

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

2020 年 3 月 号
NO. 316

TOPICS

PRsjの新型コロナウイルスによる感染拡大防止への対応について

MESSAGE P1

アフターコロナ

(公社)日本パブリックリレーションズ協会 理事 富岡 洋子

MESSAGE P3

協会が設立 40 周年記念事業を開催「PRovoke サミット&SABRE アワード」を日本に招聘

REPORT P5

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

3月号 目次

ATTENTION(お知らせ)	PRSJの新型コロナウイルスによる感染拡大防止への対応について	— 1
2月～3月のスケジュール		— 2
MESSAGE(メッセージ)	アフターコロナ	— 4
設立40周年記念事業	協会が設立40周年記念事業を開催「PRovoke サミット&SABREアワード」を招聘	— 5
BULLETIN(活動報告)	広報・PR実務講座2019「PRアワード受賞事例公開セミナー」を2月13日に開催	— 7
〃	広報・PR実務講座2019「PRプランナー1次試験対策講座(冬期)」を開講	— 9
〃	第25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94名	— 10
〃	「広報・PRスキルアップ実践講座＜広報効果測定＞」を開講	— 12
〃	第34回 企業部会広報ゼミ開催報告(会員限定)	— 13
Whats new from IPRA	IPRA会長の2月のメッセージをご紹介します	— 14
会員便り		— 17
協会掲載記事	PRSJ in Media	— 20

(公社)日本パブリックリレーションズ協会の新型コロナウイルスによる感染拡大防止への対応について

新型コロナウイルスによる感染拡大が顕在化している現状に鑑み、協会職員、協会会員、協会関係者の健康・安全確保を最優先とし、一層の感染防止に取り組むため、協会としての対応方針を以下の通りといたします。

1. 講座・セミナー等の協会主催イベントについて

講座・セミナー、PRプランナー資格認定検定試験などの開催を当面見合わせることにします。なお、代替の開催日程については、ウィルス感染の広がりなどの社会状況を勘案しながら、決定次第お知らせします。

2. 協会主催会議等について

(1) 委員会、部会などの会議は当面の間、原則として開催しないこととし、可能な範囲でWEB会議などに代替することとします。

(2) 総会、理事会などの法定上開催が義務付けられている会議については、出席者の感染予防などを十分に配慮しながら開催します。

3. 協会事務局業務について

事務局業務を業務に支障の出ない範囲で縮小させていただきます。

協会事務局の開所時間を10:30-16:30とさせていただきます。(現在は9:30-17:30)

また、職員の健康・安全管理の観点から、在宅ローテーション勤務を一部導入させていただきます。

4. なお、感染の広がりなど今後の状況を見極めながら、随時方針の見直しを行う予定です。

新たな対応方針は以上の通りです。協会会員をはじめ協会関係者の皆さまにはご不便をおかけすることになりますが、何卒ご理解を賜りますようお願い申し上げます。

新型コロナウイルスによる感染拡大が顕在化している現状に鑑み、下記3月～4月に予定していたセミナーを中止、または延期とさせていただきます。延期の時期に関しましては、決定次第協会のWEBページなどでご案内いたします。

3月～4月スケジュール

PRプランナー資格認定制度
第26回1次検定試験

日時：3月1日(日) 9:30～12:00
会場：東洋学園大学 本郷キャンパス(東京)
毎日インテシオ(大阪)
AQUA 博多(福岡)
⇒8月に開催延期

広報・PR実務講座 2019
広報PRスキルアップ実践講座
第8回「デジタルPR」

日時：3月11日(水) 13:30～17:30
会場：六本木アカデミーヒルズ 49
(株)電通パブリックリレーションズ ビジネス開発局次長 兼 デジタルソリューションデザイン部長 黒澤 光氏
講師：(株)電通パブリックリレーションズ PRプランナー 新井 健太氏
テーマ：広報担当者のためのデジタルPR実践術～デジタルをフルに活用するニュースアプローチとソーシャルアプローチ～
⇒開催延期

第35回広報ゼミ

日時：3月17日(火) 16:00～18:00
会場：NEC本社ビル 2階プレスルーム
NEC コーポレートコミュニケーション本部長 飾森亜樹子氏
講師：(株)ベネッセホールディングス 広報部長 坂本香織氏
グリー(株) 広報室長 入山真一氏
テーマ：インターナルコミュニケーションの進化 3社ご登壇～事例をもとに共に考える～
⇒開催中止

広報・PR実務講座 2020
広報・PR入門講座

日時：4月14日(火)～16日(木) 3日間 9:00～17:50
会場：富士ソフトアキバプラザ
⇒開催延期

2月～3月の理事会・委員会・部会スケジュール

定例理事会	(3 月度)	日 時	: 3 月 12 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	
	(4 月度)	日 時	: 4 月 9 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	(3 月度)	日 時	: 3 月 19 日 (木)	12:00~13:30
		会 場	: 協会会議室	
資格委員会	(3 月度)	日 時	: 3 月 26 日 (木)	12:00~13:30
		会 場	: 協会会議室	
国際・交流委員会	(3 月度)	日 時	: 3 月 16 日 (水)	16:30~18:00
		会 場	: 協会会議室 中止とする	
広報委員会	(3 月度)	日 時	: 3 月 19 日 (木)	16:00~17:30
		会 場	: 協会会議室	
顕彰委員会	(3 月度)	日 時	: 3 月 5 日 (木)	16:00~17:30
		会 場	: 協会会議室 中止とする	
企業部会幹事会	(3 月度)	日 時	: 3 月 4 日 (水)	17:00~18:30
		会 場	: 協会会議室 中止とする	
PR 業部会幹事会	(3 月度)	日 時	: 3 月 17 日 (火)	16:00~17:30
		会 場	: 協会会議室 中止とする	

アフターコロナ

公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会
理事 富岡 洋子

本稿を書いている 3/2 時点、新型コロナウイルスの感染拡大を防ぐべく、政府、企業、個人それぞれに、日々最善の動き方を模索しながらの対応が続いています。関係される方々の活動に心からの敬意を表するとともに、皆さまが本稿を読まれる時期には、少しなりとも情勢の見通しがつき、社会全体も落ち着きを取り戻していることを切に願います。

さて、ここ数日で驚いたのは、トイレットペーパー類がどこでも売り切れてしまったことです。SNS 上での誤った情報をきっかけに買いだめが相次ぎ、業界団体や政府が「供給不足はない」とメッセージを出す状況になっています。サーベイがてら目についたドラッグストアに立ち寄ってみたのですが、いずれも見事なまでに棚が空っぽでした。改めて、SNS が私たちの社会生活にいかに関与を及ぼすようになったのか、その威力を見せつけられた思いでした。

今や日常のコミュニケーションに欠かせない SNS が、その発信力で注目されたのは 9 年前の東日本大震災でしたが、今回の新型コロナウイルス問題は、さらに私たちの生活を大きく変える節目になりそうです。リモートワーク、オンライン会議など、私たちは今、これまでの働き方を大きく変えざるを得ない状況を経験しています。この経験は、確実に、これからの仕事のやり方や、働く上でのコミュニケーションの常識を変えていくでしょう。コミュニケーションの最前線にいる PR パーソンは、こうした「アフターコロナ」の世界がどのように変容していくのか、想像力をもち、その上で、様々な課題を解決する力をいっそう養っていかなければなりません。

そうした PR パーソンに向けての協会活動の一つが、「PR アワードグランプリ」です。PR に関する多様な取り組みをエントリーしていただき、有識者の審査のもと表彰していく活動ですが、同時に、実践の知が集う場でもあり、受賞エントリーをウェブ上でアーカイブ化することにも取り組んでいます。

想像以上に社会の動きが激しい中、現実の課題を解決していくのは、結局は一つひとつの地道な取り組みに他なりません。最前線でパブリックリレーションズ活動をする方々の実践知が集う場として、そしてそこからの学びを支援する場として、私たち協会が果たしていける役割を考えながら、これからも様々な取り組みのブラッシュアップを続けていきたいと考えています。

PRSJ は 2 月 20 日設立 40 周年記念事業の開催についてリリースを配信いたしました。詳細は下記の通りです。

**日本パブリックリレーションズ協会が設立 40 周年記念事業を開催
PR 界の国際イベント「PRovoke サミット&SABRE アワード」を
初めて日本に招聘
2 月 20 日リリースを配信**

公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会（東京都港区、理事長：畔柳一典、略称：PRSJ、以下 当協会）は、設立 40 周年を記念し、中核的事業として「アジア・パシフィック PRovoke(プロヴォーク) サミット (元 IN2(イントゥー)サミット)&SABRE(セイバー)アワード」(※1)を日本に初めて招聘し、2020 年 9 月 17 日(木)に東京都内で開催いたします。

これは、グローバルなパブリックリレーションズ（以下 PR）の業界情報プロバイダーである PRovoke Media（元 Holmes Group、本社：ロンドン&ニューヨーク、CEO 兼 PRovoke Media 編集長：アルン・サダマン、以下 PRovoke）(※2)がアジア太平洋地域の都市で毎年主催・実施しているものです。今回は、当協会がホストパートナーとなることが決定いたしました。

PRovoke サミットでは、各国の PR 界のリーダーや企業の経営幹部を交え、PR の新たな可能性について議論します。サミットの最後には、調査・討議した内容を「東京宣言」として発表し、世界に発信いたします。SABRE アワードは PR 業界の国際的な業界賞で、世界各地で開催されています。アジア・パシフィック SABRE アワードには毎年、アジア太平洋域内から 1500 件以上ものエントリーがあります。

PRovoke Media の CEO であるサダマン氏は「私も創立者のポール・ホームズも、2020 年という年に東京で初めてアジア・パシフィック PRovoke サミット&SABRE アワードを開催できることを大変うれしく思っています。東京で皆様と PR について議論し、ここで得られるインサイトとイノベーションについて、世界に発信していきたいと思います」と述べています。PRSJ40 周年記念事業及び「2020 アジア・パシフィック PRovoke サミット&SABRE アワード東京」の開催概要は以下の通りです。

◇PRSJ40 周年記念事業の開催概要

■40 周年記念事業の目的

1. パブリックリレーションズに関する理解促進、スキル向上
2. パブリックリレーションズに関する新たな価値創造と発信
3. パブリックリレーションズの目指すゴールに関するグローバル発信

■40 周年記念事業の主な活動

1. パブリックリレーションズに関するグローバル調査
2. 「2020 アジア・パシフィック PRovoke サミット&SABRE アワード東京」を PRSJ がホストパートナーとして招聘
3. 40 周年記念パーティー開催（主催：PRSJ、協力：PRovoke）
・開催日：2020 年 9 月 16 日（水）開催場所：東京プリンスホテル

■ 「2020 アジア・パシフィック PRovoke サミット & SABRE アワード東京」の概要

- ・主催：PRovoke Media（ホストパートナー：PRSJ）
- ・開催日：2020 年 9 月 17 日（木）

・開催場所：東京プリンスホテル

・2020 アジア・パシフィック PRovoke サミット東京の構成内容

- ・キーノート・セッション
- ・ライトニングトーク
- ・パネルディスカッション
- ・「アジア・パシフィック SABRE アワード」（※1）の表彰
- ・PRSJ 主催セッション

ー世界に向けて、パブリックリレーションズのこれからの可能性を提言する「東京宣言」を発表。

上記各セッションには、国内外の PR 界のリーダー、経済人などが登壇予定

※1 アジア・パシフィック PRovoke サミット：ホームズグループが毎年アジア太平洋地域の都市で開催している PR 業界の国際イベントです。このサミットには、アジア太平洋地域の PR 関係者が集結し、コミュニケーションとエンゲージメントに関する「Insight」と「Innovation」のインパクトを探求するイベントとなっています。

SABRE アワード：世界最大規模の優れた PR 事例を表彰する国際賞です。1989 年にアメリカで「CIPRA Awards」として始まり、2000 年に「SABRE Awards」という名称に変更されました。SABRE（セイバー）とは「Superior Achievement in Branding, Reputation and Engagement（ブランディング、レピュテーションおよびエンゲージメントにおける優秀な業績）」を意味しており、毎年、EMEA（ヨーロッパ&中近東）、北米、アフリカ、アジア太平洋、南アジア、南米で開催されています。アジア太平洋地域で開催される「アジア・パシフィック SABRE アワード」は、毎年 1500 件以上ものエントリーがあります。世界の各地域でエントリーされた合計 6000 件以上から選ばれた優秀な作品には、「グローバル SABRE アワード」が授与されます。

※2 PRovoke Media：2000 年に、創立者兼会長であるポール・ホームズ氏によって設立。2020 年 1 月 31 日に名称を Holmes Report から PRovoke Media に変更。PR 業界のオンラインメディア PRovoke Media を運営するほか、世界各地で PRovoke サミット、SABRE アワードを開催。当初は、ポール・ホームズ氏一人でコンテンツ制作を行っていたため、メディア名に同氏の名前を冠していましたが、現在は拠点もニューヨーク、ロンドン、サンフランシスコ、香港に拡大し、サダマン編集長に始まり、編集チームも増員されました。ホームズ氏一人の視点ではなく、複数の視点で報道し、コンテンツを制作することになり、ブランド名もこの変化にあわせ変更することになりました。

広報・PR実務講座 2019

「PRアワード受賞事例公開セミナー」を2月13日に開催 ～「PRアワードグランプリ 2019」における表彰事例を紹介～

教 育 委 員 会

協会では、『PRアワードグランプリ 2019』で受賞したPR事例をプレゼンテーションと質疑で紹介する「PRアワード受賞事例公開セミナー～『PRアワードグランプリ 2019』からPRの未来を見据える～」を、2月13日に東京・秋葉原の「富士ソフト アキバプラザ」で開催しました。



今年も会場には事業会社広報部門、PR及びPR関係企業に所属し、広報の最前線で活躍する100名を超える聴講者が詰めかけました。セミナーは、『PRアワードグランプリ 2019』の審査委員長に就任した井口 理氏(株式会社電通パブリックリレーションズ)の挨拶からスタート、井口委員長からは応募カテゴリー、応募エントリー数の紹介をはじめ、今回の審査におけるポイントなどが解説されました。

今回のセミナーではシルバー以上を受賞した4事例のプレゼンテーションが行われました。まず、シルバー受賞の「社会人のための飲み会平和化プロジェクト チーム"ビール"ディンギン」、
「資生堂 AgDEO24:『ストレス臭』でコモディティ化した制汗剤市場を新規開拓」、続いてゴールドを受賞した「#パンテーン『この髪どうしてダメですか』」、そして休憩をはさんでグランプリの「『住民との共創』で、衰退していた団地の未来を変えていく。『茶山台団地』再生プロジェクト」まで4つの事例が、自ら中心となり活動を進めてきた中心メンバーから紹介されました。

■当日の公開事例

応募カテゴリー と受賞タイトル	エントリーのタイトル	事業主体とエントリー会社
コーポレート ・コミュニケーション ＜シルバー＞	「社会人のための飲み会平和化プロジェクト チーム"ビール"ディンギン」	エントリー会社: (株)電通／(株)電通パブリックリレーションズ／(株)電通デジタル 事業主体: (株)ヤッホーブルーイング
マーケティング ・コミュニケーション ＜シルバー＞	「資生堂 AgDEO24:『ストレス臭』でコモディティ化した制汗剤市場を新規開拓」	(株)電通／(株)電通パブリックリレーションズ 事業主体: 資生堂ジャパン(株)
ソーシャルグッド ＜ゴールド＞	「#パンテーン 『この髪どうしてダメですか』」	エントリー会社: (株)マテリアル 事業主体: プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン(株)
コーポレート ・コミュニケーション ＜ゴールド＞	「『住民との共創』で、衰退していた団地の未来を変えていく。『茶山台団地』再生プロジェクト」	エントリー会社: 大阪府住宅供給公社／(株)オズマピーアール 事業主体: 大阪府住宅供給公社

各々25分間の持ち時間のなかで、そのPR事例の概要、PR活動を通じて産出できた成果、活動を進めるうえで苦労したポイント、また審査では公開できなかった裏話など活動の全容が率直に語られ、セミナー参加者の共感を集めました。

事例紹介のプレゼンテーションの終了後、井口委員長と審査委員を務めた本田哲也氏（株式会社本田事務所）、横田和明氏（株式会社井之上パブリックリレーションズ）、そしてコーディネーターの田代 順氏を加えた4名による「トークセッション」が行われています。セッションでは「PRアワードグランプリ 2019」を振り返り、応募エントリーにみられた傾向や受賞エントリー個別に関する評価ポイント、さらに今後、応募を考える参加者へのアドバイスなどが、各審査委員から率直に語られています。



2012年以降、毎年開催されている本セミナーには多くの聴講者が参加します。今回もPRのプロフェッショナルを志す人々が集い、今までの開催以上に熱気のこもったイベントとなりました。



（事務局 真部）

広報・PR実務講座 2019

「PRプランナー1次試験対策講座(冬期)」を開講 ～1月29日から会場講座／Web講座もあわせて提供～

教 育 委 員 会

協会では、「PRプランナー1次試験」の受験者を主な対象とする「PRプランナー1次試験対策講座(冬期)」を、1月29日から2月19日まで4週にわたり、六本木アカデミーヒルズにおいて開講しました。

本講座は「PRプランナー1次試験対策講座」は1次試験受験者のため夏と冬の2回に開講しており、今回の講座には、会場受講とWeb受講あわせ約45名が受講しました。



「PRプランナー1次試験」は広報・PRに関する基本的な知識を、マークシート形式の50問の問題を通じて検定します。幅広い領域から出題されるため、合格にはそれぞれの領域における基本的な内容について確実な理解が求められます。本講座は、ベテラン講師が試験領域のポイントを手易に解説し、受講者の理解を助けます。

今回も講師は、株式会社井之上パブリックリレーションズ 戦略企画部長の横田和明氏、株式会社エイレックスの危機管理広報部長の畑山 純氏がそれぞれ2回ずつを担当、PRプランナー試験の公式テキストである「広報・PR概説」に基づき、広報・PRの幅広い分野にわたる試験範囲のポイントを手易に解説いただきました。

なお、3月1日に予定されていた「第26回PRプランナー1次試験」は、新型コロナウイルス感染の拡大を防止するため、延期となりました。次回1次試験は本年8月、2次試験は11月の実施が予定され、今回受験できなかった多くの受講者によるあらためての挑戦が期待されます。

また、協会では次回試験に向けて、Webによる1次試験対策講座を7月に開講する予定です。開講の詳細については、6月上旬を目途に協会のWebを通じて案内します。



(事務局・真部)

第 25 回 P R 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 94 名(合格率 30.9%)

3 次試験合格者累計は 2,911 名

資 格 委 員 会

1 月 25 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（東京会場のみ）において第 25 回 P R プランナー資格検定 3 次試験が行われ、前回の第 24 回と並び過去最多となる 329 名の受験申込者のうち 304 名（出席率 92.4%）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、首都圏に路線を展開する非上場の大手鉄道会社と世界屈指の大手通販企業が提携。大手鉄道会社の駅ナカ（構内商業スペース）に受け取り専用の宅配ロッカーを設置し、2021 年度末までに全駅で設置を完了させ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、大手プラントエンジニアリング会社が、新しい中期経営計画がスタートする 2021 年度から 1 年前倒しで、人材に関する総合的な取り組みを全社横断的に推進していくことを経営方針として定めた。この取り組みのテーマに沿って、広告宣伝活動ではないことを踏まえながら、多様な人材を求め、就活生だけではなく将来の就活生、大学関係者、親世代等も対象にした、新卒採用市場における中長期を見据えたブランディング（知名度・好感度・信頼度等々の向上）を行うための広報・P R 計画を策定するものでした。

マーケティング課題は、中堅乳業メーカーが、乳児用液体ミルクの製造・販売が解禁されたことを受け、レトルトパウチ容器の乳児用液体ミルクの販売を開始することとなった。この乳児用液体ミルクの認知・理解促進のため、先行発売メーカーとの差別化を図り、商品の安全性・利便性のベネフィットを訴求し、日常使いや災害などの緊急時の機会シーンを創造しながら、同商品の利便性・栄養面・生活面のベネフィットを訴求させるマーケティング広報・P R の施策を策定するものでした。

厳正な判定の結果、94 名が合格（合格率 30.9%）となり、2 月 18 日に発表となりました。また、今回の結果で、合格者累計は、2,911 名となりました。

合格された方は、3 月に実施されます「2019 年度後期 第 25 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。



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

ご協力をいただいた皆様には、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。

次のページに受験者・合格者プロフィールの掲載がございます。

受験者／合格者プロフィール

<第 25 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	43 名	58 名	11 名	10 名	1 名	3 名	6 名	132 名
	合格者	16 名	21 名	1 名	1 名	1 名	1 名	1 名	42 名
女性	受験者	33 名	101 名	14 名	8 名	1 名	4 名	11 名	172 名
	合格者	12 名	27 名	5 名	2 名	0 名	2 名	4 名	52 名
全体	受験者	76 名	159 名	25 名	18 名	2 名	7 名	17 名	304 名
	(全体比)	(25.0%)	(52.3%)	(8.2%)	(5.9%)	(0.7%)	(2.3%)	(5.6%)	(100.0%)
	合格者	28 名	48 名	6 名	3 名	1 名	3 名	5 名	94 名
	(全体比)	(29.8%)	(51.1%)	(6.4%)	(3.2%)	(1.1%)	(3.2%)	(5.3%)	(100.0%)
	合格率	36.8%	30.2%	24.0%	16.7%	50.0%	42.9%	29.4%	30.9%

		20 代	30 代	40 代以上	全体
男性	受験者	21 名	52 名	59 名	132 名
	合格者	8 名	19 名	15 名	42 名
女性	受験者	42 名	74 名	56 名	172 名
	合格者	9 名	28 名	15 名	52 名
全体	受験者	63 名	126 名	115 名	304 名
	(全体比)	(20.7%)	(41.4%)	(37.8%)	(100.0%)
	合格者	17 名	47 名	30 名	94 名
	(全体比)	(18.1%)	(50.0%)	(31.9%)	(100.0%)
	合格率	27.0%	37.3%	26.1%	30.9%

受験者	合格者	合格率
304 名	94 名	30.9%

※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（3 次試験）

(https://pr-shikaku.prsj.or.jp/about/pass_3rd_exam) をご参照ください。



広報・PR実務講座 2019

「広報・PR スキルアップ実践講座＜広報効果測定＞」を開講

～「マーケティング施策と連動してとらえる広報効果測定の考え方と具体的な方法」～

教 育 委 員 会

協会ではさる 2 月 20 日、今年度の「広報・PR スキルアップ実践講座」第 7 回として、「マーケティング施策と連動してとらえる広報効果測定の考え方と具体的な方法～事例から示す無償ツールの活用、SNS 波及とその効果の測定～」を六本木アカデミーヒルズにて開講しました。

広報・PR 活動がどのような成果をあげることができたのか、その指標を測定する広報効果測定は広報・PR 関係者にとって大きな課題です。従来はパブリシティ活動による露出を広告料金に換算する広告換算評価、自社にとってポジティブか否かを判断する論調分析などの手法が多く用いられていました。しかし最近では「バルセロナ原則」に示されるように、広告換算評価を廃しソーシャルメディアによるコミュニケーションの成果測定を行う新たな評価が求められています。本講座は、広報効果測定に関する新たな手がかりとなることをめざして開講されました。

講座には、株式会社オズマピーアールのビジネス開発局コミュニケーションデザイン部 登坂泰斗氏、猿田一揮氏の両氏が登壇し、広報効果測定に関する新たなアプローチを紹介しました。

まず「広報効果測定」についての重要なポイントは、表現の良否を感覚的に判断することではなく、デジタルメディア上でどのようなコンテンツが求められているかを見出すことであることが語られました。そのためにデータに着目するデジタル的な見方が重要であり、効果検証は戦略的な広報・PR の実践につながる事が強調されています。

また、効果測定に重要なのは、デジタル的に取得したデータに意味を与え、それらを構造化してとらえそれぞれの間の関連を把握することであり、施策を時系列的にモデル化することが数値把握を超えた効果をもたらすことが述べられました。そして効果検証に必要なデータの採取には、生活者の生の声を聞くことができる「ソーシャルリスニング」、Web に対するセッション数、滞在時間、直帰率、検索やサイト流入元などの基本的なデータをとることができる「Google Analytics」などのツールが有用であり、それらのデータをあわせて時系列的な分析に活用できることなどが解説されています。

講座の最後には、講師が統計を用いた効果検証に関して進めている東京大学との共同研究についても簡単に紹介されました。

成果を金銭的な価値に変換する広告換算評価、主観の排除や定量的な評価が難しい論調分析など従来の効果測定法とは異なり、デジタル化するメディア環境に対応しデータに裏付けられる新しい広報効果測定の考え方と手法。今後の発展が期待されます。

(事務局 真部)



会 員 限 定

第34回 企業部会広報ゼミ開催報告 「働き方改革～メディアサイド・企業サイドでどう変わる？」

企 業 部 会

2020年2月12日(水)16:00 から 西武ホールディングス本社 ダイアゲート池袋において、第34回広報ゼミが開催され、32名の会員が参加しました。

今回の広報ゼミでは、国をあげた働き方改革が加速する中「働き方改革」をテーマに、メディアサイドから朝日新聞社、企業サイドからはNTTデータと日本マイクロソフトより講師を招き、各社における取り組み事例を紹介いただきました。





IPRA 会長の2月のメッセージをご紹介します

今月は、アカデミー賞とIPRAが策定したPR新しい定義についてふれた、IPRA会長の2月のメッセージをご紹介します。

☆ ☆ ☆ ☆ 要約 ☆ ☆ ☆ ☆

レポート要約

2月はアカデミー賞が発表された月でした。お気に入りの俳優や監督、作品が受賞するか、みんな注目していたと思います。みんながいいなと思ったチームにはいくつかのポイントがあったと思います。

観た人たちを考えさせたり、問いを発するもの

イノベーションやクリエイティビティで驚きを生んだもの

ちょっと面白くないはずの場面でも、常に楽しませてくれる技を発揮したもの

地球のためになることでファンとの絆を作っているもの

そして、自分たちを愛し、他人も愛するきっかけをつくってくれるもの

そして、これらのポイントは、コミュニケーションのプロにとって求められる資質でもあるのです。そこから生み出された様々な手法をIPRAゴールデン・ワールド・アワードで示してもらいたいと思っています。

2月は2つの意味で特別な月です。

まず1つめは、私の個人的なオスカーとっていい、IPRA会長賞をドイツのニュース雑誌、ZEIT ONLINEに贈りました。My Country Talksというフェイス・トゥ・フェイスの議論ができるプラットフォームは30か国、15万人の人たちに活用されています。このプラットフォームは挑発的で、驚きがあり、イノベティブでクリエイティブです。みんなが忘れていたものを思い出させてくれます。デジタル・バブルから抜け出して、違う意見を持った人たちと出会い、フェイス・トゥ・フェイスで対話し、行動を起こすのです。このプラットフォームはコミュニケーションのプロにとっても有用です。My Country Talksはそれぞれの国のメディアが自分たちの国で1対1の議論を始めるためのツールでもあります。ベルリンにいるこのプラットフォームを支える優秀なチームと会えたのは素晴らしい体験でした。

そして2番目は、我々のオスカーでもあるゴールデン・ワールド・アワードです。大胆で挑発

的でイノベティブでクリエイティブなPR事例をお待ちしています。

いことが多くなっていることを示しています。PRがこのようになされていけば、信頼と倫理感を創出していくことになるのです。

この定義について、広くみなさん対話を重ねていきたいと思います。すでにいくつかの肯定的なフィードバックもいただいています。ぜひ、みなさんの国の言葉で翻訳し、私共のLinkedIn Groupでのディスカッションに参加してください。

Svetlana Stavreva
President 2019

☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆

■ Message from the IPRA President:

And the Oscar goes to..... February 2020



In the month of the Oscars everyone celebrates. We follow and admire our favorite actors and directors of dramas and comedies. We adore all these teams of people who:

- provoke us to think and ask questions;
- surprise us with their innovation and creativity;
- make us enjoy every second of their art including the less pleasant parts;
- engage themselves and their fans in causes that are good for the planet;
- and help us to love ourselves and therefore to love others.

Does this sound familiar to you? It should. These are some of the qualities that are instrumental for professional communication experts. These are the arts and the skills that you demonstrate, and we look for, in the campaigns which compete in the IPRA Golden World Awards for Excellence in PR.

February is special for two reasons

First, on 11 February I gave my personal Oscar, the IPRA President's Award, to the German news magazine ZEIT ONLINE. I chose their face-to-face debate platform My Country Talks which engaged more than 150,000 people in over 30 countries. This

platform is provocative, surprising, innovative and creative. It encourages people to do something they seem to have forgotten. To get out from their digital bubbles, to meet people with different views, to communicate face-to-face and to act. This platform is also useful for us as communication professionals. My Country Talks is a tool that media organizations around the world can use to start one-on-one discussions in their own country. It was a great experience to meet the talented team behind this platform in Berlin.

Second, as you may have heard, we are about kick off our own Oscars, the Golden World Awards for Excellence in PR. This year we will be looking for these bold, provocative, innovative and creative PR programmes which dare to challenge the status quo. New ideas communicated via state of the art means and executed with grace and integrity is what makes a winner. The competition opens Tuesday 25 February 2020. Details are here.

I am looking forward to giving YOU a Golden World Award later this year! Are you in?
Svetlana Stavreva
President 2019 – 2020

IPRA — leading trust and ethics in global communication

■ 会員便り

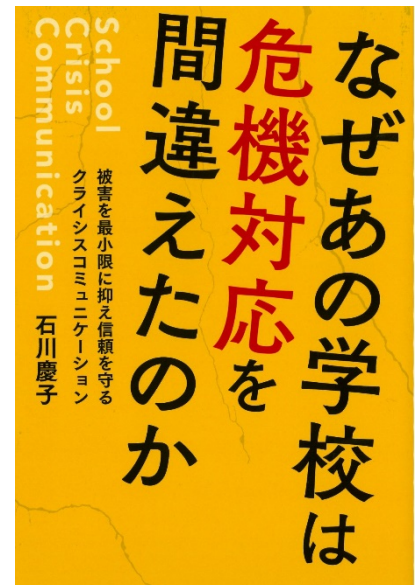
このページは会員の皆様から寄せられた情報をお伝えしております。会員の皆様のページとしてパブリックリレーションズに関する様々な情報をお寄せください。
※内容によって掲載についてご相談させていただく場合があります。

石川慶子様より

「なぜあの学校は危機対応を間違えたのか」1月24日発売

クライシスコミュニケーションの歴史は、1900年初頭に米国に実在したアイビー・リーから始まったとされています。彼のクライアントである鉄道会社が事故を起こした際に過去の慣例に従って事故を隠蔽しようとしたところ、リーはそれを止めさせて、事故現場を記者に取材させたところ、かえって鉄道会社の評判が高まりました。それ以来、クライシスコミュニケーション（以下、CC）は、事件事故において隠蔽せずに説明責任を果たす活動として定着していくようになりました。

本書は、多感な生徒達と多様化する保護者というステークホルダーに対して学校がどのように説明責任を果たしたらよいのか、具体的な事例を交えて5章立てで解説しています。



第1章「学校CC入門」では、クライシスの定義、ダメージを最小限にする初動3原則といった基本の考え方を解説。

第2章「リスクマネジメントの訓練」では、リスクマネジメントの国際規格 ISO31000 の枠組みと原因追究の行い方、トレーニングの組み立て方を解説。

第3章「緊急記者会見への備え」では、記者会見を開催する判断基準の考え方、質問への回答方法、非言語メッセージの重要性について具体的に解説。

第4章「あの事件・事故の教訓」では、実際のいじめ自殺事件、津波での死亡事故、食物アレルギー事故死、LGBT自殺事件からの教訓を明らかに。

第5章「【対談】外から見た学校CC」では、体罰については弁護士、いじめ問題については臨床心理士、服装についてはスタイリスト、姿勢や歩き方はウォーキングディレクターと対談することで専門的な視点を深掘り。

<書籍データ>

著 者 : 石川慶子
出版社 : 教育開発研究所
発行年月 : 2020年1月24日
形 式 : 並製、A5判160ページ
価 格 : 2,000円(税別)

※本書に関するお問い合わせは下記にお願いいたします。

教育開発研究所

TEL : 03-3815-7041 Email : sales@kyouiku-kaihatu.co.jp

山見博康様より

『新版 広報・PRの基本』 広報書 10 年間ロングセラー 1/11 発売

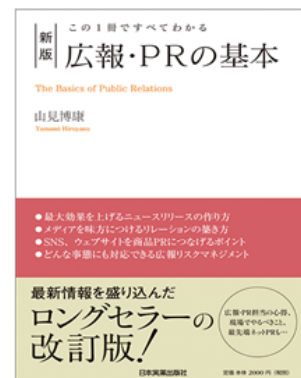
2009 年上梓の当社代表山見博康著『広報・PRの基本』が 10 年に亘り御好評頂き、広報 PR 分野でベストロングセラーとのことで、昨年 6 月 70 頁増で新装改訂要請あり。皆様のご協力を得ながらこの程完成し全国主要書店にて新たな装いで再度世に出ています。

■出版社：日本実業出版社

■形式：並製、A5 判 320 頁、単価 2000 円（税別）

【特徴：すぐ実践で役立つ情報が満載！】

- ①原書好評の理由は、我が広報の思想への共感共鳴と推察し、新版は、更にそれを進め、自らの在り方、あるべき姿と会社としてのそれを一致させて、つまり「To be good」の徹底理解を間断なく促している。広報は「真人間（真の組織）」へ導く永続的活動！
- ②現場でやるべき仕事、必要な知識・ノウハウを網羅した基本書として、特に急速に進化するウェブ媒体や IT を活用する最先端ネット PR についても詳説。危機対応関連に最新情報を盛り込み、質量ともにパワーアップ！
- ③巻末には、61 企業・8 団体・9 官公庁・3 大学・16PR 会社や 42 主要メディア幹部計 139 人の「新任広報担当者へのアドバイス」を掲載、メディアや記者クラブへのリリース送付先リスト、ニュースリリース有料配信会社やモニタリング会社比較リスト・・・等多彩な必要情報収録



【広報の三段論法】

1. 顧客価値を生み出せない会社は記者に喜ばれない
2. 記者に喜ばれない会社は記事にならない
3. 記事にならない会社は生き残れない との原則により、本書は、報せなければ買って頂けない。買って頂けないのは“ライバルよりも”報せる努力が足りない！ことを肝に銘じて取り組む人のために
 - (1) 本書を読めば、初心者にも広報の本質が容易に学べる
 - (2) 本書を使えば、どうしたらニュースネタを発掘出来、メディアに取り上げられるかが判る
 - (3) 本書を活かせば、どんな広報業務においても参考になり、直ちに実践できる

【目次】

- 第1章 広報の仕事を理解する、
- 第2章 採用されるニュースリリースを作る
- 第3章 一斉発表・個別取材の対応と公式見解・Q&A の作り方
- 第4章 最大効果を上げるマスメディアの使い方
- 第5章 インターネットを使った広報・PR
- 第6章 広報・PR の効果を測定する
- 第7章 事件・事故・不祥事へのリスクマネジメント
- 広報・PR 担当のあなたへ（広報で学べる 13 か条等）

【巻末付録：主要企業やメディア幹部からのアドバイス。メディアリスト、PR 会社一覧 他】

《山見博康略歴》

広報 PR・危機対応コンサルタント 『山見塾』塾長。九州大学特別講師
68 年九州大（経）卒。（株）神戸製鋼所入社。91 年広報部長、デュッセルドルフ事務所長を歴任、
2002 年独立。

著書：『広報の達人になる法』『広報・PR 実務ハンドブック』『山見式 PR 法』
『企業不祥事・危機対応広報完全マニュアル』（自由国民社、佐々淳行氏推薦）他多数

山見インテグレーター（株）山見博康

〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂 1-12-1 渋谷マークシティ W22 F

TEL:090-3206-8335

FAX:045-974-2423

メール：yamami@yico.co.jp

<http://www.yico.co.jp>

PRSJ in Media

●2月1日（土） 『月刊広報会議』3月号

『月刊広報会議』3月号における当協会の連載コラムで、協会が実施した「PRアワードグランプリ 2019」が取り上げられました。

コラムでは12月10日に「PRアワードグランプリ 2019」表彰式が都内で開催され、グランプリに選出された大阪府住宅供給公社と（株）オズマピーアールによる「茶山台団地再生プロジェクト」、当日、プレゼンテーションを行ったゴールド2点、シルバー4点、さらにブロンズを受賞した8点をあわせた全15点のエントリーが表彰されたことが報じられています。

また、グランプリの受賞理由、シルバー以上の受賞エントリーの一覧に加え、井口 理審査委員長による総評が紹介されています。

●2月20日（木） 『企業と広告』3月号

『企業と広告』3月号のコーナー「協会ニュース」において、当協会が実施した「日本PR大賞」が紹介されました。

記事では、「パーソン・オブ・ザ・イヤー」にラグビー日本代表ヘッドコーチのジェイミー・ジョセフ氏、また「シチズン・オブ・ザ・イヤー」に「注文をまちがえる料理店」が選出されたことに触れられています。

[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