



# パブリック・リレーションズ

## 解説&用語集



この度は、ご来場いただき誠にありがとうございます！

この「解説&用語集」は、観劇前に読んでいただくことで、なおいっそう作中で描かれているストーリーが楽しめる、そんなお客様のお手伝いになれば幸いです。

舞台は「PR会社」（クインテットPR）を中心に、「テレビ局」（東京テレビ）とのやりとりや、PR会社の社員たちの奮闘ぶりが描かれています。さて、さっそく作品の肝でありながら、聞き慣れない言葉が登場しました。「PR会社」です。

**PR会社とは、**人材やサービスの提供・商品を販売する企業側と新聞・ラジオ・テレビ等のメディア側との間をつなぐお仕事。企業（クライアント）が世の中に知らしめたい自社のサービスや商品のニーズ（ターゲット層）を受け、それに見合った媒体に取り上げてもら

うようメディアに働きかけを行い、実際に世間に露出・紹介されることで企業（クライアント）側から成功報酬を受け取ります。

CMや広告では莫大な費用がかかりますが、この場合、比較的安価に（といっても相当な額ですが）サービス・商品を世に出すことができます。メディア側に支払われるものではありませんが、メディア側も話題になりそうなものを常に探しているのです、WIN-WINと言えるでしょう。

そして、ココでまたひとつキーワードが出てきました。「ニーズ＝ターゲット層」です。いくらサービスや商品の取り上げてくれるといっても、どんなメディアでも良いというワケではありません。そのサービス・商品を買ってほしい性別や年齢層があります。もっと言うと、職業や特定の趣味を持っている人など、細分化される場合もあります。それをPR会社は時に市場調査等を行い、そのサービス・商品がどんな人をターゲットにすれば、その心に届くのかを吟味し、売り込み先メディアを特定していきます。

ココからいよいよ、PR会社とメディアとの間での駆け引きが始まります。

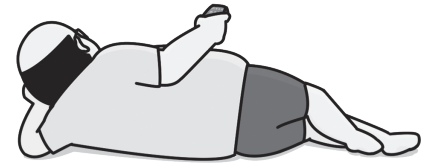
忘れてはならないのは、メディア側にも事情があるということ。様々に存在する雑誌やテレビ・ラジオの各番組には、読んだり視聴してほしいターゲット層が存在するからです。季節はもちろん、話題になっている事件やスキャンダル等、そして媒体内でどのようなサービス・商品を取り上げたらウケが良いのか、常にこのターゲット層のことを考え、企画しています。

裏面もcheck it!





ここまで読んでくださりありがとうございます。もうすぐ終わりますっ



まとめると、クライアントが指定するサービス・商品のターゲット層と各メディア媒体のターゲット層が一致することが、最低条件なのです。

そしてPR会社は、それらサービス・商品を雑誌や番組内で取り上げてもらうため、自ら企画を立てることもあります。ターゲット層にウケるような話題にからめることで、より自然にサービス・商品の良さ等を売り込むことができるからです。またそうすることで、各媒体の責任者、本作でいうと東京テレビのプロデューサーの支持を得ることができます。

しかし、相手も人間。相手側の支持を得るために、企画の良し悪しだけでなく、接待等も必要になっていきます。メディアに取り上げてもらわないとクライアントからの報酬がもらえなくなる（もしくは減額）ため、PR会社側も必死です。企業（クライアント）側もメディアに取り上げられた反響で、増産体制を整えなくてはならない場合があります。中小企業には死活問題になりかねません。そんな企業の動きをも左右してしまう責任ある大変なお仕事、それが**PR会社**です。



**F3 (エフスリー)** ターゲット層を分けした業界用語で50歳以上の女性のことを指す。ほかには以下のような分けがある。

- C層：4～12歳の子供 / T層：13～19歳の子供
- F1層：20～34歳の女性 / F2層：35～49歳の女性
- F3層：50歳以上の女性
- M1層：20～34歳の男性 / M2層：35～49歳の男性
- M3層：50歳以上の男性

**BCG** F3にウケが良いとされる、3つキーワード「Beauty (美容)」「Cooking (料理)」「Gossip (ゴシップ)」の頭文字を取った言葉。

**CEO** 最高経営責任者。会社全体を統括し、最終的な責任を負う役職。厳密には社長とは違う意味合いがありますが、本作では社長をイメージしてOK。

**プロデューサー** 本作ではテレビ局の番組制作責任者。経費、内容、キャスティング等、番組を大きな視点から統括する権限を持つ。略してP（ピー）と呼ばれることもある。対してディレクターは、番組内の演出、見せ方を担当していて、映画でいうところの監督のようなポジション。

**広報部** 企業イメージ・サービス・商品を社外に宣伝・広めるための部署。大きな企業はもちろん、中小企業でもその役割を担う部署や担当者が存在する。



ニキトーに入れたワケじゃないです。肉まん、肉餡あります。

そんでは肉餡まで、しばしお待ちくださいませ！

