

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 8・9 月合併号

NO. 321

TOPICS

PRsjの新型コロナウイルス感染症拡大防止への取り組みについて(8月31日更新)

ATTENTION P1

平和と民主主義のもとで機能するパブリック・リレーションズ(PR)
～より良い世界の実現のために～

(公社)日本パブリックリレーションズ協会 副理事長 鈴木 孝徳

MESSAGE P4

「PRアワードグランプリ 2020」エントリー受付中!

ATTENTION P5

PRプランナー資格認定検定試 第27回、第28回1次試験 中止のお知らせ

ATTENTION P6

「広報・PR実務講座」を全面的にオンライン化

ATTENTION P7

「10年後のPR産業を考える」をテーマにキーノート、5つのセッションをオンラインで開催

ATTENTION P8

アジア・パシフィック PRovoke サミットのご案内

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

8・9月合併号目次

ATTENTION(お知らせ)	PRSJの新型コロナウイルス感染症拡大防止への取り組みについて(8月31日更新)	— 1
9月～10月のスケジュール		— 2
MESSAGE(メッセージ)	平和と民主主義のもとで機能するパブリック・リレーションズ(PR) ～より良い世界の実現のために～	— 4
ATTENTION(お知らせ)	「PRアワードグランプリ 2020」エントリー受付中！	— 5
〃	PRプランナー資格認定検定試 第27回、第28回1次試験 中止のお知らせ	— 6
〃	「広報・PR実務講座」を全面的にオンライン化	— 7
〃	「10年後のPR産業を考える」をテーマにキーノート、5つのセッションをオンラインで開催	— 8
〃	アジア・パシフィックPRovokeサミットのご案内	— 10
REPORT(講演レポート)	第206回定例研究会(正会員・個人会員限定)	— 11
What's New from IPRA	Doの2020年代へ:ブランドマーケティングの新しい時代	— 12
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感染症拡大防止への取り組みについて (8月31日更新)

PRSJでは、新型コロナウイルスによる感染拡大が続いている情勢に鑑み、新型コロナウイルス感染症拡大防止への取り組みを継続いたします。

協会が主催する事業における感染症拡大対策については、「新型コロナウイルス感染防止ガイドライン」を作成いたしましたので、詳しくはこちらをご一読ください。

<https://prsj.or.jp/association/wp-content/uploads/2020/08/guideline8.31.pdf>

なお、感染防止に向けた基本原則を以下の通りといたします。

◆「3密」を生じさせない環境設定

換気の徹底、施設収容率（50%以下）の厳守、ソーシャルディスタンスの確保

◆密を避ける対策の徹底

- ・オンラインを活用した会議、セミナー、イベントの開催

- ・会議室入室人数の制限

- ・テレワーク、ローテーション勤務の導入

◆マスク常時着用、施設の消毒、手指消毒の徹底

◆食事を伴う会議の中止

◆職員、関係者の健康管理の徹底（検温の励行など）

◆職員のプライベート行動の自主管理の徹底と会員への呼びかけ

なお、協会事務局の業務体制について当分の間、以下の体制とさせていただきます。

◆事務所の開所時間 10：00-17：00 とさせていただきます。

◆職員の勤務体制 在宅テレワークとローテーション出勤を組み合わせた勤務体制とさせていただきます。

以上
公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会事務局

9月～10月スケジュール

第 35 回広報ゼミ（オンライン）

日 時 : 9 月 11 日(金) 16:00～18:40
 会 場 : オンライン(Zoom にて)
 鴻池運輸(株) 広報室長 岩切正哉氏
 講 師 : 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
 (株)ベネッセホールディングス 社長室 部長 坂本香織氏
 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～

第 208 回定例研究会(オンライン開催)

日 時 : 9 月 24 日(木) 13:30～14:45
 テーマ : 「ハフポスト日本版」がめざすこれからのニュースメディア
 ～デジタル時代におけるニュースメディアの近未来を探る～
 講師 : ザ・ハフィントン・ポスト・ジャパン(株) 取締役CEO 崎川真澄氏

PR Professionals Meeting 2020 (オンライン開催)

日 時 : 9 月 28 日(月)、9 月 29 日(火)、10 月 2 日(金)
 いずれも 17:30-18:30、18:50-19:50
 会 場 : オンライン(Zoom にて)
 テーマ : 「10 年後の PR 産業を考える」を共通テーマにキーノート及び 5 つの
 セッションを開催
 講師 : 多数(開催案内参照)

9月～10月の理事会・委員会・ 部会スケジュール

定例理事会	(9 月度)	日 時	: 9 月 10 日 (木)	16:00～17:30
		会 場	: オンライン開催	
	(10 月度)	日 時	: 10 月 8 日 (木)	16:00～17:30
		会 場	: 未定	
教育委員会	(9 月度)	日 時	: 9 月 2 日 (水)	13:30～15:00
		会 場	: オンライン開催	
資格委員会	(9 月度)	日 時	: 9 月 24 日 (木)	13:00～14:30
			: オンライン開催	
国際・交流委員会	(9 月度)	日 時	: 未定	
広報委員会	(9 月度)		9 月 24 日 (木)	16:00～17:30
			: WEB 会議にて開催	
顕彰委員会	(9 月度)	日 時	: 9 月 16 日 (水)	16:00～17:30
			: オンライン開催	
企業部会幹事会	(9 月度)	日 時	: 9 月 2 日 (水)	17:00～18:30
			: オンライン開催	
PR業部会幹事会	(9 月度)	日 時	: 9 月 15 日 (火)	16:00～17:30
			: オンライン開催	

平和と民主主義のもとで機能するパブリック・リレーションズ(PR) ～より良い世界の実現のために～

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 鈴木 孝徳

激動の2020年も第3コーナーに差し掛かってきましたが、世界的な新型コロナウイルスの感染拡大は、私たちの生活様式、働き方そして考え方で大きく変えているように感じるのは私だけでしょうか。

2020年はさまざまな節目の年でもあります。個人的なそして身近なところでは、日本パブリックリレーションズ協会設立40周年、弊社井之上パブリックリレーションズ設立50周年、そして私がジャーナリストからパブリック・リレーションズ(PR)の世界に転じて20年、1年延期になりましたが私の人生で2度目の体験となる東京オリンピック開催などなど。そのなかでも広島と長崎への原爆投下、第2次世界大戦の終戦から75年を迎えましたが、改めて「平和」の大切さを考える夏になりました。

気になるのは終戦から75年の年月が経過し被爆者や戦争体験者の皆さんの高齢化と、戦争の悲惨さを今に伝えるさまざまな建造物や資料館の老朽化が進んでいることです。戦争の悲惨さと言うまでもありませんが、戦争体験者から直接話を聞いたり、資料館などで当時の惨状を目の当たりにしたりする機会は、今を生きている私たちそして若い世代が、平和の大切さを実感し、その想いを未来へ受け継いでいくためにもとても重要だと感じています。

戦争の悲惨さを風化させてはいけない、その想いを国民一人ひとりが継承していくことが必要だと思います。そのためにもパブリック・リレーションズの果たす役割は大きいと考えています。

新型コロナ禍で残念ながらデマも含めさまざまな情報が氾濫しています。どの情報を信頼すればよいのか、結果として情報の受け手である個人のリテラシーに頼らざるを得ない状況が現出しています。

井之上パブリックリレーションズが考えるパブリック・リレーションズとは、「倫理観」をベースとする「双方向性コミュニケーション」と「自己修正機能」による、マルチステークホルダーとの良好な関係構築活動です。

これまで人類が経験したことのない新たな時代にこそ、平和と民主主義のもとで機能するパブリック・リレーションズの役割はますます重要になっています。国連が提唱している「誰一人として取り残さない」という考えのもののSDGs（持続可能な開発目標）を達成するためにもパブリック・リレーションズの力が不可欠です。

このように社会性の強いパブリック・リレーションズを仕事としている喜びと責任を感じながら、皆さん、ともにより良い世界の実現を目指し頑張ってください。

「PRアワードグランプリ 2020」エントリー受付中！

10月26日(月)17:00が締め切り(必着)です

— 顕彰委員会 —

9月1日から「PRアワードグランプリ 2020」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26日(月)17:00(必着)です。皆さまからのエントリー、心よりお待ちしております。

「PRアワードグランプリ 2020」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 : 最近1年間に成果があがった、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 2020」のエントリーフォームに必要事項を入力し、作成したエントリーシートを添付して登録。
- ・エントリー料
 - ☐ 早期エントリー : 10,000円+税/1エントリー(振込手数料別途)
※2020年9月30日(水)までの受付記録のあるもの
 - ☐ 最終エントリー : 20,000円+税/1エントリー(振込手数料別途)
※2020年10月1日～10月26日(月)17:00必着
- ・審査方法
審査員長のもと、9名の審査員で審査団を構成。審査員全員が議論形式の審査会を開催。カテゴリー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9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(11月30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15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 : 2020年12月15日(火)17:00～20:00(予定)
※新型コロナウイルスの感染状況により、オンライン配信などの形式で公開を検討中
※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

・協会WEBサイト : <https://prs.j.or.jp/pr-award/>

(事務局・依田)

PRプランナー資格認定制度／検定試験

第 27 回、第 28 回1次試験 中止のお知らせ

資格委員会

8月23日（日）に予定していました第27回1次試験と、9月27日（日）に予定していました第28回1次試験は、新型コロナウイルスの感染が拡大している状況を鑑み、受験者の皆様の安全を最大限に考慮し、中止することといたしました。

試験直前のご連絡となりましたこと、受験者の皆様には改めて深くお詫び申し上げます。

日本パブリックリレーションズ協会では、試験実施に向け政府や自治体の指針を上回る安全対策（収容人数の30%未満）を講じ、試験実施に向け準備しておりましたが、受験者の皆様の移動を伴う外出のリスクや、全国規模で新型コロナウイルスの感染が拡大している状況を鑑み、協会として検討した結果、誠に申し訳ございませんが、中止の判断とさせていただきました。

今回の受験料につきましては、全額ご返金させていただきます。お手続き方法につきましては、受験者の皆様に個別にご案内させていただきます。

また、第27回、第28回の2次、3次試験につきましても中止いたします。

なお、今後の試験につきましては、今までの集合型での試験方式を抜本的に見直し、受験者の皆様の安全性が担保できる体制を構築し、ご案内させていただきます。

今後の試験の詳細につきましては、2021年3月に予定されている第29回試験の開催の可否を含めて、できるだけ早期に決定し、発表いたします。

受験に向けご準備されていた皆様には、誠に申し訳ございませんが、何卒ご理解を賜りたく、よろしくお願い申し上げます。

P R プランナー資格制度 Web サイト

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

広報・PR実務講座 2020

「広報・PR実務講座」を全面的にオンライン化 ～自己研鑽の機会をフレキシブルに提供～

教 育 委 員 会

協会では、広報・PR実務者に自己研鑽の機会をフレキシブルに提供するため、今秋以降に開講する「広報・PR実務講座」を大幅にオンライン化します。

今年度、協会では、「広報・PR入門講座（春期）」をオンライン講座として6月に開講、多数の受講者を集めました。従来、受講者はほぼ首都圏在住者に限られていましたが、今年はオンライン開催のため全国各地から受講が集まりました。このことを鑑み、協会では全国の広報・PR実務者に対し自己研鑽の機会を幅広く提供できるよう、今秋以降の「広報・PR実務講座」について大幅なオンライン化を進めることとしました。

まず、秋期の新任実務者を主な対象とする「広報・PR入門Web講座（秋期）」、経験者を対象とする「広報・PRスキルアップ実践講座」の全講座について、パソコンやスマホ、タブレット等により日時や場所に制約されことなく受講できるオンデマンド講座とします。また、「新任広報部長講座」は講義をオンデマンド化し、一部をライブ方式で開講する予定です。

また、100名を超える参加者を集める「PRアワード受賞事例公開セミナー」についてはライブ方式による開催を検討しています。なお、PRプランナー試験対策講座は、次の試験実施にあわせオンデマンド講座として開講します。

各講座の概要ならびに受講申込みは、順協会のWebサイトで、次、案内を行います。

■講座・セミナー 開講予定と方式

講 座	開講予定	開講方式(予定)
広報・PR入門Web講座(秋期)	2020年10月	オンデマンド
広報・PRスキルアップ実践講座		
企業広報	2020年9月	オンデマンド
リサーチ&PRプランニング	2020年10月	オンデマンド
マーケティングPR	2020年11月	オンデマンド
デジタル危機対応	2020年12月	オンデマンド
企業文化醸成	2021年1月	オンデマンド
危機対応	2021年2月	オンデマンド
新任広報部長講座	2020年11月	オンデマンド、一部ライブ
1次試験対策講座	未定	オンデマンド
2次試験対策講座	通年	オンデマンド
3次試験対策講座	未定	オンデマンド
PRアワード受賞事例公開セミナー	2021年2月	ライブ
新春PRフォーラム 特別講演	2021年1月	未定

(事務局・真部)

PR Professionals Meeting 2020

「10年後のPR産業を考える」をテーマに キーノート、5つのセッションをオンラインで開催

P R 業 部 会

PR業部会では、来たる9月28日、29日、10月2日の3日間、PR Professionals Meeting 2020「10年後のPR産業を考える」と題してオンラインイベント（Zoomを使用）を開催します。

いまだ先行きが不透明な新型コロナでビジネス・生活のあらゆる側面が変化を迎える中、PR産業がこれからも社会から、生活者から、企業・団体から期待されるビジネスとして新たな価値を発信していくためにはどうすればいいのか、文字通り「10年後のPR産業を考える」をテーマにキーノート及び5つのトークセッションで探っていきます。

多彩なセッションテーマのもと、それぞれの領域のスペシャリストをお招きして、これからの可能性について、白熱のディスカッションが繰り広げられます。

今回は、PRSJのPR業部会メンバーのみならず、広く一般の方も参加可能です。また、PRSJのPR業部会会員の方は各日終了後、オンライン交流会にご参加いただけます。参加希望の方は別途お申込みをお願いいたします。

ご自身の関心のあるテーマにぜひご参加ください。



＜開催概要＞

※テーマ、スピーカー、モデレーターは変更になる可能性があります。

■2020年9月28日(月)

17:00~17:10	オープニング
17:10~18:30	キーノートセッション (株)ベクトル 取締役 吉柳さおり氏 広島市立大学 広島平和研究所 准教授 河兎珍氏 (株)グローコム コミュニケーションストラテジスト 岡本純子氏 モデレーター: (株)PR Table 取締役 菅原弘暁氏
18:50~19:50	セッション① PRにおけるガバメント・リレーションズの実際 文化庁 文化経済・国際課 課長補佐 林 保太氏 自由民主党政務調査会 職員 山崎 雅邦氏 三村小松山縣法律事務所 弁護士 小松 隼也氏 モデレーター: (株)井之上パブリックリレーションズ 尾上玲円奈氏

■2020年9月29日(火)

17:20~17:30	オープニング
17:30~18:30	セッション② 将来のPRの鍵を握るのは、サステナブル・ラグジュアリー！ ハーパーズ バザー ビューティ・ダイレクター 木津由美子氏 ファッションジャーナリスト/f プロジェクト代表 藤岡篤子氏 モデレーター: キャンドルウィック(株) シルベスタ典子氏
18:50~19:50	セッション③ 優秀なPRパーソンを惹きつけ、育て、支える PR会社の管理部門が果たす役割とは？ (株)サニーサイドアップ 取締役 CBO 松本理永氏 ほか モデレーター: 共同ピーアール(株) 高木亮太氏
	文化庁 文化経済・国際課 課長補佐 林 保太氏 自由民主党政務調査会 職員 山崎 雅邦氏 三村小松山縣法律事務所 弁護士 小松 隼也氏 モデレーター: (株)井之上パブリックリレーションズ 尾上玲円奈氏

■2020年10月2日(金)

17:20~17:30	オープニング
17:30~18:30	セッション④ これからの地域にパブリックリレーションズができること 広島県 県政コミュニケーション・マーケティング総括監 上迫 滋氏 (株)オズマピーアール関西支社 支社長 国友千鶴氏 モデレーター: (株)TMオフィス 代表取締役 殿村美樹氏
18:50~19:50	セッション⑤ 会社の看板に頼らない、PRパーソンの新しい働き方 フリーランス 佐賀晶子氏 note プロデューサー／ブロガー 徳力基彦氏 (株)マテリアル 代表取締役社長 青崎 曹氏 他1名予定 モデレーター: (株)本田事務所 代表取締役／PRストラテジスト 本田哲也氏

※各セッションの定員は450名となります

日本パブリックリレーションズ協会のWebサイトからセッションごとにお申し込みください。

<https://prsj.or.jp/event/prprofessionalsmeeting2020>

アジア・パシフィック PRovoke サミットのご案内

40 周年記念事業実行委員会

PR 業界の国際的な専門メディアである PRovoke メディア（旧 Holmes Report）が主催するイベントであるアジア・パシフィック PRovoke サミット（旧 IN2 サミット）が、9 月 24 日（木）に下記のとおり開催されますのでご案内申し上げます。

2014 年に IN2 サミットとして始まった PRovoke サミットは、アジア太平洋地域を含む、世界各地で毎年開催されている PR の業界イベントです。企業・団体のインハウスおよびエージェンシーのリーダー、実務家たちが集まり、最新の PR トピックスについてディスカッションする内容となります。

今年は PRSJ の 40 周年の年にあたり、当協会が PRovoke サミットと同日夜に開催される SABRE アワードを東京に招聘し、周年事業の一環として共同で開催する予定でした。しかしながらコロナ禍のため東京での開催は来年に延期となり、今年はオンラインで開催されることとなりました。来年の PRovoke サミットでは PRSJ もパネルディスカッションなどを主催する予定です。今年はオンラインのため、サミットは無料となります。是非この機会にご参加をご検討ください。

記

■開催日時：9 月 24 日（木）

- ・PRovoke サミット：10:30-12:30（9:30-11:30 CST） ※プログラム内容未定
- ・SABRE アワード表彰式：18:00-19:30（17:00-18:30 CST）

<プログラム内容> ※以下のページで順次更新されます。

<https://live.provokemedia.com/asia-pacific/programme>

10:20～：Welcome and Introduction（主催者挨拶）

10:30～：From fragility to agility: Growth strategies for 2021（脆さから素早さへ：2021 年の成長戦略）

11:15～：Creativity born out of crisis: the future of integrated communications in Asia-Pacific（危機から生じた創造性：アジア太平洋における統合コミュニケーションの未来）

11:45～：The future of employee engagement（従業員のエンゲージメントの未来）

12:25～：TBC（未定）

12:55～13:25 Independent's day（独立記念日）

※サミットおよび授賞式には通訳サービスはありません。英語のみとなります。

■チケット代：PRovoke サミットは無料

SABRE アワード表彰式は有料となります。人数に応じた割引が適用されます。

参加登録はこちらから → <https://live.provokemedia.com/asia-pacific/register>

以 上

正会員・個人会員限定**第206回定例研究会****2020 年代における『週刊東洋経済』のメディア展開
～デジタル時代における総合経済誌の近未来像を探る～**

**講 師：株式会社東洋経済新報社
「週刊東洋経済」 編集長
山田俊浩氏**

第 206 回定例研究会（6 月度）は、6 月 26 日（金）、A P 東京丸の内 で開催しました。講 師は株式会社東洋経済新報社 「週刊東洋経済」 編集長 山田俊浩氏 。テーマは「2020 年代における『週刊東洋経済』のメディア展開～デジタル時代における総合経済誌の近未来像を探る～」でした。



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、Ogilvy PR AustraliaのCEO、Richard Brett氏の“The decade of do: brand marketing's new era”をご紹介します。



Doの2020年代へ：ブランドマーケティングの新しい時代

☆ ☆ ☆ ☆ 要約 ☆ ☆ ☆ ☆

Doの2020年代へ：ブランドマーケティングの新しい時代

新型コロナによって、ブランドや組織が世界的な問題の解決に向けて積極的に取り組まなければいけない、という考え方が強くなってきている。

ここ2年くらい私は2人の同僚と「Doの10年」という本を書いている。これは「語る telling」から「行動 do」という新しい時代のマーケティングについての本だ。

この変化は、ソーシャルメディアやデジタル革命によって皆が発言する機会を持ったことから生まれている。結果、皆が声高に、早く話すことでの不協和音が生まれてきている。

企業や政府のトップはあらゆることをチェックされるようになり、透明性を強要され、事実とフィクションを明確に分けることが難しくなっている。

こうしたことがここ2、3か月コロナ関連のフェイクニュースが席巻する中でより指摘されるようになっている。政府も企業もどう反応して、どう行動するのか、自分たちに注目が集まっていることを意識せざるをえない。気候変動のような存在を脅かすような脅威への懸念が強くなり、民主主義の衰退や不寛容や不平等がより顕在化する状況を追い打ちするように、私たちは突如として世界レベルでの健康と経済の緊急状態に巻き込まれたのだ。

ピボットが今のキーワードだ

世界がコロナに対してどう反応したのか、世界的な金融危機と比較してみよう。2008年、消費者が景気後退の波をかぶっているときに、政府が行ったのは主に小さなビジネスをやっている銀行の救済だった。

今回は、世界中の政府が打撃を受けた労働者に給与を払い、小さなビジネスに対してキャッシュでサポートしている。

さらに、企業サイドからも素早く、それなりのスケールの反応があった。コロナ問題の大きさが明らかになると同時に、ピボットが今のキーワードとなった。ファッション界のビッグブランドである、グッチ、プラダ、イブサンローランはマスクの製造を始めた。ZARAやH&Mは医療従事者のための用具を製造することにサプライチェーンを集中した。ラグジュアリーブランドの集合体であり、ディオール、フェンディ、ジバンシー、ルイヴィトン傘下のLMVHは香水製造の3つの工場を手の消毒液製造に転換した。

フィアット、フォード、GM、日産、テスラなど世界中の車メーカーが工場をマスクや人工呼吸器の製造用にシフトしている。あらゆる業種の企業で顧客や従業員のためにキャンセル料無料や無料検査、無制限の病欠などの対策に多額の金額やリソースを割いている。

また、様々な団体がミュージシャンのように仕事を失い、孤立している人々の救済用のプログラムを立ち上げ、医療現場にいる人たちへの感謝プログラムを作っている。

今の危機状況にあっても2020年代はDoの10年と言えるのか。想定外の状況に多くの対応がなされている。そしてトイレトペーパーや日用品がスーパーから消えてしまうような買い占めがまだあるにしても、世界中で起きている暖かい支援は、人間性への信頼を再確認させてくれるものだ。Doの10年は想像もできなかった困難から始まったが、これからできることへの期待も膨らんできている。

第二次世界大戦以来の不安に包まれた状況ではあるが、世界金融危機からの教訓を各国政府がこのパンデミックの対応に活かしているとみることができると思う。

Doの10年は行動が口よりも雄弁なときだ。今の危機状況で痛感するのは、世界規模の問題をみんなで、生活者も企業も団体・組織も一緒になって解決するときだということだ。

ITL #387 - The decade of do: brand marketing's new era

The covid-19 crisis reinforces the view that brands and organisations must play an active role in solving the world's problems. By Richard Brett.



For the past two years, myself and two colleagues have been writing a book called *The Decade of Do*. It's about how marketing is entering a new era of 'doing' instead of 'telling'.

This change is happening because the social media and digital revolution has given everyone a voice. As a result, there is a cacophony of noise where it feels like everyone is talking louder and faster.

Companies, governments and the people who lead them are under increasing scrutiny. There is forced transparency and it's becoming increasingly difficult to separate fact from fiction.

Fake news around covid-19

These themes have become more pointed in the past few months as "fake news" has swirled around covid-19. Governments and business have found themselves under the spotlight on how they react and how they behave. In addition to growing concerns about the existential threats of climate change, the undermining of democracy, and rising levels of intolerance and inequality, we've suddenly been presented with a global healthcare and economic emergency.

It's been fascinating to see how the world has reacted so differently to the covid-19 crisis compared to the Global Financial Crisis. In 2008, the governments focused primarily on bailing out the banks with small businesses and consumers bearing the brunt of economic recession.

This time around, we've seen governments around the world paying the wages of impacted workers and supporting small businesses with cash payments.

'Pivot' is the word of the moment

We are also seeing a rapid and sizeable response from the business community, with pivot quickly becoming the word-du-jour as the scale of the issue became apparent. Big-name fashion labels including Gucci, Prada and Yves Saint Laurent started using production facilities to make masks. High-street retailers Zara and H&M focused their supply chains on making protective equipment for healthcare workers. Luxury brand stable LVMH – which owns Dior, Fendi, Givenchy and Louis Vuitton – converted three of its perfume factories into the manufacture of hand sanitiser.

Car makers around the world – including Fiat, Ford, General Motors, Nissan and Tesla – shifted the focus of manufacturing plants to face masks and ventilators. Companies from across industries offered considerable financial support and a range of measures designed to help customers and employees including waived cancellation fees, mortgage holidays, free medical tests, and unlimited sick leave.

We have also seen many organisations work hard to foster connections and support people who are isolated or out of work, including Miller Lite's Virtual Tip Jar or Popeye's Love That Chicken jingle (working with out of work musicians to re-record their iconic jingle). Brands and organisations such as JC Decaux or Dove have also created work that has thanked frontline and healthcare workers.

A long look at our book

The current crisis made us look hard and long at the sentiment of this book. Would the 2020s still be The Decade Of Do?

Despite levels of uncertainty not seen since the end of the Second World War, we see very promising signs in the pandemic response as governments have clearly learned from the Global Financial crisis.

It's been an incredible response to an unimaginable situation. And despite the panic buying that saw toilet rolls and many other basics disappearing from supermarket shelves for weeks on end, the many acts of kindness happening around the world have given us renewed faith in humanity. The Decade Of Do is starting out from a much tougher position than anybody would have believed a few months ago, but there are plenty of reasons to be excited about what we can do together.

Actions speak louder than words in The Decade of Do. The current crisis has only reinforced our view that this is a time when people, brands and organisations are taking on the world's problems and trying to solve them, together. This book looks at why this is happening, the pioneers who are driving it forward and what this means for the rest of us.

The Decade of Do, written by Richard Brett, Brian Corrigan and Bridget Jung and published by opr, is available as an audiobook or eBook via Apple, [Google Play](#), [Kindle](#), Nook, Kobo, Scribd and Playster.

The author

Richard Brett has over 25 years' experience of marketing communications, brand strategy and communications agency leadership. He is currently CEO for Ogilvy PR Australia, working across all the Ogilvy PR businesses to deliver stand out, effective campaigns for clients such as eBay, Netflix, Ford, Microsoft, Atlassian and KFC.



PRSJ in Media

● 7月31日（金） 『月刊広報会議』9月号

『月刊広報会議』9月号における当協会の連載コラムで、当協会が2020年度PRプランナー試験を開始することが記事掲載されました。コラムでは、PRプランナー資格の概要や資格取得者数、今年度のスケジュールを紹介するとともに、本制度の趣旨についても触れられています。

[事務局注]

本記事を掲載した『月刊広報会議』9月号の刊行後、8月17日の臨時理事会で今年度におけるPRプランナー試験の中止が決定されました。今後の試験再開のスケジュール等は、資格委員会で検討されており、決定次第、発表される予定です。

● 8月10日（月） 『広報』8月号

月刊『広報』8月号で、「PRアワードグランプリ2020」のエントリー募集開始について記事掲載がありました。記事では、「PRアワードグランプリ」の概要、エントリー案件、応募方法、スケジュールなどの応募概要が紹介されています。

● 8月20日（月） 『CM通信』8月20日号

『CM通信』8月20日号で、当協会が9月1日から「PRアワードグランプリ2020」のエントリー募集を開始することが報じられています。記事では、「PRアワードグランプリ」の沿革や趣旨、選考のポイントやスケジュールなどが紹介されています。

● 9月1日（火） 『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、「PRアワードグランプリ2020」の募集開始に関する記事掲載がありました。コラムでは、世界的なパンデミックが続くなかにおける今回のアワード実施に対する井口理委員長の期待をはじめ、エントリーシート作成のポイントや募集スケジュール、審査体制や選考プロセス、表彰式の予定などについて触れられています。

[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おもいますので、
よろしくお願い致します。

広報員会

E メール mail@prsj.or.jp

F A X 03-5413-2147

※ 禁転載