

広報をもっと身近に

中堅・中小企業のための広報PR——

第11回 記者クラブとは？そのルールと活用法



株式会社アネティ 代表取締役 なかむら あきこ 仲村 明子

インターネットやデジタルデバイスの発達により、マスコミを経由する方法以外にも、自社メディアやSNSを通じて直接広報PRができる時代になりました。広報PRは、ステークホルダーの共感や信頼を得て、売上拡大や人材獲得につなげる大変有効な活動です。このコラムでは、中堅・中小企業の皆さまが広報PRを身近に感じ、すぐにでも着手していただけるよう、考え方や方法についてわかりやすく解説していきます。

記者クラブと聞いて、皆さんはどのような場所をイメージされますか？私は最初に聞いたとき、記者たちが優雅に集うサロンのようなところを想像しました。会社の（当時は人材派遣会社の広報担当でした）ホワイトボードに外出先として「記者クラブ」と書く時も、なんとなく特別な場所に行くワクワク感があったのを覚えています。

が、実際に行ってみると、当初のイメージとは全く違っていました。多くのメディアが狭い場所にギュッと集まっていて、皆さんとても忙しそうです。話しかけるタイミングを計るのも難しく、特に何か大きな発表があった直後などは殺気立った空気が漂い、まさにドラマなどで見る「報道の現場」のシーンそのものでした。

私の広報デビューの頃に比べると、今はきれいな記者クラブが増え、気軽に中に入れるところも少なくなりましたが、広報担当者にとって重要

な場所であることに変わりはありません。今回は、記者クラブをどのように活用するのか、その方法や注意点について解説します。

1. 記者クラブとは？

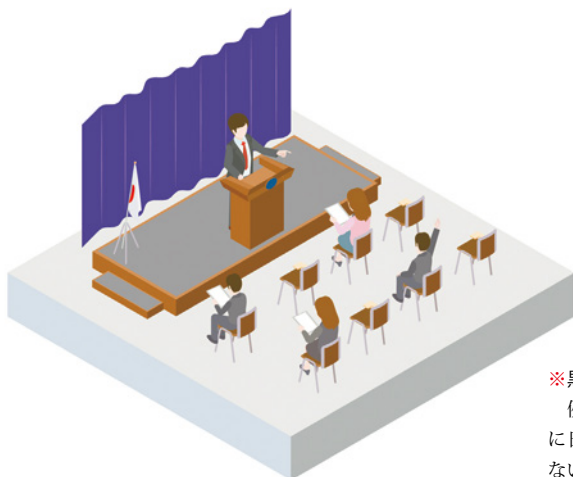
記者クラブとは、官公庁や業界団体などの施設の中に置かれた、大手メディア（新聞、通信社、テレビ局など）による取材機関のことです。記者クラブには会見室が併設されていて、例えば官公庁であればそこで記者会見が開かれ、その内容を加盟するメディアが報道します。

記者クラブには、「幹事社」制度があり、加盟社が持ち回りで1～2カ月の間（期間はクラブによって異なります）、会見の仕切りやプレスリリース配布の承認などを行います。幹事社の他に、「受付・事務スタッフ」を置いているクラブもあります。

発表されたことを一斉に報道すること、「黒板協定」※があること、伝統メディア中心に運営されておりフリーのジャーナリストや新興のネットメディアが加盟することが難しいことなどから、「横並び体質」「閉鎖的」と批判されることもあります。ですが、「情報開示に消極的な公的機関に対して、記者クラブという形で結集して公開を迫ってきた歴史があり、国民の『知る権利』と密接に関わっている組織・制度」（日本新聞協会編集委員会の見解よ

※黒板協定とは

例えば、企業などが記者クラブに記者発表を事前告知すると、記者クラブ内の掲示板に日時・内容などが書かれ、その時点で「予定されている内容については勝手に報道しない」という紳士協定が結ばれる。加盟メディアは、スクープになるような大きなニュースであっても、抜け駆けはできなくなる。この掲示板が黒板であったため、「黒板協定」と呼ばれたが、最近はホワイトボードが使われるため「白板協定」と言うこともある。



り一部抜粋)ということを見ると、重要な役割を果たしているとも言えます。

2. 記者クラブの種類

記者クラブは、大きく3つに分かれます。1つ目は官公庁の記者クラブで、主に関係する省庁内に設けられています。2つ目は民間の記者クラブで、主に業界・経済団体が運営するものです。3つ目は県や市、またはその地域の経済団体などが運営するものです。以下に種類ごとにどのような記者クラブがあるかあげてみます。

①官公庁の記者クラブ * ()内は設置場所

衆議院記者クラブ(国会)、参議院記者会(国会)、永田クラブ(内閣府)、司法記者クラブ(高等裁判所)、法曹記者クラブ(法務省)、人事院記者クラブ(人事院)、財政研究会(財務省)、国税庁記者クラブ(国税庁)、文部科学記者会(文部科学省)、厚生労働記者会(厚生労働省)、農政クラブ(農林水産省)、経済産業記者会(経済産業省)、国土交通記者会(国土交通省)、総務省記者クラブ(総務省)…など

②民間の記者クラブ

エネルギー記者会、自動車産業記者会、貿易記者会、農協記者クラブ、金融記者クラブ、ラジオ・テレビ記者会、レジャー記者クラブ、日本旅行記者クラブ、スポーツ協会記者クラブ・JOC記者会、日本外国特派員協会、日本記者クラブ、東商記者クラブ、郵政記者クラブ…など

③地方の記者クラブ * 関東地方の例

茨城県政記者クラブ、栃木県政記者クラブ、群馬県刀水記者クラブ、高崎市記者クラブ、埼玉県政記者クラブ、さいたま市政記者クラブ、千葉県政記者クラブ、千葉県経済記者会、神奈川県政記者クラブ、横浜経済記者クラブ…など

3. 記者クラブ活用の方法

記者クラブには主要メディアが集まっていますので、各クラブに適した情報(プレスリリース)を配布すれば、個別にアプローチすることなく一気に関連するメディアに伝えられるメリットがあります。ここからはその活用法について説明します。

①どの記者クラブに配布するか決める

まず、配布予定のプレスリリースがどの記者クラブに合致するかを考えます。例えば、人材サービス会社が新規事業のプレスリリースを配布する場合、管轄である厚生労働省にある厚生労働記者会、経済ニュースでもあることから経済産業記者会、そしてその会社がある地元の県政記者クラブなどが該当します。

②記者クラブに申し込みをする

配布先が決まったら、各記者クラブに連絡して、プレスリリース配布の申し込みをします。電話をしてその月の幹事社につないでもらい、社名やリリースの概要、配布したい日時を伝えて承認をもらいます。記者クラブによって、配布日時の24時間前までとか、48時間前までとか、申し込みの期限が異なりますので要注意です。また加盟しているメディアの数も異なりますので、何部必要かも必ず確認します。

③記者クラブでプレスリリースを配布する

申し込みをした日時に、プレスリリースを持参します。記者クラブの多くは、入り口にメディアごとのボックスがあり、そこにプレスリリースを投げ込みます。記者クラブにリリース配布することを「投げ込み」言うのは、この行為から来ています。記者クラブによっては、受付スタッフが預かり、代わりに配布してくれる場合もありますし、記者クラブ内に入って自分で各メディアに渡すことができることもあります。コロナ禍で、直接行かなくても、郵送や宅急便で送ってもよいところもでてきました。

複数の記者クラブに配布する場合は、情報を受け取るタイミングができるだけ同じになるように配慮します。一人で回る場合同時には配布できませんが、大幅に遅れたり、一部のクラブだけ翌日になったりということがないようにします。もちろんクラブ配布意外に直接配信やオンライン配信をする場合も、タイミングを合わせるようにします。



いかがでしょうか?最初はルールが独特で戸惑うこともあるかもしれませんが、ぜひチャレンジしていただければと思います。