

お客様のライバル社の広告を請負わないという一途でイマドキ純粋なハートを持つ広告プロデューサー&コンサルタント集団である。お客様のブランド構築には、独自の考え・ノウハウを持つ。

# SkySeaS Times

Vol.21

## CSRコミュニケーションとしてのPR ～日産・神戸製鋼の不正事件をどうやったら防ぐことができるのか？～

今号では、日本の名立たる企業の相次ぐ不祥事を受けて、広告/PRを通して再発防止に貢献できないか？…という視点で、PRはどうあるべきか？ PR活用法について考えてみました。不祥事という問題への対策としてのPRだけではなく、PRを通して従業員の方に「誇りを持たせる」ことで、企業にスゴイ変化が起き、売上にも働き方にも良い影響を与えることができるんです。

### 「我々は顧客の定義を間違えてしまったのではないか？」

割れた窓理論をご存じでしょうか？  
環境犯罪学上の理論である「割れ窓理論(ブローケンウィンドウ理論)」。  
ビジネス上でも活用されており、かのスティーブ・ジョブズもアップル社に復帰した際に取り入れたとされています。**“建物の窓が壊れているのを放置すると、誰も注意を払っていないという事の象徴になり、やがて他の窓もまもなく全て壊されるーという考え”**のことを言います。(出典PROS.:ブローケンウィンドウ理論(割れ窓理論)について)  
割れた窓を見た人が、「この場所は防犯に配慮していない」と感じ、  
犯罪を起こしても大丈夫ではないかと考えることから、犯罪の発生件数が“増える”とも言われます。この心理を逆手に取り上手に活用しているのが、ディズニーランドやディズニーシーです。**“ディズニーランドやディズニーシーでは、パーク内の些細な傷をおろそかにせず、ペンキの塗りなおしや破損箇所の修繕を見つけ次第頻繁に行うことで、従業員だけでなく、来場者のマナーをも向上させることに成功している”**  
(出典:ディズニーランドに学ぶ「ブローケンウィンドウ理論」の使い方 | CEO | 未来法人U23)  
ある調査で「社長が選ぶベスト社長」ランキング1位に輝いた日本電産・永守重信社長もこう言っています。

”儲かっていない会社にはいくつか共通点があるのです。一つは社員の士気が落ちています。会社の士気が落ちていると当然工場は汚いですよ。事務所も汚い。電話の応対がいいかげん。マナーがなっていない。つまり6Sができていないのです”

※6S=整理、整頓、清潔、清掃、作法、躰の頭文字6つをとって6Sという。

トヨタグループでも6Sを基本とした教育が行われている。

(出典:人間力.com)

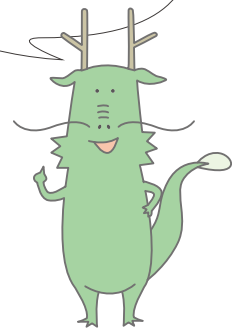
スティーブ・ジョブズがアップルに戻る前の社内は、遅刻が常態化し、勝手にペットを持ち込んで犬と遊んでいる社員までいました。ジョブズはそのダレた社風を一新する“意識改革”を第一に行ったのです。

(出典:ジョブズもアップルの汚いオフィス、ルーズな社風の一場から着手した:日経ビジネスオンライン)

社員の意識が企業にとってどのような影響をもたらすのかが、ハッキリと分かりますね。

しかし、広告業界では、顧客を“生活者”と考える場合が多いです。マーケティングにおいても、“生活者のインサイト”はよく語られますが、“従業員のインサイト”については、あまり多く語られてはきていません。私達は企業の売上に貢献することに従業員の方の役割を今一度考え直すべきタイミングにきているのかもしれない。

我々スカイサイズは企業様の「顧客」の定義を直接の顧客に加えて、従業員までも含めて「顧客」であると再定義します。



### 改めて、従業員のインサイトを分析！

世界的ベストセラー『7つの習慣』でもお馴染みの質問  
「あなたはなぜそのレンガを積んでいるのですか？」に対して…

1人目の回答は、  
「レンガを積みといわれたので積んでいる」

2人目の回答は、  
「お金を稼ぐためにレンガを積んでいる」

3人目の回答は、  
「お城を建てるために、いまここでレンガを積んでいる」

同じ仕事であっても、1人目と3人目では成果も働き甲斐の感じ方も大きく違います。  
3人目が他の2人と比べて感じているのは、他でもない「仕事への誇り」ではないでしょうか？

### PR×コンプライアンス

情報発信をする対象を「従業員までも含めて顧客」と考えた場合、PRの必須要素と呼ばれる『品質』『公共性』『癒し』の考え方の幅がぐんと広がります。  
例えば、昨今、話題になっている自動車の検査という仕事。問題が起きないように検査する仕事は『品質』です。製品の品質以外にも品質の要素はあるのです。その検査という仕事にPRを通して光を当てることで、社内での地位の向上や自分のやりがい・誇りを高めることに繋がります。製品の品質を守りコンプライアンス力を対外的にも感じさせることができるようになります。コンプライアンスを重視する社会的流れの1つとして株式投資の世界でも、環境(Environment)、社会(Social)、企業統治(Governance)に配慮している企業を重視・選別して行う投資(ESG投資)が注目されています。

### PR×ピグマリオン効果

人間は、他人に褒められ、期待をかけられると、その期待どおりの結果を出す傾向があります。これを心理学では、「ピグマリオン効果」といいます。  
他人に褒められることで、本人の「自己イメージ」が拡大します。自分自身の仕事への自己信頼感が高まり、自信が生まれます。

PRを通して仕事への誇りを感じさせることができれば、従業員の生産性やロイヤリティが上がり、企業の長期的な売上アップにも働き方改革にも繋がるのです。  
今号は、「CSR×PR」というテーマでのPRの活用法のご紹介でした。

このピグマリオン効果は上司が部下を指導する際にも有効。スカイサイズでは、この考えに基づき期待を込めて先に役職を与えるんですよ。

