

PRsj

PUBLIC RELATIONS
SOCIETY OF JAPAN

NEWS

2020年5月号

NO. 318

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

ATTENTION P1

「withコロナ」時代 ～変わる広報、変えてはいけない広報～

(公社)日本パブリックリレーションズ協会 副理事長 江良 俊郎

MESSAGE P4

「第9回通常総会」開催のご案内

ATTENTION P5

第27回「PRプランナー資格認定検定試験」1次試験申込 6月1日(月)から先着順受付

ATTENTION P6

「広報・PR入門Web講座」を開講

ATTENTION P8

「1次試験対策講座」を7月にオンライン開講

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 <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

5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(5月6日更新)	— 1
5月～7月のスケジュール		— 2
MESSAGE(メッセージ)	「withコロナ」時代 ～変わる広報、変えてはいけない広報～	— 4
ATTENTION(お知らせ)	「第9回通常総会」開催のご案内	— 5
”	第27回「PRプランナー資格認定検定試験」1次試験申込6月1日(月)から先着順受付	— 6
”	「広報・PR入門Web講座」を開講	— 8
”	「1次試験対策講座」を7月にオンライン開講	— 10
What's new from IPRA	コミュニケーションはソーシャル・ファーストへ 新型コロナウイルスのコミュニケーション事例から	— 11
協会掲載記事	PRSJ in Media	— 15

(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 (5月6日更新)

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. 協会主催事業について

講座・セミナー、PRプランナー試験など人の集まるイベントの開催見合わせを継続することとし、5月末までの開催を延期または中止とします。

2. 協会主催の会議等について

(1) 委員会、部会について

委員会・部会などの会議は、引き続き当面の間は開催しないこととし、必要に応じてWEB会議などに代替します。

(2) 理事会について

月例理事会は、当面の間はWEB会議形式による開催といたします。

(3) 総会について

6月4日に開催を予定していた通常総会は、6月16日に日程を変更しオンラインによる参加を可能といたします。

3. 協会事務局業務について

国の緊急事態宣言(5月6日発令)を受けて、緊急事態の対象期間とされた5月31日までの間、事務局業務を原則的に在宅テレワークとさせていただきます。会員の皆さまからの問い合わせ対応などはメールによる対応とさせていただきます。

なお、事務局へのご連絡は、[問い合わせフォーム](#)をご利用ください。

5月6日現在の対応方針は以上となりますが、感染の広がりなど今後の状況を注視しながら、随時方針の見直しを行う予定です。

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。

5月～7月スケジュール

オンライン講座: 広報・PR入門Web講座	期間	: 6月1日(月)から6月30日(火)まで視聴可能
第9回通常総会	日時	: 6月16日(火) 16:00～
	会場	: 公益財団法人国際文化会館(オンラインでの視聴可能)
オンライン講座: PRプランナー1次試験対策講座(夏期)	日時	: 7月1日(水)開講
		:

5月～6月の理事会・委員会・ 部会スケジュール

定例理事会	(5月度)	日 時	: 5月 14日 (木)	16:00～17:30
		会 場	: WEB 会議にて開催	
	(6月度)	日 時	: 6月 23日 (火)	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 (予定)	
教育委員会	(5月度)	日 時	: 5月 20日 (水)	11:00～12:30
		会 場	: WEB 会議にて開催	
資格委員会	(5月度)	日 時	: 未定	
国際・交流委員会	(5月度)	日 時	: 未定	
広報委員会	(5月度)		5月 28日 (木)	16:00～17:30
			WEB 会議にて開催	
顕彰委員会	(5月度)	日 時	: 5月 28日 (木)	15:00～16:00
			WEB 会議にて開催	
企業部会幹事会	(5月度)	日 時	: 5月 13日 (水)	17:00～18:00
			WEB 会議にて開催	
PR業部会幹事会	(5月度)	日 時	: 開催中止	

「with コロナ」時代 ～変わる広報、変えてはいけない広報～

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 江良 俊郎

まさかこんな状況が訪れるとは・・・。新型コロナウイルスは世界的な大流行となり、これまであまり想定されてこなかったパンデミック・リスクが一気に顕在化、未曾有の緊急事態となってしまいました。日本だけでなく、世界経済は大恐慌以来、最悪の景気後退に直面しています。「広報業界は広告業界に比べ、不景気に強い」などと言われてきましたが、二つの業界の垣根も低くなっており、当業界への深刻で、大きな影響は避けられません。

5月上旬、緊急事態宣言は延長され、今後も完全な終息は当面不可能だとされています。長く付きあっていく「with コロナ」時代への突入です。今後は感染の拡大を抑え込みつつ、ビジネス活動や就学、スポーツ、文化社会活動などとの両立を探る段階に入っていくことになり、より正しい情報、社会性のある有益な情報も求められます。我々がなんとか安心できる生活を取り戻すには、安全で効果的な治療薬とワクチンの開発が必要で、1年程度はかかるとされます。こうなると各組織のマーケティング戦略や広報戦略も、場当たりの対応を繰り返すのではなく、With コロナ時代に応じた戦略の練り直しが重要になるでしょう。

より一層、パブリック・リレーションズの重要性も高まるはずですが。広報従事者は、自覚と責任、誇りを持って進んでまいりましょう。

さて、今回は政府広報の在り方も問われました。確かにリスク・コミュニケーション、クライシス・コミュニケーションにも問題はあったように思います。

前代未聞のパンデミックで試行錯誤の面があるとはいえ、公立学校の突然の休校発表など大きな混乱も見られました。信頼を基本とした根拠に基づくリスクの説明、迅速で的確な情報発信は、我々生活者にとってだけでなく、企業活動にとっても大変重要です。

企業広報でも、感染者をどう公表するのかといった問題、デマ情報や風評被害が懸念されました。欧米企業に比べると、日本企業のこの問題への取り組みやトップのメッセージ発信力も弱かったようです。

今回だけではなく、とくに危機下には、広報の情報発信力の真価が問われる局面です。当協会の教育委員会としても、今後とも、会員各社の広報力強化や新たな情報発信の手法開発のお手伝いができるよう努力していきたいと存じます。

私は、本年の総会をもって6年間の理事の任期を終え、退任いたしますが、これまで多くの方々にご支援をいただきました。本当にありがとうございました。当協会が、ますます発展することを期待しております。

【正会員】

公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会 「第9回通常総会」開催のご案内 ネットでライブ中継を実施、「オンライン参加」が可能に 6月16日(火)16時から 六本木・国際文化会館

当協会は、来る6月16日(火)16時から「第9回通常総会」を国際文化会館で開催いたします。本総会における議事としては、第1号議案「平成31年度・令和元年度事業報告承認の件」、第2号議案「平成31年度・令和元年度収支決算報告並びに監査報告の件」、第3号議案「役員選任の件」、の3つの決議事項と、2つの報告事項「令和2年度事業計画について」、「令和2年度収支予算について」を予定しております。

令和元年度正会員の皆様には、5月21日(予定)に、「通常総会招集通知」をお送りいたしますのでご確認いただき、同封されている「出欠届」を必ずご返送いただきたく、お願い申し上げます。

なお、本通常総会の開催に際しましては、新型コロナウイルスの感染リスク低減の観点から、会場開催に合わせてオンライン配信によるライブ中継を行うことといたします。会場にお越しただけでなく総会の模様を視聴していただくことが可能となりますので、出席またはオンライン参加について、柔軟にご判断いただければ幸いです。

オンライン参加を希望される方には、別途アクセス用のID/パスワードをお知らせいたします。

また、オンライン参加の場合、システム上の理由から議決に参加することができないため、事前に議決権行使書の提出をお願いいたします。質問についても今回は事前質問をお受けいたしますので、併せてご検討ください。

総会にご出席いただける正会員の皆様は、当日会場の受付におきまして、ご返信いただいた出欠届を基に作成した名簿との照合を行いますので、必ず出欠届の事前ご送付をお願いいたします。

当日ご出席いただけない場合、またはオンラインで参加の場合は、お手数ながら同封の参考書類をご検討のうえ、令和2年6月15日(月)(必着)までに議決権行使書のご提出をお願い申し上げます。

本通知は、すでに退会届または名義変更届を提出されている皆様にもお送りしていますが、これは「総会運営規則」第4条(議決権行使に関する基準日)「事業年度(令和元年度)の末日現在における議決権を有する正会員とする」により、令和2年3月31日現在の正会員各位にお送りしておりますのでご了承ください。お手数をおかけいたしますが、出欠届のご提出、オンライン参加またはご欠席の場合は必ず議決権行使書をご提出いただきますようお願い申し上げます。

なお、新型コロナウイルス感染状況に鑑み、懇親パーティは中止とさせていただきます。

日 時 : 令和2年6月16日(火)16:00~

場 所 : 公益財団法人国際文化会館 〒106-0032 東京都港区六本木5-11-16
「岩崎小彌太記念ホール」(URL: <http://www.i-house.or.jp/>)

※ご不明な点がございましたら、協会事務局[問い合わせフォーム](#)までお問合せください。

PRプランナー資格認定制度／検定試験

第27回「PRプランナー資格認定検定試験」

1次試験申込は6月1日(月)より先着順で受付！

—第28回PRプランナー資格認定検定試験は、7月1日より受付—

資格委員会

第27回となるPRプランナー資格認定検定試験1次試験（実施：2020年8月23日(日)）を、東京・大阪・福岡の3会場にて実施いたします。

2020年3月に予定しておりました第26回1次試験は、新型コロナウイルス感染拡大を防止するため、この8月23日の試験に振替となりました。試験に向け準備を重ねてこられた皆様には、ご迷惑をおかけし大変申し訳ございません。

8月23日(日)の1次試験につきましては、できる限りの感染防止対策を施し、実施を予定しております。第27回1次試験では、3月の試験から振替をご選択された方に加えて、6月1日から追加募集も予定しております（先着の定員制となります）。

第28回となる2020年度後期PRプランナー資格認定検定試験1次試験（会場：東京・大阪・名古屋・札幌）は、7月1日(水)より受付を開始し、試験日は9月27日(日)を予定しております。

皆様のまわりにPRプランナー資格の取得を目指される方がいらっしゃいましたら、本試験もしくは第28回の試験について、ご紹介ならびにご推奨を賜れば幸いに存じます。

試験についての詳細につきましては、順次PRプランナー資格制度Webサイトで発表いたします。

<PRプランナー資格認定制度／検定制度 1次試験 実施概要>

試験日	2020年8月23日(日) 試験は東京・大阪・福岡会場ともに8月23日(日)午前中に同時実施・終了する予定です。
受験申込期間	2020年6月1日(月)～2020年6月30日(火) ※各会場とも先着順で定員に達し次第、受付を終了させていただきます。 ※ご予約完了後、即時送信される「予約確認メール」の受信を必ずご確認の上、大切に保管してください。メールが届かない場合は、予約が完了していませんので、必ず再度ご予約ください。 ※〆切日、および定員を過ぎてからのご予約は一切お受けできませんので、ご了承ください。 ※試験のお申し込みは、受験予約フォーム、および受験申込フォームにご入力を経て完了となります。
受験申込方法	受験申込から可否通知までの手順は次の通りとなります。 <受験申込手順> ①PRプランナー資格制度Webサイトの受験予約フォームから仮申込みしてください。 ②受験種別と受験料をご確認ください。 ③受験料をお振込みください。 ④画像データをご用意ください。 ⑤予約確認メールに記載のURLより、受験申込フォームに入力してください。 入力内容：氏名、受験種別、試験会場、受験票・可否発送先住所、生年月日、メールアドレス、受験料の振込日と振込人名、等 アップロード内容：受験者ご本人の写真データ ⑥入力確認画面を経て、受験申込完了

受験票送付	2020年7月31日(金) 発送
合否通知送付	2020年9月4日(金) 発送 ・受験申込書にご記入いただいたご住所に、合否通知を発送いたします。 ・合格された方には、2次試験ならびにPRプランナー補認定申請のご案内を、メールでも9月7日(月)にお送りします。

<試験時間>

09時30分	各試験会場に入館できます
10時20分	指定の教室・座席にご着席ください
10時25分	注意事項伝達・試験問題配布
10時40分	試験開始
12時00分	試験終了

<試験会場>

会場	会場名	最寄駅
東京会場	明治学院大学 白金キャンパス	白金台駅、白金高輪駅、高輪台駅 徒歩7分
大阪会場	毎日インテシオ	大阪駅 徒歩15分
福岡会場	AQUA 博多	中洲川端駅 徒歩5分

<第27回試験スケジュール>

試験名	試験日(予定)	試験会場	受付開始(予定)
1次試験	2020年8月23日(日)	東京・大阪・福岡	2020年6月1日(月)～
2次試験	2020年11月15日(日)	東京・大阪・福岡	2020年9月7日(月)～
3次試験	2021年1月23日(土)	東京・大阪	2020年11月30日(月)～

<第28回試験スケジュール>

試験名	試験日(予定)	試験会場	受付開始(予定)
1次試験	2020年9月下旬	東京・大阪・名古屋・札幌	2020年7月1日(水)～
2次試験	2020年12月上旬	東京・大阪・名古屋	2020年10月中旬～
3次試験	2021年2月下旬	東京・大阪	2020年12月下旬～

※資格検定試験の詳細は、下記URLのPRプランナー資格制度 Web サイトをご覧ください。

<https://pr-shikaku.prsj.or.jp/>



「広報・PR入門Web講座」を開講

～「イチ」から広報・PRの基本を学ぶ 新任広報向けオンライン講座～
教育委員会

協会では、広報・PR業務の基本を学ぶ「広報・PR入門Web講座」を、日時や場所に制約されることなく自宅やオフィスなど任意の場所でフレキシブルに学べるオンライン講座として、6月1日から開講します。

本講座は、新任や異動により新たに広報・PRの業務に着任する新任の広報・PR実務者を主な対象とし、実務に必要な基礎的知識やスキルを習得していただく研修です。受講をとおして広報・PR（パブリックリレーションズ）の基本をはじめ、企業広報、マーケティング広報、危機管理広報、デジタル・コミュニケーション、コンプライアンスやガバナンス、CSR、SDGsなど広報・PR実務者に求められる幅広い知識を習得することができます。

講師には、広報・PRの実務専門家、弁護士、大手企業マネージャー等のベテラン講師を迎え、日々刻々と変化する現場の実際に即し、現場で活用できる生きた広報・PRを学んでいただきます。

今回は新型コロナウイルスの感染防止を考慮し会場での講座開講は行わず、ネットを活用するオンデマンド形式のWeb講座として提供します。開講期間は6月1日から30日を予定、その間、受講者はパソコンやスマホ、タブレット等により繰り返し視聴が可能です。

なお講座は、企業広報実務の基礎知識を習得する「企業広報の基本」コース、デジタルやマスメディアを通じたPR技法を学ぶ「メディアとコミュニケーション」コース、そしてニュースリリースの作成やメディアリレーションズなど広報・PRで最も基本となる実務スキルを講義と演習を通じて身に着ける「広報・PR実務演習」コースの3コース11講義で構成しています。受講者は、全コースの一括受講を通じて実務の基本を総合的に学ぶことができます。また、受講者個別の業務ニーズやスケジュールに応じてコース別の受講を選択することができます。

広報・PR実務に不可欠な知識やスキルを体系的に学べる本講座。PR会社、企業の広報・PR部門などで、新たに広報・PRの仕事に取り組む多くの皆様のご参加をお待ちします。

講座の詳細ならびに受講申込みは、協会Webサイトの本講座の案内ページ（下記URL）をご参照ください。

<https://prsj.or.jp/event/practical-course2020-entryclass-spring/>

■受講料(円、消費税込)

受講コース	協会会員	PRプランナー資格 取得者(准・補含む)	非会員(一般)
全コース一括受講	44,000	57,200	66,000
コースA「企業広報の基本」	17,600	22,800	26,400
コースB「メディアとコミュニケーション」	17,600	22,800	26,400
コースC「広報・PR基本実務」	17,600	22,800	26,400

■「広報・PR 入門Web講座」各コースの構成

コースA 「企業広報の基本」		
A-1	『パブリックリレーションズ』とは何か？ ～広報・PR業務の基本を学ぶ～	横田和明氏 (株)井之上パブリックリレーションズ
A-2	「企業における広報・PR活動の実際 ～企業広報とはどのような仕事だろうか～」	飾森亜樹子氏 (日本電気株)
A-3	「クライシス・コミュニケーションの基本 ～危機発生時における広報の役割と重要性～」	兵頭 茜氏 (株)エレックス
A-4	「広報・PRとコンプライアンス、ガバナンス、CSR ～広報・PRパーソンが知っておくべき法的ポイント～」	鈴木悠介氏 (西村あさひ法律事務所)
A-5	「社会を変える SDGs と企業の取組み」 ～知っておきたい SDGs の基本と広報・PR～」	笹谷秀光氏 (CSR/SDG コンサルタント)
コースB 「メディアとコミュニケーション」		
B-1 (「A-1」 と同じ)	『パブリックリレーションズ』とは何か？ ～広報・PR業務の基本を学ぶ～	横田和明氏 (株)井之上パブリックリレーションズ
B-2	「あなたもコミュニケーションのプロフェッショナル ～好感度溢れるPRパーソンになるには～」	石橋真知子氏 (エトワゼットネットワーク)
B-3	「デジタルPRの基本と効果的な活用 ～広報・PRでWeb、SNSをつかいこなそう～」	渡辺幸光氏 (株)プラップジャパン
B-4	「一般新聞社の体制・役割と日々の業務 ～新聞報道の実際とデジタル化への取組み～」	寺光太郎氏 (朝日新聞東京本社)
B-5	「マーケティングPRの基本と業務の進め方～効果のあ がるマーケティングPRの考え方とその手法～」	芹澤愛有子氏 (株)インテグレート
コースC 「広報・PR基本実務」		
C-1	「ニュースリリース作成の基本と効果的な活用法 ～ニュースリリースは広報・PR実務の基本～」 〈講義と演習〉	西林祐美氏 (株)共同通信PRワイヤー
C-2	「メディアリレーションズは広報・PRの基本 ～メディアの特性とメディアリレーションズの実際～」 〈講義と演習〉	田代 順氏 (株)マテリアル

(事務局・真部)

「1次試験対策講座」を7月にオンライン開講

～任意の時間、場所でフレキシブルに学べるオンライン講座～

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（夏期）」を、任意の時間、場所でフレキシブルに学ぶことができるWeb講座として7月1日から開講します。

PRプランナー取得の登竜門となる「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50問の問題で検定する試験であり、合格のためには広報・PRにかかわる広範な知識の習得と試験分野についての系統的な理解が必要となります。

本講座では、広報・PRに豊富な実務経験を有するとともに専門的な知識を備え、自らもPRプランナー資格を取得したベテラン講師が試験分野を平易に解説します。これにより受講者は合格に必要な知識を効率的に習得できます。また、「PRプランナー1次試験」の概要や試験のポイントについても理解を深めることができ、効果的な受験対策を行うことが可能となります。

今年度からは、会場における開催を行わず、インターネットを利用したWeb講座として開講します。遠隔地に居住されたり、業務が多忙で会場に通うことが難しかったみなさまも、スマホやタブレット、パソコンを利用し時と場所を選ばずご自身の都合にあわせて講座を受講することができます。開講期間中は、繰り返し何度も履修でき、より試験分野の理解を深めることが可能です。

本講座は「PRプランナー1次試験」の対策・準備として、また広報・PRを基礎から体系的に学びたい方に最適です。講座詳細のご案内ならびに受講受付は、6月上旬から下記の協会Webサイトで行います。1次試験合格をめざす皆さまの受講をお待ちいたします。

<https://prsj.or.jp/event/1st-2020/>

■「PRプランナー1次試験対策講座」の概要

講座内容	講師	受講料(税込)	受講締切
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 広報・PRの基本 ▪ 企業経営と広報・PR ▪ 広報・PR活動のマネジメント ▪ コミュニケーションの基礎理論 ▪ マーケティングの基礎理論 ▪ マーケティングと広報・PR ▪ ブランドの基礎理論 	株式会社井之上パブリックリレーションズ 執行役員 アカウントサービス本部 コンサルティング2部 部長 横田和明氏	一般: 23,760円 学生: 19,800円	8月17日(月)まで
<ul style="list-style-type: none"> ▪ メディアリレーションズ ▪ IR(インベスターリレーションズ) ▪ インターナル・コミュニケーション ▪ CSR(企業の社会的責任) ▪ 危機管理広報 ▪ グローバル広報 ▪ 行政・団体等の広報・PR 	株式会社エイレックス 危機管理広報コンサルティング部長 シニアトレーナー 畑山 純氏	協会会員 社員: 19,800円	

(事務局・真部)



コミュニケーションはソーシャル・ファーストへ 新型コロナウイルスのコミュニケーション事例から

こちらのページでは、協力関係を結んだ世界的な PR 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、世界的なパンデミックとなった新型コロナについて IPRA のシンガポールのソートリーダーの論文をご紹介します。

☆☆☆☆ 要約 ☆☆☆☆

コミュニケーションはソーシャル・ファーストへ

Ovidia Lim-Rajaram, Chief Communications Officer, National University of Singapore.

- ・ 2020 年 1 月には、ソーシャルメディアのユーザは 38 億人、世界人口の約半分。携帯電話の所有率も 67%に達した。ソーシャルメディアは写真・動画、メッセージやミームで心や考え方を変えていく力がある。今や政府を倒すことだってできるようになっている。
- ・ ウイルスと同じく、ソーシャルメディアにも国境はない。ニューノーマルの中では全てのユーザがニュースのエディターであり、あらゆるニュースソースから取捨選択していいねをするかしないかを決めていく。
- ・ 2020 年 3 月第一週、WHO がパンデミックを宣言する前に新型コロナウイルスは高い関心を呼んでいた。
- ・ Facebook の新型コロナウイルス最新情報をアップデートするグループは倍々で増えていき、1 日平均 1,000-2,000 のポストがあった
- ・ Instagram のハッシュタグ covid は 31,000 の投稿があった。
- ・ ソーシャルメディアと新型コロナウイルスはデジタル時代ではじめて発生したパンデミックである。このウイルスの情報については WHO、政府もソーシャルメディアを活用している。例えば、WHO では Facebook, Instagram, Twitters で発信するのはもちろんのこと、TikTok で動画配信まで行っている。
- ・ シンガポール政府では、毎日の記者会見などでマスメディアを活用するのに加えて、積極的なソーシャルメディア活用が行われている。
 - Facebook の活用による頻繁なアップデートや厚生省のウェブサイトへのリンク
 - 専門家からタレントまで様々な人の感染拡大防止動画のシェア
 - インフォグラフィックのフリーシェア
- ・ シンガポール政府のメッセージは、個々人が衛生に気を使い、早めに医者に相談し、症状があったときには自らを隔離するというシンプルなことを繰り返し発信している。さらに首相からはソーシャルメディアを巧妙に組み合わせたメッセージ発信がされている。多言語で、YouTube などによる動画配信の前に Facebook や Twitter で発信され、動画は様々なデバイスでいつでもアクセスできるようになっている。
- ・ ソーシャル・ファーストのアプローチのポイント
今やデジタルコミュニケーションを前面にそして、中心に置かなければならない時代。ソーシャルファーストのアプローチにおけるポイントを以下に示す。
 1. 発言内容や達成目標について、明確で現実的であること。
 2. ソーシャルメディアを見ている人たちに向けてキャンペーンを設計すること。
 3. 一番影響力のあるソーシャルプラットフォームに集約させること。
 4. メッセージをシンプルで短くすること（内容も容量も）
 5. ビジュアル、話し方、言葉の選び方などがメッセージを効果的にサポートすること。
 6. インフォグラフィックやビジュアル、ショートビデオなど拡散可能なメディアでメッセージをサポートすること。

Communications is now social-first: whether you like it or not

The first pandemic of the digital age is highlighting the benefits of a social-first communications strategy. By Ovidia Lim-Rajaram.



Social media flexed its muscles across the globe when the novel coronavirus spread beyond China to the rest of the world. There was news, fake news, and then, too much news sent at light speed – creating widespread concern, confusion and, in many countries, panic and alarm.

It would be difficult to ignore social media as a powerful form of communication. In January 2020, there were [3.8 billion social media users](#) – almost half of the world's population. At the same time, more than 5.19 billion, or 67% of individuals, globally, own mobile phones.

The ability of social media to change lives can be seen in the civil movements across the world, the youth climate strike movement led by Greta Thunberg, as well as the COVID-19 panic buying of masks, sanitizers and toilet paper around the world. The power of social media lies in its ability to move hearts and minds with its photographs, videos, messages and memes. It can raise the spirits of a bullied child, and also bring down governments.

The new normal

Social media, like the virus, knows no borders. In this new normal, every user is a curator or “editor” of news. Individuals choose which websites or apps to follow or use, and what they want to “like”, comment on, ignore, or share. The 2018 Facebook-Cambridge Analytica data scandal also revealed that organizations with deep pockets could shift sentiment by sending targeted content to influence specific groups of users.

This never-ending information flow is exacerbated in a crisis. In the coronavirus crisis for example, apart from news apps, social media sites saw a high level of coronavirus news-engagement. In the first week of March 2020, before the World Health Organization (WHO) declared a pandemic:

- Facebook had multiple international “coronavirus update” groups with some averaging 1,000-2,000 posts a day;
- Reddit's most popular posts were in “r/Coronavirus”(which had more than 580,000 members), as well as in dedicated groups such as “r/CoronavirusUS”, “r/CoronavirusUK” and “COVID19”.
- Instagram had almost 31,000 posts for #covid.

Public health on social media

The coronavirus crisis is the first pandemic to take place in a digital age. In the flood of information about the virus, what has stood out is the World Health Organization's (WHO) social media-first approach to public health communications. The WHO took to [Facebook](#) (including Facebook Live for its daily press conferences), [Instagram](#) and [Twitter](#) to share its daily analysis

and advice, and to amplify its reach. The WHO can even be seen on [TikTok](#) (on which it started on February 29th, 2020), sharing advice on good personal hygiene! In Singapore, the government has mounted an integrated 360 campaign with an enhanced social media front to keep the population informed of the COVID-19 situation. While the daily press conferences and briefings with the mainstream media have established a calm and steady inflection to the evolving local situation, frequent public health advisories are pushed out in newsprint wraps, on the radio as well as free-to-air television. On social media, the campaign has been particularly impressive. The roll-out included:

- A pinned Facebook post with a direct link to the [Ministry of Health website](#) appears at the top for related search words;
- Frequent updates on [the Ministry's Facebook page](#),
- Dedicated Government of Singapore (Gov.sg) WhatsApp and Telegram channels with daily updates on the latest developments;
- Shareable videos with public education messages from infectious diseases experts to humorous reminders by popular local stars to reduce community spread;
- Downloadable and shareable infographics for the public made freely available for public download and sharing at the [sg website](#).

The thoughtful, multi-pronged public communications strategy centred on repeated messages about personal hygiene and seeking early medical care and self-isolation when having respiratory symptoms. The bombardment of messages on all fronts, particularly on social media, created a strong sense of urgency and importance, and played a significant part in Singapore's aggressive containment approach and efforts to slow the growth of the outbreak.

The country's Prime Minister, Mr Lee Hsien Loong, has used social media to address the nation at crucial points of the evolving virus situation. A savvy presence on the local social media scene, he has perhaps the highest number of followers on social in Singapore. Mr Lee's most recent address on March 12th – which he made in the languages of English, Chinese and Malay – was announced on Facebook and Twitter an hour and a half before it was screened on YouTube, Facebook and Twitter, as well as free-to-air television. The use of YouTube also ensured that those who had missed his calm and measured address could watch the video of his speech online, at their convenience, on any device.

A social media-first approach

On March 12th, Instagram posts with #covid jumped to over 114,300, more than 3.5 times the number the week before. The top trending hashtags on Twitter on 12 March 2020, 6pm Brisbane time, 4pm Singapore, 4am EST in the U.S.:

1. #TomHanks (768K Tweets)
2. #CoronavirusPandemic (90.9K Tweets)
- 3.

American actor Tom Hanks had just hours earlier [announced on his Instagram account](#) that he and his wife Rita Wilson had tested positive for the COVID-19 virus in Australia. Hanks went social media-first with his news, and he was widely praised for this.

So what could a social-first approach for an organization look like? If I might offer some suggestions:

1. Be clear and realistic about what you want to say and achieve.
2. Design your campaign for a social media audience (with a short attention span).
3. Focus on the most effective social platforms.
4. Keep your messages simple and bite-sized – both in information and file size.
5. Ensure that your language, tone, visuals and/videos support amplify your message.

6. Support your messages with a mix of shareable media, such as infographics, visuals and short video clips, where possible.

With most of the world now on social media, it is vital that communicators move beyond using social media as a dissemination platform. We need to put digital communications front and centre of all we do, and adopt a social-first approach to communications.

The author

Ovidia Lim-Rajaram, Chief Communications Officer, National University of Singapore.



PRSJ in Media

● 5月1日（金） 『月刊広報会議』6月号

『月刊広報会議』6月号における当協会の連載コラムで、2月13日に当協会が開催した「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」の様相についてとり上げられました。

コラムでは、当日のセミナーは井口理審査委員長の挨拶、『PRアワードグランプリ 2019』の概要紹介を皮切りとして始まり、シルバー以上を受賞した4エントリーについて、それぞれのプロジェクトの推進にかかわった中心メンバーにより講演が行われたことが掲載されました。また、セミナー最後のプログラムとして井口委員長を含む3人の審査メンバーとモデレーターによるトークセッションが行われ、今年の応募エントリーの傾向や個別エントリーの評価ポイント、次回以降応募を検討する受講者へのアドバイスなどが示されたことが紹介されています。

[記事協力：株式会社内外切抜通信社]