

PRsj

PUBLIC RELATIONS
SOCIETY OF JAPAN

NEWS

2021 年 4 月号

NO. 328

TOPICS

コロナ禍で考える価値を伝える PR の役割

(公社)日本パブリックリレーションズ協会 理事 渡邊 香織

MESSAGE P4

「広報・PR入門Web講座 2021」を 5 月開講

ATTENTION P5

1 次試験公式テキスト『2021 年度版 広報・PR概説』を発刊

ATTENTION P7

「PRアワードグランプリ 2020」審査団による講評・コメント

ATTENTION P8

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

4月号目次

4月～5月のスケジュール	—	2
MESSAGE(メッセージ)	コロナ禍で考える価値を伝えるPRの役割	— 4
ATTENTION(お知らせ)	「広報・PR入門Web講座2021」を5月開講	— 5
”	1次試験公式テキスト『2021年度版 広報・PR概説』を発刊	— 7
BULLETIN(活動報告)	「PRアワードグランプリ2020」審査団による講評・コメント	— 8
REPORT(講演レポート)	第211回定例研究会(正会員・個人会員限定)	— 13
What's New from IPRA	IPRAのアワード、GWAのエントリー受付中	— 14
PLAZA(会員情報)	会員だより	— 15
協会掲載記事	PRSJ in Media	— 16

4月～5月スケジュール

【オンライン】関西部会主催：定例会

日 時 : 4月16日(金)16:30～18:00

テーマ : 「コロナ禍と広報～くら寿司の工夫と戦略」

講師 : くら寿司(株)取締役・広報宣伝 IR 本部長 岡本浩之氏

【オンライン】広報・PR入門Web講座 2021

日 時 : 5月中旬開講予定

講 師 : (株)電通パブリックレーションズ 阪井完二氏、他 10 名

4月～5月の理事会・委員会・ 部会スケジュール

定例理事会	(4 月度)	日 時	: 4 月 8 日 (木)	16:00～17:30
		会 場	: オンライン開催	
	(5 月度)	日 時	: 5 月 13 日 (木)	16:00～17:30
		会 場	: 未定	
教育委員会	(4 月度)	日 時	: 4 月 14 日 (水)	13:30～15:00
		会 場	: オンライン開催	
資格委員会	(4 月度)	日 時	: 4 月 22 日 (木)	12:00～14:00
			: オンライン開催	
国際・交流委員会	(4 月度)	日 時	: 4 月 12 日 (月)	12:30～13:30
			: オンライン開催	
広報委員会	(4 月度)	日 時	: 4 月 22 日 (木)	16:00～17:00
			: オンライン開催	
顕彰委員会	(4 月度)	日 時	: 4 月 27 日 (火)	15:00～16:00
			: オンライン開催	
企業部会幹事会	(4 月度)	日 時	: 4 月 8 日 (水)	17:00～18:00
			: オンライン開催	
PR業部会幹事会	(4 月度)	日 時	: 4 月 20 日 (火)	16:00～17:30
			: オンライン開催	

コロナ禍で考える価値を伝えるPRの役割

公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会

理事 渡邊 香織

例年よりもかなりはやい桜の開花を迎え、気持ちが切り替わる新年度がやってきました。

昨年度は新型コロナウイルスに翻弄されました。出社にも会話にも制限がかかる状況下で、社員同士が連携して乗り越えようと動いた年でもあったと思います。

経済産業省が昨年末発表したDXレポートに、コロナ禍は「ITシステムのみならず、企業文化（固定概念）を変革することの重要性を明らかにした」との総括がありました。事業環境の変化に迅速に適応した企業とそうでない企業の差が開いているとの指摘です。

障がい者雇用の促進を担う弊社でも、業務はコロナ禍で一気に減速しました。たいそうな衝撃ではありましたが、改めて自社の存在意義や独自に発揮できる、そして発揮すべき価値について考えた重要な期間でした。そうした価値は、結局、言葉とストーリーに結実すると思います。

弊社は、グループ内でダイバーシティが一番進む会社です。見ているゴールや風景にはそれぞれ異なる点もあり、伝わるように伝えることの難しさを痛感します。オンライン化が進めばなおさらです。マスクをせずに対面で話すことの大切さ、どれだけ非言語コミュニケーションに助けられていたのかを思い知らされました。

これまで20年以上、SI企業の広報に身を置いていました。表にでないシステムは消費者に届きにくく、価値を伝えていく難しさを感じる日々でした。それでもシステムは、最後は人力で動きます。沢山の人や技術が絡み合い、それぞれにストーリーがあり、伝わる素材に満ちてもあります。業界全体を伝えようと事実を積み上げることで、企業の価値に対する理解も得られていったように思います。その経験をコロナ禍の中で思い出しました。

昨今、メディアも急激に変化しています。ネットの興隆により読み手は細分化され、企業自身が発信する動きも強くなりました。定型のプレスリリースでは日の目を見ることは難しく、これまで以上に本質を捉えて伝えていくことが求められているのだと思います。

しかし、時代やメディアの状況が変わっても、自社に対する外部の認識形成に、広報部門が担う役割が大きいことに変わりはありません。無形の価値を伝える面白さは、パブリックリレーションズの醍醐味です。存在意義と独自の価値を模索し続け伝えていくためにも、自身も研鑽を重ね、本協会の活動に尽力していきたいと思います。

広報・PR実務講座 2021

「広報・PR入門Web講座 2021」を5月開講 ～新任広報・PRパーソン向け講座 オンデマンド方式で提供～

教育委員会

協会は、新入社や異動により今春から新たに広報・PRの業務に着任する新任の広報PRパーソンを主な対象とした業務研修「広報・PR入門Web講座 2021」を、5月中旬からオンライン開講します。

本講座の講師には、広報・PRの実務専門家、大手新聞社の報道関係者、大手企業の広報マネージャー、学識者、法曹と広報・PRに通じた弁護士を迎えます。ベテラン講師陣の洗練された指導により、受講者は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、広報関連法規、SDGsなど広報・PR実務者に求められる幅広い知識、ニュースリリースの作成、メディアリレーションズの実務スキルを短期間で系統的に習得することができます。

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付ける「広報・PR実務演習」コースの3コース11講座で構成されています。このため、申込みにあたって受講者は、広報・PRの基本を総合的に学ぶ「全コース一括受講」、あるいは個別の業務ニーズやスケジュールに応じて「コース受講」を選択可能です。

なお本講座は、オンデマンド方式のオンライン講座として開講します。受講者は、自宅やオフィスなど任意の場所でパソコンやスマホを利用しフレキシブルに学ぶことができます。

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受講をお待ちします。

講座の詳細ならびに受講申込みは、協会Webサイトの講座ページで4月下旬からご案内の予定です。

■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)	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 2021」の構成

※講座タイトルはすべて仮題です。予告なく変更することがありますので、申込みにあたっては必ずWebサイトの講座ページをご確認ください。

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』とはどんな仕事？ ～その目的と役割、仕事の実際～」	阪井完二氏 (株)電通パブリックリレーションズ
A-2	「企業広報の目的・役割と取組みの実際 ～理念浸透に貢献するコミュニケーションの推進～」	上岡典彦氏 (株)資生堂
A-3	「企業の危機管理とリスクコミュニケーション ～危機管理広報の重要性を学ぶ～」	小林洋子氏 (株)エイレックス
A-4	「広報・PRパーソンが知っておくべき法的ポイント ～関連する法規の基本と業務で気をつけること～」	鈴木悠介氏 (西村あさひ法律事務所)
A-5	「社会課題の解決をめざす SDGsと国・企業・諸団体による 取組み～広報視点からSDGsの重要性を学ぶ～」	北郷美由紀氏 (朝日新聞社)
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』とはどんな仕事？ ～その目的と役割、仕事の実際～」	阪井完二氏 (株)電通パブリックリレーションズ
B-2	「広報・PRパーソン必携！的確に伝わるコミュニケーションの ポイント～メディアにどう伝えるか、リモートでどう伝えるか～」	岡本純子氏(コミュニケーション・ストラテジスト)
B-3	「情報流通構造の変化とデジタルPRの基本 ～広報・PRでデジタルをどう活用するか～」	講師調整中
B-4	「新聞社の現在とこれからのメディア作り ～新聞作りの実際とデジタル化への取組み～」	吉田典之氏 (読売新聞社)
B-5	「マーケティングの基本とこれからのマーケティング PR ～PR の役割・位置付けと活動の取組みの実際～」	北見幸一氏 (東京都市大学)
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 ～メディアを理解しどうつきあうか～」 〈講義と演習〉	田代 順氏 (株)マテリアル

(事務局・真部)

PRプランナー資格認定制度／検定試験

PRプランナー資格認定検定試験 1次試験公式テキスト

『2021 年度版 広報・PR概説』を発刊

2021 年 8 月に実施される第 30 回 1 次試験に対応

資格委員会

PRプランナー資格認定検定試験 1次試験の公式テキスト『2021 年度版 広報・PR概説』を 3 月 31 日に同友館より刊行しました。

本テキストは、2021 年 8 月と 2022 年 3 月に実施される 1 次試験に対応し、試験範囲となる、経営、CSR、IR、危機管理、マーケティング、ブランドの基本理論の、幅広い範囲にわたる試験分野の内容をカバーし、受験準備を効果的かつ効率的に行うことが可能となります。

『2019－2020 年度版 広報・PR概説』からの主な変更は、一部データの更新、『第 9 章 CSR』に「PR活動ガイドライン」の追加、試験実施方式の変更に伴い「PRプランナー資格制度について」の試験実施概要の改訂となっています。

なお、2 次・3 次試験に対応した『2021 年度版 広報・PR実践』、および 1 次試験から 3 次試験までの参考問題を収録した『2021 年度版 広報・PR参考問題集』は、7 月刊行を予定しております。

2021 年度版 広報・PR概説



仕様	定価：2,640 円（消費税込） 仕様：A5 サイズ、343 ページ
編著	（公社）日本パブリックリレーションズ協会
発行	同友館
発行日	2021 年 3 月 31 日
ISBN	978-4-496-05538-6
目次	第 1 章 広報・PR の基本 第 2 章 企業経営と広報・PR 第 3 章 広報・PR 活動のマネジメント 第 4 章 コミュニケーションの基礎理論 第 5 章 メディアリレーションズ 第 6 章 マーケティングの基礎理論 第 7 章 マーケティングと広報・PR 第 8 章 ブランドの基礎理論 第 9 章 CSR（企業の社会的責任） 第 10 章 インターナル・コミュニケーション 第 11 章 IR（インベスターリレーションズ） 第 12 章 グローバル広報 第 13 章 危機管理広報 第 14 章 行政・団体等の広報・PR ※各章末に参考問題付

「PRアワードグランプリ 2020」審査団による講評・コメント —— 顕 彰 委 員 会 ——

昨年開催した「PRアワードグランプリ 2020」について、審査団からの講評・コメントが届きました。ぜひ皆様の今後のPR活動のご参考にしていただければ幸いです。



審査委員長

株式会社電通パブリックリレーションズ 執行役員

井口 理

今回のPRアワードはコロナ禍もあり、エントリーも少なく、また守り一辺倒の型が多いのでは思っていたのですが、それぞれ大きく予想を裏切られました。エントリーは例年以上、逆に攻めの姿勢の案件が多かったのはうれしい誤算でした。

審査会は昨年ご一緒した方も多く、気心が知れている分、逆にそれぞれの意見を厳しく戦わせる場となりました。しかしそれこそが我々審査員

の学びでもあります。エントリーを評価する立場でありながら、自身の考え方が同様に客観的に評価されるという切磋琢磨の場となりました。

最後のグランプリ選考では、意見が割れたというよりも、それぞれの審査員が両エントリーに甲乙つけがたい、どこに視点を置いて、どの立場で評価すべきなのかという根本部分にまで議論が及びました。これは決着がつかない、ついたとしても選出した結果への我々の満足感が生まれないと考え、顕彰委員会と協議し、異例のダブルグランプリと相成りました。

今回も審査を通じて、各施策を評価するだけでなく、我々PR業界に何ができるか、また何をすべきかを改めて考える機会をいただけたと感じています。事業会社とともに、PR会社もこの世の中に対して何ができるのか、その指標を見つけ共有することができたのではないかと自負しています。



一橋大学大学院 経営管理研究科 教授

阿久津 聡

今回の審査会はコロナ禍での開催となりましたが、だからこそ、PRの社会的存在意義と向き合う良い機会になったという面もあったと感じました。審査の中でも、パーパス・ドリブンであるかという視点から様々な議論がなされました。

受賞した作品には、理念の中でも社会的に意義があるパーパスを重要な拠り所として発信し、共感を得ているものが多かったように思います。

審査員として素晴らしい作品に出会えたことに感謝しながら、次回さら

にレベルアップした作品に出逢えることを期待しております。



アマゾンジャパン合同会社
パブリック・リレーションズ本部 本部長
金子 みどり

40 年という歴史を経て日本のパブリック・リレーションズの基盤を支えてきた日本パブリックリレーションズ協会のアワード。審査員として今年も多様な意見がぶつかり合い、共通の解を見出すという熱い議論に参加させていただきました。事業者と PR 会社そして学術界から構成されている審査委員会だからこそ可能な広い視野と深い考察による審査プロセスが踏めたのだと思います。

コロナ禍の 2020 年は、人々の日常・産業・政治・教育・医療・物流などなどすべてが不確実性の中で暗いトンネルの中を手探りで歩いていくような年でした。元旦、東京の見事な青空を仰ぎながら、先の見えない不安よりも、自らが新しい日常を積極的に築いていこうと気持ちを新たにしました。

今年のアワードにおけるエントリーも、コロナ禍だからこそ自らが動くという積極的な姿勢が根底にあり、私自身勇気付けられる内容でした。

井之上パブリックリレーションズおよびダイキン工業というダブル受賞についてですが、実はコロナ禍で新しい行動を取ったというより、それぞれの組織の長期的ビジョンに基づいたものでした。井之上パブリックリレーションズは、PR 会社としてクライアントの成長をサポートするだけでなく、自らが「より良い社会のために」というビジョンの下、これまでもパブリック・リレーションズ全体の底上げに貢献されてきました。私自身もこよなく愛するブランドの一つであるダイキン工業は、「空気と環境」において社会的価値を創造することをビジョンとしています。平時から、長期的視点に立って積み重ねてきた自社の強みが、パンデミックのような状況下でも迅速に社会が必要としていることに取り組むことを可能にし、一過性でない社会的価値を創造する広がりをもせたということなのだと思います。

2020 年パブリック・リレーションズの仕事を通し、自社の Amazon においても同様の発見がありました。これまでと変わらないビジョンの下に迅速に愚直に課題解決を日々積み重ねた一年でしたが、「これまでと変わらない、そしてこれからも変わらない」という再確認をした年でもありました。明快なビジョンの下に長期的視点で組織全体が歩み続けていく、その中でのパブリック・リレーションズもそうありたいと思います。

受賞された皆さまおめでとうございました。また受賞に至らなかったエントリーにも素晴らしい価値がたくさん盛り込まれていました。2021 年のアワードにもチャレンジをお願いします。



(株) 刀
エグゼクティブ・ディレクター
ストラテジック・コミュニケーション
田上 智子

今年の PR アワードは、昨年以上に企業やブランドのパーパスにもとづく受賞作が多くあったように感じました。

とくにグランプリの2作品は、コロナ禍という未曾有の危機に際して、自社の利益だけでなく、本業に基づく「パブリックへの貢献」を真摯に行い、発信したすばらしい事例でした。

「コロナ禍」という特殊な環境で、通常以上にインターナルコミュニケーションに尽力された事業会社からのエントリーも多数あり、奨励賞を差し上げることができたことも今年らしい PR アワードの発展のかたちだと感じました。

企業やブランドのパーパスにもとづく PR 活動も、インターナル PR も、PR が経営の中核にあるべきであるという戦略発想からうまれるものであり、日本でもこうした真の「パブリックリレーションズ」が定着しつつあることをうれしく思います。

昨年に引き続き、多様性のある審査員団の活発な議論によって、事例の理解が深まったり、(受賞へ) 敗者復活するエントリーがでてきたりしました。私も他の審査員の方々のおかげで事例の理解を深めたことも多くありました。

受賞された皆さん、改めましておめでとうございます。今年は残念だった皆さんも、ぜひ継続してチャレンジを続けて下さい。

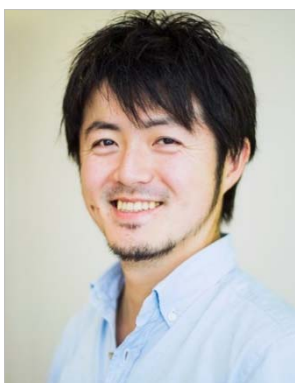


(株) 博報堂
統合プランニング局 チームリーダー/PR ディレクター
永淵 雄也

PR アワードグランプリ 2020 にて、受賞された皆様、本当におめでとうございます。

今年度は、新型コロナウイルスによっておきた環境変化に向き合った業務とそれとは別に従来からの課題に取り組まれたものが混在し、評価を難しくしていたと思います。個人的には、従来から取り組まれていた業務において、コロナ禍の影響を受けつつもやりきった業務にもっとも

敬意を評したいと思いました。また、奨励賞にもありましたようなインナーコミュニケーション領域での応募が再び目立ってくるなど、PR テクノロジーの活用機会が拡大しているなど実感させられました。環境変化のときこそ、変化を乗り越えすプロである PR パーソンの真価が問われるときですので、どんどん領域拡大する PR の好事例が増えていくのが楽しみです。



ジャーナリスト/メディアコラボ代表

古田 大輔

パンデミックという歴史的な異常事態の中でのアワードでしたが、2つのグランプリを中心に、PRが企業活動に直結しつつ、社会にポジティブな影響を与える力をより強く印象づける年になりました。パブリックとリレーションズ、共に人と人が繋がることがその根本にあります。新型コロナウイルスの影響で、人と会うことすら難しいときにこそ、その視点の重要性が問われ、PRがその真価を発揮する時代なのだと思います。



株式会社本田事務所 代表取締役／

本田 哲也

あらためまして、エントリーいただいた皆さま、ありがとうございました。そして受賞した皆さま、誠にありがとうございます。審査員の一人として、本当にコロナ禍でアワードを決行できてよかったなと思います。パンデミックの負の影響は計りしれませんが、ひとつ前向きなことがあるとすれば、企業の社会的意識や存在意義への関心を大きく向上させたことです。直接的にコロナに関連せずとも、今回のエントリー群からは、それを強く感じました。まさに、「ピンチはチャンス」です。今回の経験が、より素晴らしいパブリックリレーションズの実践につながることを願っています。



(株)サニーサイドアップ

取締役CBO

(公社)日本パブリックリレーションズ協会 顕彰委員会

松本 理永

未曾有の出来事に見舞われた2020。
刻々と変わる情勢の中で、一旦は本アワードの開催自体もどうすべきか議論されましたが、こうした時こそ、コミュニケーションの重要性が問われること、手法や、表現は変わっても、真に伝えるべきことを明確にし、伝え、巻き込み、うねりを生み出していくPRの動きは止まらず、奮闘しているPRパーソンたちもいるはず、との思いで、たとえ応募が少なくても開催しよう、という結論にいたりしました。
蓋をあけてみれば、昨年を上回る数の応募があり、その内容もすでにニューノーマルを真っ向から捉えて取り込んだものから、COVID19の影響を直接的に感じさせないものなど、さまざまな素晴らしい作品に出逢うこととなりました。エントリーいただいた皆様、あらためてありがとうございました。常に、人の心と行いを動かしていくのはPRの力であると信じています。



(株)井之上パブリックリレーションズ

執行役員 アカ운トサービス本部 コンサルティング 2 部 部長

横田 和明

コロナ禍の最中、紡ぎだされたエントリーシート。一枚一枚を拝読する中、心を動かされる事案には、以下の要素がありました。

- 未曾有の危機や社会変化の中で生じる誰かの“痛み”から課題を発見する感性
- 自分たちは社会において何を成す存在なのかを明らかにしていく意志
- 目的を達成するためにアプローチすべき様々なステークホルダーへの想像力

●状況の変化に合わせた修正と諦めずに工夫を続ける粘り強き実行力

先行き不透明な中でも、人が介在し、“リレーションシップ・マネジメント”で思い描いたことを実現させ、社会をより良い方向に一步動かしていく。数々の応募案件から、パブリック・リレーションズがもたらす希望の力を感じました。



(株) プラップジャパン

取締役 戦略企画本部長

吉宮 拓

コロナ禍ながらも多くのプロジェクトがエントリーされ、個人的にも興味の尽きない審査でした。

特徴としては、新型コロナに対し機動力の高い活動が評価された一方で、社会性の高いテーマに関して議論を投げかけることで自社へ共感を引き寄せるようなプロジェクトが複数エントリーされ、一つの型として定着しつつあると感じます。

手法では単なるメディア露出や SNS での拡散にとどまらず、プロジェクトに賛同する他社をも巻き込み、話題化を図る案件が目立ちました。

いずれもパブリックリレーションズの本質を捉えたアプローチで、PR の実務家である私たちにとって大いに刺激となる内容でした。

正会員・個人会員限定

第211回定例研究会

**国際情勢から考えるメディアの役割と
ニュース解説の目指すもの
～アメリカ社会の分断・メディアの役割～**

講 師:NHK 解説委員長

今村啓一氏

第 211 回定例研究会（2 月度）は、2 月 26 日（金）、オンラインでで開催しました。講師はNHK 解説委員長 今村啓一氏。テーマは「国際情勢から考えるメディアの役割とニュース解説の目指すもの～アメリカ社会の分断・メディアの役割～」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、IPRA が主催するグローバルアワード、ゴールデン・ワールド・アワードのエントリー受付中のお知らせです。



**IPRA のアワード、GWA のエントリー受付は 5 月 10 日まで。
PRSJ 会員は早割料金でエントリー可能です。**

IPRA が主催するグローバルアワード、ゴールデン・ワールド・アワード (the Golden World Awards for Excellence in PR、以下 GWA*)が 2021 年 5 月 10 日 (イギリス時間) までエントリー受付中です。

すでに早割期間は終了していますが、PRSJ 会員は全期間中、早割料金の 340 ポンドで優待エントリー可能です。

優待エントリー料金の設定については、下記の手順をお願いします。

1. IPRA のサイトの GWA のページへ <https://www.ipra.org/golden-world-awards/enter/>
2. エントリーフォームに必要事項を記入
3. secgen@ipra.org にメールし、エージェンシー名あるいは entry code を伝えて、discount code を請求
4. 支払い時に discount code を記入し、エントリーする

以上です。

ぜひ、みなさまの優秀事例を世界にアピールしてください。

*GWA について (IPRA より)

GWA は 1990 年に創設され、様々なカテゴリーで世界の優秀な PR 事例を表彰するものです。毎年、エントリーの中からその年の最高の水準に達したエントリーを表彰するとともに、SDGs を目的とした活動に対しては、特別に Global Contribution Award for PR を選出しています。国ごとや地域ごとの PR アワードは数多くありますが、世界を対象としたものはこの GWA だけです。

■ 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。

本情報は、韓国 KPR 社の創業者ケイ・イム氏から当協会名誉会員で元理事長の黒水恒男氏に寄せられたものです。

韓国PR協会の会長にキム・ジュホ KPR 会長が指名されました



韓国最大のPR会社 KPR のキム・ジュホ（金周鎬）会長がこのほど、韓国PR協会（KPRA）の会長に指名されました。

キム会長は、マーケティング会社に35年間在籍し、スポーツマーケティングやイベントPRで多くの実績を挙げられました。2018年平昌五輪大会ではゲームプランニング、コミュニケーション担当バイスプレジデントを務められ、国際オリンピック委員会（IOC）からオリンピック功労賞を受賞されています。

KPRA 会長就任に際しては、「トレンドの変化に対応して、PRの意識を高め、専門家の声を反映させることで、PRが社会のコミュニケーションを促進する上で極めて重要な役割を果たすよう努める」と述べています。

KPRA は、企業のPR専門家、教授、その他のPR専門家で構成された団体で、韓国のPR産業を活性化し、PR専門家の権利と利益を保護するために1989年に設立されました。

同協会は韓国PRアワードやPR研修など、さまざまなイベントやプログラムを通じて、専門家同士の交流を促進し、ナレッジの共有を目指しています。

PRSJ in Media

● 4月1日（木） 『月刊広報会議』（宣伝会議）5月号

『月刊広報会議』5月号における当協会の連載コラムで、当協会の2021年度講座・セミナー計画について記事掲載されました。

この計画は当協会の教育委員会が作成したもので、委員会が主催する講座・セミナーの今年度の予定を表しています。コラムでは「広報・PR実務講座」をはじめとする講座・セミナーの大枠を示し、さらに新企画として「広報・PRスキルアップ集中講座」「広報・PRチームリーダー講座（仮称）」の開講を紹介しています。さらに昨年度は開講を見合わせた「PRプランナー試験対策講座」の再開とその概要、セミナーの開催予定などについても触れられています。

● 3月19日（金） 『日経ビジネス』（日経BP）3月22日号

『日経ビジネス』3月22日号における「広報・PR会社特集」（広告企画）における記事「PR会社をパートナーとして位置付け総合的な戦略を立てる必要がある」のなかで、協会の福家常務理事のコメントが紹介されています。

記事では、デジタル化の進展、企業の社会的責任への関心の高まりを背景として、広報・PR関係者はデジタルコミュニケーションへの対応、インターナルコミュニケーションの重視が求められていることを指摘するとともに、企業経営者はPR会社の専門的な知見を活用して社会変革への寄与を目指すべきとの見解が述べられています。

[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