

## スティーブソン・ブルームバーグ シニアエディターと懇談

2025年2月3日

講師：リード・スティーブソン  
ブルームバーグ  
シニアエディター



経済広報センターでは、わが国経済界の対外発信強化に向けた活動の一環として、2月3日、東京・大手町の経団連会館で、米国の大手メディア「ブルームバーグ」のリード・スティーブソン シニアエディターを招き、懇談会を開催した。海外向け情報発信に携わる広報担当者を中心に37人が参加。ジャーナリストとして長いキャリアと豊富な経験を有するスティーブソン氏と、最近の日本のニュースバリュー、企業とメディアとのコミュニケーション、グローバルメディアへのアプローチ等を巡り、活発に意見交換した。スティーブソン氏の発言の概要は次のとおり。

### ■世界に注目されている日本

アクティビストインベスターが日本企業の株式を一定程度所有していることは、企業にバリューを見いだしている証左である。また、日本の文化、観光地としての魅力などのソフトパワーも注目されている。個人的には、日本にはまだまだ面白いビジネスモデル、商品やサービスなどがあり、それらを世界に展開すれば、さらなるバリューも出てくるのではないかと考えている。

### ■日本企業のメディア対応

日本企業は、報道に関して守りに入りがちなどところがある。日米間の経済摩擦が典型で、守りに入ると伝えたいメッセージをコントロールできなくなり、本来伝えたい物事を意図した方針にのっとなって周知するチャンスがどんどん減っていく。これを防ぐため、日本企業はもう少し前面に出て、例えば、自社のバリューを積極的に発信することが望ましい。

### ■グローバルメディアへの情報発信

企業とグローバルメディアは、取材慣習やオフレコの手配など、コミュニケーションルールを遵守し、信頼関係を構築していくことが必要である。

メディアカバレッジにおいて、企業が単に新商品を開発して市場に出したことが重要ではない。グローバルメディアにニュースとして取り上げてもらうには、それにまつわるストーリーが出来上がっているかがカギである。なぜこの商品やサービスが良いのか、どのように開発され、それが

企業理念をどう反映しているのか——といったストーリーがなければ、ニュースに取り上げられるチャンスが少なくなる。ストーリーを作る能力は、日頃から参考となる記事などを通じて、他社の事例を学ぶことで培われる。

以 上

---

一般財団法人

## 経済広報センター

国際広報部

〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-3-2 経団連会館 19 階

電話：03-6741-0031

<https://www.kkc.or.jp/>

<https://en.kkc.or.jp/>

※本稿の無断転載を禁じます。