

# 自分の気持ちに 素直に、真っ直ぐ 生きる



笹木郁乃 Ikuno PR社長

ささき・いくの——昭和58年宮城県生まれ。山形大学工学部機械システム工学科を首席で卒業し、自動車部品メーカー・アイシン精機入社。平成21年寝具メーカーのエアウィーブに転職。独自のPR戦略で会社の急成長に貢献する。その後、鍋メーカーのPR戦略に携わり、28年に独立。現在はPR塾やセミナーの主宰、中京テレビ、経済界、サンマーク出版など多くの企業の企画・立案、PRプロデュースに携わっている。

## 気持ち動かなければ よいPRはできない

——笹木さんはPRを通じて人や企業、製品などの認知度の向上を支援する「PRプロデューサー」として活躍されていますね。  
笹木 私はいくつかの企業でPRに取り組んだ経験を活かし、二〇一六年に独立しました。いまは主に二つの事業に取り組んでいて、一つはPRセミナーや塾の開催です。この二年半で八百名の経営者・起業家に教えさせていただきました。

PR塾では、三か月間で、参加者の方が自分の力でメディアなどにPRできるよう直接指導しています。塾の募集はSNSでしかしていないのですが、ありがたいことに一年半で全国から累計百九十名の方に参加していただきました。もう一つは、直接企業に入ってPR支援をさせていただくという事業です。PR支援では、自分が相手の方の気持ちを代弁して製品の高さを伝えるので、やっぱり、「この人や会社、製品が本当に好きだ」と、まず自分の気持ち動かかないとよい結果は出ないんで

ワクすることに気づいて、最終的に転職することを決めました。アイシン精機を退職して、自分の思いに合う企業を探していく中で、たまたま面接を受けたのが寝具の製造販売を行う創業間もないエアウィーブでした。

その面接がとても印象的で、私が話すというよりも、社長の高岡さんが「一緒にこの会社を大きくしよう！」と、事業への熱い思いを滔々と語るんですね。それで高岡社長となら一緒にチャレンジしてみたいなと思って、当時従業員五人だったエアウィーブに正社員一人目として転職したんです。二〇〇九年、二十四歳の時でした。

## PRで人も会社も 皆が幸せになれる

——エアウィーブではどのような仕事に取り組まれたのですか。  
笹木 入社後は、営業兼PR担当を任されて店舗を回ったり、売り子として店頭販売に携わりました。ただ、いくら頑張っても製品を買ってもらえず、物を売ることの大変さを痛感させられましたね。ところが、ふと隣の有名メーカーの販売コーナーを見ると、売り

です。ですから、私も自分が本当に好きだと思える企業としか仕事はしないようにしています。実は九割以上はお断りしてきています。  
——PRでは感動が大事なんですね。いまだのような企業のPR支援に取り組んでいるのですか。  
笹木 中京テレビ様や経済界様、サンマーク出版様やエアウィーブ様など、六社ほどの企業を手掛けていますが、例えば、中京テレビ様では、女性の人生が輝くための幅広い講座を提供するアカデミー「DEAR DEAR」の企画・立案、PRプロデュースをさせていただいています。おかげさまで一年半で四百五十名の夢を持つ女性に日本全国・海外からも受講していただくようになりました。

## 結果が数字や目に見える ことに取り組みたい

——笹木さんがPRの世界に入りたいときつをお教えください。  
笹木 もともと私は理系分野が得意でして、中高時代は吹奏楽部命の生活を送り、将来を深く考えることもなく、山形大学の理学部数学科に進みました。本当は保育士になりたかったのですが、試験が

子が頑張っていないのに、「これテレビで見たやつだ」と、お客様が勝手に購入していくんですよ。それをきっかけに、営業が頑張るのも必要だけど、PRして製品認知度を上げていくこともすごく大事なんじゃないかと思うようになって、そのことを社長に伝えたら、だからPRも頑張ってほしいと最初から言っていたんだよと。——そうしてPRの世界に本格的に携わるようになったと。

笹木 とはいえ、PRなんてやったことがないですから、社長に相談して、自分なりに工夫しながら形にしていきました。それこそ雑誌社の編集部で電話をしてアポを取り、「面白いマッドレスをつくっているの、取り上げていただけませんか」と、ひたすら回るところから始まったんです。その中で、ある野球関係のスポーツ誌が取り上げてくださるようになったのですが、私にとって初めての実績ですから、「PRってこういうふうに行うのよ」といけばいいのかな」と、ドミノ倒しの最初の小さな一歩が倒れたという感じがして、すごく嬉しかったですね。——自信がいったのですね。

に今後の抱負をお願いします。  
笹木 私の人生を振り返ってみると、転部や転職をしたり、自分の気持ちに素直に真っ直ぐ、とことん向き合ってきたこと、いまがあるという気がしています。これからは、自分に素直に生きていくことは大事にしたいですね。それから、従来のPRは、高いお金を出して専門会社に依頼するのが当たり前のでしたが、本来PRって身近なもので、勉強すれば誰でもできることなんです。そもそも、情熱を伝え相手の心を動かす必要があるのです。自社愛がある社内でやるほうが絶対に効果が出やすいと思います。主宰するPR塾でも、ごく普通の主婦の方がいるんな企業の認知度向上に貢献している例はたくさんあります。ですから、これからは自分でPRができる人をもっと増やしていきたいですし、将来的には子供たちにもPRを教えていきたいと考えています。大人でもPRで人生が大きく変わっていくんです。まして子供の頃からPRを学ばせれば、もっと多くの人の人生を違ったものにしていけるはずだと思います。

文系中心というところもあって自分には無理だと諦めました(笑)。——そうして大学では数学を学ぶことになったのですが、しばらくすると、この学問は誰の役に立つのだろうと疑問を感じてしまっていて……。人生に目標がないような気がして耐えられなくなりましたよ。——目標を見失ってしまった。

笹木 ただその時、教養課程で工学部機械科の授業をたまたま受講したことが転機になりました。その授業は、数学や物理の知識を使って人の役に立つ物をつくるという内容だったので、自分が学んだ知識がこんなふうな社会の役に立つのならやってみようかなと思いついて、大学に頼み込み工学部に転部することにしました。それで、「我慢を言って転部させてもらったんだから、早く結果を出したい。そのために成績一位になろう！」と決めました。

——ああ、成績一位を目指す。  
笹木 とにかく成績一位を最優先目標に定めて、毎日図書館に籠って勉強した結果、一位の目標を達成し、希望する研究室に入り、大学も首席で卒業できました。そして、卒業後は世の中に貢献できる

物をつくりたいと、世界的な自動車部品メーカーのアイシン精機に研究職として入社しました。

——首席とはすごい。入社後も順調に歩んでいかれたのですか。  
笹木 いいえ、首席で卒業したこともあり、自信満々で入社したのですが、現実同期の社員にも全くついていけなかったんです。同期と議論をしても、私だけ全然アイデアが出てこないし、この強度の部品をつくってくださいます言われても、どうしていいかわからない……。自分は学校の勉強はできたけれど、研究職向きじゃないことを痛感させられました。

——それに、部品をつくったからといってお客様から直接感謝されるわけでもなく、だんだんと仕事へのモチベーションも下がっていつか、また学生の時のような迷いの時期に入ってしまったんです。——その迷いはどのように晴れていったのですか。  
笹木 迷いの中で、改めて人生を振り返って、自分のやりたいことは何かを考えた時に、私は成績で一位になるとか、直接人の役に立つとか、やっぱり、結果がすぐ数字や目に見えることにすごくワクワク

笹木 ええ、それで勢いがついて、いろんな方にお会いし、相談していく中で、地元ニュース番組などを手掛ける制作会社の方を紹介してもらったんです。で、実際にお会いしたら、製品に興味を持ってきて、番組で取り上げていただけるとのことになったんです。この時に、一見無駄に思えることでも、諦めないで種を蒔き続ければ、最後に必ずどこかで花が咲くということを実感しました。

——実際にテレビで紹介されて反響などはいかがでしたか。  
笹木 初めてテレビに出た時の反響には、ものすごいものがありました。それまで店頭で何時間も立って一枚のマッドレスを売っていたのに、テレビに出た翌日にカスタマーセンターがパンクして一日で百枚くらい売れたんですよ。何より会社の皆がすごく喜んでくれて、社内に活気が出てきたんですね。それを見た私は、PRは結果が分かりやすいし、会社や製品の認知度が上がることで皆が幸せになれるんだと、PRの面白さにどんどんはまっていききました。

——PRの魅力、素晴らしいですね。感じていかれたわけですね。  
笹木 PRの魅力を素晴らしいと感じていかれたわけですね。

## 自分に対して 素直に生きる

——PRを成功させる上で特に大事なことは何だと思われませんか。  
笹木 PRは営業と違って物の売り買い、お金のやり取りがないので、紹介してくださる雑誌社やテレビ局の方に直接メッセはしないんです。ですから、相手にメッセを感じてもらえない人にならないとだめだということは常に意識し

ていて、人に会う時にも、相手の方が喜ぶ情報を持った情報屋さんでいようと、できる限り事前のリサーチをして臨んできました。また、PRを成功させるためには、相手の方と一緒に楽しむこと、感じてもらうのがよい気がします。お金をやり取りがない中で相手の心を動かすのは、やっぱり「笹木さんが言うなら」と思わせる人間同士の信頼関係が必要です。——PRは人間同士の心の通った信頼関係が大事だと。  
笹木 あとプレスリリースも随分工夫してきました。普通のプレスリリースは、「いついつに新商品を発売します」のようなお知らせになりがちですが、大企業と同じような内容では効果はありません。特に知名度のない中小企業では、お手紙風の文面にしたたり、主語を「私」にして、「私はこういうことを知らせたい」といった思いを伝えたり、自社の取り組みが社会にとってどのような意義、意味があるのかという社会性を入れないと注目してもらえないんです。まさに笹木さんが体験から得たPRの秘訣といえますね。最後