

広報をもっと身近に

## 中堅・中小企業のための広報PR——

### 第22回 今、急成長中の「音声メディア」とは

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。

この連載は、今号で最後となります。最終回は、今、急成長中の「音声メディア」について触れてみたいと思います。

皆さんは、日々のニュースをどのような方法でチェックしていますか？朝食をとりながらテレビを観る、通勤途中にスマホでネットニュースを読む、オフィスのPCでニュースポータルサイトをチェックする、YouTubeなどの動画サイトでニュースコンテンツを観る…と様々な方法があると思います。業界の専門的な情報は今でも紙（新聞・雑誌）でという方もいらっしゃるかもしれません。ただ、そういった方法は全て「目」を使います。目を使う方法の場合、「何かをしながら」というのが難しいですね。それに比べて「耳」を使うメディアは、出勤の支度をしながらでも、歩きながらでも情報収集が可能です。

私はここ数年Voicyという音声メディアをよく使っています。日経新聞の記者の方と話していた時、「最近日経でもよいコンテンツを作ったので聴いてみて！」とご紹介いただいたのがきっかけで、もう4年以上、Voicyの「ながら日経」と「ヤング日経」

を聴くのを朝の習慣にしています。その習慣を通じて、音声メディアの有効性と広報ツールとしての可能性を感じ、最後のテーマに選びました。

#### 1. 音声メディアとは

音声メディアとは、音声を通じて様々なコンテンツを届けるメディアのことです。昔ならラジオでしたが、今はインターネットや様々なデジタルデバイスができて、どこでも気軽に様々なコンテンツを楽しむことができます。聴くだけではなく、自ら発信することも、簡単にできるようになりました。

日本で、音声メディアを企業の広報ツールとして使っている事例は、文字や動画の活用と比べるとまだ少ないですが、海外ではSNSの公式アカウントで情報発信するように、音声メディアでも独自のコンテンツを制作して発信しています。日本でも今後拡大していきそうな予感がします。

#### 2. 音声メディアの種類

音声メディアには様々な種類があります。表には入れていませんが、Amazon MusicやSpotifyなどの「音楽配信サービス」、Audibleやaudiobook.jpといった「オーディオブック（主に書籍を朗読した音声コンテンツ）」なども、音声メディアの一種になりますし、ここに紹介していない新たなコンテンツも続々とスタートしています。

私が愛聴しているVoicyは、音声メディアの中では「音声配信プラットフォーム」に該当します。



## 音声メディアの種類と特徴

地上波ラジオ	AM ラジオ (中波放送) FM (超短波放送) 短波放送	電波による音声放送
インターネットラジオ (音声コンテンツサービス)	radiko NHK ラジオ らじる★らじる など	インターネットを通じて、音声番組を配信するサービス
音声配信プラットフォーム (音声配信サービス)	Voicy Radiotalk など	音声配信に特化したプラットフォームを利用して番組を配信するサービス ※基本的に1つのプラットフォームにのみ番組を配信
ポッドキャスト	Apple Podcast Spotify など	ネット上に公開された様々なアプリを利用して番組を配信するサービス ※ポッドキャストに対応している複数のアプリに一齐に配信が可能
音声SNS	Clubhouse X (旧 Twitter) Space など	音声によるコミュニケーションを行うSNS

同じ「音声配信プラットフォーム」でも Radiotalk は誰でもライブ配信・オンデマンド配信が可能です。Voicy は番組のクオリティを保つために配信者を審査制にしており、配信方法もオンデマンドのみで、それぞれ特徴があります。また「音声配信プラットフォーム」は、専用のプラットフォームを用いての聴取・配信となりますが、「ポッドキャスト」の場合は、対応する複数のアプリに一齐配信も可能です。

次に、どのような番組が配信されているかを見てみます。例えば、「ポッドキャスト」の一つである Apple Podcast。そもそもポッドキャスト (Podcast) という言葉自体、Apple の音楽プレイヤー iPod と broadcast を組み合わせた造語ですので、Apple Podcast はその代表格です。そのコンテンツは 100 を超えるメインカテゴリとサブカテゴリに分かれており、メインカテゴリだけでも、アート、ビジネス、コメディ、教育、小説、行政、歴史、健康/フィットネス、キッズ/ファミリー、レジャー、音楽、ニュース、宗教/スピリチュアル、科学、社会/文化、スポーツ、テクノロジー、事件/犯罪、テレビ番組/映画と、多種多様です。

「音声 SNS」は、音声に特化してコミュニケーションを行う SNS です。SNS のトレンドについてまとめた第 10 回では、一時期大人気だった Clubhouse について「あっという間にブームが終わってしまった」と書きましたが、X Space といった新しいサービスも出てきており、今後、日本でも復活の可能性がありそうです。

## 3. 広報 PR における音声メディアの活用

表にあげた音声メディアのうち、「音声配信プラットフォーム」「ポッドキャスト」「音声 SNS」は、企業側からも情報発信することが可能です。この連載でも何度かウェブサイトや動画サイトをオウンドメディアとして展開する事例をご紹介してきましたが、同様に「音声メディア」をオウンドメディアとして活用するケースも広がっていくことが予想されます。

また、Voicy では「声の社内報」というツールを開発しており、人事総合メディア「日本の人事部」が運営する「HRアワード 2023」で組織変革・開発部門の最優秀賞を受賞しました。今後、文字・動画に加えて、音声に特化した社内報の導入も広がるかもしれません。

広報ツールとしての導入を検討するためにも、まずは興味のある分野を様々な音声メディアで楽しんでみることから始めてはいかがでしょうか。



これまで 2 年間、22 回にわたって、広報 PR のメリットや方法、事例をご紹介してきました。その間に、対面のセミナーを開催する機会もいただき、会場でお目にかかった方から「読んでいますよ」「参考にしていますよ」とお声掛けいただくこともありました。連載の内容が、少しでも皆さまの広報活動のヒントになっていたら幸いです。どうもありがとうございました。