日本パブリックリレーションズ協会会員誌

PRSJ PUBLIC RELATIONS SOCIETY OF JAPAN NEWS

2014年8・9月

NO. 255

TOPICS

「PR会社の経営者の皆さんを応援します」
(公社)日本パブリックリレーションズ協会　副理事長　辻田　邦彦
MESSAGE　P3

「広報PRアカデミー2014
「広報・PR実務スキルアップ・シリーズ」を開講」
ATTENTION　P4

「広報PRアカデミー2014
「第2回PRプランナーフォーラム」を9月18日開催」
ATTENTION　P5

「2014年度「PRアワードグランプリ」
9月1日からエントリー募集を開始！」
ATTENTION　P6

公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会

〒106-0032 東京都港区六本木6丁目2番31号　六本木ヒルズノースタワー5F
電話(03)5413-6760　ファックス(03)5413-2147
URL　http://www.prsj.or.jp/

関西支部　〒530-0003 大阪市北区堂島2-1-27 桜橋千代田ビル3F
電話(06)6344-3002　ファックス(06)6344-3005

発行人:近見 竹彦

8･9月合併号　目次

9月～10月のスケジュール		1
MESSAGE(メッセージ)	「PR会社の経営者の皆さんを応援します」	3
ATTENTION(お知らせ)	「広報PRアカデミー2014「広報･PR実務スキルアップ･シリーズ」を開講」	4
〃	「広報PRアカデミー2014「第2回PRプランナーフォーラム」を9月18日開催」	5
〃	「2014年度「PRアワードグランプリ」9月1日からエントリー募集を開始！」	6
BULLETIN(活動報告)	「広報PRアカデミー2014「PRプランナー1次試験対応講座」を終了」	8
〃	「7月16日「会員納涼懇親会」開催」	9
VOICE of PR Planner	「「創る」ということ」	10
REPORT(講演レポート)	「第157回定例研究会　紙面刷新が指し示す日本経済新聞社の新展開」	12
PR TREND(PRトレンド(関西)	「「美病対策のご提案」	13
協会掲載記事	「PRSJ　in　Media　7 月」	14
BOOKS(書籍･参考文献)	「『社内報担当1年生が読む本』発売中」	15
映画紹介	「若き広告マンが恐怖政治に挑んだ、政権打倒のキャンペーンの行方は？」	16
PLAZA(会員便り)	「アシュトン･コンサルティング･リミテッドが2014年度PRWeek Awards Asiaで授賞」	17
〃	「ウェーバー･シャンドウィック･共同調査「第5回ｺｰﾎﾟﾚｰﾄ･ｺﾐｭﾆｹｰｼｮﾝ調査」の結果を発表」	18
〃	「ブルーカレント･ジャパン㈱ 本田哲也氏が共著を7月30日発刊」	20
掲示板	「経済産業省より：個人情報漏えい防止に向けた対応徹底について(協力依頼)」	21

9月～10月スケジュール

2014 年度「PRアワードグランプリ」エントリー募集開始
日　時　：　9 月 1 日(月)～10 月 31 日(金)

第 16 回広報ゼミ(企業部会)
日　時　：　9 月 10 日(水)　16:30～21:00
会　場　：　㈱NTTアド　3F　セミナールーム
テーマ　：　「スポーツ広報」

第 30 回PRスキル研究会(PR業部会)
日　時　：　9 月 16 日(火)　17:30～
会　場　：　㈱オズマピーアール　プレゼンルーム
講　師　：　㈱宣伝会議　「宣伝会議」編集主幹　上条　慎氏
テーマ　：　「PRを取り巻く環境はどう変わるのか
～「広報会議」編集長を経験して感じたこと～」

広報PRアカデミー2014「広報・PR実務スキルアップシリーズ」
日　時　：　9 月 17 日(水)、24 日(水)、10 月 1 日(水)
いずれも 13:00～17:30
会　場　：　AP浜松町

第 2 回PRプランナーフォーラム
日　時　：　9 月 18 日(木)　19:00～21:00
会　場　：　AP浜松町
講　師　：　㈱電通パブリックリレーションズ　井口　理氏
㈱博報堂ケトル　嶋　浩一郎氏
テーマ　：　「次世代の広報・PRがPRプランナーに求めるもの」
～これからの広報・PRパーソンの課題～」

第 159 回定例研究会
日　時　：　9 月 25 日(木)　12:00～14:00
会　場　：　六本木アカデミーヒルズ 49
講　師　：　日本国際放送　エグゼクティブ・プロデューサー　鈴木寿一郎氏
テーマ　：　「グローバルな情報発信を強化する全世界放送配信プラットフォーム
～民間企業、公的機関による新たな活用の可能性を探る～」

第 233 回定例会(関西部会)
日　時　：　9 月 25 日(木)　16:00～
会　場　：　中央電気倶楽部
講　師　：　日刊工業新聞大阪本社　編集局長　嶋崎　直氏
テーマ　：　「経済専門紙から見た企業と広報」

第 11 回広報活動研究会(企業部会)
日　時　：　9 月 29 日(月)　15:00～
会　場　：　JAL工場見学　SKY MUSEUM

PRプランナーフォーラム(関西)
日　時　：　10 月 16 日(木)
会　場　：　中央電気倶楽部
講　師　：　㈱電通パブリックリレーションズ　井口　理氏
㈱博報堂ケトル　嶋　浩一郎氏

異文化勉強会
日　時　：　10 月 17 日(金)　11:30～13:30
会　場　：　在日インドネシア共和国大使館

第 160 回定例研究会
日　時　：　10 月 22 日(水)　12:00～14:00
会　場　：　日本記者クラブ
講　師　：　2020 年オリンピック・パラリンピック東京大会推進室　室長　平田竹男氏

9月～10月の理事会・委員会・部会スケジュール

定例理事会	**（９月度）**	日　時	：	９月　９日(火)　12:00～14:00
	（10 月度）			10 月 14 日(火)　12:00～14:00
		場　所	：	六本木ヒルズクラブ
幹部会	**（９月度）**	日　時	：	９月　９日(火)　12:00～14:00
	（10 月度）			10 月 14 日(火)　12:00～14:00
		場　所	：	協会会議室
教育委員会	**（９月度）**	日　時	：	９月　２日(火)　12:00～13:30
	（10 月度）			未定
		会　場	：	協会会議室
資格委員会	**（９月度）**	日　時	：	９月 18 日(木)　12:00～14:00
	（10 月度）			10 月 23 日(木)　12:00～14:00
		会　場	：	協会会議室
交流委員会	**（９月度）**	日　時	：	９月　９日(火)　18:00～19:00
	（10 月度）			10 月 16 日(木)　12:00～13:30
		会　場	：	
広報委員会	**（９月度）**	日　時	：	９月　１日(月)　12:00～14:00
	（10 月度）			10 月　６日(月)　12:00～14:00
		会　場	：	協会会議室
顕彰委員会	**（９月度）**	日　時	：	９月 24 日(水)　12:00～14:00
	（10 月度）			10 月 14 日(火)　16:00～18:00
		会　場	：	協会会議室
企業部会幹事会	**（９月度）**	日　時	：	９月　３日(水)　17:00～18:30
	（10 月度）			10 月　６日(月)　17:00～18:30
		会　場	：	協会会議室
ＰＲ業部会幹事会	**（９月度）**	日　時	：	９月　９日(火)　16:00～18:00
	（10 月度）			10 月 21 日(木)　16:00～18:00
		会　場	：	協会会議室

ＰＲ会社の経営者の皆さんを応援します

公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会
副理事長　辻田　邦彦

日本ＰＲ協会の会員総数は７月現在、510 名と１社です。会員は企業、ＰＲ業と団体・学識経験者などです。ほとんどが企業会員とＰＲ業会員で、概ね半々と言えます。

企業会員は広報部長、マネージャーなどの管理職が多いのに対し、ＰＲ業の会員は、ほとんどが代表取締役、つまり社長です。

ＰＲ業部会長をお引き受けするにあたり、ＰＲ会社の社長の関心事項は何かを考えてみました。一部の大手企業を除き、社員数が数名から 30～40 名の中小企業の社長の仕事は、営業と管理といっても過言ではないでしょう。自ら日常業務の先頭に立っている社長も多いかと思います。

クライアントに伺うと、まず開口一番に「景気はどう？」。仕事は順調に獲得できているかということ。次に「最近のＰＲの動きは？」。リスクマネジメントかデジタルか、デジタルなら、それはＳＮＳか、ニュースリリースか。ＰＲの傾向と対策について聞かれます。が、実は同業者間でも、まずこの順で話が出ます。大体、自分の見聞した限りでの範囲内で終始し最後は「本当のところ業界はどうなっているんだろうか」ということになります。

自分の立ち位置、今後の業務・スキルの方向性がはっきりせず、不安とフラストレーションがたまります。

メディアが大きく変わっているのも不安の種です。ＰＲ業の業務も多様化しているので、端的に表現するのは難しいですが、いわゆる従来型のＰＲ会社は企業・団体とメディアとＰＲ会社の三角関係をスムーズに企画・運営していくことだといってもいいでしょう。メディアが大きな変革を遂げている今、この三角関係も変えていかざるを得ません。が、さて何を、どのように変えていったらよいのかが、わからないというのが実情ではないでしょうか。

ＰＲ会社の経営者が一堂に会して議論しても、早々簡単に方向性や方法が見つかるとは思いませんが、自分が見失っていた経営課題への気づきや、他社も自分も同じような悩みを抱えていることを知って、ほっと一息つけることもあるのではないでしょうか。

経営者が互いに悩みを打ち明けあい、意見を交わしあう中で、明日の経営に活かせるものが一つでも見つかれば、その時こそ、協会の会員になっていてよかったと実感できるのではないでしょうか。

ＰＲ業部会では今年度、次の３つの活動を中心に活動していきます。

① 中堅社員の業務能力を高めるための「ＰＲスキル研究会」
② ＰＲ能力の高さを証明するための「ＰＲコンサルタント資格制度」
③ 経営者が自由闊達に意見交換できる「ＰＲ経営者懇談会」

です。③はできる限り数多く実施していきたいと思います。

日本ＰＲ協会の元気は、ＰＲ業に活気があってこそ。リーマン・ショック、3.11 を乗り越え、再生する日本経済と共に、ＰＲ業の元気も取り戻そうではありませんか。

ＰＲ業部会は、経営者の皆さんの力になれるよう努力します。皆さん、お互いに元気を出していきましょう。

ATTENTION

広報PRアカデミー2014

「広報・PR実務スキルアップ・シリーズ」を開講

--- 3 つの領域にフォーカスする実務能力強化講座 --

教 育 委 員 会

当協会では、来る 9 月 17 日、9 月 24 日、10 月 1 日の 3 回にわたって「広報ＰＲアカデミー2014 広報・ＰＲ実務スキルアップ・シリーズ」3 講座を東京港区の「ＡＰ浜松町」にて開講します。

本講座は、広報・ＰＲに経験のある実務者を対象に開講する実務能力強化講座です。今年は、プレスリリースをはじめとする広報資料を効果的に作成、活用する手法を身につける「プレスリリース活用講座」、様々な局面で効果的にマーケティングを支援するマーケティングＰＲの概念やプランニングを習得する「マーケティングＰＲ活用講座」、話題のコンテンツ・マーケティングを応用したＰＲ手法を学ぶ「コンテンツ活用ＰＲ講座」を開講します。経験の深い講師によるポイントを押さえた講義と、技能を確実に習得できるグループワークにより、受講者の実践能力を強化します。

各講座の概要は以下です。皆様の受講をお待ち申し上げます。

■「広報・PR実務スキルアップ・シリーズ」の概要

日 時	講座テーマ	講座概要	講 師	締切
9 月 17 日（水）13:30 ～ 17:30	プレスリリース活用講座	プレスリリースに関する基本を確認し、メディアの関心を惹く魅力的なプレスリリースの作成ポイントや効果的な情報拡散の設計について学びます。さらにテレビや雑誌等の多様なメディアのニーズにマッチする広報資料の作成、それらによる複合的な情報発信の手法について講義と演習を通じて習得します。	㈱電通パブリックリレーションズ ナレッジマネジメント部 プロジェクト・マネージャー 青田浩治 氏	9 月 12 日（金）
9 月 24 日（水）13:30 ～ 17:30	マーケティング PR活用講座	マーケティングPRを「経営・事業・マーケティング・PR」の各視点から捉えなおします。また、急速に変化するメディア環境に対応して、より効果的なマーケティング PR を実践するためのプランニングの基本を講義と演習を通じて習得します。さらに、新たな市場を創造する戦略的な手法としてのIMCの活用について解説します。	㈱インテグレート 取締役 鈴木正人 氏	9 月 19 日（金）
10 月 1 日（水）13:30 ～ 17:30	コンテンツ活用 PR講座	デジタルメディアの発達に象徴されるメディア環境の変化のなかで、大きな注目を集めている集めるコンテンツ・マーケティングを活用したPRのプランニングや手法を講義と演習を通じて学びます。	㈱博報堂ケトル 代表取締役社長 兼共同 CEO 嶋 浩一郎 氏	9 月 26 日（金）

●会　場：コンベンションホールＡＰ浜松町
（東京都港区芝公園２－４－１ 芝パークビルＢ館 地下１Ｆ）
●定　員：各 40 名
●受講料：受 講 料（消費税込、各講座それぞれ）

日本ＰＲ協会会員社員	21,600 円
ＰＲプランナー（准・補）取得者	27,000 円
一般	32,400 円

※日本ＰＲ協会会員社員の受講料は法人正会員社員、もしくは個人正会員ご本人様のみとなります。

■講座詳細/お申込み：

“広報ＰＲアカデミー2014” ページから所定のフォームに記入しお申し込みください。
http://event.prsj.or.jp/pr-academy-2014

広報PRアカデミー2014

「第 2 回 PRプランナーフォーラム」を 9 月 18 日開催

---次世代広報・PRパーソンの要件を探るパネルディスカッション ---

教 育 委 員 会

来る 9 月 18 日、PRSJ 認定ＰＲプランナー資格を取得された皆様を対象として、広報・ＰＲ専門研修セミナー「第 2 回 ＰＲプランナーフォーラム」を、東京・港区の「コンベンションホールＡＰ浜松町」にて開催いたします。

当協会はで専門的な研鑽機会を必須とするＰＲプランナーの支援を目的とした教育研修活動の強化を本年度の方針として確認しており、「ＰＲプランナーフォーラム」の年 2 回定期的に開催することを決めています。今回は、今年 2 月に開催した「第 1 回 ＰＲプランナーフォーラム」に続く第 2 回目の開催となるものです。

ＰＲプランナー資格取得者の広報・ＰＲの専門能力の強化を目的とする「第 2 回 ＰＲプランナーフォーラム」では、次世代に活躍する広報・ＰＲパーソンが備えるべき考え方、知識や手法などの要件を探るパネルディスカッションを開催します。

パネラーには、コミュニケーションに関する世界最大規模のアワード「カンヌライオンズ 国際クリエイティビティ・フェスティバル」のＰＲ部門で審査員を務め、日本及び世界の広報・ＰＲ事情に詳しい株式会社博報堂ケトル 代表取締役社長の嶋浩一郎氏、株式会社電通パブリックリレーションズ 第 2 ディレクション局長の井口 理氏をお招きします。両氏には、次世代の広報・ＰＲとそれを担う人々には何が求められているかについて、グローバルな先進事例を交えながらそれぞれのお考えをお話しいただきます。後半では会場の参加者との意見交換も実施し、これからの広報・ＰＲを考えるご参考としていただきます。

本フォーラムの詳細ならびに申込みは、協会Ｗｅｂサイトの「広報ＰＲアカデミー2014　第 2 回 ＰＲプランナーフォーラム」のページ（以下ＵＲＬ）をご参照ください。
（なお、本フォーラムの参加資格は「PRSJ 認定ＰＲプランナー」のみとなっております。准ＰＲプランナー、ＰＲプランナー補の皆様はご参加いただくことができませんので、ご注意ください。）

http://event.prsj.or.jp/pr-academy-2014/prp_forum-2

「第 1 回 PRプランナーフォーラム」開催風景

2014 年度「PRアワードグランプリ」
9 月 1 日からエントリー募集を開始！

顕　彰　委　員　会

優秀な活動を表彰・公開し、コミュニケーション技術の質的向上を図る目的としてスタートした「ＰＲアワードグランプリ」のエントリー募集を 9 月 1 日から開始いたしました。

今年度の応募部門はコーポレート・コミュニケーション部門、マーケティング・コミュニケーション部門、ソーシャル・コミュニケーション部門、イノベーション／スキル部門の 4 部門です。

会員の皆様におかれましては、募集要項をご参照いただき奮ってエントリーをお願いいたします。多数のエントリーをお待ちしております。

■「ＰＲアワードグランプリ」募集概要

・募集開始：2014 年 9 月 1 日（月）
・後援　　：経済産業省、日本広報学会、公益社団法人 日本広報協会
・告知　　：協会ホームページ等
・応募作品：（公社）日本パブリックリレーションズ協会の会員社ならびに非会員の企業・団体が実施あるいは参加したコミュニケーション活動（現在も継続中であれば過去の応募作品も可）
・対象期間：最近 1 年間（2013 年 10 月 1 日～2014 年 9 月 30 日）に成果があがった活動、または 2013 年 10 月 1 日以前から実施し、複数年にわたり現在でも継続している活動
・応募部門：
　■コーポレート・コミュニケーション部門
　■マーケティング・コミュニケーション部門
　■ソーシャル・コミュニケーション部門
　■イノベーション／スキル部門
・募集締切　：2014 年 10 月 31 日（金）必着
・エントリー方法：エントリーシートを添付の上、エントリー作品を当協会までご郵送ください。
・エントリー条件：
　・会　員：10,800 円／1 作品（消費税含む／振込手数料別途）
　・非会員：21,600 円／1 作品（消費税含む／振込手数料別途）
・審査方法：
　部門審査会、合同審査会、最終審査会の 3 つのステップを通じて、厳正に審査を行います。

1. 部門審査会
各部門ごとに部門審査員がエントリーシートをもとに在宅審査を行い、各自上位 3 作品を選出したあと一堂に会し、補足資料も参考に協議の上、各部門の上位優秀 3 作品を選出する。
各部門の審査員は 5 名で構成。審査員長は学識経験者から、審査員は昨年度の入選入賞者を中心に、企業及び団体から 2 名、ＰＲ業から 2 名。

＜部門審査員＞（敬称略）
■コーポレート・コミュニケーション部門（5 名）
・部門審査員長：井上　邦夫（東洋大学　経営学部経営学科 教授）
・部門審査員　：入選入賞者を中心に 4 名

■マーケティング・コミュニケーション部門（5 名）
・部門審査員長：田中　洋（中央大学大学院 戦略経営研究科 教授）
・部門審査員　：入選入賞者を中心に 4 名
■ソーシャル・コミュニケーション部門（5 名）
・部門審査員長：駒橋　恵子（東京経済大学　コミュニケーション学部　教授）
・部門審査員　：入選入賞者を中心に 4 名
■イノベーション／スキル部門（5 名）
・部門審査員長：濱田 逸郎（江戸川大学 メディアコミュニケーション学部 教授）
・部門審査員　：入選入賞者を中心に 4 名

2. 合同審査会
4 部門から選出された作品をもとに、各部門審査員長 4 名が一堂に会し議論し、各部門間のバラツキを検証し、最終審査会持込作品を決定する。

3. 最終審査会
最終審査会・発表：2014 年 12 月 8 日（月）
最終審査会では、部門審査を通過した作品について各エントリー企業・団体からのプレゼンテーションを行う。（1 社 10 分）
審査方法は、①特別審査員（5 名）②各部門審査員長（4 名）③公募による一般審査員（1 社・団体から 2 名まで、計 40～50 名予定）の審査結果を統括しポイント制によって、グランプリをはじめ各賞を決定する。

＜最終審査員＞（敬称略／氏名 50 音順）
■特別審査員（5 名）
阿久津　聡（一橋大学大学院 国際企業戦略研究科 教授）
猪狩　誠也（東京経済大学　名誉教授）
大宅　映子（評論家・コメンテーター）
高橋　淳子（経済産業省　商務情報政策局　文化情報関連産業課　課長補佐）
田中　里沙（株式会社 宣伝会議　取締役副社長・編集室長）
■各部門審査員長（4 名）
井上　邦夫（東洋大学　経営学部経営学科 教授）
駒橋　恵子（東京経済大学 コミュニケーション学部　教授）
田中　　洋（中央大学大学院 戦略経営研究科教授）
濱田　逸郎（江戸川大学 メディアコミュニケーション学部 教授）
■一般審査員　40 名～50 名（予定）
ＰＲ協会会員および非会員から公募により選出（1 社 2 名まで）

・表彰
「ＰＲアワードグランプリ」　　1 作品（表彰盾と副賞 10 万円を授与）
「ＰＲアワード　最優秀部門賞」　4 作品（各部門 1 作品）（表彰盾と副賞 5 万円を授与）
「ＰＲアワード　優秀賞」　　7 作品（各部門 2 作品以内）（表彰状を授与）

・「ＰＲアワードグランプリ」上位入賞作品を以下で紹介
・ＰＲ協会Ｗｅｂサイト
・協会出版物（「協会ニュース」等）
・協会主催のセミナーなど

なお、詳しい応募内容は、以下の協会ホームページをご参照ください。
http://www.prsj.or.jp/shiraberu/award/entry2014_award

広報PRアカデミー 2014

夏期の「PRプランナー1 次試験対応講座」を終了

教　育　委　員　会

さる 7 月 16 日より、落ち着いた雰囲気のなかで佇む「泉ガーデンコンファレンスセンター（東京都港区六本木 1 丁目）で 4 回にわたり開講された「ＰＲプランナー1 次試験対応講座」が 8 月 6 日をもって終了しました。

8 月 26 日には、「第 15 回 ＰＲプランナー認定 1 次試験」が東京、大阪、名古屋、札幌において実施されており、この１講座に臨んだ受講者多数が受験しました。本講座の受講により実力を高めた多くの受講者の合格が期待されます。

1 次試験対応講座は、過去の試験で実際に出題された問題を使用した模擬試験を行い、1 次試験の形式やレベルとともに、広報・ＰＲに関する基本的な理解をはかる講座です。実際の 1 次試験の半分となる 25 の問題をやはり本試験の時間の半分となる 40 分で回答、その後、講師が問題の解説を行う形式で講座を進めるなど、実践的な講座として毎年、夏期と冬期に開講しています。

本講座では、インターネットを利用し会場外からの受講を可能とした「Ｗｅｂ受講サービス」が提供されています。特に今回の講座では講義の様子を収録した動画を終了後に編集し、講師の解説と問題や資料の提示を同期させるなど、より使いやすく受講者の利便性を高めたＷｅｂ講座としています。

また、今回の 1 次対応講座では地方在住の受講者も多く、ネットを活用するＷｅｂ受講の特色をフルに生かした講座として開講されました。

なお、講師は APCO Worldwide シニア・ディレクターの永井昌代氏と協会事務局　真部が担当しています。

次回の 1 次試験対応講座は来年 2 月に開講の予定です。募集詳細の公開ならびに受講受付は、12 月より日本ＰＲ協会のＷｅｂサイトにて行います。

会 員 限 定

7 月 16 日「会員納涼懇親会」開催

交 流 委 員 会

7 月 16 日（水）18 時 30 分から読売新聞社東京本社 32 階レセプションルームにて「会員納涼懇親会」が開催されました。

当日は講演会と懇親会の 2 部構成で進行し、講演会には株式会社よしもとクリエイティブ・エージェンシー企画営業センター　北橋悠佑氏、株式会社 読売新聞東京本社 編集委員 永峰好美氏をゲストスピーカーに迎え、約 50 名がゲストの貴重なお話と素敵な眺望、食事に酔いしれながら交流を深める有意義な会となりました。

会場となった読売新聞東京本社ビルは昨年末に竣工し、ガラス張りの 32 階のレセプションルームからは、皇居の緑とその周りを囲むビル群が一体となった雄大な景色を一望することができます。会の進行と共に夕景から夜景に変わり、時間の経過とともに異なる表情を見せるその景色は、懇親会を華やかに彩る演出の一つとなりました。

）

「創る」ということ

株式会社 オリコム
川野辺 哲郎

皆さん、はじめまして。株式会社オリコムの川野辺哲郎です。2012 年にＰＲプランナーの仲間入りをさせていただきました。試験準備講座で一緒だった、アイ・エム・エス・ジャパンの山口さん。当時から世代も一緒かなと感じており、晴れて合格後は「シェリー酒」の飲み方を教えてもらい、楽しい夜を過ごさせていただいています。今回バトンを頂戴し、恐縮しておりますが、私の日々の業務や思いをご紹介します。

（オリコム）

私はオリコムという、ＯＯＨ（アウトオブホーム、屋外・交通広告です）領域の売上シェアが約半分を占める総合広告会社に勤めています。2022 年に 100 周年を迎える会社で、グループには新聞折込を扱う会社があり、皆さんの「暮らし周り」のメディアを沢山扱っています。広告コミュニケーションがデジタル・データテクノロジーの進化と共に変容していく今、当社が目指しているカタチは「移動する生活者をとらえたコミュニケーションデザインに強みを持つ」ということ。社員全員が「コミュニケーションスタイリスト」としてゼロ視点で創造し、お客様の課題に最適なソリューションを提供していきます。

（受験）

私自身、心を揺さぶる広告を創りたいとこの世界に入りましたが、コミュニケーションのカタチが多様化した昨今、広告に限らない「伝える」カタチを模索する事が受験に至った背景であり、当然広報担当になったことが直接の受験のきっかけでした。長い期間に及んだ受験期間は貴重な経験でしたが、やった人しかわからない、時事問題の難しさに苦労しました。（笑）何よりも新しい仲間、ヨコの繋がりができたことは喜びで、今後も皆さんと交流を深めていきたいです。

（日々の業務）

会社では企業広報を行い、当社が企画したお客さまの業務をリリースする機会に恵まれています。お客様の情報を饒舌になることなく、効果的に伝播することを念頭において「ポイントを明確に」丁寧に扱って当社のプレゼンスを出せたらと努めています。会社の意思や情報を代行して発信しますので、年齢相応に少しはマジメに落ち着いたかなと自己評価はしています。（笑）
そして「言葉」の重さをあらためて感じています。

（社会、そして広報）

折に触れて、広報とは何なのだろうと考えることがありますが、それは「出来事を創る」「出会いの場を創る」ということなのでは、と感じています。また人に人格があるように会社にも人格があるのだと思います。記者会見における対応、ウェブサイトの構成、何よりも社員の立ち居振る舞い、情熱の強さ、そういったことは非常に大事なのだと思います。

（若手社員）

今回、講師の先生方に恵まれてＰＲを体系的に学ぶことができ、実業務を行う際に今どのプロセスにあるのかが理解できるようになった反面、正解の無いＧＯＡＬを目指す困難さを身にしみて感じています。その中で対外的な広報だけでなく、社内広報の重要性を感じていて、特に若手に対して「創造する喜び」を伝え、自社へのロイヤリティの向上を図っていきたいと思います。若手が元気な会社は「良い会社」ですよね。

（笑顔）

また、交流会でも申し上げましたが、広報パーソンは人の輪が大事。仕事だけでなく、休日はなるべくサーフィン・ゴルフと外の空気を感じるようにしています。早朝と夕暮れの風は自分へのご褒美。それと、毎日の音楽も欠かせません。眼前の仕事に集中することは大事ですが、俯瞰すると見えてくるものは確かにあります。先のことを考えて、スケジュール化することに取り組むことが大事でしょう。そんな時も、この業界に従事していると他人の笑顔に触れることが欠かせない給水塔です。これから新しい広報パーソンに出会えること、そして、その仲間に入れていただいたことは大きな喜びです。
これからもよろしくお願いします。

（バトン）

さて、同期の中でも講座では同じクラスで、笑顔が素敵なそして「広報」への熱い想いがあふれる、株式会社富士通ソーシアルサイエンスラボラトリの中村梨恵さんに次のバトンを託したいと思います。

中村さん、よろしくお願いします。

会 員 限 定

第157回定例研究会

紙面刷新が指し示す日本経済新聞社の新展開

～デジタル時代の読者ニーズに応える新たな新聞作りを探る～

講師：日本経済新聞社 編集局 編集委員
大西康之 氏

第 157 回（6 月度）は 6 月 19 日（木）に六本木アカデミーヒルズで開催しました。
講師は、日本経済新聞社 編集局 編集委員 大西康之氏。テーマは「紙面刷新が指し示す日本経済新聞社の新展開 ～デジタル時代の読者ニーズに応える新たな新聞作りを探る」。
参加者は 65 名でした。

＜コラム　関西の風＞

未病対策のご提案

株式会社キリン堂ホールディングス
経営企画部　IR・広報室長
清水　真美湖

厳しい夏を越えて、少しずつ秋の気配が感じられる今日この頃。過ごしやすい季節になりましたが、この時期に夏バテの症状が出ることがありますので、油断大敵です。

「夏バテ」とひとことでいっても、気温と湿度が上がり始める梅雨時期から朝夕涼しくなる秋ごろまで、さまざまな症状が起こります。暑さの残る日中と朝夕の寒暖の差から自律神経が乱れて起こる初秋のトラブルです。解消方法は、早寝・早起きと夜の睡眠。ぐっすり眠るには「朝ごはんをよくかんで食べ、寝る前には熱いシャワーでなく、ぬるめのお風呂にのんびりつかることが手っ取り早い対策です」（キリン堂　未病医療サポート室長　杉本談）

最近はコマーシャルなどでも「未病」という言葉がよく聞かれるようになってきましたが、「未病」とは、東洋医学では、病気ではないけれどスッキリと健康でもない状態をいいます。このときの身体の声を聞いて養生することで、病気に向かっている状態を健康に向けなおすことが大切です。キリン堂では、創業から約 60 年の歴史の中で、未病対策を提唱しており、地域のお客様が「より楽しく、美しく、健康で、快適な暮らし」を実現できるよう、様々な取り組みを行っております。

体の中から美しく健やかに
「真潤カプセル」

その取り組みのひとつが、未病対策の熱い想いをカタチにした多くのプライベートブランド商品の開発です。ここでは、夏バテ対策として、当社グループのおススメ商品「真潤カプセル」をご紹介させていただきます。

最近美容面で注目されている「プラセンタエキス（紫河車・しかしゃ）」や「あな燕の巣（燕窩・えんか）」は疲労回復作用のある生薬といわれております。プラセンタエキスには安眠作用があり、また燕窩は胃を整えて、気を巡らせる作用が認められており、両者とも栄養分を全身にいきわたらせ、抵抗力を高めてくれます。

夏バテの症状が秋に出て、そのまま冬に突入してしまうと、風邪やインフルエンザにかかりやすくなるといわれております。日々の生活習慣の改善が一番ですが、それが難しい場合は、お近くの薬局・ドラッグストアの薬剤師や登録販売者に相談して、健康食品などをお試しいただくのはいかがでしょうか？宣伝色が強くなりましたが、皆様のご健康をお祈りして。

PRSJ in Media

● 7月1日（火） 『月刊広報会議』8月号

『月刊広報会議』8 月号における当協会の連載コラムで、当協会が主宰する「ＰＲプランナー認定資格」と、「第 15 回 ＰＲプランナー認定 1 次試験」の実施予定が紹介されました。

記事では、今夏の 1 次試験が第 15 回を迎えることとともに、民間企業、ＰＲ業、自治体・各種団体、大学・教育機関などで、すでに 1600 名を超えるＰＲプランナーが活躍していることが取り上げられています。

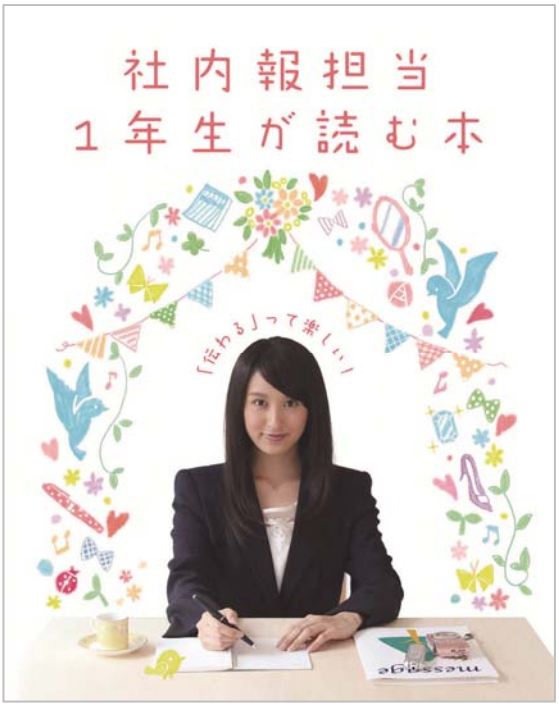
また、8 月 24 日に実施される 1 次試験の概要とともに、先に当協会が実施したＰＲプランナー取得者を対象としたアンケート調査の結果から、資格取得の目的と理由、資格取得の効果などが結果の数字とともに紹介され、実践的な資格としてその有用性が示されています。

編集担当より

会員のみなさんの情報をお寄せください！！

本誌では会員の動向・消息や、会員から会員へのお知らせなどを積極的に掲載いたします。ビジネスに直結する情報に限らず、会員交流に関するものでも結構ですので是非ご一報ください。

ＰＲプランナーの石川顕啓が企画・編集に携わった書籍『社内報担当１年生が読む本』発売中



社内報の編集・制作を分かりやすく説明した単行本『社内報担当 1 年生が読む本』（太平社刊、1,300 円／税別）が、6 月末より全国の大手書店で発売されています。企画・編集に携わったのはＰＲプランナーであり、㈱太平社の社員として企業の社内報制作をサポートする石川顕啓。「普段の業務で広報担当者からよく聞く悩みや、社内報の編集や制作において最も大切な点にポイントを絞りました。イラストや写真を多用した分かりやすい本に仕上がったと思います」（石川）とのことです。

冒頭では、広報という仕事の魅力や社内報の基本をシンプルに解説。その後は、企画の立て方や取材の進め方などを社内報制作の順番に沿って紹介しています。原稿の作成と整理、入稿、校正が済んだら、著作権などの法律関係、グローバル広報にも触れるなど、広報担当者が普段から「知っておきたい」と感じているトピックスも網羅。また、本文も簡潔にまとめてあり、社内報制作・広報業務の概要がスッキリ頭に入ってくる内容となっています。

テーマは見開き 2 ページごとに完結。実際の制作順に並んでいるので、知りたい項目を見つけやすいのも便利です。石川によると、「社内報担当者が普段の制作業務で困ったとき、５分でその悩みや疑問を解決できる本を目指しました。いつも机の上に置いておき、何かのたびにページをめくっていただけるとうれしいですね」と話します。

この本では、「社内報は何のために発行するのか」「なぜ校正を行うのか」など、忙しいとついつい忘れてしまいがちな、社内報制作の基本をしっかり押さえています。そのため、広報に異動してきて社内報担当になったばかりの「1 年生」はもちろん、あらためて社内報の全体像をきちんと把握したい方にも役立つ内容となっています。

この 1 冊を通して伝えたかったのは、「広報が持つ大きな力とその仕事の魅力。また、社員やステークホルダーに＜伝える＞だけではなく＜伝わる＞点にこだわれば、より大きな力を発揮できます」（石川）とのメッセージ。「広報って偉大な力がありますよね。だからこそ、広報担当の方々には自信と誇りを持って取り組んでほしいし、一人でも多くの方に力を発揮していただきたい。それが、世の中における広報の認知度アップにつながるはず。この本が、その一助となれば最高です」（石川）

＜書籍データ＞

書名：「社内報担当 1 年生が読む本」
著者：株式会社太平社 出版部
価格：1,300 円＋税
発行日：2014 年 6 月 20 日
発行：株式会社太平社

〈本件に関するお問い合わせ〉

株式会社太平社 出版部　石川顕啓
〒130-0026 東京都墨田区両国 2-4-8
TEL：03-3631-7196
HP:http://www.taiheisha.co.jp/
MAIL:a_ishikawa@taiheisha.co.jp

CMは世界を変えられるのか？！
若き広告マンが恐怖政治に挑んだ、政権打倒のキャンペーンの行方は？

世界に名だたる映画祭や映画賞で高い評価を受け、公開された各国では軒並み大ヒットを飛ばしているチリ映画『ＮＯ』（ノー）。

1988 年、南米チリ。長きにわたる軍事独裁に国際批判が強まる中、ピノチェト政権の信任を問う“国民投票”が行われることに――。投票日までの 27 日間、反対派「ＮＯ」陣営に許されたのは、深夜 15 分枠の“ＴＶコマーシャル”だけだった。

ガエル・ガルシア・ベルナル演じる「ＮＯ」陣営に雇われた若き広告マンは、支持派の強大な権力と圧力に身の危険を感じながらも、ユーモア溢れる斬新かつ大胆なＣＭで恐怖政治と対峙し熾烈なメディア合戦を繰り広げていく。

撮影は、当時の映像とドラマが違和感なく融合していくことを狙い、あえてその時代に使われていたビンテージカメラを使用。ニュースなど実際の映像とフィクションを巧みに交錯させ、次第に映画の舞台である 80 年代を追体験しているような感覚になっていく。これは、選挙キャンペーンによって“革命”を起こした、実話をもとにした真実の物語。

主演はメキシコの名優ガエル・ガルシア・ベルナル。
「天国の口、最後の楽園」、メキシコのロードムービー、ベネチア国際映画祭で最優秀新人俳優賞を獲得！チェ・ゲバラ自伝「モターサイクル・ダイアリーズ」やアルモドバル監督の「バッド・エデュケーション」に主演。

公式サイト：
http://www.magichour.co.jp/no/

メインコピーは「ＣＭは世界を変えられるのか？」とある。それこそ「ＮＯ」だ。
商業活動の表現方法である広告では不可能だ。ＣＭ広告の真意を理解して投票した民衆が世界を変えた。
しかし広報の実務者はこの映画を見るべきだ。自分が「ＮＯ」陣営にいたらどうする？

■ 会員便り

当協会法人正会員のアシュトン・コンサルティング・リミテッドが、2014 年度 PRWeek Awards Asia で、「韓国・日本における最優秀 PR コンサルタント賞」を受賞

M&A 分野での数々の功績とソーシャルメディアを活用した革新的なキャンペーンの成功などが評価される

ＰＲ、ＩＲ、M&Ａ、メディアトレーニング、危機管理など幅広い分野におけるコミュニケーション・ソリューションを国内外の企業・組織に提供するアシュトン・コンサルティング・リミテッドは、グローバルに展開するＰＲ業界の主要メディアである PRWeek 主催の 2014 年度 PRWeek Awards Asia で、「韓国・日本における最優秀ＰＲコンサルタント賞」を受賞しました。

今年で 13 年目を迎えた PRWeek Awards Asia には、アジア地域の 20 を超える国々からグローバルＰＲコンサルタント会社、国内で活躍する代理店、グローバル大手企業の社内広報部等、多数の企業が参加しました。受賞者決定にあたり外部の専門家である審査員は、顧客に対するコンサルティング業務達成度の高さ、顧客の期待を上回る優れた創造力、人材育成など従業員への継続的なコミットメントなどを評価しました。

アシュトン・コンサルティングが高い評価を受けた実績の一例として、複数の大型クロスボーダーM&Ａ案件における様々なステークホルダーに向けたコミュニケーションに関するアドバイザリー業務での多大な実績があり、mergermarket 発表のM&Ａ国内ＰＲアドバイザリー・リーグテーブルでは、第 1 位を獲得しています。

また、アシュトン・コンサルティングが、ソーシャルメディアを活用したキャンペーンにおいて、画期的なアイデアを駆使したツイッターの写真投稿システムを提案し、インプレッション数 330 万を達成するという快挙を成し遂げたことも、高く評価されました。

アシュトン・コンサルティングの創業者でＣＥＯのジョン・サンリーは、「この様に私どもの功績が認められたことは大変喜ばしいことです。今後も国内外の企業・組織に対して、より質の高いグローバル規模のコミュニケーション・ソリューションの提供が出来るよう、日々邁進していく所存です」と述べています。

＜本件に関するお問い合わせ＞

アシュトン・コンサルティング・リミテッド　担当：中馬美佳
TEL：03-5425-7220
E-mail:m.chuma@ashton.jp
Website：http://www.ashton.jp

■ 会員便り

ウェーバー･シャンドウィック／スペンサー･スチュアート共同調査『第 5 回コーポレート･コミュニケーション調査』の結果を発表

企業のコミュニケーション責任者の 73%がデジタル／ソーシャルメディア専門家を積極的に雇用マーケティング業務を兼任するコミュニケーション責任者は 26%から 35%に上昇

ウェーバー･シャンドウィック（本社：米国ニューヨーク）とスペンサー・スチュアート（本社：米国シカゴ）は、この度「第 5 回コーポレート・コミュニケーション調査」（原題：The Rising CCO）を取りまとめました。その結果、デジタルメディアやソーシャルメディアなど、メディア環境の変化に伴い、組織のコミュニケーション責任者（Chief Communication Officer、以下「ＣＣＯ」）の業務内容や役割、責任が変化・拡大していることが分かりました。今回の調査に回答したＣＣＯの 73%がデジタル／ソーシャルメディア専門家を積極的に雇用しており、55%がデジタル・インフルエンサーとの関係構築に取り組んでいると回答しました。また、マーケティングを兼務していると回答したＣＣＯは、2012 年の 26%から 35%に上昇し、ＣＣＯにコーポレート・コミュニケーションとマーケティングを統合する役割が求められていることが分かりました。

●ソーシャルメディアへの対応は今後も最重要項目

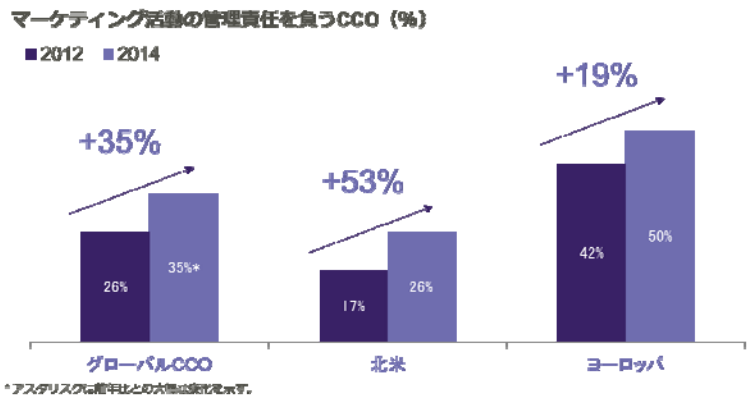
今回調査に回答したＣＣＯは、ソーシャルメディアが今後数年間でＣＣＯの業務に最も影響を持つ因子と考えており、91%がソーシャル・コミュニケーションの重要性は他のコミュニケーションをしのぐと予測しました。これは、調査を行った北米、ヨーロッパ、アジア、中南米の 4 地域全てで共通しています。また、モバイル（73%）、ビデオ制作（69%）についても重要度が増すと回答しました。

●今後もメディア環境が大きく変化すると予測

コーポレート・コミュニケーションにおいて、メディア環境の変化の影響を受けるのはコンテンツへの関わり方です。調査を行ったＣＣＯの 90%が、何らかの形でコンテンツの作成・発信に取り組んでおり、58%が既に独自のコンテンツを作成・発信、18%がコンテンツ作成の準備に着手、14%が現在検討中と回答しました。

●マーケティングとコーポレート・コミュニケーションは収れんしていく

今回の調査で、数年前に比べてＣＣＯがマーケティングに大きな責任を負っていることがわかりました。回答したＣＣＯの 35%がマーケティング活動の管理責任を負っており、2012 年の 26%から 9 ポイント上昇しました。



ウェーバー・シャンドウィックのチーフ・レピュテーション・ストラテジストであるレスリー・ゲインズ・ロス博士は、「フォーチュン・グローバル 500 にランクされる企業の間では、コーポレート・レピュテーションとブランド・コミュニケーションが不可分であるという考え方が急速に根付いており、マーケティングとコーポレート・コミュニケーションの収れんが加速する傾向にあります。メディアが分散している現在、企業が 1 つの明確なメッセージを発信することは不可欠となっています。」と述べています。

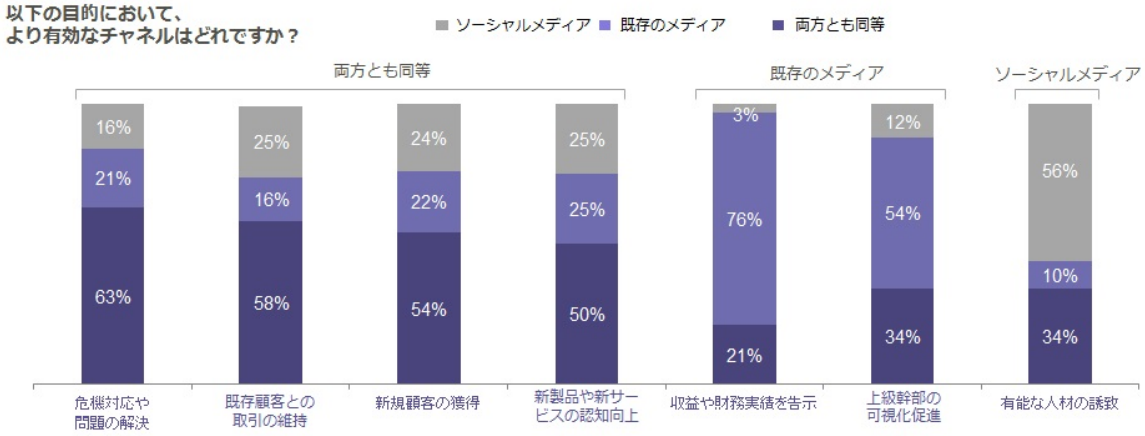
ＣＣＯの 84%が、企業とブランドのレピュテーションは不可分であると回答しており、この関係性と密に連動したマーケティングにおけるＰＲの重要性に注目が集まっています。過去数年間でマーケティングにおけるＰＲのステータスが上昇したと回答したＣＣＯは 62%に昇りました。

●目的に合わせた既存メディアとソーシャルメディアの統合的な活用が有効

今回調査したＣＣＯは、対外的な情報発信においては、ソーシャルメディア（36%）よりも、既存のメディア（64%）を重視すると回答していますが、コミュニケーションの目的に応じて、既存のメディアとソーシャルメディアを使い分けていることがわかりました。

既存のメディアとソーシャルメディア両方の統合的な活用については、ＣＣＯの半数以上がクライシス／イシューへの対応（63%）、既存顧客の維持（58%）、新規顧客の獲得（54%）、新製品やサービスの認知向上（50%） において有効性を感じると回答しました。ＣＣＯがソーシャルメディアよりも既存のメディアの活用に有効性を感じるのは、収益や財務実績を発表する際（76%）、シニアエグゼクティブの可視化を促進する際（54%）でした。一方で既存のメディアよりもソーシャルメディアに有効性を感じるのは、新しい人材を誘致する際（56%）でした。

本調査結果のインフォグラフィック（英語）は以下のリンクよりご覧いただけます。



（ http://webershandwick.jp/the-rising-cco-v-evolving-responsibilities-jp/）

＜本調査について＞

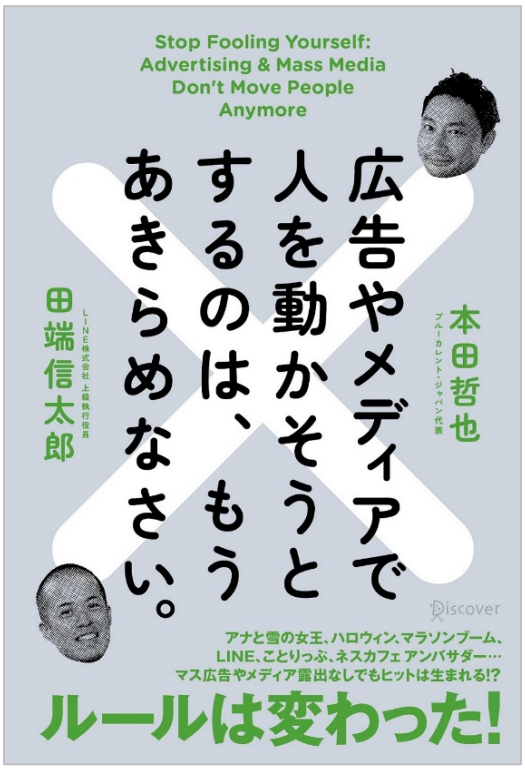
今回で 5 度目となる、コーポレート・コミュニケーション調査（原題：The Rising CCO）では、世界的大企業のＣＣＯの果たす役割、責任、そして意見を調査し、北米、欧州、アジア、南米の企業から 203 名の回答を得ました。本調査は 2014 年 1 月から 3 月にかけ、オンライン調査および質問票調査により実施されました。

＜本件に関するお問い合わせ＞

ウェーバー・シャンドウィック・ワールドワイド株式会社　　担当：楠
TEL： 03-5427-7348（ダイヤルイン）／03-5427-7311(代表)
E-mail:　mkusunoki@webershandwick.com
Website：　http://webershandwick.jp/　http://webershandwick.com
http://webershandwick.asia

■ 会員便り

当協会法人正会員のブルーカレント・ジャパン㈱ 代表取締役社長 本田哲也氏が「広告やメディアで人を動かそうとするのは、もうあきらめなさい。」を 7 月 30 日発刊（共著：LINE株式会社 上級執行役員 田端信太郎氏）



「戦略ＰＲ」の第一人者である本田哲也氏が、「ＬＩＮＥ」の仕掛け人である田端信太郎氏と共同で執筆した本書では、「広告やメディアだけでは、大ヒットは生み出せない」と断言。これからの「人の動かし方」などについて解説します。

「人の動かし方」として、①広告やメディアを使用して実現できることについて、「あきらめたほうがいいこと」、「あきらめないほうがいいこと」に分類して考えること、②訴求する人数規模に関わらず、人の「心」・「技」・「体」を意識すること、③アナ雪やふなっしーのブームから、自分を「ありのまま」に 3 割くらい捨てること、など独自理論を紹介しています。

広告・ＰＲ業界における、従来の広告手法を否定したかったわけではなく、業界として「新しい時代を切り拓いていこう」という本田氏の熱意が伝わります。広告業界のみならず、広報・広告業務に携わる全ての担当者に、オススメしたい一冊です。

＜目次＞

PART1：「たくさんの人に見てもらえるほどよい」は本当か？
PART2：なぜ、人は「動く」のか？――1,000 人から 10 億人まで、スケールごとに考える
PART3：「人を動かす」ことをあきらめない

＜書籍概要＞

書名：「広告やメディアで人を動かそうとするのは、もうあきらめなさい。」
著者：本田哲也　／　田端信太郎（共著）
発行：㈱ディスカヴァー・トゥエンティワン（2014 年 7 月 30 日発売）
体裁：四六判
価格：1,620 円（税込）
ＩＳＢＮ：978-4799315255
広報担当窓口：㈱コミュニケーションデザイン　高野
TEL：03－5545－1661　FAX：03－5545－1662　MAIL：takano@cd-j.net

経済産業省より下記連絡をいただきましたので、会員の皆さまにお知らせいたします。

個人情報漏えい防止に向けた対応徹底について（協力依頼）

先日の個人情報大量流出事件を受けその再発防止ために、経済産業省は広告関連団体に対し「個人情報漏えい防止に向けた対応徹底について（協力依頼）」を以下の通り通達しました。

【経済産業省からの協力依頼】

個人情報は、個人の人格尊重の理念の下に慎重に取り扱われるべきものであり、個人情報保護法に基づき、個人情報を取り扱うすべての事業者にとっての極めて重要な義務として、その適正な取扱いが求められています。

今般、教育関係事業者において、極めて多数の個人情報が漏えいするという事案が発生し、多くの保護者や国民が不安を感じており、その払拭が喫緊の課題となっております。

このため、8 月 15 日に茂木経済産業大臣から、個人情報保護の徹底に関する当面のアクションとして、①経済団体（経済団体連合会、新経済連盟、日本商工会議所、全国商工会連合会、全国中小企業団体中央会）への個人情報保護に関する要請文の発出（8 月 18 日）、②内部不正防止に関する緊急セミナーの実施（8 月 26 日）、③「経済産業省分野における個人情報保護法ガイドライン」と「ＩＰＡ内部不正防止のセキュリティガイドライン」改訂（9 月中目途）、の 3 点を発表いたしました。

つきましては、個人情報保護の徹底については、上記の経済団体に所属する企業のみならず、広く各業界においても対応が必要であるため、貴団体におかれましても、会員企業等に対し、添付の文書に沿って、個人情報保護法等の遵守に関し万全を期すよう、周知して頂きますようお願い申し上げます。

なお、今後、経済産業省関係の個人情報保護に関する情報は、下記の当省ウェブサイトに随時アップデートして参りますので、ご参考にして頂ければ幸いです。

http://www.meti.go.jp/policy/it_policy/privacy/kojinjohotaisaku.html

先日久々にお会いした記者からも「お会いした企業の広報担当者やＰＲ業の方と名刺交換すると、会ったこともない担当者やＰＲ会社から自分担当外の情報もメールされるようになって困っている。相手も仕事だから気持ちは判るけど、自分の名刺が勝手に共用されているようで、あまりいい気はしない」とのお話がありました。記者のアドレスも個人情報であることに変わりはありません。安易な共有はせっかく構築した信頼関係を損ねることにもなりかねません。

日本ＰＲ協会としても会員の皆様の個人情報管理はなお一層徹底してまいりますが、会員社におかれましても「個人情報管理」になお一層のご配慮をお願いいたします。

編集担当より

本誌の内容に関するご意見・ご希望をお寄せください。
中身の濃い会員誌に育てていきたいと思いますので、
よろしくお願い致します。

広報委員会
Ｅメール　mail@prsj.or.jp
ＦＡＸ　03－5413-2147

※　禁転載