

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

2018 年 10 月号

NO. 300

O P I C S

ハイパー・グローバル化時代ますます重要なパブリック・リレーションズ

(公社)日本パブリックリレーションズ協会 理事 鈴木 孝徳

MESSAGE P3

2019 年度新会員制度に向けて

ATTENTION P4

広報PRアカデミー2018「コミュニケーション・ケーススタディ講座」講座を開講

ATTENTION P9

「PRアワードグランプリ 2018」エントリー募集中！

ATTENTION P10

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:畔柳 一典

10月号 目次

10月～11月のスケジュール		— 1
MESSAGE(メッセージ)	ハイパー・グローバル化時代ますます重要なパブリック・リレーションズ	— 3
ATTENTION(お知らせ)	2019年度新会員制度に向けて	— 4
〃	広報PRアカデミー2018「コミュニケーション・ケーススタディ講座」を開講	— 9
	「PRアワードグランプリ 2018」エントリー募集中！	— 10
BULLETIN(活動報告)	第23回PRプランナー資格検定試験 1次試験を8月26日(日)に実施	— 11
〃	第22回PRプランナー資格検定試験 3次試験結果発表 合格者は124名	— 12
〃	夏季情報交換会兼新入会員歓迎会 8月30日(木)開催(会員限定)	— 14
〃	第19回「企業部会フォーラム」開催報告(会員限定)	— 14
〃	第30回広報ゼミ開催報告(会員限定)	— 14
〃	「PRプランナー Meet up」第2回、第3回を開催	— 15
REPORT(講演レポート)	デジタルファースト時代の紙媒体とネットの役割 ～変化する日経・企業報道部の記者と企業への取材活動～(会員限定)	— 16
VOICE of PR PLANNER	「広報・PRを担当していない場合、PRプランナーとしての活動はどうしているのか」	— 17
PR TREND(PRトレンド(関西))	広報の仕事って難しい	— 18
協会掲載記事	「PRSJ in Media」	— 20

10月～11月スケジュール

広報PRアカデミー2018
「広報・PR スタートアップ講座(秋期)」

日 時 : 10 月 11 日(木)9:30～17:10
会 場 : 六本木アカデミーヒルズ 49

広報 PR アカデミー2018
「新任広報部長講座」

日 時 : 10 月 16 日(火) 13:00～17:00
会 場 : 日本記者クラブ
講 師 : オムロン(株) 井垣 勉氏
旭化成(株) 山崎 真人氏
朝日新聞 三橋 麻子氏
MSD(株) 山下 節子氏

なでしこカウンスル

日 時 : 10 月 23 日(火) 11:30～13:30
会 場 : アークヒルズクラブ 37 階
講 師 : (株)アイスタイル 取締役 山田メユミ氏
テーマ : 会社とサービスと自分の成長

第 195 回定例研究会

日 時 : 10 月 26 日(金)
会 場 : コンベンションルームAP東京八重洲通り
講 師 : (株)ユーザベース CCO 佐々木 紀彦氏
テーマ : デジタルメディアの将来と『News Picks』の戦略
～新たなグローバル化のなか経済メディアはどう変わるのか～

10月～11月の理事会・委員会・部会スケジュール

定例理事会	(10 月度)	日 時	: 10 月 11 日 (木)	16:00～17:30
	(11 月度)	日 時	: 11 月 18 日 (木)	16:00～17:30
		会 場	一般財団法人 産業人材研修センター 霞会館	
教育委員会	(10 月度)	日 時	: 10 月 4 日 (木)	12:00～13:30
		会 場	協会会議室	
資格委員会	(10 月度)	日 時	: 10 月 25 日 (木)	12:00～13:30
		会 場	協会会議室	
国際・交流委員会	(10 月度)	日 時	: 10 月 19 日 (金)	16:00～17:30
		会 場	協会会議室	
広報委員会	(10 月度)	日 時	: 10 月 25 日 (木)	16:00～17:30
		会 場	協会会議室	
顕彰委員会	(10 月度)	日 時	: 10 月 19 日 (金)	12:00～13:30
		会 場	協会会議室	
企業部会幹事会	(10 月度)	日 時	: 10 月 5 日 (水)	17:00～18:30
		会 場	協会会議室	
PR業部会幹事会	(10 月度)	日 時	: 10 月 16 日 (水)	16:00～17:30
		会 場	協会会議室	
PRプランナー部会 幹事会	(10 月度)	日 時	: 10 月 18 日 (木)	19:00～21:00
		会 場	(株)電通パブリックリレーションズ	

ハイパー・グローバル化時代にますます重要な パブリック・リレーションズ

公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会
理事 鈴木 孝徳

ジャーナリストからパブリック・リレーションズ（PR）の世界に飛び込んで 20 年になろうとしています。この 20 年でパブリック・リレーションズをめぐる外部環境、特にメディアを通じての情報の流れがグローバルで劇的に変化したと感じています。その背景にはテクノロジーの進化があることは言うまでもありません。ムーアの法則に象徴されるように半導体技術が進歩し、それにより飛躍的に向上したコンピューティングパワーに支えられた IT インフラが実現、私たちはストレスなくスマートフォンなどの高性能デバイスを介しさまざまなクラウドサービスを謳歌しています。

テクノロジーの急速な進歩の中でマスメディアの構造も大きく変化しています。新聞や雑誌の紙媒体、テレビやラジオの電波媒体などに代表される従来型のメディアに加え、オンラインメディアが勃興、そしていまや Facebook や Twitter、Instagram などのソーシャルメディア（SNS）が隆盛を極め、さまざまな情報が瞬時に世界を駆け巡るハイパー・グローバルな情報の世界が出現しています。そのような環境のなかでは、だれもが情報の発信者になることが可能で、玉石混交の情報の世界での本当の情報の見極めが重要になっています。企業や様々な組織体、そして個人も含めた情報の発信元、その情報をマスメディアに伝えるパブリック・リレーションズ会社、そして情報を発信するマスメディア、その情報の受け手である読者、視聴者のそれぞれの階層で情報リテラシーが重要になっています。また情報発信元、パブリック・リレーションズ会社、マスメディアには情報発信に際し今ほど倫理観が強く求められている時代はないと思います。

ハイパー・グローバル化のなかで、企業価値も大きく変化しており、一例として 2015 年に国連で採択された SDGs、そして ESG 投資は世界的なうねりとなって日本に押し寄せており、待ったなしの対応、グローバルな情報発信が企業に求められています。

東京オリンピック・パラリンピックが開催される 2020 年に日本パブリックリレーションズ協会は設立 40 周年を迎えます。企業やさまざまな組織体を取り巻く外部環境が劇的に変化する中で、マルチステークホルダーとの関係構築活動（リレーションシップ・マネジメント）であるパブリック・リレーションズの果たす役割が社会の中でこれまで以上に重要になっていると確信しています。パブリック・リレーションズ業界の地位向上、発展のために皆さまとともに協会活動に邁進してまいります。

2019 年度新会員制度、どうなる？どうする？

会員みなさまには平素より、協会活動に多大なご理解、ご支援をいただき、感謝申し上げます。PRSJでは、急速なメディア環境、社会環境の変化の中、時代のニーズに適した会員・会費制度改正を2019年4月から施行いたします。

皆様に新しい会員制度をより理解していただくためにも、協会ニュースで会員制度のご案内とともにPR業、企業それぞれの立場での会員制度の活かし方やPRプランナー部会の活動について連載で紹介しております。

■会員種別検討特別委員会リレーエッセイ

第3回 「新会員制度について」～PR業の立場から

会員種別検討特別委員会
PR業部会幹事
木村 茂樹

会員種別検討特別委員会にPR業の立場から参加いたしました。この度の制度改定の狙いの一つに個人会員への門戸開放があります。これは、増加するPRプランナーの方々を始め、企業のみならず地方自治体関係の方々など広報・PRに関心を持つ全ての方々が参加しやすい制度となり、協会活動全体の活性化にとって大きな原動力になると思われます。

また、個人会員の増加は、我々、PR業にとっても重要な意味を持ちます。PR業界においては、急激なコミュニケーションインフラのデジタル化が進むにつれて、PR業の守備範囲が益々、広がっており、所謂、メディアリレーションや広報コンサルを主軸とした広報代理業の範疇に収まりきらない業種がたくさん生まれてきました。それらの会社は今までになかった機能や役割を提供しており、コミュニケーションの領域においては重要なメンバーとなっています。

パブリックリレーションズの理解、促進を進めるPR協会としても、常に時代の流れを把握して協会の内外に様々な情報を発信していくことは重要な活動となります。その為には、これらの新しい会社にも協会活動に参加して頂き、共に活動するなかで様々な情報交換が行われ、互いのビジネスの幅を広げることが、結果としてPR業全体の発展に繋がることと思います。

まずは、個人会員として、協会が主催する講座やセミナーに参加する、又は各種委員会や部会幹事会へ参画することにより、自社にとって有意義な協会活動へのスタンスを見極めることも可能です。更に深く広くかかわって頂く場合は、正会員になって頂くことが出来ます。

PR協会において企業会員や同業種の方々と一緒に活動することはボランティアではありませんが、人脈の広がりだけに留まらず、自社を外から客観的に見る機会にもなります。今回の制度改革により、一人でも多くの仲間が増えて、協会の活性化が一段と進むことを期待します。

■特集：How to PRSJ Part.2 PR 業部会編

女性 PR パーソンお 2 人に、「PRSJ の使い方」を 熱く語ってもらいました！

＜出席者＞

(株)オプト 中山智恵さん：以下、中山
(株)サニーサイドアップ 藤岡裕美子さん：以下、
藤岡

来年からの新しい会員制度のスタートを前に、現在
最前線で活躍中の P R パーソンの女性お二人に、
PRSJ に参加する魅力や意義、活用法などを現場の
目線から忌憚なく語り合ってもらいました。



(株)オプト中山さん(左)と(株)サニーサイドアップ藤岡さん(右)

【横のつながりが生まれる PRSJ】

一協会とのそもそもの関わりや活動の経緯、今やっていることなどから聞かせてください

中山 2012 年ごろから参加しています。退職した上司の代わりに「行っておいで」と言われたのが最初。何も分からず、どうしようかと思いましたが、気がついたら PR 業部会の幹事に加え、国際・交流委員会と、「各委員会の情報を引っ張ってくるハブとして」の機能が自分にも役立つと考えて広報委員会にも所属しています。

藤岡 私は 1 年半ぐらい。うちの会社は協会にあまり顔を出していないので、横のつながりが希薄だったということで、会社の代表として P R 業部会に参加することに。

中山 私は、P R を社内で教えてくれる先輩がおらず、勉強する場所もなく困っていました。そんなときに協会活動があることを教えてもらい、タイミングよく入れていただいた。それからセミナーなどに少しずつ参加するようになって、知り合いも増え、普段出会えないメディアの方にも知り合うことができました。とくに、委員会活動が横のつながりや先輩方とのつながりができて、いちばんよかったです。協会の魅力ですね。

藤岡 そのとおり。普段ならお目見えもできないような人とお付き合いできますし。

中山 会員には各社の社長さんたちも多くて、最初 P R 業部会に入ったときには、一般社員クラスがおらず、しかも女性がぼつんと一人で。「いいのかな？」と思いましたよ。

藤岡 皆さん非常に優しいし、ウエルカムな感じ。私は中山さんがいたので本当に心強かった。一人だったらとても不安だったので、女性がどんどん増えてくれると嬉しいです。

中山 やはり横のつながりで集まるのがすごく楽しい。特に「ワイガヤ」(「P R 業ワイガヤ会」：若手 P R パーソン対象の交流の場)は若手と知り合う良い機会になっています。

藤岡 「ワイガヤ」を通じて、他社の同年代の、入社 3～5 年目ぐらいの子たちが繋がっていつて、輪がどんどん広がっていけばいいな、といつも思っています。

中山 すごく元気で熱量のある人が多いし、話を聞いているとこちらもワクワクする。彼らが次の時代を作るのだと思えるし、「業界が好き」となれば、どこかしらでさまざまな繋がりが生まれるはず。結果的に協会がその軸にあれば嬉しいです。

藤岡 協会がハブになり、ここに来れば横のつながりが持てるし情報もある、という感じになればみんな来やすくなるのでは？協会はけっこう敷居が高いイメージがあります。私はこんなに気軽に来て良いということを、思っていなかったし知らなかったです。



中山 外で協会について話をすると、「おじ様が集まってる会なんじゃないの？」とよく言われるんです。「ぜんぜんそんなことはないし、むしろ若手が来たほうが活躍できる」と言うと、「意外だ」という反応。会員の中でも、委員会活動に全く出てきてなかったり、セミナーの存在すら知らない人が結構いますよね。もったいない、こんなに楽しいのに。

【若手 PR パーソンこそ活用できるタネがたくさん】

一若手にオススメのセミナーは？

中山 P R業の若手ならP R業部会主催の「スキル研究会」に来てほしい。無料だし、講師との名刺交換で距離も縮まります。可能なら横に座った人とも名刺交換してほしいです。勉強法を学びに来る、他社のことを知ることができる、横のつながりができる、そして飲みにも行ける、一石三鳥、四鳥の会だから、スキル研はオススメ（笑）。

藤岡 初めてP Rアワードの審査会に行ったときにも驚きがありました。

中山 昨年までは最終審査がプレゼンテーションだったので、工夫を凝らした活動内容はもちろん、プレゼンの仕方、あるいはどんな人たちがプロジェクトを動かしたのか目の前で見て、とて面白かったです。

藤岡 同感。すごく若い人が出てきて「こんなに若い人たちがやってらっしゃるのか」と。たぶん若手にはすごく励みになると思う。うちの会社では、PR手帳が本当にバイブルのようになっているんです。一年生で、あれと一緒に寝る、と言う子もいるほど（笑）。メディア担当のグループがテストのようなものをやるのですが、全てはP R手帳が元になっています。それを発行している協会は「神の集まり」ということかもしれない（笑）。

中山 いまのこのネット社会になっても、普段接していないメディアに連絡を取りたいとなれば、P R手帳を引っ張り出します。

藤岡 P Rパーソンとして知らなければならぬことが手帳には網羅されているから、若手などはそれこそ目を皿にして見てますよ。P R手帳に限らず、協会だからこそ持っている情報がある、ということがもっと広まればよいと思いますね。P Rの仕組みや記者クラブの意味合いといったことが「ここに来ればわかる」ならば、若手が仕事に悩んだとき、アーカイブやライブラリを見に行くような感覚で来てくれるのではないのでしょうか。そういう役割に期待したいです。



中山 私の場合、協会を通じてメンターのような人が社外にたくさんできたと思っています。ふと困ったときに、電話やメッセージで「こういうときはどうしたらよいのか?」「こういう人を探している」と相談してます。横のつながりで、メディアや記者とつなげてもらったこともあります。協会に来たことで、ネットワークの広がりがすごく大きくなりました。



藤岡 一言で「PR業」と言っても、各社で得意にしているところ、やろうとしていることは違うことがよくわかりました。「そんなことまでPRの範疇に入るのか」と思ったことも。社内なら共通言語で進んでしまうことでも、違う立場からは別の視点や取り組みがあることが勉強になりました。協会に来てそれがいちばん大きかったですね。

―協会活動に参画するための時間の作り方は難しいですか? その点での工夫は?

中山 私はけっこう自由にさせてもらっています。会社が理解を示してくれているので。だがそうじゃない会社もけっこうありそうですよね。これを読んでくれている上司の方々にぜひ言いたいのは、「若手を外に出すという懐の広さを持っていただきたい」ということ。そのほうが絶対に成長が早まります。

藤岡 業界全体のことについて知ることができますし。

中山 もちろん、「若手だからこそ現場のことを一生懸命やるのが重要」という考え方もあるでしょうが、若いからこそ飛び込みやすいとか、若いからこそバ力なことでも何でも聞ける、ということもあります。若さを利用してほしいです。

【協会活動の第一歩をぜひ踏み出して】

―「こんな人に来てほしい」というのはありますか?

中山 若手の女性。「なでしこカウンスル」は女性PRパーソン限定なので参加しやすいと思うので、ぜひ!

藤岡 むしろ、他人事に思っている人に来てもらいたい。協会は自分には関係ないと思っているPRパーソンに。協会に来るメリットをもっと打ち出せば、来やすくなるのではないですか? これまで活動に関わってなかったうちの会社から参加し始めるようになって、協会がどうしているのか分かったし、昨年はアワードにも出ました。そうしていると「ワイガヤ」に参加する社員がどんどん増えてきました。その輪を社内外にいっぱい作っていきたいですね。それはやはり第一歩を踏み出さなければわからないことなんです。

―「こんなことができないかな」「こういうものをつくってくれないかな」といった要望は?

藤岡 若手がちょっと悩んだとき、「これ、先輩に聞くのはちょっと…」ということもあるので、そんなときに協会に来て「こういうことで悩んでいるのだが、どうすれば?」とか「原理原則ではどちらなのか」といった“よろず相談”ができるとよいのでは? と思いました。それができたら協会に来そうな気がします。

藤岡 カフェを作ってしまうとか。Wi-Fi フリーで電源もあって、スタバの代わりにPRカフェに行って、そこだと思いきりパソコンを広げられる。

中山 持込もOKにしちゃうとか!

藤岡 さらに相談したければ人がいる。

中山 それはいい！ ワーキングスペースが欲しい、と夢を語ってみました。引越しのときにはぜひ検討を！

— こういうアイデア、発想いいですね。協会に来れば、ライバル同士も関係なく何でも自由に聞ける、という場があればということですね。

藤岡 同感。協会での名刺交換とイベント現場での名刺交換とでは意味が違います。お互いに言えることと言えないこともあるから。例えば中山さんとこうして話をしているから、オプトと聞けば中山さんの顔が浮かぶ。すると会社自体に親近感が生まれ、何かあると「連絡してみよう」という気になります。



中山 「あの人がいるあの会社」、となるとまた違いますよね。

藤岡 P R 業部会に来て最も大きいのはそこかな。

— 本日はありがとうございました。

文責：増田 克彦

広報委員会

(株)電通パブリックリレーションズ

広報PRアカデミー2018

「コミュニケーション・ケーススタディ講座」講座を開講

～11月14日には「企業広報スタディ」～

教 育 委 員 会

日本パブリックリレーションズ協会は、一定の業務経験のある広報・PR実務者を対象として、2018年11月から2019年3月にかけて「広報PRアカデミー2018 コミュニケーション・ケーススタディ講座」5講座を開講します。

その第1回として11月14日に「企業広報スタディ」、12月13日には「危機管理広報スタディ」を開講いたします。

その第1回「企業広報スタディ」は、「リレーションシップ・マネジメント」が実現する戦略的な企業コミュニケーション～社会的課題解決型のパブリック・リレーションズ事例から紐解く～」をテーマに、(株)井之上パブリックリレーションズ 戦略企画部部長の横田和明氏にご登壇いただきます。



IoTやAI、ブロックチェーンといった技術革新による従来のビジネスモデルの転換や、経済の枠組みやルールの変容など、企業を取り巻く外部環境は大きな変化を迎えています。

そのなかで企業をはじめとする組織体のPR・広報部門は、従来のように提携、新製品・サービスの市場導入、社員やその家族に向けた施策といった個々の案件を単にメディアに発信し、報道掲載を追い求めるだけではその役割を果たしえません。

外部環境の変化に応じ、自社や事業活動の社会的価値を内外に訴求しながら、最適なコミュニケーション戦略を立案・実行し、多様なステークホルダーと良好な関係を構築し、経営課題の解決や目的達成に寄与する必要があります。すなわち、コーポレート・コミュニケーションにおいては「リレーションシップ・マネジメント」の観点から戦略的にPR計画を立案、実行することの重要性が大きく増しています。

「企業広報スタディ」では、コーポレート・コミュニケーションの実践に必要な「パブリック・リレーションズ（PR）」の基本的な概念をはじめ、ミッション・ビジョン・バリューや経営戦略におけるPRの位置付け、組織体制のあり方や企業の社会的価値を高めるためのプランニング上のポイントなどを、コーポレート・コミュニケーションの事例分析も交えて解説します。

講座詳細のご案内ならびに申込みの受付は、以下のURLをご参照ください。

<https://event.prsj.or.jp/pr-academy-2018/casestudy-corp>

なお、第2回「危機管理広報スタディ」は、ゼウス・コンサルティング株式会社 代表取締役社長兼 CEO、社会情報大学院大学専任教授の白井邦芳氏ご登壇いただく予定です。

<https://event.prsj.or.jp/pr-academy-2018/casestudy-crisis>

(事務局・真部)

「PRアワードグランプリ 2018」エントリー募集中！ 10月24日(水)17:00が締め切り(必着)です

—— 顕 彰 委 員 会 ——

現在「PRアワードグランプリ 2018」のエントリー受付をしておりますが、最終締め切りは10月24日(水)17:00(必着)です。

今年度も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

- ・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
- ・エントリー案件：企業・団体が実施また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エントリーも可)

・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
- インターナル・コミュニケーション部門
- 調査・研究部門

- ・エントリーシート送付先：award@prsj.or.jp

・エントリー料：

- 最終エントリー：9月29日(土)～10月24日(水)17:00 必着
21,600円/1エントリー(消費税込/振込手数料別途)

・審査方法：

審査委員長のもと、9名の審査委員で審査団を構成。審査委員全員が一堂に会して議論形式の審査会を開催。部門横断で全エントリーに対し厳正な審査を行い、「グランプリ」「ゴールド」「シルバー」「ブロンズ」の各賞を決定いたします。なお、顕彰委員会及び審査団の協議により、上記の賞以外の表彰を行う場合もございます。

1. グランプリ選出審査(11月中旬予定)

審査員団が全エントリーを審査。

審査終了後、審査結果をご担当者にもメールにてご連絡いたします。

2. 表彰式について

受賞エントリー(シルバー以上)については、12月11日(火)に実施される表彰式でプレゼンテーションしていただきます。

日時：2018年12月11日(火)17:00～20:00(予定)

会場：時事通信ホール

◇ 表彰

- 「グランプリ」：1点(トロフィーを授与)
- 「ゴールド」：2点(トロフィーを授与)
- 「シルバー」：5点(トロフィーを授与)
- 「ブロンズ」：7点(表彰状を授与)

※上記は目安であり、最終的な表彰点数は審査団の協議により決定いたします。

なお、詳しい応募内容は、以下のPRアワードサイトをご参照ください。

<https://award.prsj.or.jp/entry.html>

(事務局・依田)

第 23 回 P R プランナー資格検定試験

**1 次試験を 8 月 26 日（日）東京・大阪・名古屋・札幌で実施
567 名の受験者が挑戦し、420 名が合格！
受験者はついに 1 万人を超え 10,481 名に！**

資 格 委 員 会

8 月 26 日（日）に（東京：TKP 渋谷カンファレンスセンター、大阪：毎日
インテシオ、名古屋：A P 名古屋、札幌：北海道建設会館）で行われた第 23
回 P R プランナー資格認定検定試験 1 次試験では、605 名の受験申込があり、
そのうち 567 名（出席率 93.7%）が受験、合格者は 420 名（合格率 74.1%）
となりました。

2007 年より実施している P R プランナー資格認定検定試験では、今回の第
23 回 1 次試験までの累計で、受験申込者は 11,406 名、受験者は 10,481 名、
1 次試験合格者は 7,867 名、合格率平均は 75.1%となりました。

また、第 23 回 1 次試験の受験者は、第 1 回を除き過去最大を更新しまし
た。

ご協力いただきました関係者の皆様、大変ありがとうございました。

なお、今回の受験者はおよび合格者の受験者プロフィールは次の通りです。



<第 23 回 1 次試験 業種別／年代別合格率>

		PR 業/ PR 関連 業	一般企業 (広報 PR 関連)	一般企業 (その他)	各種団体	教育機関	自治体	学生	その他	全体
男性	受験者	72 名	74 名	20 名	9 名	5 名	9 名	21 名	8 名	218 名
	合格者	53 名	69 名	17 名	9 名	5 名	8 名	10 名	6 名	177 名
女性	受験者	73 名	140 名	36 名	4 名	5 名	8 名	57 名	26 名	349 名
	合格者	46 名	114 名	29 名	4 名	2 名	5 名	26 名	17 名	243 名
全体	受験者 (全体比)	145 名 (25.6%)	214 名 (37.7%)	56 名 (9.9%)	13 名 (2.3%)	10 名 (1.8%)	17 名 (3.0%)	78 名 (13.8%)	34 名 (6.0%)	567 名 (100.0%)
	合格者 (全体比)	99 名 (23.6%)	183 名 (43.6%)	46 名 (11.0%)	13 名 (3.1%)	7 名 (1.7%)	13 名 (3.1%)	36 名 (8.6%)	23 名 (5.5%)	420 名 (100.0%)
	合格率	68.3%	85.5%	82.1%	100.0%	70.0%	76.5%	46.2%	67.6%	74.1%

		20 代	30 代	40 代以上	全体
男性	受験者	74 名	78 名	66 名	218 名
	合格者	49 名	65 名	63 名	177 名
女性	受験者	187 名	110 名	52 名	349 名
	合格者	108 名	91 名	44 名	243 名
全体	受験者 (全体比)	261 名 (46.0%)	188 名 (33.2%)	118 名 (20.8%)	567 名 (100.0%)
	合格者 (全体比)	157 名 (37.4%)	156 名 (37.1%)	107 名 (25.5%)	420 名 (100.0%)
	合格率	60.2%	83.0%	90.7%	74.1%

受験者	合格者	合格率
567 名	420 名	74.1%

※第 1 回～23 回の累計については、資格制度 Web サイトより、

資格認定制度について>過去の合格率（1 次試験）

(https://pr-shikaku.prsj.or.jp/about/pass_1st_exam) をご参照ください。



第 22 回 P R プランナー資格検定試験

3 次試験結果発表 合格者は 124 名（合格率 41.6%）

3 次試験合格者累計は 2,596 人

資 格 委 員 会

7 月 21 日（土）に富士通ラーニングメディア品川ラーニングセンター（東京会場）、富士通ラーニングメディア関西ラーニングセンター（大阪会場）において第 21 回 PR プランナー資格検定 3 次試験が行われ、第 1 回を超え過去最多となる 311 名の受験申込者のうち 298 名（出席率 95.8%）が受験されました。

今回の 3 次試験におけるニュースリリース課題は、国内大手住宅設備機器メーカーが、CO2 排出削減量の報告と、スコープ 3 に関する自社の取り組みを発表するという内容でした。

また、広報・PR 計画の立案作成におけるコーポレート課題は、未上場で国内中堅の鉄鋼・金属メーカーにおいて、品質データの改ざんが社内調査等にて判明。今後の情報開示の考え方と具体的な計画案を、取引先やステークホルダーと調整しつつ策定するものでした。

マーケティング課題は、国内大手総合電機メーカーが、ペット（犬・猫）市場に、自社製品の特性を活かした新商品と、警備会社と提携した見守りサービスを合わせ、新規参入することとなった。それに伴い、ペット市場において、いかにして寡占を目指すか、ターゲット、タイミング、話題作り、メディア・ネットのプラン、ストーリーを示し、マーケティング広報・PR の施策を策定するものでした。



東京会場：
富士通ラーニングメディア品川ラーニングセンター

厳正な判定の結果、124 名が合格（合格率 41.6%）となり、8 月 10 日に発表となりました。また、今回の結果で、合格者累計は、2,596 名となりました。

合格された方は、9 月に実施されます「2018 年度前期 第 22 回 PR プランナー」の書類審査を経た後、新たに PR プランナーとして認定となります。

皆様には、あらためて感謝の意を捧げますとともに、今後とも一層のご厚誼を賜りますようお願い申し上げます。

受験者／合格者プロフィール

<第 22 回 3 次試験 業種別／年代別合格率>

		PR 業/ PR 関連業	一般企業 (広報 PR 関連)	一般企業 (その他)	各種団体	教育機関	自治体	その他	全体
男 性	受験者	69 名	55 名	4 名	5 名	3 名	4 名	14 名	154 名
	合格者	28 名	22 名	2 名	1 名	2 名	2 名	7 名	64 名
女 性	受験者	42 名	78 名	7 名	0 名	4 名	3 名	10 名	144 名
	合格者	16 名	35 名	1 名	0 名	3 名	1 名	4 名	60 名
全 体	受験者 (全体比)	111 名 (37.2%)	133 名 (44.6%)	11 名 (3.7%)	5 名 (1.7%)	7 名 (2.3%)	7 名 (2.3%)	24 名 (8.1%)	298 名 (100.0%)
	合格者 (全体比)	44 名 (35.5%)	57 名 (46.0%)	3 名 (2.4%)	1 名 (0.8%)	5 名 (4.0%)	3 名 (2.4%)	11 名 (8.9%)	124 名 (100.0%)
	合格率	39.6%	42.9%	27.3%	20.0%	71.4%	42.9%	45.8%	41.6%

		20代	30代	40代以上	全体
男性	受験者	35名	51名	68名	154名
	合格者	21名	19名	24名	64名
女性	受験者	40名	61名	43名	144名
	合格者	18名	28名	14名	60名
全体	受験者 (全体比)	75名 (25.2%)	112名 (37.6%)	111名 (37.2%)	298名 (100.0%)
	合格者 (全体比)	39名 (31.5%)	47名 (37.9%)	38名 (30.6%)	124名 (100.0%)
	合格率	52.0%	42.0%	34.2%	41.6%

受験者	合格者	合格率
298名	124名	41.6%

※第1回～22回まで累計は、資格制度ホームページより、資格認定制度について＞過去の合格率（3次試験）（https://PR-shikaku.PRsj.or.jp/about/pass_3rd_exam）をご参照ください。

第1回～第22回 3次試験 合格率の推移

実施回（試験日）	受験者数	合格者数	合格率
第1回（2008年1月19日）	297名	145名	48.8%
第2回（2008年7月26日）	232名	182名	78.4%
第3回（2009年1月24日）	156名	128名	82.1%
第4回（2009年7月25日）	193名	146名	75.6%
第5回（2010年1月23日）	193名	148名	76.7%
第6回（2010年7月24日）	199名	133名	66.8%
第7回（2011年1月22日）	174名	107名	61.5%
第8回（2011年7月23日）	185名	120名	64.9%
第9回（2012年1月21日）	168名	96名	57.1%
第10回（2012年7月21日）	176名	113名	64.2%
第11回（2013年1月26日）	160名	118名	73.8%
第12回（2013年7月27日）	173名	110名	63.6%
第13回（2014年1月25日）	171名	132名	77.2%
第14回（2014年7月26日）	148名	109名	73.6%
第15回（2015年1月24日）	128名	84名	65.6%
第16回（2015年7月25日）	138名	89名	64.5%
第17回（2016年1月23日）	154名	93名	60.4%
第18回（2016年7月23日）	185名	86名	46.5%
第19回（2017年1月21日）	191名	100名	52.4%
第20回（2017年7月22日）	234名	124名	53.0%
第21回（2018年1月20日）	252名	109名	43.3%
第22回（2018年7月21日）	298名	124名	41.6%
累計	4,205名	2,596名	61.7%

会 員 限 定

夏季情報交換会兼新入会員歓迎会 8月30日(木)開催

国際・交流委員会

今年の「夏季情報交換会兼新入会員歓迎会」が新入会員 23 名を含む 60 名で原宿のレストラン「ジャルダン・ド・ルセーヌ」で開かれました。新規入会の会員を無料招待し、夏季情報交換会と新入会員歓迎会を兼ねての開催です。

カクテルタイムの名刺交換、各委員会のプレゼンテーション、着席での食事を楽しみながらの歓談がおこなわれ、終始にぎやかな会となりました。

第 19 回「企業部会フォーラム」開催報告 「最近の朝日新聞報道と、デジタル時代への対応について」

企業部会

企業部会では会員企業の広報活動のパフォーマンスを高めるために、広報課題を共有し、相互扶助の精神でイベント企画や部会運営を行っています。その一つ「企業部会フォーラム」ではメディアの専門家を招き、先端情報を吸収するとともにリレーションシップを深めています。

第 19 回企業部会フォーラムを朝日新聞東京本社にて開催しました。

45 名の参加者にはフォーラムでの講演会に先立ち、読者ホールにて朝日新聞社の業務紹介ビデオをご覧いただいた後、編集局や印刷工場などを回る社内見学会に参加いただきました。

第 30 回広報ゼミ開催報告 「『SDGs』とはなにか？ 広報業務との関係は？」

企業部会

9 月 11 日 (火) 第 30 回広報ゼミを開催し 27 名の会員が参加しました。今回は、「SDGs (エス・ディー・ジーズ)」をテーマとして取り上げました。有限会社サステイナブル・デザイン研究所取締役社長の西原弘氏をお招きし、SDGs の歴史やその解釈などについてのご講演をいただきました。

また、実際に SDGs に関する取り組みを始めつつある小田急電鉄株式会社 (以下、小田急) の事例もご紹介いただきました。

「PRプランナー Meet up」 第2回、第3回を開催

—— プ ラ ン ナ ー 部 会 ——

8月15日（水）と9月5日（水）に、PRプランナー部会が主催する「PRプランナー Meet up」の第2回、第3回をそれぞれ開催しました。

「PRプランナー Meet up」第2回

PRプランナー限定の交流&勉強会形式で24名のPRプランナーが参加しました。

講師に豊島区政策経営部「わたしらしく、暮らせるまち。」推進室長の宮田麻子氏をお招きし、宮田氏が考える「広報視点でのまちづくりのお話」を伺いました。

今回の会場は池袋の「サンシャイン 60」55階に入っている日本気象協会の会議室。地上220メートルからの夜景も楽しめるシチュエーションでした。軽食をご用意し、リラックスした雰囲気の中、参加されたPRプランナーの方々から多くのご質問をいただき、活発な意見交換がなされました。ご講演後はPRプランナー同士の交流もありました。



「PRプランナー Meet up」第3回

13名のPRプランナーが参加しました。

今回は講師にNPO法人D-SHiPS32代表の上原大祐氏を迎え、障害当事者の視点から「ビジネスチャンスを見つけ方」「情報発信の際のポイント」をテーマとしたご講演と、障害を起点とした課題の見つけ方やビジネスアイデアについての気づきを深める「ワールドカフェ」を実施しました。

今回の「ワールドカフェ」のテーマは「自分だけの悩み事」。参加者が入り混じる中で、1人の悩み事を深掘りしたり、異なる悩みに共通の課題を見つけたりと、小さな気づき・課題を顕在化させること、つなげることを体験しました。議論後、各テーブルの発表を受け、上原氏より講評をいただき閉会。とてもアグレッシブな会でした。



文責・吉富太郎
プランナー部会
(一財)日本気象協会

会 員 限 定**第194回定例研究会****デジタルファースト時代の紙媒体とネットの役割****～変化する日経・企業報道部の記者と企業への取材活動～****講師：日本経済新聞社 企業報道部長****武類雅典氏**

第194回定例研究会（9月度）は、9月14日（金）、AP新橋虎ノ門で開催しました。講師は日本経済新聞社 企業報道部長 武類雅典氏。テーマは「デジタルファースト時代の紙媒体とネットの役割～変化する日経・企業報道部の記者と企業への取材活動～」。当日の参加者は94名でした。



「広報・PRを担当していない場合、PRプランナーとしての活動はどうしているのか」

株式会社 船井総合研究所
宮井 秀卓

初めまして、株式会社船井総合研究所の宮井と申します。
PR業界とは異なる経営コンサル業界にいますが、どうしてPRプランナーを取得したのか、今後どう活用しようと考えているのかについて、少しでも似たような環境の方の参考になれば幸いです。

2006年に上場準備中のベンチャー企業であった株式会社モバイルファクトリーに上場準備担当者として入社しました。経営企画室にて上場準備業務とあわせて、立ち上げ直後の広報業務も担当することになり、広報担当者と未上場の企業をどのようにPRしていくか、今後の広報戦略など試行錯誤している中で、以下の2つの考えからPRプランナー試験を活用しようと考えました。一つ目は、広報未経験の担当者が体系的に広報・PRを学び、理解する必要がある、二つ目は、広報担当者の人事考課にあたって明確に広報・PRに関するインプットがわかる指標とする、という点になります。その際、担当者に任せっきりになるのではなく、自分自身も一度学んでおく必要があると思い試験を受けました。
ただ、この時は2次試験までは合格したものの3次試験に落ち、その後、しばらくして広報業務を含め経営企画室から離れ事業部門を担当することになったため、3次試験は受けませんでした。

事業部門に異動し、直接的には広報・PR業務とは離れたものの、ベンチャー企業として積極的に広報・PRを行う必要性を感じたのは、その時に身についた知識や経験が生きたのかもしれない。その後、株式会社モバイルファクトリーが東証一部に上場して、気持ちが少し落ち着いたタイミングで3次試験の案内が来たため、せっかくの機会と思い改めて学び直して3次試験を受け、2次試験から10年近く経ってようやく3次試験を通過することができました。

その後、2018年4月より船井総研に移り、M&Aや事業承継に関わるほか、IPOを目指す企業や地方の中小企業をコンサルタントという立場で支援をさせていただいているのですが、せっかく良いサービスを展開していたり、とても素晴らしい企業理念の会社でも、広報・PRをほとんど行っていない会社が多いと感じています。
広報・PRといった視点でもIPOを目指す企業だけでなく多くの会社を支援できることができないのではないかと考えております。

今は広報・PR業務に直接的に携わっていませんが、PRプランナー試験に向けて、体系的に目標をもって学ぶ機会があったことで、多くの企業を広報・PRという視点でも支援させていただくことができるきっかけを与えてもらったと感じております。

＜コラム関西の風＞

広報の仕事って難しい

沢井製薬株式会社 戦略企画部
広報・IR グループ 矢野 亜紀子

研究部門から現在の広報・IR グループに異動して2年半が経過します。異動直後は広報と広告の違いも分からず、さらに、研究部門では極秘任務で外部への情報開示はもってのほかだったことから戸惑うことばかりでした。現在はすっかり広報に慣れて・・・と言いたところですが、新卒で沢井製薬に入社し、研究部門でみっちり10年かけて培われた「しゃべっちゃダメ」精神はなかなか消えません。自部門が何をしているのかをなるべく知られないように過ごした10年から180度変わって、自社の状況や未来をどんどん話す部署への配属です。

そういうわけで、未だに広報の仕事に自信がありません。どのようにPRしようか、企業ブランドを上げるためにはどうすればよいのかと、不安を感じながら恐る恐る話すことが多いのです。今回のコラムのご依頼を受け、国語力ゼロの私にはとんでもないとお断りしようと思いました。けれど、いっそのこと、この頭の中の“もやもや”を皆さまと共有し、ご指南などいただけたら・・・そんな思いで執筆してみました。

私の考えるPR

PRとはご承知のとおり Public Relations であり、「Public=一般の人々」と「Relations=関係性」をつくる仕事という意味です。私たちは社会と企業をつなぐ役割を担っており、企業が行う様々な活動を円滑に遂行するために活動内容を正しく社会に認識してもらい、なくてはならない存在だと認識していただく、そのために認知や印象、つまりはブランド力を上げていく必要があるのだと思います。

沢井製薬のブランド力

ブランド力を上げていくためにどういった活動をすればよいのでしょうか。幸い、当社はジェネリック医薬品の製造販売においてはリーディングカンパニーと呼ばれ、他社に先駆けてジェネリックのCMを行っていたことから「サワイといえば高橋英樹さんのCM」、「サワイといえばジェネリック」というブランディングができていると自負しております（患者さんへの企業認知率は84.1%です）。売上もジェネリック製造当初の1億円から約50年で1,600億円まで躍進いたしました。おかげさまで当社は、専門誌や一般紙の記者さんから取り上げていただく機会もあり、恵まれた環境にあります。しかしながら、国内市場は高齢者の増加により規模は拡大しますが、薬価制度議論で業界再編と集約化が進む兆しにあり、当社が生き残るためには、これまでとは異なる視点や手法を取り入れていかなければなりません。

近年は広報業界でもパラダイムシフトが起こり、ハイブリッドPRという言葉も耳にします。アプローチの方法も従来型の「記者さんなどマスコミに対する広報活動」に加え、「デジタルを主体とした広報活動」など様々です。さらに、ブランドは目に見えないものではありませんが、広報活動による露出や論調など「結果」を分析し戦略的広報を行う必要があります。幸い、前部署では長らく数値や現象を基にした分析業務を行っており、評価することが好きでありかつ得意でもあります。



創業当時の沢井製薬株式会社 本社



現在の沢井製薬株式会社 本社

今後

異動してからの２年間はとにかくドジをしないように、着実に仕事を覚えることで精一杯でした。この半年は、他社広報の皆さまとお話し、様々な手法や考え方に触れております。今後は、持ち前の好奇心をフル稼働し、いろいろな立場や環境を体験し、活用できればと考えております。執筆しながらも、頭の中の“もやもや”は消えてはくれませんでした。けれど、消えないからこそ日々が勉強だと思えるのかもしれません。

PRSJ in Media

● 9月1日（土） 『月刊広報会議』10月号

『月刊広報会議』10月号において、今年6月に開催した「第42回スキル研究会」について記事掲載されました。

研究会では、「McGuffin」のプロデューサー大尾一成氏が「WEB動画を活用したPRノポイント～ユーザ視点に寄り添ったコンテンツ制作～」をテーマに講演を行ったことが紹介されています。

講演では、若年層の動画視聴環境の多様化の解説に始まり、動画への接し方、現状の特徴を踏まえた動画制作のポイントなどについて解説されました。

（事務局・真部）

〔記事協力 株式会社内外切抜通信社〕

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っておりますので、
よろしくお願い致します。

広報委員会

Eメール mail@prsj.or.jp

F A X 03-5413-2147

※ 禁転載