

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

2019 年 10 月号

NO. 311

TOPICS

「パブリックリレーションズ」の浸透・高度化に向け

(公社)日本パブリックリレーションズ協会 理事 小早川 護

MESSAGE P3

「PRアワードグランプリ 2019」エントリー募集中！10月23日(水)17:00 締め切り

REPORT P4

広報・PR実務講座 2019「広報・PRスキルアップ実践講座」第4回

ATTENTION P5

広報・PR実務講座 2019「新任広報部長講座」11月12日開講

ATTENTION P6

日本パブリックリレーションズ協会ウェブサイトがリニューアルオープン！！

ATTENTION P7

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 <https://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)	「パブリックリレーションズ」の浸透・高度化に向け	— 3
ATTENTION(お知らせ)	「PRアワードグランプリ 2019」エントリー募集中！10月23日(水)17:00締め切り	— 4
〃	広報・PR実務講座2019「広報・PRスキルアップ実践講座」第4回11月13日開講	— 5
〃	広報・PR実務講座2019「新任広報部長講座」11月12日開講	— 6
〃	日本パブリックリレーションズ協会ウェブサイトがリニューアルオープン！！	— 7
BULLETIN(活動報告)	第24回PRプランナー資格認定検定試験 3次試験結果発表	— 8
〃	第25回PRプランナー資格認定検定試験 1次試験を8月25日(日)実施	— 10
〃	国際セミナー開催報告「2019カンヌPR部門報告会」	— 11
〃	第44回「PRスキル研究会」開催報告(会員限定)	— 14
関西の風	関西のあたたかさに触れて	— 15
What's New from IPRA	ゴールデン・ワールド・アワード受賞作品について	— 16
協会掲載記事	PRSJ in Media	— 19

10月～11月スケジュール

広報・PR実務講座 2019 「広報・PRスキルアップ実践講座」第3回 危機対応	日 時 : 10月9日(水) 19:00～21:00 会 場 : 六本木アカデミーヒルズ 49 カンファレンスルーム 講 師 : 西村あさひ法律事務所 弁護士 鈴木 悠介氏 テーマ : 危機管理広報の重要性と平時・有事における効果的な進め方 ～法とメディアの立場からみる危機管理広報の「勘所」～
第 203 回定例研究会	日 時 : 10月15日(火) 12:00～14:00 会 場 : コンベンションルーム AP八重洲通り10階「G ルーム」 講 師 : 朝日新聞東京本社 経済部長 寺光太郎氏 テーマ : 朝日新聞社 経済部がめざすこれからの経済報道 ～メディア展開の方向性と広報担当者への期待～
広報・PR実務講座 2019 「広報・PR入門講座(秋期)」	日 時 : 10月24日(木)・25日(金)9:20～18:30 会 場 : 富士ソフト アキバプラザ
異文化勉強会 「在日アルゼンチン共和国大使館」 訪問&会員交流会	日 時 : 11月5日(火) 18:00～20:30 会 場 : アルゼンチン共和国大使館
広報・PR実務講座 2019 新任広報部長講座	日 時 : 11月12日(火) 13:00～19:30 会 場 : 日本記者クラブ 大会議室
広報・PR実務講座 2019 「広報・PRスキルアップ実践講座」第4回 マーケティングPR	日 時 : 11月13日(水) 19:00～21:00 会 場 : 六本木アカデミーヒルズ 49 カンファレンスルーム 講 師 : 株式会社ローソン 広報室長 楯 美和子氏 テーマ : 「見出し」から考える。広報基点の「共感」マーケティングPR ～ユニークな展開で業績に貢献する株式会社ローソンの広報活動～

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 10 日 (木)	16:00～17:30
	(11 月度)	日 時	:	11 月 14 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 17 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 24 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 16 日 (水)	16:30～18:00
		会 場	:	協会会議室	
広報委員会	(10 月度)	日 時	:	10 月 23 日 (水)	16:00～17:30
		会 場	:	協会会議室	
顕彰委員会	(10 月度)	日 時	:	10 月 18 日 (金)	16:00～17:30
		会 場	:	協会会議室	
企業部会幹事会	(10 月度)	日 時	:	10 月 3 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 15 日 (火)	16:00～17:30
		会 場	:	協会会議室	

「パブリックリレーションズ」の浸透・高度化に向け

公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会
理事 小早川 護

2016年に理事に就任して4年目に入っています。私は、2000年に広報・コミュニケーション分野での教育・研究に携わり始めて約20年ですが、それまでは国内外の各種産業や組織の経営課題解決に向けた調査・コンサルティングに従事しておりました。活動の中でコミュニケーション面からの検討が主要課題になることもしばしば。近年は、本年6月に退任するまで、日本広報学会の理事長を4年間拝命しておりました。こうした背景から、PRSJの理事会ではどの委員会にも所属せず、さまざまな視点から意見を述べさせていただいております。本協会に限らず、これまで、広報・コミュニケーションに関連する領域での活動を進める中で、究極の目的として常に意識しているのは、「パブリックリレーションズ」機能の社会における浸透と高度化です。この為には3つの方向での変化が求められると考えています。

その第1は広報専門職の高度化と拡大でしょう。PRSJが強く推進し、着実に成長させ3,000人を超えたPRプランナー育成や、大学での専門教育を受けたコミュニケーション人材の量的・質的拡大です。加えて、実践と乖離することなくこれらを理論的側面から支える研究の活動が求められます。第2がCIOスタッフの育成・高度化であり組織内での認知拡大です。CIOの育成・高度化に向けて、一方では、広報・コミュニケーションにより、どのような経営課題に迫っていくべきかを考える力を育み、その為には、ICTの可能性に対する理解力の強化も必要でしょう。また、個別のPRプロジェクトに限らず、組織として広報機能をどのように実現するかを、体制や人材開発面からデザインしていくこと等も求められます。3番目は、企業など組織の構成員全体の広報リテラシーを上げていくことです。近年のICT環境から重要性が益々高まっている、組織の構成メンバーの「アンバサダー化」であり、「リスク感知機能」としての活用です。

PRSJはPR関連のサービスを提供する企業体とともに、事業会社などでトップを含め、広報・コミュニケーション機能に関連する組織や、そうした分野で活動する個人で構成される団体です。PR関連活動に求められる知的資産を生み出し、議論・拡大再生産し、そして蓄積・発信される「場」であると考えます。「パブリックリレーションズ」の高度化と浸透に向け、折に触れてその目標とともに上記の3つの領域を視野におき、重要なインフラとして何を為すべきかを一緒に考えていきたいと思っております。

「PRアワードグランプリ 2019」エントリー募集中！

10月23日(水)17:00が締め切り(必着)です

顕彰委員会

9月2日から「PRアワードグランプリ 2019」のエントリー募集を開始しております。最終締め切りは10月23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 2019」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に実施した活動も可)
- ・応募カテゴリー :
 - ☐ コーポレート・コミュニケーション
 - ☐ マーケティング・コミュニケーション
 - ☐ ソーシャルグッド
 - ☐ その他
- ・エントリー方法 : 「PRアワードグランプリ 2019」の[エントリーフォーム](#)に必要事項を入力し、エントリーシートを添付して登録。
- ・エントリー料
 - ☐ 最終エントリー : 22,000円 1/1 エントリー (振込手数料別途)
※2019年10月1日～10月23日(水)17:00必着
- ・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. 一次審査 (11月11日予定)
審査団が全エントリーを審査し、上位エントリー (10組程度) を決定いたします。
 2. グランプリ審査 (12月3日予定)
一次審査で決定した上位エントリー (10組程度) によるエントリー内容の説明 (1組10分程度) と審査員からの質疑応答のセッションを実施し、全てのセッション終了後、「グランプリ」、「ゴールド」、「シルバー」各賞を決定いたします。審査終了後、審査結果をご担当者へメールにてご連絡いたします。
 3. 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10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。※表彰式の詳細は、11月下旬にご担当者へメールでご案内いたします。
日時 : 2019年12月10日(火)17:00～20:00(予定)
会場 : 時事通信ホール (中央区・銀座)

詳細は、Webサイトをご覧ください⇒ <https://award.prsj.or.jp/>

(事務局・依田)

広報・PR実務講座 2019

「広報・PRスキルアップ実践講座」第4回 「マーケティングPR講座」を11月13日開講

— 教 育 委 員 会 —

来る11月13日、協会では「広報・PRスキルアップ実践講座」第4回として、「マーケティングPR」をテーマとする研修講座を六本木アカデミーヒル 49 で開講します。

世界的な普及により今やインターネットは数十億もの人々をつなぐ通信インフラとして重要な地位を確立しています。日々、ネット上では膨大な情報が飛び交い多彩なソーシャルメディアの生活者への浸透、さらにスマートフォン、タブレットなど高機能な形態端末の爆発的な普及を背景に、人々の情報のとり方、発信の仕方は劇的に変化しました。

メディアリレーションズを中心的な手法とした企業広報も、変化する時代への対応を求められています。そしてマーケティングPRにおいても、そのことは決して例外ではなく、広告宣伝を中心としていた消費者へのコミュニケーションは、もはや効力を失ったとも言われます。ネットを通じて情報がより早く、より広く拡散していくからこそ、企業は消費者の「ハート」に刺さるPR活動を進める必要があるのです。

企業活動への理解や共感を高めていく、戦略的なマーケティングPR。これこそが、広報基点で考える「共感マーケティング」であり、企業が進めるこれからの広報活動における大きな役割の一つです。



本講座では、幅広いマーケティング展開で知られる株式会社ローソンの広報室長 楯 美和子氏を講師としてお招きします。楯氏には、企業広報に加えて、多様な消費者へのコミュニケーションを通じ事業に貢献するマーケティングPR活動について、その核となる「共感マーケティング」の考え方、現在進めている多様な取組みの実例など、最近の事例を交えてご解説いただきます。

企業、団体等においてマーケティングPRにかかわる多くの皆さまの受講をお待ちいたします。講座の詳細ならびにお申込みについては、下記の講座ページをご覧ください。

<https://event.prsj.or.jp/practical-course2019/skillup-marketingPR>

「レピュテーション・マネジメント」講座を開講

9月18日、広報・PRスキルアップ実践講座第2回「レピュテーション・マネジメント」を六本木アカデミーヒルズ49で開講しました。

講師として社会情報大学院大学教授の井上邦夫氏が登壇、レピュテーションによる効果、概念とその構成要素、レピュテーション構築の考え方や手法、レピュテーションとブランドの相違等について、事例を交えて解説が行われました。

抽象的な概念や考え方をわかりやすく伝える井上氏の解説に、多くの受講者が熱心に聴き入る姿がみられました。



(事務局・真部)

広報・PR実務講座 2019

「新任広報部長講座」を 11 月 12 日に開講

広報上級管理職を育成する少数限定のマネジメント研修

教 育 委 員 会

協会では、来る 11 月 12 日、東京・内幸町の日本記者クラブで、「新任広報部長講座」を開講します。

本講座は、着任から間もない広報部門の上級管理職を対象として特化し、直面する数々の課題を共有し、講師とともに解決策を探ることをめざした少数限定のマネジメント研修です。

今回の開催にあたり講師には、大手の日本企業、世界的 IT 企業のコミュニケーション部門で活躍する現職の広報責任者、社会部デスクと広報責任者の両方の経験を有する大手新聞社の管理職、法的視点とともに広報的な視点をあわせ持つベテラン弁護士を迎え、広報部門の上級管理職として不可欠な考え方やマネジメントスキル、メディアからみた企業・経営のあり方、求められる法的かつ広報的な視点等について学んでいただきます。

新たに広報マネジメントに携わる上級管理職の皆さまのご参加をお待ちします。

■開講日時：2019 年 11 月 12 日（火） 13:00～19:30

■定員：15 名

■会場：日本記者クラブ（東京都千代田区内幸町 2-2-1 日本プレスセンタービル 9 階）

■受講資格：企業・団体の広報担当役員、広報本部長、広報部長もしくは準ずる方

■プログラム

時間	講座タイトル	講 師
13:00	開講あいさつ	日本パブリックリレーションズ協会 教育委員会
13:05～ 14:05	「企業の変革期における広報マネジメントの課題と責任」	NEC コーポレートコミュニケーション本部 本部長 飾森亜樹子氏
14:15～ 15:15	「グローバル企業における広報マネジメントのポジショニングとオペレーション」	日本マイクロソフト株式会社 業務執行役員 コーポレートコミュニケーション本部 本部長 岡部一志氏
15:30～ 16:30	「取材する側、取材される側～メディアと広報部長 より望ましい関係とは」	読売新聞東京本社 社長直属 教育ネットワーク 事務局 事務局部長 岡部匡志氏
16:40 ～17:40	「企業の危機管理と広報部長の役割」	TMI総合法律事務所 パートナー弁護士 中村勝彦氏
17:45 ～19:30	広報マネジメントサロン(懇親会)	当日参加者全員

● 講座モデレーター：緒方宏俊氏（凸版印刷株式会社 広報本部長）

■受講料（税込）

	PR 協会会員(※)	一般	PRプランナー(准・補)
受講料(円)	39,600	59,400	52,800

※正会員としてご入会いただいている企業・団体にお勤めの方、個人会員・准会員としてご入会いただいている方。

■申込受付期間：2019 年 11 月 8 日（金）まで

■詳細/お申込み：協会 Web サイト（下記 URL）の講座ページをご参照ください。

<https://event.prsj.or.jp/practical-course2019/management>

（事務局 真部）

日本パブリックリレーションズ協会 ウェブサイトがリニューアルオープン！！

広報委員会

日本パブリックリレーションズ協会のウェブサイトがリニューアルオープンいたしました。

<https://prs.j.or.jp>

会員の皆様はもちろんのこと、広くパブリックリレーションズに携わる人、関心のある人たちに役立つ情報を提供するサイトとして、セミナー・イベントの情報はじめ、様々なコンテンツを今後発信していく予定です。

モバイルサイトにも最適化していますので、スマートフォン、タブレット端末などからも見やすくアクセスが可能です。

また、トップページには、会員の皆様から寄せられた、「パブリックリレーションズとは」を語るコピーをランダムに登場させ、パブリックリレーションズのもつ多様性や可能性を会員の皆様とアピールしていくことを図っていきます。

つきましては、お時間のある時にウェブサイトをご覧いただき、ご意見などを頂戴するとともに、トップページのコピーを正会員、個人会員の皆様から募集したいと存じます。

コピーの投稿はこちらのサイトからお願いいたします。

<https://39auto.biz/pr-shikaku/touroku/thread197.htm>

なお、コピーの掲載については広報委員会で検討の上、可否を決定させていただきます。

ウェブサイトに関するお問い合わせについては、mail@prs.j.or.jp までお願いいたします。



第 24 回PRプランナー資格認定検定試験**3 次試験結果発表 合格者は 101 名(合格率 33.1%)****3 次試験合格者累計は 2,817 名****資 格 委 員 会**

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

7 月 20 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）で第 24 回 P R 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 329 名の受験申込者のうち 305 名（出席率 92.7%）が受験しました。

今回の 3 次試験におけるニュースリリース課題は、実用ロボットの開発・製造を行う企業が、大学工学部との共同開発で利用者の自立支援・介助者の負担軽減を目指す電動車椅子型ロボットを、新たに発売するという内容でした。

また、広報・P R 計画の立案作成におけるコーポレート課題は、大学受験予備校が起用したキャンペーンのイメージキャラクターが過去に行った不適切行為が掲載され炎上。これを受け、キャンペーンの中止を想定した広報・P R 活動を策定するものでした。

マーケティング課題は、ランニングシューズメーカーが、新製品の発売や直営ブランドショップオープンを利用しながら、ランニングシューズ市場において、自社のブランドの浸透と寡占を図る広報・P R の施策を策定するものでした。

厳正な判定の結果、101 名が合格（合格率 33.1%）となり、8 月 9 日に発表となりました。また、今回の結果で、合格者累計は、2,817 名となりました。

合格された方は、9 月に実施されます「2019 年度前期 第 24 回 P R プランナー」の書類審査を経た後、新たに P R 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 24 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	52 名	58 名	7 名	6 名	4 名	7 名	6 名	140 名
	合格者	20 名	22 名	1 名	2 名	2 名	1 名	1 名	49 名
女性	受験者	39 名	87 名	20 名	8 名	1 名	1 名	9 名	165 名
	合格者	20 名	26 名	3 名	1 名	1 名	0 名	1 名	52 名
全体	受験者 (全体比)	91 名 (29.8%)	145 名 (47.5%)	27 名 (8.9%)	14 名 (4.6%)	5 名 (1.6%)	8 名 (2.6%)	15 名 (4.9%)	305 名 (100.0%)
	合格者 (全体比)	40 名 (39.6%)	48 名 (47.5%)	4 名 (4.0%)	3 名 (3.0%)	3 名 (3.0%)	1 名 (1.0%)	2 名 (2.0%)	101 名 (100.0%)
	合格率	44.0%	33.1%	14.8%	21.4%	60.0%	12.5%	13.3%	33.1%

		20 代	30 代	40 代以上	全体
男性	受験者	33 名	46 名	61 名	140 名
	合格者	13 名	17 名	19 名	49 名
女性	受験者	36 名	75 名	54 名	165 名
	合格者	13 名	25 名	14 名	52 名
全体	受験者 (全体比)	69 名 (22.6%)	121 名 (39.7%)	115 名 (37.7%)	305 名 (100.0%)
	合格者 (全体比)	26 名 (25.7%)	42 名 (41.6%)	33 名 (32.7%)	101 名 (100.0%)
	合格率	37.7%	34.7%	28.7%	33.1%

受験者	合格者	合格率
305 名	101 名	33.1%

※第 1 回～24 回の累計については、資格制度 Web サイトから、

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 25 回PRプランナー資格認定検定試験

新体系の 1 次試験を 8 月 25 日(日)東京・大阪・名古屋・札幌で実施
752 名が申込、695 名が挑戦。合格者は 542 名！
 資 格 委 員 会

8 月 25 日（日）に（東京：東洋学園大学、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 25 回 P R プランナー資格認定検定試験 1 次試験では、752 名の受験申込があり、そのうち 695 名（出席率 92.4%）が受験、合格者は 542 名（合格率 78.0%）となりました。

今回の試験は、昨年 10 月に発表し、新・試験体系で刷新された公式テキストからの出題となりました。

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 25 回 1 次試験までの累計で、受験申込者は 12,737 名、受験者は 11,692 名、1 次試験合格者は 8,792 名、合格率平均は 75.2%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 25 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	64 名	82 名	32 名	12 名	3 名	6 名	29 名	27 名	255 名
	合格者	56 名	69 名	22 名	11 名	2 名	6 名	22 名	18 名	206 名
女性	受験者	79 名	175 名	47 名	10 名	7 名	9 名	68 名	45 名	440 名
	合格者	58 名	139 名	37 名	8 名	6 名	8 名	44 名	36 名	336 名
全体	受験者 (全体比)	143 名 (20.6%)	257 名 (37.0%)	79 名 (11.4%)	22 名 (3.2%)	10 名 (1.4%)	15 名 (2.2%)	97 名 (14.0%)	72 名 (10.4%)	695 名 (100.0%)
	合格者 (全体比)	114 名 (21.0%)	208 名 (38.4%)	59 名 (10.9%)	19 名 (3.5%)	8 名 (1.5%)	14 名 (2.6%)	66 名 (12.2%)	54 名 (10.0%)	542 名 (100.0%)
	合格率	79.7%	80.9%	74.7%	86.4%	80.0%	93.3%	46.2%	67.6%	78.0%

		20 代	30 代	40 代以上	全体
男性	受験者	85 名	92 名	78 名	255 名
	合格者	67 名	76 名	63 名	206 名
女性	受験者	214 名	155 名	71 名	440 名
	合格者	154 名	122 名	60 名	336 名
全体	受験者 (全体比)	299 名 (43.0%)	247 名 (35.5%)	149 名 (21.4%)	695 名 (100.0%)
	合格者 (全体比)	221 名 (40.8%)	198 名 (36.5%)	123 名 (22.7%)	542 名 (100.0%)
	合格率	73.9%	80.2%	82.6%	78.0%

受験者	合格者	合格率
695 名	542 名	78.0%

※第 1 回～25 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。



ヤングカンヌ敗退者の目線で受けた PRSJ主催「2019カンヌPR部門報告会」

国際・交流委員会

開催日時 2019年9月9日（月）18:30 - 20:55

開催場所 (株)オプト 大ホール

プログラム カンヌPR部門について
第一部 対談「2019カンヌPR部門審査・受賞作品から見るこれからのグローバルPRの潮流」
第二部 講演「ヤングカンヌPR部門ゴールドへの道」
Q&Aセッション

PRエージェンシーの株式会社サニーサイドアップでランナーをしている亀山と申します。PR業界1年目の若輩者ではございますが、セミナー参加者を代表してレポートを発信させていただきます。実は、2019年ヤングカンヌPR部門の国内選考に私も参加していたのですが、ショートリスト止まりで落選しておりました。今回は敗退者としての目線でもレポートを書かせていただきます。

カンヌのPR部門は Perception/Behavior Changeまで求められる

(株)博報堂ケトルの嶋浩一郎氏から、カンヌのPR部門についてお話いただきました。

カンヌは2011年に“広告祭”から“クリエイティブフェスティバル”に変わった。PR部門の当初は、話題

になるだけで受賞することができたが、今では「Perception Change / Behavior Change」を起こせるかどうかの評価のポイント。PRによりバズらせたり、メディア露出を獲得したりするのはあくまで手段であって、それにより人の認識・行動を変えることがPRの仕事の真価である。カンヌ全体でいくと、いかにミレニアル世代を取り込むかが重要で、取り込むにはダイバーシティやインクルーシビリティがある企画が求められる。

嶋氏のお話を聞き、PRは総合格闘技だと感じました。どのようにメディア露出を獲得するのか、ターゲットがどのように情報（サービスや商品も含む）接触すべきかを、PR発想で考えます。それはメッセージから、クリエイティブ、広告プラン、PR、販促施策などを一気通貫してです。自分はそこまで逆算して、戦略立てることがまだできていないと感じた

ので、日々の業務で逆算のPR発想をしていこうと反省しました。

グローバルのPRの潮流 は“Craft of PR”

第1部の対談はカンヌのPR部門の審査員をされた、(株)博報堂の立谷光太郎氏から審査の視点や受賞作品についてお話しいただき、その後、(株)本田事務所の本田哲也氏との対談をしていただきました。

審査の視点としては、2つのポイントがある。1つは国や地域の本質的な社会課題を理解しつつ、企画がその課題を解決できているかどうか。もう1つは単なるソーシャルグッドの企画ではなく、ビジネスインパクトにもつながっているかどうか。社会課題を解決するためには、マスメディアや従来の記者、オピニオンリーダーでの世論形成では足りず、SNSやネットコミュニティを通じた世論、市民の賛同が必要。そこまで

巻き込むには、パブリシティ → パーセプションチェンジ → ビヘイビア(ルール) チェンジに関わっていく、職人的PRスキル(クラフト)とクリエイティブシンボルが重要。クリエイティブシンボルを立てることで、従来のPRのクラフト(パブリックリレーションズ、パブリックアフェアーズ)をいかに発揮する時代になった。底辺では、職人気質なPRの設計や動きが出来ているが、表面(世の中の人が目にするような部分)には、クリエイティブシンボルのみが出ているような感じ。例えば、PR部門グランプリを受賞した「THE TAMPON BOOK」は、まさにクリエイティブシンボルを立て、世論を動かしていった企画である。ドイツでは、嗜好品の税率は19%で、生活必需品は7%という法律の中、トリーフやキャビアなどは7%にもかかわらず、タンポンは19%という税率が制定されていた。そこで、タンポンを本の中に封入し、本として販売することで、タンポンを7%の税率で届けられる企画を実施。また、この法律を変えるべく、署名活動も行い、本の完売だけでなく、15万以上の署名が集まった。本で販売するというアイデア自体がクリエイティブシンボルとなり、SNS上でも拡散された。一方、日本の企画はショートリストにも入らなかった。日本のエントリーは社会課題の深刻さで印象が薄く、また、社会課題の解決にまで至っていない。“アイデアは面白いが、それが何を变えたか”についての意志や結果へのこだわりが薄く感じられる。こと日本においては、社会課題に向かって得意先と共に一歩前に出ていく勇気、チャレンジが必要である。社会課題をビジネスにするには、きちんと言語化をして、社会課題を世の中で認知させなければいけないが、今の日本は炎上リスクがあるの

で難しい側面もある。グローバルの潮流を今の日本におけるPR業務に落とし込むならば、次の3つの内容かと思いました。①PRはメディアチャネルの1つやパブリシティではなく、ターゲットの認識・行動を変える為に、どんなメッセージ(WHAT)をどのように伝えるのか(HOW)を、世の中の情報の広がり方の観点から戦略立てて設計すること。②必要とあらばクリエイターを外部からアサインして企画を決めていくこと(PRエージェンシーにクリエイティブの部署は中々ないと思いますので)。③常に企業やサービスと社会課題との接点を探し、企画のアイデアにすること。

ヤングカンヌ ゴールド 獲得はPR戦略のように 綿密に練られた末の結果

第2部では、ヤングカンヌPR部門の日本代表で、本選でゴールドを獲得された、(株)TBWA\HAKUHODO 関谷“アネーロ”拓巳氏と(株)博報堂 谷脇太郎氏のペアによるゴールド獲得までの振り返りをしていただき、後半は国内選考の審査員を務められた(株)電通パブリックリレーションズ 井口理氏と(株)井之上パブリックリレーションズ 尾上玲円奈氏を交えた座談会になります。今回のヤングカンヌ本選までに出来る準備は全てした。今までの挑戦の反省、クライテリアのチェック、審査員のチェック、作業場所の確保。2016年のヤングカンヌで負けた企画はニュース作りだけだったが、2018年のヤングスパイクスで勝った企画ではジブンゴト化しやすく人が動く可能性が大きかった。クライテリアと審査員のチェックをして、企画の評価基準や審査の傾向が見られるかどうかを確認。ホテルの部屋だと作

業場所として集中できないので、Airbnbで作業スペースを調達。今回のヤングカンヌ本選では、クライアントが環境保全団体のWWFで、ブリーフは、“食べ物の生産過程で森林破壊が起きていることをミレニアルズに伝えるPRキャンペーン作ること”。提出した企画は、世界一有名な食事で何かをすればニュースになるという事で、ノーベル賞の晩餐会をハックするという企画。勝因としては、他の企画とは視点が違う為、被ることのないアイデアだったこと。企画の狙いとしては、社会を動かせる世界のリーダーをコミュニケーションターゲットにし、必ずパブリシティの獲れるイベントをPRの場としたこと。企画のポイントとしては3つあり、1つ目は衆人環視の場で世界のリーダーに、サステナブルな食事がそうではない食事を選択させること。2つ目は議論を巻き起こすために炎上させるのではなく、ステークホルダー全てに配慮されていること。3つ目はノーベル賞の晩餐会で出来るかどうか、更には他のイベントにも転用して機能するかどうかの再現性を考えていること。本選においては、プレゼンの5分間が重要で、国内予選のように事前にプレゼンシートに目を通して貰っている訳ではない。だからこそ、プレゼンでは3つの山を作り、要点をきちんと伝えられるようにした。ターゲット設定では、誰だったら一番アクションをするか、誰が行動したら世の中が動くかを意識している。その為、企画のコアを考えてから、ターゲットを整理しているか、ターゲットの良い企画を採用している。ヤングカンヌを経験した後では、普段の業務でPRに関係する仕事が増えていった。また、PRの観点で世の中の出来事を見るようになり、インプッ

トの量が増え、アウトプットの質が変わった。

自分がヤングカンヌの国内予選に挑戦し、更には今回のお話を聞いて、キーワードとして頭に残っているのは、“フィジビリティ”です。この企画コンペは企画のコミュニケーション設計が机上の空論ではないかどうかを、企画書とプレゼンだけで判断します。その為、本当に人が動くかどうかを感じさせられるプレゼンが重要です。フィジビリティを細部にまで意識した企画や振り返りを拝見し、ヤングカンヌだけではなく、今後の自分の企画の参考にしていきたいと思いました。

以上で「2019カンヌPR部門報告会」のレポートとさせていただきます。拙い文章ではございましたが、最後までご覧いただきましてありがとうございました。

レポート：亀山一樹(株)サニーサイドアップ



▲ ヤングカンヌ日本代表ベアのアイデア 企画書のサマリーページ ▲

会 員 限 定

第 44 回「PRスキル研究会」

～新興技術の進展や新しいエコシステムによる コミュニケーションの影響～

<講師> (株)電通 森 直樹氏

P R 業 部 会

公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会（PRSJ）では、PR業に携わる方の広報PR業務ならびにコミュニケーション領域のスキル向上を目的とし、「PRスキル研究会」を年に3～4回程度開催。無料（要予約）にて参加できるうえ、研修・意見交換の場としても活用できると毎回好評を博しています。

第44回「PRスキル研究会」は、“新興技術の進展や新しいエコシステムによるコミュニケーションの影響”をテーマに、(株)電通の森直樹さんを講師にお迎えして、株式会社オズマピーアール（東京都千代田区紀尾井町3-23）で2019年9月5日（木）に開催されました。



<コラム関西の風>

関西のあたたかさに触れて

株式会社オズマピーアール
関西支社 関西本部 支社長
国友 千鶴

生まれも育ちも東京で過ごしてまいりましたが、この春より関西支社へ配属となり、大阪での生活をスタートして早半年が過ぎました。

右寄りに整列するエスカレーターに、いつもと違う JR や OsakaMetro の発着音。電車の中で見ず知らずのマダム（おばちゃん）に話しかけられたと思ったらアメちゃんをいただいたり、ライト方向のほんの一部を除くと真っ黄色に染まる甲子園球場。外国語しか聞こえないくらい外国人に囲まれて歩く心斎橋筋商店街。

人の熱量をこんなに感じることも久しかった私は最初は動揺しつつも、「人と人」とのあたたかさを感じられる距離感や、街・都市が持つエネルギッシュなパワーを今はとても心地よく過ごしています。

関西に来てからよくある日常シーン。仕事帰りにふらっと立ち寄ったお店での一幕。聞こえてくるのはサラリーマンのお仲間同士で、大阪の未来について熱い議論を交わされていました。「大阪ってさ、・・・」「やっぱり関西はなー、・・・」。東京にいた時、仲間とお酒を飲みながら仕事の話や趣味の話、たわいのない話はするけれど、東京について熱く語り合うということはなかったなあと。また弊社でのよくある出来事。大阪・京都・奈良・神戸それぞれの出身社員がそれぞれの街の魅力や名物を誇らしげに語り、同時に他の出身地について「あそこはなあ～」と笑いながら愛あるいじりあいをしていることがよくあります。

主張をしながら相手のことも許容する寛容さ、また笑って会話を終える潔さ、そしておせっかいと思いやりを持ち合わせたあたたかさを感じられる人と人との距離感。きっとそういったところに私は関西に来て心地よさを感じているのだと思います。

関西では今まさに盛り上がっているラグビーW杯を終えると、2020年東京オリパラ開催に伴う来阪訪日客数の増加、2022年から続く大阪・梅田エリアの再開発事業、2025年大阪万博、そのほかにもIR誘致など、エポックメイキングな出来事が立て続けに予定されています。

この瞬間に関西に来ることができ、PR担当冥利に尽きるなと思います。少しでも関西の都市・街・みなさんの魅力をお伝えする・つなぐ・役立つことに貢献していきたいと強く思っています。

そして私も関西の皆さんに負けじと、「大阪ってさー」「関西ってねー」と誇らしげに話せるようになれるよう歩みを進めてまいりたいと思います。



IPRA 最新エッセイの紹介： ゴールデン・ワールド・アワード 受賞作品について

こちらのページでは、協力関係を結んだ世界的な P R の組織である、IPRA のレポートや情報を随時ご案内していきます。

今月は、IPRA が主催する国際的な P R 賞、ゴールデン・ワールド・アワードの主な受賞作品についてご紹介します。

☆ ☆ ☆ ☆ 要約 ☆ ☆ ☆ ☆

ゴールデン・ワールド・アワードの授賞式が開催されたのは、アルメニアのエレバン市。2019 年のゴールデン・ワールド・アワーズ・フォー・エクセレンスのグランプリを受賞したのは、株式会社電通パブリックリレーションズの小林市のプロジェクト、Kobayashi City

Department of SIMCITY BUILDIT（和名：小林市シムシティ課）。これは、人口減少や頭脳流出に悩む小林市に対して、同社とゲームの世界的パブリッシャーであるエレクトロニック・アーツは、同社の人気ゲームタイトル『SIMCITY BUILDIT /シムシティ ビルドイット』をベースとした教育的で画期的なイニシアチブを市の行政とともに立ち上げ、理想的な市の将来ビジョンを創るというものです。

グローバル・クリエイティビティ・アワードを受賞したのは TBWA の Riga Airport Symphony（リガ空港シンフォニー）。空港を訪れる乗客に完璧な体験を提供するために、技術スタッフなどテクノロジーや人を駆使して、空港を訪れる乗客や飛行機、貨物運搬車など様々な空港内の動きを楽譜に転換してシンフォニーに仕立てていくもの。

また、SDGs の目的に合致したものを表彰するグローバル・コントリビューション・アワード・フォー・P R はトルコの携帯キャリアの Turkcell による No barriers tango が受賞した。インストラクターの熱心な指導によって、目の不自由な人男性と、耳の不自由な女性がペアになってタンゴを踊るまでを映像にしたもの。

IPRA 会長であり、GWA の審査委員長でもある Svetlana Stavreva の談話「SPRING PR 主催の今年の授賞式は、ここ数年のゴールデン・ワールド・アワードの中でも最もダイナミックで楽しいものでした。このイベントが真の意味でグローバルであることに感銘を受けたと多くの参加者がおっしゃっていました。興奮と、音楽、共感とチームスピリットにあふれた夜でした。」

Dentsu's app-based urban renewal campaign takes the Grand Prix at the 2019 IPRA Golden World Awards, while Riga Airport resonates with global creativity



The Grand Prix 2019 in the IPRA Golden World Awards for Excellence (GWA), the world's most prestigious PR awards scheme, went to Kobayashi city department of SimCity BuildIt, a clever urban renewal campaign by Japan's Dentsu PR. The provincial city of Kobayashi faces issues relating to depopulation and brain drain. Dentsu put together game developer Electronic Arts and the local government for a groundbreaking educational initiative leveraging the gaming app SimCity BuildIt to create an ideal future version of the city.

The award was given at a Gala Dinner in Yerevan, Armenia attended by over 150 participants from five continents stretching from Peru via Ghana to Australia.

The evening witnessed a new Global Creativity Award, which went to agency TBWA for Riga Airport Symphony. For an airport passenger to obtain the perfect experience, hundreds of technical units, people, and technologies work synchronously. The campaign created a symphony turning luggage carriers, passengers and trolleys into musical notes.

Also announced on the night was the Global Contribution Award given for PR with an objective of meeting one of the UN's Sustainable Development Goals. This year's winner was No barriers tango by Turkish mobile-provider Turkcell. The project sought to reduce inequalities. It created an inspirational film with two characters: Harun who is blind and Ayşenur who is deaf: an ambitious teacher shows them how to perfect the tango.

"This year's event in Yerevan hosted by SPRING PR was one of the most dynamic and fun-filled GWA Galas for many a year," comments Svetlana Stavreva, IPRA's President and chairman of the jury: "I heard so many comments that attendees were impressed by the truly global nature of the event. It was an evening with an atmosphere charged with excitement, music, empathy and team spirit."

Picture: Dentsu Public Relations President Kazunori Azeyanagi receives the Grand Prix from IPRA President Svetlana Stavreva.

Background to IPRA

IPRA, the International Public Relations Association, is the leading global network for public relations professionals. Membership is individual not corporate. It aims to further the development of open communication and the ethical practice of public relations. IPRA fulfils this aim through networking opportunities, its code of conduct and intellectual leadership of the profession. IPRA is the organiser of the annual Golden World Awards for excellence – PR's global awards scheme. With 60 years of experience, IPRA, recognised by the United Nations, is now present throughout the world wherever public relations are practised. IPRA welcomes all those within the profession who share its aim and who wish to be part of the IPRA worldwide fellowship. For more information please visit: www.ipra.org

Background to the Golden World Awards for Excellence.

The annual IPRA Golden World Awards (GWA) initiative, established in 1990, recognizes excellence in public relations practice worldwide in a variety of categories. Recipients of the award take particular pride in the recognition granted to their entry as meeting international standards of excellence in public relations. An overall IPRA Grand Prix for Excellence is presented each year to the entry judged as representing the highest standards that year. While there are many national and regional PR awards, there is only one truly global scheme: the GWA.



PRSJ in Media

● 9月1日（日） 『月刊広報会議』10月号

『月刊広報会議』10月号における当協会の連載コラムで、当協会が6月に「PR活動ガイドライン」を策定し公表したことが掲載されました。

コラムでは、本ガイドラインが協会の「倫理綱領」に基づくという制定の経緯をはじめ、PRプロフェッショナルの定義、PES0の各領域におけるメディアリレーションズの行動基準の定義などについて解説されています。また、コンサルティングなどの関連領域におけるガイドラインの策定、協会内外における本ガイドラインの普及などに関し、今後、協会が進める活動の方針についても触れられています。

● 9月1日（日） 『月刊広報会議』10月号

『月刊広報会議』10月号における特別企画「PR関連会社リスト2019」において、当協会が策定した「PR活動ガイドライン」がとり上げられ、企業がパートナーとしてPR会社を選定する際は、本ガイドラインの内容を確認して進めることがポイントとして示されました。

なお、記事では本ガイドラインを「広報活動を進めるうえで、PR業務に携わる者の役割や倫理感を問う内容」として位置付けており、「PES0視点での整理」「他団体ガイドラインとの連携」「『PR』という表記は推奨しない」「便益タグの付記」の4つのポイントがあることについて紹介されています。

● 9月1日（日） 『月刊広報会議』10月号

『月刊広報会議』10月号における「INFORMATION」において、「PRアワードグランプリ2019」のエントリー募集が開始されたことが掲載されました。

記事では、「PRアワードグランプリ」の趣旨や内容、賞の概要、募集スケジュールなどが簡単に紹介されています。

● 9月5日（木）『CM通信』

『CM通信』9月5日号において、当協会が「PRアワードグランプリ2019」のエントリー募集を始めたことが1ページにわたり掲載されました。

記事では、「PRアワードグランプリ」を実施する趣旨やその概要をはじめ、エントリー案件の応募基準や選考における評価の基準、また応募の対象となる4つのカテゴリーなどについて解説されています。さらに選考にあたる審査委員の顔ぶれや選考の方法・スケジュール、優秀エントリーに授与される各賞の内容などについて、あわせて紹介されています。

[記事協力：株式会社内外切抜通信社]

(事務局・真部)

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