PRSJ・令和３年度からの中期計画

1．中期計画策定の背景

はじめに

2016年中計から40周年、そして新中期計画へ

2020年は、世界が未曽有の困難を極めた1年となった。
世界の人々がコミュニケーションのあり方を問い続けた1年でもあり、
そしてそれは一過性のものでなく新たな常態となるだろう。
COVID-19に起因する影響だけでなく、様々な分断、多様性を貶める寛容性の希薄化など、
グローバル社会では、コミュニケーション自体の真価と進化が求められている。

国内でも企業はもとより、政治・行政・非営利団体など、
あらゆる組織におけるコミュニケーション力が問われる場面が増加した。
社会の中でどう立ち振る舞い、耳を傾け、発言していくべきか。
社会課題の解決に向けて、パブリックリレーションズは、大きな役割を果たす。

パブリックリレーションズの普及・啓発を使命とするPRSJは、
2016年から2020年の中期計画、40周年を経て次の新たな時代に向かって行く。

より明確な目標を設定し、3か年の中期計画を立案し実行していく。

PRSJ中期計画（2016～20）の進捗レビュー

中期計画（2016～20）

・背景として、2016年時期の内外のコンプライアンス・イシューの発生

→協会ガバナンス強化が第一のプライオリティ

1. 協会の安定的事業基盤の構築
   - 会員構成の検討、会員獲得
   - 既存事業の継続・拡大、新規事業の方向性など

→ 新会員制度の発足

シンプルかつ多様なPRパーソンが入会できる制度に

2. PRレピュテーションの向上
   - 新倫理綱領およびPR活動ガイドラインを核にしたコ ンプライアンス基盤の確立
   - パブリックリレーションズに対する関心喚起、期待 醸成など

→ 新倫理綱領及びガイドライン策定

コンプライアンス会議の発足

→イシューの発生は０

3. グローバル化の推進
   - 国際賞、海外PR関連団体との連携など

4. 若手プランナーの育成
   - PRプランナー資格取得者の増加、企業の枠を超えた 若手・中堅PRプランナーの人材育成事業の検討など

→ 40周年記念事業のコア事業

2021年に実施

IPRAとの連携も

withコロナ、afterコロナの時代 への新たな課題

次期中期計画への引き継ぎ課題

中長期のPRSJ活動の基本としての「PRSJ倫理綱領」

・2016年PRSJ会員の総意として倫理綱領を制定。会員やPRプランナー資格取得者等の共通認識・原点としての存在。

・「PR活動ガイドライン」をはじめ、様々な活動を行う際のベースに。

倫 理 綱 領

パブリックリレーションズは、ステークホルダーおよび社会との間で健全な価値観を形成し、継続的に信頼関係を築くための活動である。その中心となるものは、相互理解と合意形成、信頼関係を深めるためのコミュニケーションである。
本協会とその会員は、パブリックリレーションズの社会的影響を良く認識し、常に倫理の向上に努め社会からの信頼に応え、個人、企業、団体、機関、国家など国内外の幅広く多様なステークホルダーの間の対話と相互の理解を促進する。加えて、パブリックリレーションズを通じて新たな社会的価値を創出
し、社会的責任を全うする。 この綱領は本協会と会員が自らの行動を判断し、行動する際の指針であり、その活動を支えるためのものである。

1.　公共の利益と基本的人権の尊重
われわれは、パブリックリレーションズの諸活動を企画、実施するにあたって、各種の国際規範及び日本国憲法、法律、規則を遵守するとともに、常に公共の利益を意識し、基本的人権と個人の尊厳を尊重して行動する。

2.公正・正確・透明性の原則
われわれは、メディアが社会に果たす役割を理解し、言論と報道の自由を尊重する。自らのパブリックリレーションズ活動においては、公正、誠実に諸活動を行い、国内外のステークホルダーに事実を正確に、適宜・適切に開示し、透明性を高める。虚偽の情報や誤解を招くような情報は流布しない。

3.中立性・公平性の保持
われわれは、正しく情報を伝達するとともにその評価を素直に受け入れ、ステークホルダーとの関係の中で中立・公平な立場を保つ。また、自らを厳しく律し、品格を損なうような行為は行わない。

4.情報と権利の保護
われわれは、パブリックリレーションズの諸活動を通じて知り得た情報や個人情報等の漏えい、目的外の使用や内部情報を利用し不正に利益を図るような行為は行わない。また、著作権、知的財産権等を尊重しその権利を適切に保護するとともに、個人情報の保護に努める。

５.社会的価値の創出と持続可能社会の実現に貢献
われわれは、人のため社会のために尽くすという考え方を根底に、多様性を受け入れながら、健全で創造的な社会の発展と新しい社会的価値の創出に寄与する。加えて、良き企業市民としての社会的活動を通じて、地球環境の保全と持続可能な社会づくりに貢献する。

公益社団法人　日本パブリックリレーションズ協会

新中期計画策定の出発点としての「2020年 PRSJ宣言」

・2020年PRSJ会員の総意としての「2020年 PRSJ宣言」：　会員調査をベースに、コロナ以降のパブリックリレーションズの役割を明確化
・2020年11月の発表以降、新春ＰＲシンポジウムなどPRSJの様々な活動における議論のベースに

前文

Covid-19は世界を大きく変えました。
それは会うことの難しさを受け止めながら動いていく社会です。
対面によるコミュニケーションが難しい時代の中で、私たちはこれからの社会のあり方を模索しています。
社会はさらに複雑になりつつあります。
価値観が多様化していく中で、考え方が違う相手に対して不寛容な社会も生まれ、世界で様々な対立や衝突が起こっています。

企業にとってもこうした環境は、事業の見えないリスクになっていくと考えます。
今、私たちが手にしている数多くの課題、それは対話なくして解決できないものです。

だからこそ、私たちは伝えたい。
パブリックリレーションズがこれからの社会において果たせる役割と可能性の大きさを。
パブリックリレーションズは様々なステークホルダー間の対話による関係構築の概念です。
それは倫理観と信頼感に基づいた、全ての人々を幸福にできるコミュニケーションです。
私たち日本パブリックリレーションズ協会は今日まで培った数多くの経験と知見を生かし、対話の難しい社会の中で人々の間に確かな共感を呼び起こし、社会課題の解決に寄与していきたいと考えます。

世界を変えるソーシャルイノベーションは、人と人をつなげる言葉と、他者への共感を大切にしたコミュニケーションから湧き上がってくるものです。
私たちは変化する時代を受け止めながら、新たな気持ちで動き始めます。
パブリックリレーションズの力によって世界をより良い方向へ変えていくために。

2020年 PRSJ宣言

日本パブリックリレーションズ協会は
倫理観と信頼感に基づいた創造的な対話づくりの力で、
人々の中に共感を生み出し
世界を変えるソーシャルイノベーションに
寄与していきます。

策定にあたっての環境認識・課題認識

・世界の情勢

■ SDGsに向けてのカウントダウンの10年

→サステナブルな社会に向けての本気度が試される

■ 人種、思想、経済格差などがもたらす様々な分断・不寛容の克服

■ COVID-19によるニュー・ノーマルなライフスタイルの最適化

■ デジタル化がもたらすコミュニケーションへの弊害（デジタル・エコチェンバーなど）の克服

・日本企業が置かれる環境

■ 常に世界基準の価値観を意識したコミュニケーションへの進化

■ ダイバーシティの実現が求められる、多様な生活者への取り組みのニーズ

■ ソーシャルメディア上での世論形成等、複雑化するコミュニケーション環境の中での高度な共感形成への取り組み

■ 急速なデジタル・トランスフォメーションの進展による企業存続への取り組みが急務に

・日本のパブリックリレーションズの課題

■ 企業や社会の中で、パブリックリレーションズが<u>経営の重要機能</u>であるという認識を広める

■ PRパーソンのありようが企業や組織環境によって一様でなく、共有できるキャリアパスや<u>ロールモデルの確立が必要</u>

■ PRパーソンのプロフェッショナルとしての<u>価値が社会の中でより「見える化」</u>され、認識されるような環境づくり

■ 上記の課題解決を通じて、<u>パブリシティなどの狭義のPRや広告との混同などの誤認を正し</u>、パブリックリレーションズの普及・啓発を進める

2. 中期計画の骨子

PRSJのミッション・ビジョン・バリュー
（仮/修正案）

ミッション
新たな時代環境を考慮に入れた普及・啓発の意味づけを付加

パブリックリレーションズの力がソーシャルイノベーションに貢献することを示し、
日本におけるパブリックリレーションズのさらなる普及・啓発を図る。

ビジョン
新たな時代へのPRSJの活動方針の意思表明

社会イシューの複雑化によって必要とされる 、 高度なコミュニケーション課題解決において、PRパーソンが中心的な役割を果たすことができるように育成機会を創出し、一般からの認識を高めることにより、パブリックリレーションズの存在価値とプレゼンスを向上させる。
→中期的スローガンメッセージとしてコピーライティングを検討

バリュー
既存価値の再確認とその強化

新たな時代のコミュニケーション課題に対して多様なPRパーソン（企業・ＰＲ・ＰＲ関連業・個人）が互いに切磋琢磨し、自らの資質を高めていける機会と場の提供を企業や組織の壁を越えて実現できる。
さらにパブリックリレーションズを俯瞰的に把握するポジションを活用し、この領域全体に必要な提言を必要なステークホルダー（企業経営者、自治体の首長、公官庁など）や参加各会員企業に対して実施できる。

PRSJ 新中期計画の基本方針

「PR（パブリックリレーションズ）パーソン」から「パブリックリレーションズ・プロフェッショナル」へ

・日本のパブリックリレーションズに関わる人材を取り巻く社会情勢変化や企業課題の高度化・テクノロジーの進化等を勘案し、パブリックリレーションズ機能のさらなる向上、それを担う理想的な人材像の設計・理解浸透を目指す。

・「PRの誤用」による概念や機能の矮小化などの歴史的経緯から、PRは狭義の意味で捉えられる場面も多かった。本来的かつ時代の要請に応えるべく、重要な意思決定に関与できる人材像として、改めて「パブリックリレーションズ・プロフェッショナル」を提唱する。

・上記の視点から、PRSJは協会をあげて、「パブリックリレーションズ・プロフェッショナル」がさまざまなレベルで社会に輩出され、活躍できる仕組みづくりを行う。

パブリックリレーションズ・プロフェッショナルとは

中心にある信念

・世界をより良い方向に変える、
ソーシャルイノベーションに寄与する
・高い倫理観と信頼感を重視した行動

果たす役割

・様々なステークホルダー間の、対話による関係構築
・人と人をつなげる共感を大切にしたコミュニケーション

備えるべきスキル

PRプランナーレベルの基本姿勢・能力から、PRパーソンが新たな時代に
求められる能力＝ パブリックリレーションズ・プロフェッショナルのスキルを整理
→次ページ

パブリックリレーションズ・プロフェッショナルの基本姿勢と備えるべき能力

今までのPRパーソンの基本姿勢と基本能力

0. PRパーソンの原点としての姿勢：マルチステークホルダーに対峙する姿勢

①マルチステークホルダーとの関係構築（様々なステークホルダーに中立的に対峙し、対話と共感による関係構築を図る）

②倫理観に基づく行動（高い倫理観と社会正義の矜持を大事にしながらステークホルダーと向き合う）

③ソーシャルイノベーションへの貢献（様々なステークホルダーと共に、ソーシャルイノベーションの原動力になる事に関わっていく）

1. 社会変化に対応したPRパーソンの基本能力

①ジャーナリズムの精神と実践力（価値観が多様化する社会だからこそ、公平・公正・ファクトに基づくコミュニケーションを実践する）

②総合メディアリレーション力（トラディショナルなマスメディアリレーションを含めたPESOに対応した、多様なメディアリレーション力）

③コーポレートコミュニケーション主導力（企業の社会性が問われる時代のコーポレートコミュニケーションの進化を主導する）

パブリックリレーションズ・プロフェッショナル

2. これからの時代に必要なパブリックリレーションズ・プロフェッショナルとしての新たな能力

①ナラティブ・アプローチ力（創造的・発展的・共創的にコミュニケーションストーリーを構築する）

②Key Opinion Formerとしてのファシリテーション力・構想力（傾聴・ファシリテートしながら共感的に世論形成を行う）

③Social Dynamicsのマネジメント力（組織や社会の動態を洞察し、動かしていく）

高度パブリックリレーションズ・プロフェッショナル

3. パブリックリレーションズ・プロフェッショナルのトップ人材の能力：経営トップのパートナーとなり得る能力

①リベラルアーツの素養（世界の知識人に比肩する芸術・文化・グローバルイシューなど他分野にわたる知識と見識を持つ）

②マーケティングやビジネスの知見と経験（企業や組織の事業そのものに対して、主体的に関与する）

③イノベーションを起こす視点構築力（イノベーションを起こす道筋を構築・提示する）

PRSJが提案する「高度パブリックリレーションズ・プロフェッショナル」の人材像

◆企業・組織の中での「**高度パブリックリレーションズ・プロフェッショナル**」とは

- グローバル社会における自社の立場や存在意義を理解し、CEOの発信を助け、また自らも発信し、経営に資する広報を実践する能力を持つ
- 組織経営の重要機能として位置づけられ、CEOに信頼されるスタッフとして重要な意思決定に関与する

◆「**高度パブリックリレーションズ・プロフェッショナル**」は社会的影響力を持ち、

- リアル、デジタルを問わずメディアで著名な存在であり、発信に注目が集まる
- 高度なＰＲコンサルティングスキルにより、多様な人・組織のコミュニケーション全般にコミットする

<u>パブリックリレーションズ領域のトップ人材像を示すことで</u>

- パブリックリレーションズ・プロフェッショナルに対する理解と期待を高める
- パブリックリレーションズの啓発・普及およびプレゼンス・地位の向上に大きく貢献する

3．中期事業概要

（以下の計画は2021年5月27日時点のものであり、随時更新されます。）

事業・活動の方針

2021年～2024年の中期計画におけるPRSJのすべての活動は
「パブリックリレーションズ・プロフェッショナルの理解浸透及び育成に貢献する」ことを
目的として行われる。

「パブリックリレーションズ・プロフェッショナルの理解浸透及び育成」

PRSJ全体の統一テーマとして「パブリックリレーションズ・プロフェッショナル」
を提唱し、パブリックリレーションズの価値とプレゼンスの向上を図る。

そのために何をしなければならないか

現状の委員会による事業活動内容の棚卸と見直し

さらに交流活動（部会活動）および新たに立ち上げる個人会員向け活動も連動させ、

PRが経営の重要機能であることを

パブリックリレーションズ・プロフェッショナルの存在を通して、ステークホルダーに訴求する。

各委員会活動の目的と展開イメージ（仮）

理事会

経営企画会議　全体方針の策定及びPDCAの推進

パブリックリレーションズ・プロフェッショナルの理解浸透と育成

事業運営の主体としての委員会

- 教育委員会：人材育成のためのスキルセットの設定・スキル習得のための教育体系の構築
- 資格委員会：パブリックリレーションズ・プロフェッショナルに向けた達成度を認定する試験制度の構築と実施
- 顕彰委員会：パブリックリレーションズ・プロフェッショナルのロールモデルの発見と表彰（ソーシャルイノベーションに貢献した事例の発掘と表彰など）
- 国際・交流委員会：海外のロールモデルやスキルセットの収集と発信
教育委員会等とのコラボ事業としての海外研修制度の考案
- 広報委員会：人材育成の考え方の認知・理解の獲得
特に、企業経営者層への情報到達を意識
ターゲット戦略に基づいたPESOのデザイン・ 実施

このページの計画は2021年5月27日時点の想定であり、実際の活動展開については随時更新されます。

各部会活動の目的と展開イメージ（仮）

理事会
パブリックリレーションズ・プロフェッショナル の理解浸透と育成

企業部会

具体的な活動展開イメージ
部会における交流活動をベース にした
- パブリックリレーションズ・プロフェッショナルが育つ組織設計の共有
- 中堅、若手企業広報向けの新たなスタイルの勉強会
- パブリックリレーションズ・プロフェッショナルに関して事業会社系他団体との意見交換

教育委員会

資格委員会

顕彰委員会

国際・交流委員会

広報委員会

ＰＲ業部会

具体的な活動展開イメージ
部会における交流活動をベース にした
- パブリックリレーションズ・プロフェッショナル育成にお ける経営課題の共有の
- PR業中堅、若手に向けたスキルアップ施策の展開
- パブリックリレーションズ・プロフェッショナルに関してグローバルPR団体（IPRAなど）との意見交換

関西部会

具体的な活動展開イメージ
部会における交流活動をベースにした
- パブリックリレーションズ・プロフェッショナル育成における地域課題の共有
- 中堅、若手企業広報向けの新たなスタイルの勉強会

このページの計画は2021年5月27日時点の想定であり、実際の活動展開については随時更新されます。

個人会員の位置づけと活動展開案について

位置づけ１

パブリックリレーションズ・プロフェッショナルを理解・ 共感した、「よきインフルエンサー」

活動展開案

個人会員が自らの育成に役立てる場を提供

具体例

・個人会員向けのセミナー、イベントの実施
・個人会員向けインフォメーションの提供
　→ウェブサイト内マイページの活用

※個人会員同士の勉強会・サークルなどについ ては上記活動を実施しながら検討

位置づけ２

パブリックリレーションズ・プロフェッショナルへの成長支援により、
「将来的に正会員として事業を支える存在」

活動展開案

PRSJ事業参加の機会提供

具体例

・各委員会に個人会員枠の設定、期待役割の設定
・担当理事主催の活動紹介コンテンツの作成（夏季交流会における紹介コンテンツの活用）

※将来的な正会員化のポテンシャルを持った個人会員へのモチベーション形成へ

このページの計画は2021年5月27日時点の想定であり、実際の活動展開については随時更新されます。

2024年のPRSJのありたい姿

社会的存在感

・「パブリックリレーションズ・プロフェッショナルの顕在化によって日本のパブリックリレーションズが進化した」その舵取り役としてPRSJが役割を果たしている
・公益社団法人として、日本のソーシャルイノベーション推進へ貢献している

下記の実現の結果、上記存在感が獲得できる

委員会活動（事業）の成果

- パブリックリレーションズ・プロフェッショナル の先駆者が育成されている
- 何人かの高度パブリックリレーションズ・プロフェッショナルが出現し、フォーラム等を主催することで、広く啓発活動を行っている
- パブリックリレーションズ・プロフェッショナル育成の体制が確立されている
- 世界のパブリックリレーションズ領域の中で、先進的な日本のパブリックリレーションズの活動が認知される

交流活動の推進

正会員・個人会員と目標を共有し、社会と共創的にパブリックリレーションズの価値向上の活動を行っている

- 正会員企業との共創→自社あるいは取扱企業の経営・事業の中にパブリックリレーションズが主要な位置を占めるべく協業している
- 個人会員との共創→パブリックリレーションズ・プロフェッショナルの市場価値向上のために個人会員と協会との共創的な活動が進んでいる

このページの計画は2021年5月27日時点の想定であり、実際の活動展開については随時更新されます。

ロードマップ（目標／KPIの設定）

	2021年度	2022年度	2023年度
社会的存在感	PRSJからのパブリックリレーションズ・プロフェッショナルのメッセージ発信 ・パブリックリレーションズに関す るベンチマーク調査の実施	パブリックリレーションズ・プロフェッショナルに関する様々な評価把握と改善施策の検討	パブリックリレーションズに関するレピュテーションの把握と新たな方針の策定
事業活動の成果	各委員会活動の棚卸と「パブリックリレーション ズ・プロフェッショナルの 理解浸透と育成」に向けて の中期計画の策定	各委員会中期計画の推進	各委員会活動の成果把握と中期計画の見直し
交流活動の推進	各部会の新規活動の検討 個人会員向け活動の策定とアクションプランの実施	各活動の立ち上げ、推進	各活動による会員との関係性強化の状況把握と施策の見直し

このページの計画は2021年5月27日時点の想定であり、実際の活動展開については随時更新されます。

おわりに

今回立案しました2021年度から2023年度の3年間の中期計画は以上の通りです。

PRSJのミッション・ビジョン・バリューについては、この中計の持続可能性をはかるために、
2023年度を超えてさらに長期的な視点に立って立案しました。

この中計を一言で表現するならば、
PRSJが公益社団法人としてソーシャルイノベーションに貢献するために、
現在もそして近未来も、“人材育成”を通してパブリックリレーションズを進化させ、
その存在価値とそこに携わる人たちのプレゼンスを向上させることを趣旨としています。

今回、その進化の方向性と目標として、
「パブリックリレーションズ・プロフェッショナル」という新たな人材像を設定しました。
その基本姿勢と備えるべき能力は現在の実情とはかけ離れているかもしれません。
しかしながら、ギャップがあるからこそ力強い進歩も期待できると考えます。

今後、この人材像を具現化するためには、
有識者を交えた育成のためのカリキュラム開発、ロールモデルの開発・探索はもとより
「パブリックリレー ションズ・プロフェッショナル」の認知・理解を、
広く社会に、深く主要なステークスホルダーに実現することが必須であると思っております。

会員の皆さまをはじめ、パブリックリレーションズに関わる皆さまの
ご協力とご支援をお願い申し上げます。