

2021年7月号

NO. 331

TOPICS

アフターワクチン

(公社)日本パブリックリレーションズ協会 監事 境 信幸 MESSAGE P4

第30回1次試験のお申込み7月30日まで

ATTENTION 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

7月号目炎

7月~8月のスケジュール		 2
MESSAGE(メッセージ)	アフターワクチン	 4
ATTENTION(お知らせ)	第30回1次試験のお申込み7月30日まで	 5
BULLETIN (活動報告)	「広報·PR入門Web講座2021(春期)」の開講を終了	 6
//	第29回試験2次試験を実施	 7
	2021年度第1回なでしこカウンシル開催報告	 8
REPORT(講演レポート)	第213回定例研究会(正会員·個人会員会員限定)	 15
協会掲載記事	PRSJ in Media	 16

7月~8月スケジュール

【オンライン】PR業ワイガヤ会 日 時 : 7月9日(金)19:00 ~

【オンライン】PR業経営者懇談会 日 時 : 7月13日(火)16:00~

【オンライン】第 37 回広報ゼミ 日 時 : 7月 14 日(水)16:00~

新企画:最強広報組織のつくりかた 若手PRパーソンの体験談 〜組織への貢献、自身の成長と目指す

・キャリア~

【オンライン】第 215 回定例研究会 日 時 : 7月 29日(木)14:00~15:20

テーマ : 「日本経済新聞電子版」の現在とこれから

~コンテンツとサービスの両輪で成長探る~

講師: 日本経済新聞社 デジタル事業 デジタル編成ユニット 副ユニット長

野沢 正憲氏

広報・PRチームリーダー講座(仮称) 日 時 : 10月開催予定

広報·PR入門Web講座(秋期) 日 時 : 10月開催予定

新任広報部長講座 日 時 : 11月開講予定

7月~8月の理事会・委員会・

部会スケジュール

定例理事会 (7月度) 日 時 : 7月 8日 (木) 16:00~17:30

会場: オンライン開催

(8月度) 休会:

教育委員会 (7月度) 日 時 : 7月 15日 (木) 13:30~14:30

会 場 : オンライン開催

資格委員会 (7月度) 日 時 : 7月 26日(月) 11:00~12:00

会 場 : オンライン開催

国際·交流委員会 (7月度) 日 時 : 7月 14日 (水) 16:00~17:00

会場 オンライン開催

広報委員会 (7月度) 日 時 7月 22日 (木) 16:00~17:00

会場: オンライン開催

顕彰委員会 (7月度) 日 時 : 7月 20日 (水) 14:30~15:30

会 場 : オンライン開催

企業部会幹事会 (7月度) 日 時 : 7月 7日 (水) 17:00~18:00

会 場 : オンライン開催

PR業部会幹事会 (7月度) 日 時 : 7月 20日 (火) 16:00~17:30

会 場 : オンライン開催



アフターワクチン

公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会

監事 境 信幸

この原稿を書いている今日は、緊急事態宣言が沖縄以外解除になり蔓延防止への移行が発表になっています。

オリンピック開催まで一か月、観客を入れての開催になりそうですし(でも、直行直帰ね。) ワクチン接種も順調に。65歳以下の知り合いからも一回目打ったよ!の声が聞こえて来てきています。

私は、神奈川県のはずれに住んでいますので、残念ながら接種券どころかワクチンのワも字も聞こえてこず、すごく取り残されている感が強いですが、皆さんが接種していただければ私も安心と納得させております。

この協会報が発行される7月は、少し景色が変わっているのでしょうか?

ワクチン接種の遅れは、グローバル的には国力が、国内に関しては住んでいる区市町村の住民 サービスの質と対応力の差が明白になり、ある意味よかったのでないかと思います。

なんとなく、先進国いい国いいところと思っているうちに井の中の蛙的に、いつの間にか茹っている、デジタルは言うまでもなく、女性進出や環境意識そして大切なお給料もいつのまにかずるずると後退していることに甘んじている、いや気づいていない。少し目が覚めたのかもしれません。私だけかもしれませんが。

企業と生活者の関係性も、コロナ禍の環境や生活の変化をきっかけに生活者の価値観が大きく変わりつつあるのではないでしょうか?この商品そのサービスは私的だけでなく社会的に本当に必要なのかと、一歩立ち止まって考える。私も、敏感になったように感じます。

SDGs の認知拡大もそうですが、ナラティブやパーパスというワードをPR、マーケティング的によく聞くこともその象徴だと思われますが、企業と生活者との関係性の再構築がこれからの企業活動、コミュニケーション活動のテーマとして浮かびあがってきましたね。

PRパーソンとしてはコロナ禍を経て、満を持しての出番ですよね!このような世の中の変化に合わせて共感共存賛同を得られるよう企業活動を社会性、持続性という視点を含め再構築して発信していく、まさにPRの得意とするところ、王道ですよね。

PRSJの新中期計画のコアのキーワード、「パブリックレーションズ・プロフェナル」。 私は、社会と企業そして生活者が共感を持って未来を目指すための具体的なコミュニケーション活動を提案そして具体的に実施でき結果を残せること、ヒトがPRのプロだと思っています。 コロナ禍を経て、このような新しいコミュニケーション活動のど真ん中をPR professional として思いっきり活躍できる時代が来ました。

腕が鳴りますね! 楽しみです。



PRプランナー資格認定制度/検定試験

第30回1次試験のお申込みは7月30日まで

一試験期間は、8月14日(土)~8月29日(日)-

資格委員会

2021年度後期(第30回)1次試験のお申込みが7月30日で締め切りとなります。

第 30 回 1 次試験は、PC を使用して、8 月 14 日(土)~8 月 29 日(日)まで実施されます。 本 1 次試験は広報・P R に関する基本的な知識を問う出題となり、これまでに 12,618 名が受験 し、9,476 名が合格しております。

ぜひ受験をご検討いただければ幸いに存じます。

- ●全国 280 カ所のテストセンターに設置された PC を使って受験していただきます。
- ●16 日間の試験期間で、ご都合のよい日時・会場を選択できます。
- ●受験料のお支払いはクレジットカード払い、コンビニ払い、Pay-easy(ネットバンキング) からお選びください。(手数料は無料です)
- ●今回は定員の制限なくお申込み可能ですが、ご希望の日時・会場が先約で埋まってしまう場合もありますので、お早めにお申込みください。

【1次試験 お申込みから合否通知までの流れ】

STEP1
受験種別の確認STEP2
画像データ用意STEP3
仮申込みSTEP4
ユーザー登録STEP5
本申込みSTEP6
試験当日STEP7
合否発表

【PRプランナー資格認定制度/検定制度 第30回1次試験 実施概要】

試	試 験 期 間		間	2021年8月14日(土)~8月29日(日)				
				2021年6月1日(火)~7月30日(金)				
仮	申	ひ み	期	間	※PRプランナー資格制度 Web サイトでのお申込みとなりま			
					す。(本申込に必要な受験コードを取得)			
					2021年6月1日(火)~8月6日(金)			
本	申	ひ み	期	間	※CBTS Web サイトにユーザー登録後、同サイトでの本申込み			
					となります。(受験日時・会場選択、受験料のお支払い)			
合	 否		 発	表	となります。(受験日時・会場選択、受験料のお支払い) 2021 年 9 月 15 日(水)正午			
-					2021年9月15日 (水) 正午			
	否							
試馬	譲出 題	数/	試験問	寺間	2021 年 9 月 15 日 (水) 正午 50 問 / 80 分			
		数/			2021年9月15日 (水) 正午			

試験スケジュールにつきましては、変更する可能性もございますので、下記のPRプランナー 資格制度 Web サイトでご確認くださいますよう、お願い申し上げます。

PR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 2021

「広報・PR入門Web講座2021(春期)」の開講を終了 〜広報・PRの基本を 11 のオンライン講座で解説〜 教育委員会

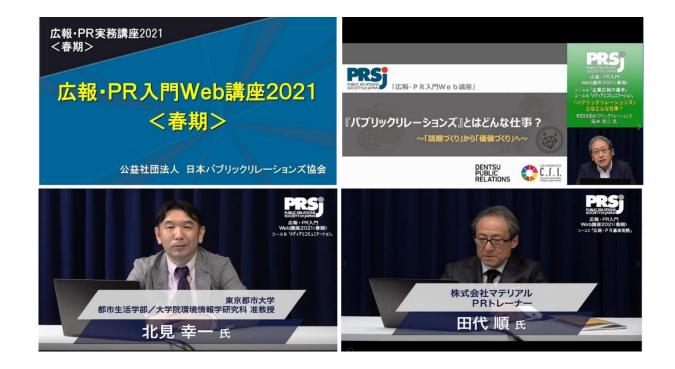
協会では、広報・PR業務の基本を学ぶ今年度の初任者向け研修「広報・PR入門Web講座 2021 (春期)」の開講を6月30日をもって終了しました。

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ており、実務に必要な基礎的知識やスキルを習得していただくことを目的としています。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・PR関連法規、SDGs、ニュースリリースの作成やメディアリレーションズの基本など広実務者に求められる幅広いコンテンツを学習します。

今年度も新型コロナ感染防止を考慮し会場における集中研修とはせず、ネットを活用するオンデマンド講座として5月20日から6月30日まで開講しました。時と場所を選ばずフレキシブルに履修できるオンデマンド講座の特徴により、首都圏のみならず全国各地から約100名の新任者が受講しています。

なお、協会では秋期における広報・PRの新任者を対象とする「広報・PR入門Web講座 2021 (秋期)」の10月開講を計画しています。講座案内は、協会Webサイトを通じて9月下旬に行う実施する予定です。

(事務局・真部)



PRプランナー資格認定制度/検定試験 **第 29 回試験 2 次試験を実施**

-CBT方式により1次試験と2次試験を完了-

資格委員会

第 29 回 PRプランナー資格検定 2 次試験が 5 月 15 日 (土) ~5 月 30 日 (日) までの 16 日間で、CBT方式で行われました。今回の 2 次試験では全国で 492 名が受験申込をされ、463 名が受験し、そのうち 356 名が合格されました。また、今回の 2 次試験の合格率は 76.9%となりました。なお、今回の 2 次試験の受験者および合格者・合格率は以下の通りです。

<第29回 科目別 正答率65%以上>

科目A:CSR、IR、危機管理等、企業経営とコミュニケーションに関する知識

受験者 463 名、正答率 65%以上 410 名、達成率 88.6%

科目B:マーケティング、ブランドマネジメントに関する知識

受験者 463 名、正答率 65%以上 368 名、達成率 79.5%

科目C:広報・PR実務に関する知識

受験者 463 名、正答率 65%以上 374 名、達成率 80.8%

科目 D: 時事知識

受験者 463 名、正答率 65%以上 416 名、達成率 89.8%

<第29回 2次試験合格率>

受験者 463 名、合格者 356 名、合格率 76.9%

※上記「科目別 正答率 65%以上」の人数は、2次試験合格基準となる「出題数に対して正答率 65%以上」を満たした人数となり、達成率は、全体での割合として記載しております。

■第29回2次試験 合格率・受験者プロフィール

		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	学 生	その他	全 体
	受験者 (全体比)	132 名 (28.5%)	223 名 (48.2%)	41 名 (8.9%)	6名 (1.3%)	8名 (1.7%)	20 名 (4.3%)	13 名 (2.8%)	19 名 (7.4%)	463 名 (100.0%)
全体	合格者 (全体比)	98 名 (27.5%)	175 名 (49.2%)	35 名 (9.8%)	3名 (0.8%%)	8名 (2.2%)	15 名 (4.2%)	6名 (1.7%)	18 名 (7.8%)	356 名 (100.0%)
	合格率	74.2%	78.5%	85.4%	50.0%	100.0%	75.0%	46.2%	94.7%	76.9%

		20代	30 代	40 代以上	全体
	受験者	132 名	197 名	134名	463 名
	(全体比)	(28.5%)	(42.5%)	(28.9%)	(100.0%)
全体	合格者	97 名	157 名	102 名	356 名
	(全体比)	(27.2%)	(44.1%)	(28.7%)	(100.0%)
	合格率	73.5%	79.7%	76.1%	76.9%

受験者	合格者	合格率	
463	356	76.9	
名	名	%	

2021 年度第1回なでしこカウンシル 「広報として知っておきたい最新の SDGs イシュー 目標5ジェンダー平等を中心に」 2021 年 6 月 28 日(月)オンライン開催

国際·交流委員会

広報・PRに携わる女性会員を対象とした人気の勉強会「なでしこカウンシル」。その本年度第1回が、朝日新聞社編集委員の北郷美由紀さんをゲストに迎えて6月28日にzoomライブで実施されました。配信にかかわる全作業と当日の司会進行は、北郷さんと懇意にさせていただいている東京個別指導学院の石田奈緒子が担当しました。東京個別指導学院新宿本社スタジオよりライブ配信です。



国際・交流委員会の委員長である寺田倉庫の脇山亜希子さんによる開会挨拶に続き、北郷さんのご講演へ。情報がみっちりと詰まった40分でした。その後の質疑応答でもたっぷりとお話しいただき、この資料作成のための文字起こしは1万4000字近くに及びました。短く切り落としてしまうのがもったいない内容でしたので、8000字ほどにまとめております。SDGsに関心のあるすべての方にお読みいただければと存じます。(東京個別指導学院 石田奈緒子)



朝日新聞 北郷美由紀氏

北郷美由紀氏プロフィール 朝日新聞社入社後、政治部、国際報道部、 オピニオン編集部などを歴任 インドネシア特派員時には東ティモールの 独立を伝える報道にも携わる 子育てシフトでしばらく記者職を離れてい た間は提携大学でのジャーナリズム講座や 社内の記者教育を担当 2017年1月から紙面展開を始めた企画記

事『2030 SDGs で変える』に取り組む

北郷編集委員:朝日新聞社の北郷です。SDGs の企画紙面を 2017 年から担当しています。朝日新聞でも日経新聞でも紙面を開いてみれば毎日のように SDGs に関連する記事が目に入ります。なぜこれだけ取り上げられるのか、その背景を理解せずに SDGs バッジをつけている人が多いのではないでしょうか。今日はぜひ誰にも聞けない基本のきを押さえていただければと思います。



皆さんはこのカラフルなマークをご存じですよね。たとえば「目標2 飢餓をゼロに」とあります。この「飢餓をゼロに」だけが目標だと思っている人が世の中にたくさんいます。実は目標2 には持続可能な農業の問題が入っています。目標8「働きがいも経済成長も」、この中には私たちの身近にある食品ロスの問題が入っています。こういうことが意外と知られていません。

SDGs の基本理念は「誰一人取り残さない」。気候変動は実は環境問題ではなく、経済の仕組みのところで工夫が必要です。貧困問題も、環境・経済・社会のすべての問題に深く通じています。今までは貧困問題なら貧困だけ、経済問題は経済だけ、それぞれに専門家はいても、蛸壺だったんですね。この経済・社会・環境の問題を統合して、それぞれの問題は根っこでつながっているから統合的に取り組んで解決しようという考え方です。

社会・経済・環境を統合して考える時のわかりやすいモデルがウエディングケーキです。最下段は全体を支える土台ですから一番大きくなっています。この最下段は環境型の目標です。地球環境が安定してこそ人間は暮らしを営み、社会活動を送ることができます。このままでは土台が危うい、土台が崩れたら経済も何もかも崩れる、そんな危機感で SDGs は設計されています。



ここでぜひ知っていただきたいのは、2015 年 9 月に国連総会で採択されたのはカラフルなアイコンではないということです。採択されたのは「2030 アジェンダ」という文書です。皆さんぜひ「2030 アジェンダ」をお手元で読んでみてください。できれば英語でもお読みくださればと思います。美しく格調高い英語で、大学の授業にもぴったりです。二度と世界大戦を起こしてはいけないとの思いから設立された国連が長く取り組んできた女性、社会、途上国、軍縮、そういった問題の積み上げがすべてこの「2030 アジェンダ」に入っています。

Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development https://sdgs.un.org/2030agenda

外務省による仮訳 我々の世界を変革する: 持続可能な開発のための 2030 アジェンダ https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/pdf/000101402.pdf

SDGsの17目標の達成期限は2030年ですが、日本では達成が絶望視されているものがあります。日本国内でも世界諸国からも無理だと言われている、それが目標5ジェンダー平等です。何しろジェンダーギャップ指数が120位という状況。昨年は121位でした。特に政治と経済の分野でのスコアが悲惨です。この話を高校生や中学生にすると、みな未来を悲観して暗澹たる表情になります。私たち大人は責任を持ってギアを上げていかないといけません。

このジェンダーギャップ、日本はなぜこれほど悪いのか。特に見過ごされている問題は「家事やケアに対する無償労働」です。コロナ禍でエッセンシャルワーカーがやっと注目されました。 人が生きていくのに絶対に必要な仕事、なのに非常に給料が低い。家事やケアは女の仕事、女の仕事は安くてもよいといった考え方の延長線上にエッセンシャルワーカーの給料の低さがあり、無償労働があります。

もう一つ大事なのは「アンコンシャスバイアス」です。男性だからこんなはず、女性だからこう、という思い込みのことです。アンコンシャスバイアスは私たち全員にあるという前提で常に注意すべきものです。例として、ある大学の経済学部の先生から聞いたエピソードをご紹介します。

授業でハーバード大学教授によるテキストを取り上げ、レポートを書かせたそうです。するとほとんどの学生が教授を男性として表現していました。でも実際は教授は女性です。「ハーバードの経済学の教授と言えば男」という思い込みがあったんですね。なのにレポートの中では「私にはアンコンシャスバイアスはない」とまであった。そういう落とし穴がいっぱいあります。

なぜジェンダーの問題が大事かというと、ジェンダーはダイバーシティの入り口だからです。 女性の問題すら解決できない国で LGBTQ の問題が解決できるはずがありません。ダイバーシティ が本当の意味で日本に根づくための入り口としてジェンダーギャップの解消が不可欠です。ここ で目標5について読み込んでみましょう。

SDGs の 17 目標にはそれぞれ「ターゲット」と呼ばれる小目標が合わせて 169 あります。元は英語であり外務省が仮訳していますが、言葉がややわかりにくく、わかりにくさゆえに行き届かないという弊害がありました。そこでご紹介したいのが、朝日新聞社が主催した「SDGs みんなで作るみんなの目標 169 ターゲットアイコン日本版制作プロジェクト」です。学生を対象に、ターゲットのわかりやすいコピーを考えてもらうというコンペで、2万 3000 通もの応募がありました。

SDGs 169 ターゲットアイコン日本版制作プロジェクト https://www.asahi.com/ads/sdgs169/

ご一緒に見ていきましょう。目標 5 ターゲット 1 「全世界の、あらゆる形の女性差別に終止符を」。ターゲット 2 「女性に対する暴力とあらゆる形の搾取を根絶しよう」。ターゲット 3 「女性

に対する理不尽で有害なしきたりをなくそう」。例えばインドでは、結婚において女性だけが高額な持参金を用意するという習慣があるため、女の子の生存にかかわる問題、学校に通わせずに働かせる問題などがあります。

続いてターゲット4「家事や育児を労働とみなし、家族で、社会全体で分担しよう」。これが先述した無償労働です。5は「あらゆる意思決定に、男女が平等に参加できる社会へ」。ここができていないからジェンダーギャップ指数が惨憺たるわけです。

ターゲット 6 「性の自己決定権を、すべての男女に」。昨今では「生理の貧困」の問題があります。日本は低用量ピルの認可にも時間がかかりました。今やっと政治が議論しているのは緊急避妊薬です。根底にある考え方は「女性が自分で自分の体のことを決定する」リプロダクティブ・ヘルス・アンド・ライツです。私たちは女性の体と性について平場で普通に話せるようになる必要があります。女性の体について学校や会社では話せないという事実は、ジェンダーギャップが大きい日本の現状を端的に表しています。

さて、ターゲットは6つですがそれとは別にサブ目標が abc という形で存在しています。a「女性にも、経済上の平等な権利を」。b「ICT を活用して、女性がもっと活躍できる社会に」。c「ジェンダー平等を促進する政策や法律を導入しよう」。例えば日本では女性はお金が借りにくいという現実があります。子育て中のシングルマザーが就労するのはとてもハードルが高いです。ではどんなスキルを身につけるとよいか。ウェブサイト作成などの ICT 技術です。私たちが恩恵を受けた男女雇用機会均等法ですが、義務ではないので何の罰金もありません。男女共同参画法も基本法的な位置づけにすぎません。ぜひ皆さんの会社でもこのターゲットやサブ目標に注目していただければと思います。

ここで確認していただきたい大事な視点が2つあります。まず「ジェンダーの問題はすべての目標に通じる」という点です。SDGs は全体を通して「女性と子ども」を強調して書いています。わざわざ書いておかないと後回しにされてしまうからです。ということは、ジェンダーに取り組もうとするとどの目標にも効いていくことになります。

もう一点は、「ジェンダーは構造の問題である」という点です。コロナ禍の影響を受けた人が圧倒的に女性だったのは、非正規の仕事に就いているのは女性が多いからです。内閣府男女共同参画局の審議会でも「コロナ不況は女性不況」と認識されています。

ここからは、最新 SDGs イシューとしてチョコレートを採り上げたいと思います。皆さんチョコレートはお好きですか。チョコレートの原料はカカオですね。つやつやとしたカカオの実は熟していくとだんだん緑色からオレンジ色に変わります。この厚く固い皮を剥くのにはナタのような重い刃物が必要です。原産地の西アフリカや南米ではこの危険な重労働を子どもたちが担っているのです。今日皆さんにお伝えしたい最新の問題はこの児童労働です。

つい先日6月12日に、ILO(国際労働機関)とUNICEF(国連児童基金)が4年に1度の調査結果を発表しました。世界の児童労働者は1億6000万人もいるという結果でした。しかも前回調査より840万人も増えたのです。カカオ生産世界第1位のコートジボワールの児童労働者は79万人、2位のガーナは77万人です。日本で流通しているチョコレートの7割はガーナ産だそうです。つまり私たちが食べているものの先をたどっていくと子どもたちがいる。それも学校にも行けずに働かされている子どもたちです。

日本では児童労働の問題があまり知られていません。世界的に児童労働が関わっているとされる9つの産品をご紹介します。カカオ、コーヒー、砂糖、パーム、魚介類、タバコ、コットン、金、コバルト。パームとは、パームヤシ、アブラヤシのことです。実からパーム油を搾り出し、食品やシャンプーなどの日用品に幅広く使われています。原材料に植物油脂と書いてあったらほとんどがパーム油です。パームは主にマレーシアとインドネシアで栽培されていますが、お金になるということで森林を伐採して大規模なパーム畑に造成しています。オランウータンが住んでい

た豊かな熱帯雨林が急速に消えつつあるのです。

魚介類も意外なほど児童が関わっています。1か月も船上で漁の手伝いをしたり、小さなエビの皮をむき続けたりしています。コバルトはいわゆるレアメタルで蓄電池に使われます。手掘り採掘の危険な作業を子どもたちがやらされています。

皆さんぜひ児童労働の現実を今日から知ってください。「朝日地球会議 plus」でも児童労働の問題を動画で配信しています。6月30日から7月31日まで、1か月間無料で見ることができます。題して「日本が増やしている?世界の児童労働」。ぜひご覧ください。

朝日地球会議 plus「日本が増やしている? 世界の児童労働」 https://ciy.digital.asahi.com/ciy/11004684

もう一つ皆さんにご紹介したいのが影のイシユー「SDGs ウオッシュ」です。意図しなくとも結果的に SDGs ウオッシュになっているケースがよくあります。例えば、取り組みたいことだけやる。いいとこ取りだけする。目標だけ見てターゲットに注目することなく「私たちの会社は何番やってます」宣言。これはあとあと皆さんが困ることになります。ESG 投資でエンゲージメントする投資家はわかっているからです。SDGs ウオッシュはレピュテーションリスクだけでなく本業にも影響するのです。

最近はどこの会社でも事業と SDGs 目標を紐づけていますね。できる範囲でおしまいにせず、ぜひそこから一歩踏み出してください。ターゲットにまで落とし込んで結びつけることが大事です。「この事業を通じてこのターゲットに貢献できることはないか」と考え、新たなアクションを起こしていく、そういう逆転の発想をやっていく。SDGs から考えるのです。

さらに厳しく言うと 新たな目標を立てなければ SDGs ウオッシュです。兎にも角にも目標を立てることが必要です。3年後は、1年後はこうなっている。来年までにうちはチームづくりしかできない、そう言わずに立派な目標ですからぜひ公表なさってください。この視点は、ESG 投資に関連して海外投資家がエンゲージメントするときに必要不可欠です。

日本企業によくあるのですが、情報公開が足りないと海外投資家や海外 NGO から評価されません。認識している課題、目指している目標、実際の取り組み、こういった情報です。しかも、書いてないから話を聞かせてと海外 NGO がインタビューを申し込んでも答えないことまであります。皆さんの胸に留まっている SDGs バッジが本当の意味で輝く日が来ればいいなと思います。

SDGs に真摯に取り組む私たちは、斎藤耕平さんから挑戦状を受け取っています。斎藤耕平さんは大阪市立大学経済学部准教授で、著書『人新世の「資本論」』は去年のベストセラーでした。斎藤さんは「SDGs は大衆のアヘン」と表現しました。マイバッグやマイボトルの小さな満足感が邪魔をして、やるべき大きなことに手を出さなくなっていると。本当に必要なのは大量消費、大量生産、大量廃棄型からのシステムチェンジであり、利益ありきの企業には本当の SDGs はできないと。

では企業人が何をすべきかというと、「SDGs を自分ごと・会社ごとにする」ということだと思います。どんな世界に暮らしたいかを考え、人と地球のために自分と会社が何をするかをしっかりと考え、目標を立てて実行するのです。「環境・経済・社会の調和が SDGs の目標である」ことを押さえながら、自分たちのほうから社会や世界に向けて線を引いていく。だからこそ説得力が生まれ、問題解決の糸口が見つかります。その時に、ジェンダーの視点を生かすわけです。ジェンダーは全員に当事者性があり、どんな問題を考える上でも役に立ちます。

まずはできることから始めていきましょう。できることを増やしスケールアップしていくためにも、仲間を増やしましょう。そして、粘る、あきらめない、変革を目指し続ける。2030 アジェンダの原文には Transform our world とあります。change ではなく transform。『トランスフォーマー』という映画をご存じでしょうか。元の形が分からなくなるような大胆な変身をするんですね。それぐらいの言葉を使っているということです。

企業人の皆さんはとてもお疲れですよね。だから新聞も読まれないんだと思うんです。疲れて時間がないから喜怒哀楽をシャットアウトする。だから大人たちの感受性がとても貧しくなっています。児童労働の問題も、つながっていると知ってはいるけれど遠い世界のような感覚。でも喜怒哀楽を使って感受性のアンテナがしっかり立っていれば、直感的に問題であると感知できるはずです。ですから感受性のアンテナを立てながらたまには新聞も読んでいただければ、自社の事業を通じて社会を変革するきっかけを得られるのではないかと思います。

ネイティブアメリカンは7代先の子孫のことまで考えるそうです。アメリカ合衆国憲法はイロコイ族の考え方が入っています。7代先は難しくとも2代先3代先ぐらいまで見据えてSDGs を使っていけるといいですね。SDGs は世界の共通言語。SDGs は接着剤です。SDGs をやろうとすれば、たくさんの人と出会うことができます。東京個別指導学院の石田さんとの出会いをいただいたのもまさにSDGsでした。今回お集まりの広報の皆さんも、お仕事の中で自分ごと会社ごとにすることで、たくさんの人との出会いが生まれると思います。

石田:北郷さんありがとうございました。チャットで質問を受け付けますが、まず私から質問です。朝日新聞では昨年4月に「ジェンダー平等宣言」を発表されました。取材対象やシンポジウムの登壇者で男女の偏りをなくすことや、女性管理職比率と男性育休取得率を向上させることなどが明言されています。1年取り組んできていかがでしたか。

北郷編集委員:効果がすごく出ています。秋の『朝日地球会議 plus』では去年初めて登壇者男女 比同数を達成しました。こういうイニシアチブがあって意識的に動いた結果だと思います。新聞 などのメディアが、意識して見えるところに女性を出すことがとても大事です。わかりやすいの は内閣改造の雛壇ですよ。あの男性ばかりの光景を見て女子中学生や高校生は敏感に感じ取りま す。積極的に女性が目に見えるようにすることはとても大切です。

男性育児休業取得者数は新聞業界では当社がトップですが、社会全体から見ればまだまだです。



石田: 質問を受け付けている間、もう一つお願いします。広報担当の方は、インナー向けに発信する機会があるわけですが、ジェンダーの話題はどうしても慎重にならざるを得ません。ジェンダー問題に関するインナーコミュニケーションでの成功例やコツを教えてください。

北郷編集委員:逆質問ですが、なぜ慎重にならざるを得ないのでしょうか。

石田:男女問わず、どうしてもジェンダーの話題を気になさる方がいますので…。

北郷編集委員:まあ、事実そうですよね。端的にいうと「女性が正論を言うな」。女が正論をいうと嫌われるわけです。私も会社で働いて、記者という仕事をしていても、女の自分が意見を言っ

ても通じないとか、目の前の人が嫌な顔してるなとか感じることがあります。

何々すべきっていう直球もいいですが、大谷翔平投手みたいに変化球も投げられるようにしておくといいですね。経営者に向けてだったら、ジェンダーや SDGs も同業他社の好例を出すのは効きますよ。わからない人には「その人用のお皿」を用意してあげるのです。人に言いたいことがあってわかってほしいなら、言う側が工夫するといいですね。

石田:参加者からの質問です。D&Iの話題を嫌がる男性経営者の気持ちや見方を変えるきっかけは何ですか。

北郷編集委員:正論に見せないってことも大事かもしれません。D&Iとはダイバーシティ&インクルージョン、訳すと多様性と包摂性。英語やカタカナを嫌がる人には分解して日本語で出すのも大事です。それから、リスクを語ることです。D&Iをやらないことはリスクである、という伝え方ですね。D&Iや SDGs を社会貢献だと誤解している経営者だとつらいです。D&Iは事業戦略です。事業に必要でありやらないことはリスクであり、採用活動にも影響します。

今、中学生は学校で SDGs の学習をしていますよね。中学生や高校生は短絡的にプラスチックを紙に代えようみたいなことは言わず、できることを丁寧に考えています。彼らが成長して就職するとき、果たしてD&Iに関心がない企業に就職を考えてくれるか。今の就活生にだって、面接官がD&Iを分解して話せるくらいでないと印象が良くないかもしれません。

石田:では最後の質問です。企業の「本物の取り組み」として何かお手本になる事例はないでしょうか。

北郷編集委員:誰でもお手本は作れます。「こうでないといけない」がないのが SDGs の面白いところであり良いところです。皆さんが自信を持って本物ですと言えるようになればいいと思います。その時、そもそもの知識レベルを社内で上げていくことが大事です。今年は重要な環境国際会議が2つも控えています。10月には中国でCBD-COP15(「生物多様性条約」第15回締約国会議)があり、11月にはイギリスでCOP26(国連気候変動枠組み条約第26回締約国会議)があります。COP26があるから日本政府もようやく重い腰を上げて2050年脱炭素と言い出しました。そういう世の中の動きをしっかり取りに行くことが大事です。そのためにも皆さん、ぜひ新聞をお読みいただきたいと思います。

【終】

東京個別指導学院新宿本社より zoom 配信 登壇:朝日新聞社 編集委員 北郷美由紀氏 司会進行・文責:東京個別指導学院 石田奈緒子

主催: PRS」 国際・交流委員会(委員長: 寺田倉庫 脇山亜希子)



正会員 · 個人会員限定

第213回定例研究会

人と人を結ぶニュースは届いているか 共同通信編集局の24時間

~日本を代表する総合国際通信社の取材・編集活動を探る~

講師:一般社団法人 共同通信社編集局次長 杉本 新氏

第 212 回定例研究会(5 月度)は、5 月 26 日(水)、オンラインでで開催しました。講師は一般 社団法人 共同通信社 編集局次長 杉本 新氏。テーマは「人と人を結ぶニュースは届いているか 共同通信編集局の 24 時間~日本を代表する総合国際通信社の取材・編集活動を探る~」でした。

<講師略歴>

岡山県生まれ。1987年、共同通信社入社。

文化部記者として文学、高齢者福祉などを担当。

文化部長、ニュースセンター整理部長、金沢支局長を経て、2019年より現職。

PRSJ in Media

● 7月1日(木) 『月刊広報会議』(宣伝会議)8月号

『月刊広報会議』8月号における当協会の連載コラムで、当協会が6月に刊行した「2021 PRイヤーブック」について記事掲載されました。

記事では、「今、結び直す時。」との巻頭特集の趣旨や内容をはじめとして、「PRアワードグランプリ 2020」、「2020 年度 PR 大賞」や「2020~ PR S J 活動報告」など本号の掲載内容に触れられています。

● 6月15日(火) 『BTOB COMMUNICATION』6月号(日本 BtoB 広告協会)

『BTOB COMMUNICATION』6月号において、当協会が実施し結果を公表した「PR業実態調査」について記事掲載されました。

記事では、2020 年度調査において、売上高が前回 2018 年度調査の結果を下回ったことなど P R 市場の動向、また調査の概要を紹介しています。また、取扱い業務に関する増減の傾向、業務 や経営における課題についても結果のポイントが紹介されています。

[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 <u>mail@prsj.or.jp</u> F A X 03-5413-2147

※ 禁転載