

CONTENTS

巻頭特集	
今、越境する PR。	3
メッセージ.....	4
先の見えない社会だからこそ、ストーリーをつくり、語る。	
阿久津聡氏 一橋大学ビジネススクール 教授	
マネジメント.....	8
広報出身 CEO が語る、PR パーソンへの 15 の特別メッセージ。	
泉谷直木氏 アサヒグループホールディングス 会長兼 CEO	
SDGs.....	11
読者にアクションを求める 今こそ PR のコネクター力を。	
根本かおる氏 国連広報センター 所長	
AI テクノロジー.....	14
コラム AI は、人間の能力を広げてゆくテクノロジー。	
地方創生.....	16
座談会 地域の発想が新しい普遍性を生む。	
殿村美樹氏 株式会社 TM オフィス 代表取締役	
取出新吾氏 元茨城県広報監	
藤田卓也氏 株式会社電通 コピーライター	
村橋克則氏 一般社団法人せとうち観光推進機構 事業本部長	
社会は確かに動いた、PR アワードグランプリ 2017	22
審査委員コメント.....	24, 25, 35
受賞事例紹介.....	26
エントリー一覧.....	40
募集概要.....	43
2017 年度日本 PR 大賞	44
PR プランナー資格制度	
創設 10 周年記念 特別シンポジウムレポート	46
2017 年度 協会活動	
カレンダー 2017.4 - 2018.3.....	50
教育委員会.....	52
資格委員会.....	53
国際・交流委員会.....	54
広報委員会.....	54
顕彰委員会.....	55
PR 業部会.....	55
企業部会.....	56
PR プランナー部会.....	57
関西部会.....	58
PR プランナー資格認定制度	59
公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会概要	60

※本誌面で掲載する肩書きは、取材当時のものです。

巻頭特集

今、越境するPR。

新しいストーリーテリングの現場から その動きを探る。

さまざまな社会的変化により、PRの基本にあるコミュニケーションの質と量が大きく動いている。デジタルテクノロジーにより、人の価値観もメディアも行く先が見えないまま、しかし急速に動いている。PRのあり方が大きく変わってきていることは言うまでもない。近年のPRアワードグランプリのエントリーには、明らかに、クリエイティブやマーケティングやマネジメントの領域に越境しているものが増えている。

複雑化しつつ流動する社会を舞台にし、今、描かれようとしているのはPRによる新しいストーリーテリングだといえないだろうか。

そのPRの「現場」にフォーカスしながら、「変化」を「進化」にするためにどのような知恵が必要なのか、どのような意識変化をしなければいけないのか、を探ってゆこうと思う。

巻頭特集は、今、越境している原動力は何か、を俯瞰するメッセージから始まり、5つのストーリーテリングの主役たちにインタビューし、「越境するPR」を浮きぼりにする。



緊張感が漂う審査会の会場風景。審査委員、特別審査委員の表情も真剣そのもの



熱のこもったプレゼンテーション。写真左よりグランプリ受賞(ヤフー)、ゴールド受賞3エントリー(マクドナルド、聞こえる選挙、FISHERMAN CALL)

喜びに満ちあふれた受賞者たち。今後の活躍が楽しみ



新たにデザインされたPRアワードグランプリの新トロフィー。和のテイストをもった木の円形フレームと、アクリル素材が合体したユニークなデザイン

社会における課題の発見こそ、PRパーソンの勝負どころ

審査委員長・嶋浩一郎



社会における課題や問題の発見能力

アワードの4つの審査基準のひとつである「STRATEGY」に関わるのですが、今の時代のPRパーソンは課題や問題の発見能力が求められると思います。マーケッターは「市場」を見ているわけですが、PRパーソンは「社会」を見て、そこから課題を発見できる人にならないといけない。

シルバー受賞の「7年間のロコモティブシンドローム啓発運動」(ロコモ チャレンジ! 推進協議会)の仕事でいえば、「実は健康寿命というものが大事なんだ」という、世の中に今まで気づかれていなかった概念を発見した。ゴールド受賞の「この国に眠る 女性300万人の[潜在労働力]に活躍の場を。主婦を活かす、新マクドナルド人事戦略PR」(電通)の仕事では、「働き方改革と盛んに言われているが、実は働きたいのに働けない人たちがいる」という社会課題を発見、提起しました。また、同じくゴールドを受賞した「聞こえる選挙 東京都議選、衆議院選特設サイト」(電通)は、「視覚障がい者が選挙公報を読むことができない」という課題を発見し、PR活動を通じてその改善に取り組みました。PRパーソンにとってやりがいのある仕事だったはずですが。

社会問題を発見し改善することがPRパーソンの強みだと思います。グランプリ受賞の「ちょうどこの高さ。」(ヤフー)や、ゴールド受賞の「FISHERMAN CALL」(電通)は事例発表セミナーで、「課題から逃げずに取り組んだ」と話されていました。ブレない姿勢があったからこそ、防災意識の向上や漁師のリクルーティングなど大きな成果を生んだのでしょう。

PRパーソンにとって課題を発見する嗅覚をもつことはすごく大事ですね。

議論を巻き起こすのがPRの仕事の成果

また、今年の審査を通じて、PRパーソンはまだまだクリエイティビティを上げていかなければならないと改めて感じました。2年間、PRアワードの審査をさせていただいていますが、日本のPRの仕事のクリエイティビティは確実に向上しているとは思っています。

「なるほど、その手があったか!」と感心するような手口で課題を解決する、シンプルで強いアイデアが多数見られるようになりました。

前述のロコモチームは健康寿命を誰にも分かるように可視化するために「踏み台」を開発しました。この「踏み台」の分かりやすさはロコモ啓発の推進力になったはずですが。

また、「FISHERMAN CALL」は、「漁師が直接電話をしてくる」というシンプルなアイデアが評価されました。

グランプリの「ちょうどこの高さ。」ですが、防災意識を高めるという課題は相当難しい課題ではないかと思うのです。「交通事故をなくす」などと同じように課題がコモディティ化しているからです。それを最終的に一本の赤い線に収めていったところにこの企画の強さがあります。また、施策を実施する前に世の中の反応をかなりシミュレーションしたともお聞きしています。

PRの仕事で大事なことは「議論を巻き起こすこと」。ソーシャルメディアがある世の中では議論が可視化しやすい。それはネガティブな反応も表面化してしまう。だから、ある課題に関して議論を巻き起こすことは勇気があるし、覚悟があることでもあります。だから、最初にブレない課題設定をすることがより大事になってくるんです。

アワード=PRの技を披露する場に

PRの仕事は、世の中における新しい合意形成をつくることだが、アワードにエントリーされた作品には、そのためのPRテクニックがふんだんに盛り込まれています。審査委員の僕たちは、なぜその仕事が良かったのかを言語化する仕事。PRパーソンは奥ゆかしい人が多く、黒子に徹しがちだが、脱黒子化して思い切り技を披露してほしい。そして、2017年に負けない仕事をして、ぜひ応募していただきたいです。

PROFILE

しま・こういちろう/株式会社博報堂ケトル代表取締役社長・共同CEO。クリエイティブディレクター、編集者。1993年博報堂入社。コーポレート・コミュニケーション局や博報堂刊「広告」編集長(02~04年)を経て06年「博報堂ケトル」を設立。04年「本屋大賞」立ち上げに参画。現在NPO本屋大賞実行委員会理事。雑誌「ケトル」やエリアニュースサイト「赤坂経済新聞」などメディアコンテンツ制作にも従事。12年東京・下北沢に内沼晋太郎との共同事業として本屋B&Bを開業。

PRプランナー資格制度 創設10周年記念 特別シンポジウム レポート

全体テーマ
「社会をつなげる、未来を動かす」

PRプランナー資格制度創設から、
10周年の節目に、
特別シンポジウムが開催されました。
1部、パネルディスカッション、PRプランナー宣言。
2部、懇親会。その価値ある論議、宣言、
交流の模様をレポートします。
(2018年3月1日・如水会館にて開催)

パネルディスカッション

広報・PRの課題と これからの可能性

広報の現状と経営との関わり

冒頭、モデレーターの鈴木氏は「SDGs、ESG投資という言葉がメディアに頻繁に出るいまの時代、企業価値は大きく変化し、戦略的なPRがますます求められるようになってきている。このパネルディスカッションが、PRの仕事をしてきて良かった、今後も戦略的に、いろいろと好奇心を持ちながら追求したい、と思うきっかけになれば」と語り、パネリストたちにマイクを渡した。

まずは自己紹介を兼ねて、それぞれの会社での役職と立ち位置、広報の体制について説明が求められると、皆、一様に「コーポレートコミュニケーション」という部署名をあげる。が、社内での立ち位置、他部署との関係、その守備範囲については三者三様の回答が飛び出した。

鈴木氏はそれを受け、「同じ部署名でも、中身はかなり独特に機能している」と指摘したうえで、それぞれの会社での経営層との関わり方について問うた。

帝人・宇佐美氏は、「なるべく経営とは近い存在でやりとりすることを目指すべき、と思っています。私は月に一度、情報発信に関して経営会議で報告する機会を持っていますが、逆にそこで情報が上がってきたりするもの。広報担当は年度初めに情報発信計画を立てます。これはのちに大半が変更されますが、これがあることで、広報といろんなセクションとの密な関係が生まれています」。

モデレーター

株式会社井之上パブリックリレーションズ

代表取締役社長

鈴木孝徳(すずき たかのり)

2000年11月に株式会社井之上パブリックリレーションズ入社。日本パブリックリレーションズ研究所(JPRI)を含む井之上パブリック・リレーションズ・グループのアカウント・サービス(AS)本部長としてクライアントサービス部門を統括、2016年4月に代表取締役社長兼COOに就任している。



オムロン株式会社の井垣勉氏、
 帝人株式会社の宇佐美吉人氏、
 NECの飾森亜樹子氏をパネラーに迎え
 2時間強にわたって繰り広げられた
 パネルディスカッション。
 熱い議論の果てに見えてきたものは——？



自身のマーケットバリューを上げ、
 「フリー」と言える人材に。



オムロン株式会社
 執行役員
 グローバルIR・コーポレートコミュニケーション本部長
 井垣 勉氏(いがき・つとむ)

オムロンのグローバルIR・コーポレートコミュニケーション本部長として、世界のグループ150社のコーポレートコミュニケーションを統括する。2017年4月から現職。2013年の入社以前は日本コカ・コーラの広報活動を牽引。コンサルティング会社でのマーケティングコミュニケーションなど、幅広い分野での経験を持つ。

オムロンの井垣氏は、「私の上司は社長なのですが、発信すること以上に期待されているのは、社長自身の成長につながるような外部のオピニオンリーダー、キーパーソンとの接触の機会を創ること。広報の大きな役割として、自分の世界を広げてくれるような知的な、刺激的な機会を創ることが求められているのではないかと。経営陣は、自分の枠の中だけで物事を判断することに関して危機感を持っていると思う」と話す。

いっぽう NEC・飾森氏は、「会社が変わっていくとき、経営の思いを外と中に伝えるということは、広報にとってとても重要なミッションと思う。『新しいビジネスを横展開していきたい』という経営の思いがあるとき、戦略に関わる記事が新聞に出ると、同時にそれをイントラの社内報にも出し、社外からのメッセージと社内のメッセージで、社内のいろいろな新しい動きを促す、ということをやっています」と語った。

広報に求められる人材と、未来

その後話題は、人材の確保や育成にまで及んだ。

井垣氏は、「オムロンでは、内部の異動、キャリア採用、社内公募制度の三つの方法を組み合わせ、人材を育てるようにしている」と明かす

いっぽう、「新しいムーブメント、社会課題の視点を持つということが大切。会社のことをPRする立場として、社会の課題起点でものごとを考え、ストーリーにして伝えられることが重要だと思います。これからはESGやサステナビリティと自分たちのPR活動との連携が、新しいトレンドに。私は常々、広報はスペシャリストではない、究極のジェネラリストだと言っています」と語ったのは飾森氏。「明らかに広い知見やマクロな能力が必要と思う」とも。

宇佐美氏は、「信頼につながるコミュニケーションができることが重要です。また、ツールを使いこなす能力は必要。語学とデジタル、この二つの能力がないとこれからは厳し



NEC
 コーポレートコミュニケーション部長
 飾森亜樹子氏(しきもり・あきこ)

1987年NEC入社。海外広報、通信事業の広報担当を経て、2000年以降B2C(PC、携帯電話)分野に注力。その後はほぼ全事業分野の広報を担当し、2012年以降は広報グループを統括。マスコミ対応と社内広報やプロモーション連携など、広報を起点としたコーポレートコミュニケーション戦略全般にかかわる。2014年から現職。

広報はスペシャリストではなく、
 究極のジェネラリスト。



い。最近はいろんなツール、やり方が出てきて、広報の概念はかなり広がった。これまで、広報について語る時は皆同じ感覚で語れたけれど、いまはAさんもBさんも全く違うことを考えているかもしれない。今回は、そういう時代だということを実感する機会でもありました」と、思いのたけを述べた。

最後に鈴木氏より、PR業界の明るい未来に向けての意見が求められると、「社会課題の解決などは企業一社ではできないこと。PRによって『うちの会社はこういうことができます』『だからこういうことを皆でやりましょう』と呼びかけていくことが、業界も超える、共創につながるのです」と飾森氏。

井垣氏は、「広報・PRが求める人材については、社長にノーといえる存在である、ということが求められます。勇気をもって、社会の視点で、たとえ組織人であっても、違うと思ったらノーを突き付けられる。これが広報のいちばんの責任であり、会社のなかでの存在意義だと思う」と語り、さらに「PRプランを考えるとき、もはや日本とか中国とか、エリアで閉じた考え方は通用しなくなっている。常にグローバル視点で情報が動き回っている、という前提で考えることが必要だと思います」と未来を見据える。

共通しているのは、**広報・PRのポジション、ステータスを上げたいという思い。**



帝人株式会社
コーポレートコミュニケーション部長
宇佐美吉人氏(うさみよしひと)

1986年に帝人株式会社入社。工場と本社で労務管理、労使関係などを担当した後、1998年に広報部に移り、ほぼ一貫して報道担当として活動。その後広報部長として広報活動の企画・運営、報道対応全般を統括するとともに、社内広報、海外広報など幅広く担当。2011年4月に広報・IR室長、2013年4月より現職。

また宇佐美氏は、「僕らは会社のなかでは思うほど理解されていない。広報・PRのポジション、ステータスを上げていきたいということは長年の願いであり、ここにいる皆さんに共通のことと思います。企業広報の方も、PR業の方も、そういう志を持っていれば、きっといつかいい方向に向かっていくのではないかと感じています」と、意欲をのぞかせた。

これらを受けて鈴木氏は、「経営の中にパブリックリレーションズが組み込まれることが、『未来を動かす』ことに必ずつながっていく」と総括、2時間強におよぶ議論をしめくくった。

懇親会

特別シンポジウム第2部として開催。基調講演を行ったのち、一度会場を後にしたはずのASAHIグループホールディングス株式会社泉谷直木氏が飛び入り参加し場を沸かせたり、資格制度創設に尽力した功労者たちが紹介されたりと、和気藹々とした交流の場に。



突然の登場に沸く参加者たちに笑顔で挨拶する泉谷直木氏



1989年のPRプランナー資格制度の構想段階から20年にわたって尽力された方々に、記念品を贈呈



PRプランナー部会のメンバーたちで記念撮影。「お疲れさまでした！」

PRプランナー宣言

特別シンポジウム第1部の最後を飾ったPRプランナー宣言
「これからのPRの担い手としての自負と挑戦」。

田畑好崇PRプランナー部会長が、PRプランナーの現状、また、未来への展望を述べた。

PRプランナーのいまの姿と、未来を見据えて

PRプランナー資格制度の最上位資格となるPRSJ認定PRプランナー認定を受けた登録者数は、既に2000名を突破した。協会ではPRプランナーの増加を踏まえてPRプランナー部会を組織し、PRプランナーのためのさまざまな活動を展開しており、ここでは、定期的に行っている「PRプランナーフォーラム」などの様子が紹介された。

そうした活動のなか、資格制度創設10周年の節目に、この先の10年を見据えた宣言を策定、それを実践し、PRプランナーのさらなる活躍とパブリックリレーションズの正しい理解と発展を目指すという方針が掲げられた。

「宣言にあたって重視したのは、多くのPRプランナーの声。それを集約することで、いまのPRプランナーの姿を正確に表し、未来の提示ができるのではと考えました。毎月発行している協会ニュースにおけるPRプランナー取得者の寄稿には、PRプランナーたちの数々の願いや決意を見てとることができます」と田畑氏。たとえばPRプランナーが果たすべき役割については、『正しい情報を届ける』、『多様な価値観をもったステークホルダーに適切に届ける』、『合意形成を図ることの重要性』といった考えが、またPRプラン



ナーが持つべきスキルについては、『幅広いスキル』、『高いコミュニケーション力』、『高い倫理観が求められる』など、ビジネスの場面で広く求められる素養も必要だと認識されているという。

「これらをふまえたうえで検討を重ねた結果、本日ここに「PRプランナー宣言」として上程するに至りました」と、田畑氏から以下の宣言が提示された。

いま、社会にはあらゆる情報やコンテンツがあふれ、その流通チャネルも多岐に渡っています。

このような環境のもと、正しい情報を多様な価値観をもったステークホルダーに適切に届け、合意形成を図っていくことの重要性は日々高まりつつあります。

我々、PRプランナーは、幅広いスキルと高いコミュニケーション力、倫理観をもって、さまざまな課題をパブリックリレーションズで解決するための知見を有し、この“強み”をより良い社会を築くために役立てていきます。

**社会をつなげる、未来を動かす。
私たちはPRプランナーです**

2017年度 協会活動カレンダー (2017.4-2018.3)

公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会は、会員の参加によって運営されている。会員は原則として、4つの部会(「企業部会」「PR業部会」「PRプランナー部会」「関西部会」)のいずれかに所属すると同時に、5つの委員会(教育、資格、国際・交流、広報、顕彰)のプロジェクトに参加し、よりレベルの高い広報・PR活動や理論の構築に向け、各種活動を実践している。2017年度の各活動をカレンダー形式で一覧にした。(活動詳細については次ページ以降を参照。)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月
事務局			1日 通常総会 懇親パーティ			
	27日 定例研究会	31日 定例研究会	23日 定例研究会	24日 定例研究会		29日 定例研究会
教育委員会 ▶P.52	11日～13日 (ベーシックPRコース) 広報・PRスタート アップ講座		6月8日～7月12日 (PRプランナー試験 3次試験対応講座)	21日 (広報・PRプラクティカル トレーニング) クライシス対応トレーニング 7月13日～8月2日 (PRプランナー試験 1次試験対応講座)		
資格委員会 ▶P.53		14日 PRプランナー 資格認定検定2次試験		22日 PRプランナー 資格認定検定3次試験	20日 PRプランナー 資格認定検定1次試験	
国際・交流委員会 ▶P.54			13日 特別国際セミナー 21日 なでしこカウンスル	28日 夏季情報交換会		
広報委員会 ▶P.54	「協会ニュース」	「協会ニュース」	「協会ニュース」 16日「2017 PR Yearbook」発刊	「協会ニュース」		「協会ニュース」
顕彰委員会 ▶P.55						1日 PRアワードグランプリ エントリー開始
企業部会 ▶P.56		29日 第26回広報ゼミ		12日 第18回広報活動 研究会 31日 第27回広報ゼミ		21日 第28回広報ゼミ
PR業部会 ▶P.55	6日 第45回 親睦ゴルフ会			12日 第40回PRスキル 研究会		
PRプランナー部会 ▶P.57	18日 PRプランナー ミニ交流会 26日 第4回PRプランナー 朝活セミナー&交流会	23日 第16回 PRプランナー交流会		26日 第9回PRプランナー フォーラム		27日 第10回PRプランナー フォーラム
関西部会 ▶P.58	26日 定例会	26日 定例会	23日 定例会	26日 広報基礎講座		27日 定例会

10月	11月	12月	1月	2月	3月
			5日 広告界合同年賀会 25日 新春PRフェスタ		
31日 定例研究会		1日 定例研究会	25日 新春PRフォーラム	22日 定例研究会	28日 定例研究会
5日 〈アプリケーション（応用）PRコース〉 新任広報部長講座 〈ベーシックPRコース〉 広報・PRブラッシュアップ講座 18日 ベーシック・メディアリレーションズ 25日 ベーシック・PRプランニング	1日 〈ベーシックPRコース〉 広報・PRブラッシュアップ講座 ベーシック・コンテンツデザイン 15日 〈コミュニケーション・ケーススタディ〉 企業広報スタディ	12月5日～1月15日 〈PRプランナー試験3次試験対応講座〉 12日 〈コミュニケーション・ケーススタディ〉 危機管理広報スタディ	18日 〈コミュニケーション・ケーススタディ〉 戦略広報PRスタディ	1日～21日 〈PRプランナー試験1次試験対応講座〉 15日 〈コミュニケーション・ケーススタディ〉 広報講座測定スタディ 7日 広報・PRプロジェクト顕彰事例セミナー	8日 〈広報・PRプラクティカル・トレーニング〉 コンテンツ活用PRトレーニング 13日 〈コミュニケーション・ケーススタディ〉 デジタルメディア・スタディ
	12日 PRプランナー資格認定検定2次試験		20日 PRプランナー資格認定検定3次試験		1日 特別シンポジウム 4日 PRプランナー資格認定検定1次試験
	7日、30日 特別国際セミナー			14日 なでしこカウンシル	6日 特別国際セミナー
「協会ニュース」	「協会ニュース」 22日「PR手帳2018」発刊	「協会ニュース」	「協会ニュース」	「協会ニュース」	「協会ニュース」
	15日 グランプリ候補作審査会	6日 グランプリ選出審査会 ／表彰式	25日 日本PR大賞 パーソン・オブ・ザ・イヤー シチズン・オブ・ザ・イヤー 表彰式		
24日 第17回 企業部会フォーラム	10日 第19回 広報活動研究会			15日 第29回広報ゼミ 28日 第18回企業部会 フォーラム	
17日 PR 経営者懇談会	2日 第1回PR業ワイガヤ会 24日 第46回親睦ゴルフ会			27日 第41回 PRスキル研究会	7日 第2回 PR業ワイガヤ会
		5日 第5回PRプランナー 朝活セミナー&交流会 13日 第5回PRプラン ナーフォーラム in 関西			1日 特別シンポジウム 13日 第6回PRプラン ナーフォーラム in 関西
20日 定例会	15日・16日 広報学校	13日 定例会	17日 新春PRフォーラム 関西	23日 定例会	20日 定例会