く(アポイントを取る、現場で聞く)

☐ 確認、確認、確認

☐ 日ごろから備える(ネットワーキング、広い視野、問題意識)

2.「良い広報」と「悪い広報」

広報はCEOを映す

広報は企業体質を表す

3. いかにもトップに食い込むか

トップは最大のニュース価値

4. ジャーナリズムの独立性

取材拒否

広告とジャーナリズム

5. 一社独占市場とジャーナリズム

ジャーナリズムとしてのバランス

読者の力

6. クレーム処理

迅速さ

7. 揺れる「ジャーナリズムと企業広報」

紙媒体の部数大幅減

変わらない「ジャーナリズム」

揺れる「広報の役割」

番外 官邸・霞が関広報のいまー

（「政府のコロナ広報」＝2022.10.16日本広報学会全国大会口頭発表＝取材から）

「分掌・秘密主義・女性官僚」

ご清聴ありがとうございました。