



2022 年 12 月号

NO. 346

T O P I C S

必要な情報を取捨選択し、正しい判断につなげる能力

(公社)日本パブリックリレーションズ協会 理事 齋藤 博海

MESSAGE P4

新入会員ご紹介

ATTENTION P5

「PRアワードグランプリ2022」表彰式・プレゼンテーションオンラインでライブ配信

ATTENTION P6

「新春PRフォーラム 2023」開催のお知らせ

ATTENTION P7

「TheyTalkForum」開催レポート掲載

BULLETIN P12

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: 牧口 征弘

12月号目次

12月～11月のスケジュール	——	2
MESSAGE(メッセージ)	必要な情報を取捨選択し、正しい判断につなげる能力	—— 4
新入会員紹介ページ	12月入会の皆様のご紹介	—— 5
PRアワードグランプリ開催	「PRアワードグランプリ2022」表彰式・プレゼンテーションオンラインでライブ配信	—— 6
ATTENTION(お知らせ)	「新春PRフォーラム2023」開催のお知らせ	—— 7
〃	「グローバル・コミュニケーション講座」をオンライン開講	—— 8
〃	第33回1次試験のお申込み受付中	—— 9
〃	開講中！「PRプランナー1次試験対策講座」	—— 10
〃	「2023年度版 広報・PR参考問題集」を12月27日に発売	—— 11
BULLETIN(活動報告)	2022年度 第1回「They Talk Forum」開催レポート	—— 12
〃	第27回広報活動研究会(11月9日)開催報告(会員限定)	—— 16
協会掲載記事	PRSJ in Media	—— 17
PLAZA(会員便り)	会員便り: 本田哲也様より『パーセプション 市場をつくる新発想』発売中	—— 18
事務局だより	事務局スタッフの紹介	—— 19

12月～1月スケジュール

【オンライン】
国際セミナー

日 時 : 12月21日(水)16:00～17:30
 テーマ : 世界のSDGsと日本のSDGs:現在から2030年に向けて、そしてその先へ
 講 師 : 国連広報センター 所長 根本かおる氏
 会 場 : Zoom ウェビナー

【オンライン】
パブリックリレーションズ入門
Web講座(秋期)

日 時 : 10月28日(金)～12月20日(火)
 講 師 : エバラ食品工業(株) 執行役員 コミュニケーション本部長
 上岡典彦氏を含む10名

【オンライン】
PRプランニング講座

日 時 : 11月22日(火)～1月16日(月)
 テーマ : トライプとストーリーで考える令和の#PR発想術
 ～ 社会課題の解決をめざすPRプランニングのポイント ～
 講 師 : 株式会社マテリアル ブランドプロデュース局 シニアマネージャー
 西野夕季子氏

【オンライン】
「PR アワードグランプリ 2022」
表彰式・プレゼンテーション

日 時 : 12月15日(木)12:30～16:00

【オンライン】
グローバル・コミュニケーション講座

日 時 : 12月15日(木)～2月6日(月)
 テーマ : 京セラのグローバル・コミュニケーション活動
 ～広報室のミッションと取り組み～
 講 師 : 京セラ株式会社 広報室長兼ダイバーシティ推進室長 吉川英里氏

【オンライン】
マーケティングPR集中講座

日 時 : 1月中旬開講予定
 テーマ : 未定株式会社博報堂 財田恵里氏
 株式会社スパイスボックス 森竹アル氏
 株式会社電通PRコンサルティング 岩澤 俊之 氏・小川裕介氏

12月～1月の理事会・委員会・ 部会スケジュール

定例理事会	(12 月度)	日 時	: 12 月 8 日 (木)	16:00～17:30
		会 場	: 霞会館+オンライン	
	(1 月度)	日 時	: 1 月 12 日 (木)	16:00～17:30
		会 場	: 霞会館+オンライン	
教育委員会	(12 月度)	日 時	: 12 月 12 日 (月)	16:00～17:30
		会 場	: オンライン開催	
資格委員会	(12 月度)	日 時	: 12 月 22 日 (木)	14:00～15:30
		会 場	: ハイブリッド開催	
国際・交流委員会	(12 月度)	日 時	: 12 月 2 日 (金)	17:00～18:00
		会 場	: オンライン開催	
広報委員会	(12 月度)	日 時	: 12 月 22 日 (木)	16:00～17:00
		会 場	: オンライン開催	
顕彰委員会	(12 月度)	日 時	: 12 月 23 日 (金)	16:30～17:30
		会 場	: オンライン開催	
企業部会幹事会	(12 月度)	日 時	: 12 月 7 日 (水)	17:00～18:00
		会 場	: オンライン開催	
PR業部会幹事会	(12 月度)	日 時	: 12 月 20 日 (火)	16:00～17:00
		会 場	: オンライン開催	

必要な情報を取捨選択し、正しい判断につなげる能力。

公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会
理事 齋藤 博海

今期の通常総会にて、新任の理事及び関西西部会副部会長を拝命致しました。会員の皆様及びPRSJの発展に少しでも寄与できるよう努めてまいりますので、ご指導・ご鞭撻を宜しくお願い申し上げます。

私が営業から広報部門に異動してきたのは2005年4月で、部数減は確実に進行していたものの、まだ新聞社にも元気がありました。そして、当時は「ガラケー」の時代だったこともあり、SNSは息を潜めておりました。その頃と現在で「何が変わったのか？」と自問することがあります。メディアが多様化し、複雑になったことには間違いはありませんが、発信したいファクトを、適切に文脈化をして、適切なメディアを通じて発信するという基本のプロセスは変わらないということに気がきます。変わったことと言えば、それらのプロセスを遂行するために情報へのアクセスが飛躍的に容易になった反面、情報を取捨選択し、正しい判断につなげる能力については、以前に増して高いレベルが求められているのではないかと思います。

私が理事に就任させて頂き、PRSJの皆様とより多くの会話をさせて頂くようになって感じるのは、このような「能力」を養え、鍛えられる可能性が、このPRSJには多くあるということです。それは、私自身は企業広報の一員として参画していますが、PRSJがPR会社と企業広報の協業という座組により成り立っている点が、大きな価値を育んでいる要因なのだと思います。ややもすれば競合しかねない立場の方々が集い、衆知を集め、刺激し合っているからこそ、PR領域の発展につながっていくのだと、改めて感じてしまいます。

もう一点、「情報を取捨選択し、正しい判断につなげる能力」を養う上で、最近大事だと思う要素は「コミュニケーション」です。PRに従事する皆さまにとっては基本中の基本と怒られそうですが、コロナ禍で、特に対外（社外）の方々とコミュニケーションが（私自身も含めて）希薄になってきていると言わざるを得ません。便利なコミュニケーションツールがたくさん出来ましたが、それは大いに活用すべきですが、リアルなコミュニケーション（これは対面でなければならないという意味ではありません）は、判断の精度を高める「能力開発」に役立つという視点で、近い将来に再評価されるのではないかと、勝手ながら想像しております。

まとまりのない、漠然とした所感で恐縮でございますが、いずれにしましても、これまで多くの企業・団体のPR関係者の皆様、そしてマスコミ関係の皆様にお世話になり、ご教示頂いた御恩を少しでもお返しすべく、皆さまのご指導を頂きながら貢献していきたいと存じますので、今後とも何卒宜しくお願い申し上げます。

新規入会の会員（正会員）のみなさまの「自己紹介」ページです。今回は、12月にご入会いただきました正会員（掲載希望社）をご紹介します。

(株)クラス



2018年4月設立の株式会社クラスです。自由で手軽に家具・家電のレンタル・交換ができるサブスクリプションサービスを展開し、個人向け「CLAS（クラス）」、法人向け「CLAS BUSINESS（クラスビジネス）」、不動産物件の魅力を最大化する「CLAS ホームステージング」を提供しています。

返却された商品は修繕やクリーニングを施して次のお客さまへ再レンタルし、廃棄を回避。サステナブルな循環型の「所有しない利用」を促進し、「持たない、捨てない社会」の実現を目指しております。

PRSJの活動を通し、広報スキルを磨き、会員の皆さまと交流できると幸いです。よろしくお願いいたします。

「PRアワードグランプリ2022」 表彰式・プレゼンテーション オンラインでライブ配信

今年の「PRアワードグランプリ2022」表彰式・プレゼンテーションは、2022年12月15日（木）12時30分から、東銀座の時事通信ホールで開催されました。プレゼンテーションと表彰式の模様はオンラインでライブ配信し、多くの方にご視聴いただきました。

牧口理事長のご挨拶、本田審査委員長からの講評につづいて、グランプリ、ゴールド、シルバーの各受賞エントリーの代表者から、企画の意図や実現に至るプロセス、成果まで、受賞事例の全体像が把握できるプレゼンテーションを実施していただきました。

今年度のPRアワードグランプリではエントリー名：共助×共創による、これからの公共サービスの実現～マイカー乗り合い交通「ノッカル」挑戦の3年～（エントリー会社：富山県朝日町/株式会社博報堂、事業主体：富山県朝日町/株式会社博報堂）をグランプリとして選出いたしました。同時に、ゴールドに3件、シルバーに3件、ブロンズに8件をそれぞれ選出しています。

「PRアワードグランプリ 2022」の受賞エントリーの内容は、2023年2月に開催予定の「PRアワード受賞事例公開セミナー」や6月に発刊予定の「Yearbook 2023」、協会のウェブサイトなどで紹介していく予定です。

今年度は過去最多タイ全107エントリーの応募がありました。多数のご応募をいただき誠にありがとうございました。来年度のエントリーもお待ちしております。



「新春PRフォーラム 2023」開催のお知らせ 2023 年 1 月 19 日(木)16:00 からハイブリッド開催

協会では、毎年 1 月に「新春PRフォーラム」を開催してきましたが、今年度は、国際文化会館での会場参加とオンライン配信のハイブリッド開催で実施することとなりました。

第 1 部は特別講演として、早稲田大学教授 中林美恵子氏に「激動する国際秩序：中間選挙後の米国内政・日米関係」をテーマにご講演いただきます。

第 2 部は日本PR大賞「パーソン・オブ・ザ・イヤー」「シチズン・オブ・ザ・イヤー」受賞者発表、選考理由の紹介、受賞者コメントの紹介を行います。

PR大賞受賞者、特別講演等の詳細やお申込みについては今後協会の Web と、メールを通じて案内します。

新年でご多忙のことと存じますが、会員の皆さまの積極的なご参加をお待ちしております。

記

■開催日時：2023 年 1 月 19 日（木） 16：00～18：15（予定）

■開催方法：国際文化会館での会場開催及びオンライン

■場所：国際文化会館「岩崎小彌太記念ホール」

東京都港区六本木 5-11-16

TEL：03-3470-4611

会場地図：<http://www.i-house.or.jp/access.html>

■実施内容：

□第一部：特別講演 16：00～17：30

講師：早稲田大学教授 中林美恵子氏

テーマ：激動する国際秩序：中間選挙後の米国内政・日米関係

□第二部：2022 年度日本PR大賞のご紹介 17：45～18：15

－ 「パーソン・オブ・ザ・イヤー」

－ 「シチズン・オブ・ザ・イヤー」

■参加方法及び会費：

・会場参加（60 名限定 先着） 1 名 4,000 円

・オンライン受講（会員のみ 100 名限定 先着） 1 名 2,000 円

※クレジットカードによるお支払いをお願いいたします。なお、PRSJ 正会員企業・団体にお勤めの方は、請求書による銀行振込もご利用になれます。

■ 注意事項

※新型コロナウイルス感染拡大等、諸般の事情によりオンラインのみの開催とさせていただく場合がございます。

パブリックリレーションズ実務講座 2022

「グローバル・コミュニケーション講座」をオンライン開講
～「京セラのグローバル・コミュニケーション活動」～

教 育 委 員 会

協会では、今年度のパブリックリレーションズ実務講座「中堅実務プログラム④」として、「京セラのグローバル・コミュニケーション活動～広報室のミッションと取り組み～」を12月15日からオンライン開講しています。

20世紀後半以降、急速に進んだ「グローバル化」。経済や人々の結びつきは国や地域を超えて、今までにないほど密接にかかわる時代を迎えました。また、近年のインターネット技術に象徴されるICT（情報通信技術）の発達は「グローバル化」をさらに加速し、企業の組織や事業、コミュニケーションにそれまでになかった巨大な変化をもたらしています。

日本企業が単なる製造や販売を目的として海外に進出した時代は、もはや過去のものとなりました。企業は複数の国に拠点を展開する多国籍化の時代を経て、国境を越えた経営資源の配分、組織の配置が最適化されたひとつの共同体として事業を進める「グローバル企業」へと進化しつつあります。

この進化にともない本社を中心に各国、各地域のステークホルダーを対象として海外に向けて展開された企業コミュニケーションは「国際広報」や「海外広報」と呼ばれた従来の概念を越え、異なる文化や言語、価値観などの理解のもとに、好ましい関係性の実現をめざして戦略的に推進される「グローバル・コミュニケーション」が求められています。ただ、多くの日本企業は経験のない新たな時代に戸惑いつつ、試行錯誤を繰り返しながらその戦略や施策を模索しているのが現状といえます。

本講座では、国内に留まることなく欧州や米国、アジアなどで幅広く事業を展開するグローバル企業 京セラ株式会社の吉川英里氏（執行役員 広報室長兼ダイバーシティ推進室長）を講師に迎えます。同社は、名経営者として名高い稲盛和夫氏が1959年に創業、今や約300社のグループ企業、約83000名の従業員を擁する企業へと発展しています。

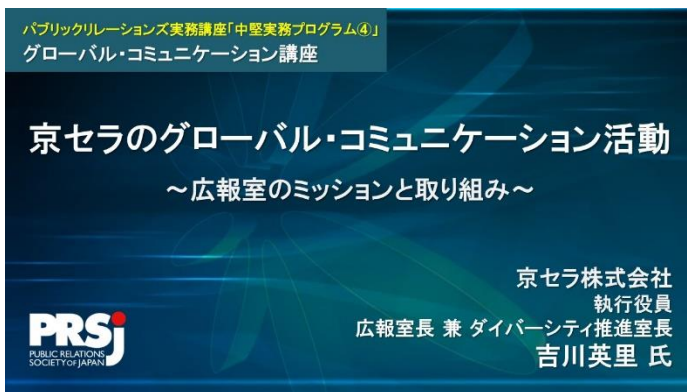
豊富な海外経験を生かし同社の広報を統括する吉川氏のご講演では、国内外を対象とするミッションや体制、活動の全体像とともに、世界のステークホルダーを対象に展開しているグローバルなコミュニケーション活動の戦略、具体的な取り組みなどをご紹介します。

世界のステークホルダーに向けた京セラの取り組みからこれからのグローバル・コミュニケーションを考える本講座。広報にかかわる多くの皆様の受講をお待ちいたします。

講座の詳細、受講申込みについては、下記協会 Web の講座ページをご覧ください。

<https://prsj.or.jp/event/global2022/>

（事務局 真部）



PRプランナー資格認定制度／検定試験

第 33 回1次試験のお申込み受付中

仮申込は 1 月 27 日(金)まで

—試験期間は、2 月 11 日(土)～26 日(日)まで—

資 格 委 員 会

2022 年度後期（第 33 回）1 次試験のお申込み受付を 12 月 1 日（木）より開始しました。

第 33 回 1 次試験は CBT 方式で、試験期間は 2023 年 2 月 11 日（土）～2 月 26 日（日）の 16 日間で実施します。本 1 次試験は広報・PR に関する基本的な知識を問う出題となり、これまでに 14,200 名が受験し、10,631 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。

- 全国に開設されたテストセンターで、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】



【PRプランナー資格認定制度／検定制度 第 33 回 1 次試験 実施概要】

試 験 期 間	2023 年 2 月 11 日（土）～2 月 26 日（日）
仮 申 込 み 期 間	2022 年 12 月 1 日（木）正午～2023 年 1 月 27 日（金）23:59 まで ※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）
本 申 込 み 期 間	2022 年 12 月 1 日（木）正午～2023 年 2 月 3 日（金）23:59 まで ※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	2023 年 3 月 8 日（水）正午
試験出題数／試験時間	50 問／80 分
合 格 基 準	全出題数に対して正答率 70%以上で合格
対 応 公 式 テ キ ス ト	広報・PR 概説（2022 年度版）

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/>



パブリックリレーションズ実務講座 2022

開講中！ PRプランナー1 次試験対策講座

～第33回 1 試験の受験者に最適な対策講座～

教 育 委 員 会

当協会は、2023 年 2 月 11 日（土）～ 2 月 26 日（日）に実施が予定されている「第 33 回（2023 年度前期）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」を、オンデマンド講座として開講しています。

PRプランナー資格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がPRプランナー資格を取得したベテラン講師が、公式テキスト「広報・PR概説」をもとに試験分野を解説します。受講者は合格に必要な知識を効率的に習得できることに加え、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進めることが可能となります。

なお、本講座は、インターネットを利用したオンデマンド Web 講座です。遠隔地に居住されたり、業務が多忙なみなさまも、スマホやタブレット、パソコンを利用しご自身の都合にあわせて受講できます。また繰り返し何度も視聴でき、より試験分野の理解を深めることが可能です。

PRプランナー資格の取得をめざす多くの皆さまの受講をお待ちいたします。講座の詳細、受講お申込みは、下記の協会 Web サイトをご覧ください。

<https://prs.j.or.jp/event/1st-2021late/>

■「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)	受講期間
- PRプランナー1 次試験について - 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	最長約 90 日間 （視聴方法に関するご案内をお送りした日の翌々月の末日まで）
- 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 コンサルティング 2 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）

PRプランナー資格認定制度／検定試験

『2023 年度版 広報・PR参考問題集』を
12 月 27 日に発売

— CBT 化された 1 次～3 次試験までの全ての試験に対応 —

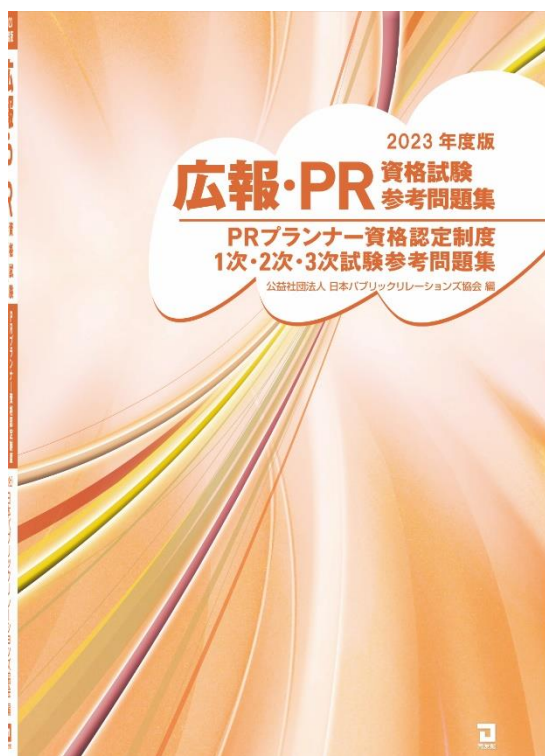
資格委員会

2023 年以降の 1 次試験から 3 次試験の全ての試験に対応した公式テキスト『2023 年度版 広報・PR 参考問題集』を、12 月 27 日に同友館から発売しました。

2019 年度版 広報・PR 参考問題集からの変更内容は、1 次試験、2 次試験（科目 A、B、C）の半数以上を新規に入れ替え、2 次試験科目 D は 1 問収録を増やし且つ全問更新、3 次試験は CBT 試験対応として、3 次試験の学習のポイントと、CBT 試験で実際に出题された問題と参考解答例と解説、となっております。

お求めは、発行元の同友館 OnLine、全国の書店、またはインターネット書店でご購入いただけます。

ご多忙中、ご執筆、ご協力いただきました関係者の皆様、本当にありがとうございました。この場を借りてお礼申し上げます。



書籍名：2023 年度版 広報・PR 資格試験参考問題集

発行日：2022 年 12 月 第 1 刷発行

仕様：A5 判、185 ページ

定価：1,760 円（税込）

編著：公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会

発行：株式会社同友館

ISBN：978-4-4-496-05636-9

<収録数（参考問題と解説）>

1 次試験：28 問（1 章あたり 2 問×14 章分）

2 次試験科目 A：12 問（1 章あたり 2 問×6 章分）

科目 B：6 問（1 章あたり 2 問×3 章分）

科目 C：8 問（1 章あたり 2 問×4 章分）

科目 D：25 問（1 章あたり 2～3 問×7 章分）

※1 問追加

3 次試験課題 A ニュースリリースの作成：2 問

課題 B 広報・PR 計画の立案の作成

（コーポレート課題）：2 問

課題 B 広報・PR 計画の立案の作成

（マーケティング課題）：2 問

2022 年度 第 1 回「They Talk Forum」 「オッサンの壁」を越えていこう ～実は乗り越えるのではなく壊すものと気づくまで～

2022 年 10 月 25 日(火)オンライン開催

国際・交流委員会

女性のエンパワメントと会員同士のネットワークを築く場として、毎日新聞の論説委員佐藤千矢子氏をゲストとしてお招きし、第1回「They Talk Forum」が10月25日(火)オンラインで開催されました。昨年度までは「なでしこカウンスル」として参加者を女性限定としておりましたが、今年度から名称を変更し、性別にかかわらず参加可能にしました。スピーカーは、女性リーダーのビジビリティを高めるため、引き続き女性限定としております。

1 パーソナルストーリー（自己紹介）

佐藤氏は名古屋大学卒業後、87年に毎日新聞社へ入社。長野支局、政治部、大阪社会部、外信部を経て、2001年10月から3年半ワシントン特派員を務め、アフガニスタン紛争、イラク戦争、04年米大統領選挙などを取材。第1次安倍政権時には政治部官邸キャップに就任。17年4月には全国紙で初の女性政治部長に就任。その後、大阪本社編集局次長、論説副委員長、東京本社編集編成局総務を経て、22年4月から論説委員に。22年4月には「オッサンの壁」（講談社現代新書）を出版。



以下、佐藤氏の講演内容の要約です。

2 佐藤氏の考える「オッサン」

「オッサン」とは年齢や見た目ではなく、女性にとって生きづらい社会の原因となっているものを象徴する言葉として使っています。私自身もオッサン社会に同調して働いてきましたが、女性の中にも「オッサン」はいます。内閣府が2019年に実施した世論調査では、「男女の地位は平等になっていると思うか」という質問に、平等と回答したのは21.2%、女性の方が優遇されているが3.1%、男性の方が優遇されているが74.1%でした。このような社会で、非常に理不尽な思いや悔しい思いをしている人がいます。その現状を放置し変えようとしない社会を象徴するのが「オッサン」です。

3 政治記者を通して感じた「オッサンの壁」

政治メディアは、政治家の社会と同じで古くて非常にホモソーシャルな世界です。最近は女性記者が増えてきたものの、男性と同等の扱いで一緒に働いているところはまだまだ少ないのが現状です。鼻の下を伸ばした政治家に女性記者をぶつけて、そこからネタを取ってくるような使い方をする事例や、女性記者が特ダネを取ってきた途端に嫌がらせをする男性記者もいます。男性記者が政治家に近づくために一緒に女遊びをする風習もあり、セクハラや性暴力が起こることもあります。会社では理不尽と思うことも起きますが、女性はおかしいと感じたことは声を上げる習性があります。

日本社会には異論を唱えずに言うことを聞けと思っている中高年の管理職が多くいます。転勤や異動にも不平を言わずに指示に従い、出世競争を競い、その競争に勝った者が会社の幹部にな

っていき、そこから外れた人は男であっても排除されていきます。特に日本のメディアは障壁に守られている部分があり、グローバルスタンダードに合わせることなく、なかなか改革が進んでいません。

4 広報での女性活躍について

広報も昔は男性ばかりでしたが、今は女性が多い印象です。ただ、広報以外の部署に同じように女性がいないかというところではないと思います。新聞社では例えば、営業やビジネス開発などの部門では女性がどんどん進出していますが、新聞社の肝となる編集局では、副部長に当たるデスクでも女性は本当にまだ少ないです。私が全国紙初の女性政治部長となったのもほんの5年前の2017年です。社会部長や国際部長、科学環境部長には女性がいましたが、政治部は民放や地方紙を除き、全国紙の中では政治部長は生まれていませんでした。歴史を見ても、全国紙5紙の中で政治部長となった女性は私と産経新聞の佐々木美恵さんの2人しかいません。



5 女性の「オッサン化」

私は男女雇用機会均等法が施行された1986年の翌年入社で、均等法の第1世代です。私は独身だったこともあり、24時間いくらかでも働きますという感じでやってきたのですが、結婚して子育てをしながらではその時代は育休もなかったため非常にハードルが高かったです。今では、子供を持ちながらも新聞記者を続ける女性が増えてきましたが、それでもやはり大変な苦勞をしています。オッサン化して働く人とそうでない人で二極化しており、みんながうまくワークライフバランスを取って働けるようにはまだなっていないと感じています。そんな中、「オッサンの壁」を読んだ後輩の男性記者からは、「これで社内が少し改革されるといいですね」といった声もあり、何か変えたいと思っていても声を上げられない男性もいるように感じました。

6 「オッサンの壁」の壊し方

均等法第1世代の私は一生懸命「オッサンの壁」を乗り越えようと奮闘してきました。乗り越えた時には後輩に続く道ができると信じて30年以上たった今、後ろに道はできていませんでした。子供のいる女性記者には、「私たちは佐藤さんのように働けないので全くモデルになりません。私たちと同じように子供を持って苦勞してきた人にトップに就いてもらいたい」と言われました。ちょっと腹が立ちましたが、もっともだなと思いました。もう女性はこれ以上「オッサンの壁」を乗り越えなくてもよく、社会が変わらなければいけません。社会の意思決定の場にいる中高年の男性が気付いて変えていかねばいけないのです。一つの解決方法として、クォーター制で強制的に女性の人数を増やすことがあります。いろんな分野にクォーター制を導入すべきです。環境が整ってから数を増やすなどと言っていたら、いつまでたっても環境が整わない。強制的に数を増やし、環境の不備が分かるという順番に変えていかないと駄目だと考えています。

7 交流タイム・セッション

佐藤氏の講演後、参加者を二つのブレイクアウトルームに分けて、意見交換しました。

ブレイクアウトルーム1：

社会人2年目から大先輩まで幅広い方が参加されていました。世代によってさまざまなご意見があるように感じました。2年目で参加いただいた方からは、学生時代から男女の壁はなく生活していたため、企業に入った途端に女性活躍や女性教育と強調されていることに違和感があり、そのこと自体が逆に壁があることを意識させているのではないかとのご意見がありました。一方で、もう何年も社会人生活を送っておられる方からは、そこに違和感がないわけではないが、やはり何年たっても変わらない部分があり、その溝を強制的にでも埋めていく必要があると話されていました。

ブレイクアウトルーム 2 :

新卒で入社した 3 年目の方は、入社時から女性活躍が当たり前のような風土が会社の中にあったとのこと。別の参加者（女性）は自分自身が放っておくとオッサン化してしまうため、常日頃意識していると話されていました。また、お酌やお茶出しは女性の方が良いという考えがいまだに残っているという話や、賃金格差はないが、決定権のある会議には男性しか呼ばれないという話もありました。別の方からは、育休明けで時短勤務の場合、いくら成果を出しても給料は 7 割しか払われず、圧倒的な成果を出して頑張ったが、後輩たちはそこまでできないと感じているようで、バランスの取り方が難しいという悩みも伺いました。また、DX 化が進む中、女性にできない力仕事は減っており、できないと決めつけるのではなく、そういった意識自体も変えていくべきだとのことがありました。最終的には経営トップの意識改革・意思表示が重要であるという意見もありました。

8 Q&A （ブレイクアウトルームでの交流タイム後に、Q&A セッションを実施。）

Q：女性記者の夜回りについてですが、夜回り先の社長から、自宅に若い女性が待っていると近所や女房から文句が出るからぜひやめてほしいと言われたものです。最近は若い男性記者も夜回りに行かなくなっていて、男女共に若い記者の働き方が変わってくることによってオッサンの壁が壊されていくんじゃないかと思ったのですが、いかがでしょうか？

A（佐藤氏）：夜回りはどうしても政権幹部を捕まえなければいけないような場合は必要かもしれませんが、惰性でやっているようなものもあり、その整理は必要です。夜回りに限らず、働き方全般も改革を進めていかなければいけないと思います。

Q：初の女性政治部長になった際、男性からの批判はありましたか？

A（佐藤氏）：たくさんありました。非常に風当たりが強く、男性部長に比べて厳しく怒られることもありました。男性は理不尽なことでも上の顔を立てて仕事をやるようなところがありますが、女性は疑問を口に出します。本来はそれが推奨されていますが、実際の会社の世界では、文句言わずにやってくれる方がありがたいのです。女性が口出した際に、議論をしたかっただけなのに反論と捉えられて口をきいてもらえなかったことなど、きりがありません。

Q：佐藤さんはそのような経験を繰り返し、落としどころとしてはどこに着地されたのですか？

A（佐藤氏）：どこにどんな壁があるか分からない中で、日々やってみて、ここにこんな壁があったんだと気付くことの連続でした。政治部長を 2 年間経験し、業界で評価され、政治記者、政治部長として仕事をしたという自負を持っていることで納得させるしかないように感じています。その中でそれなりに部下も育てることができたと思っています。

Q：メディアは保守的な業界だと聞いていますが、海外では最近取材の際には相手が男性だけに偏らないように女性も取り上げるなど、紙面に偏りがないように意識して作られています。ジェンダーだけでなく、人種も偏らないように世界新聞協会もハンドブックを出しています。日本の大手新聞社でもガイドラインはあるのか、また今後変わっていくのか、どうぞ覧になっておられますか？

A（佐藤氏）：まさに欧米ではジェンダー平等を意識した紙面づくりやコメントの取り方が行われています。それに比べて日本はやはり遅れているものの、かなり意識するようには言われています。例えば、新聞のコメントでも、女性の政治評論家や学者は少ないのですが、苦勞しながらもコメントを取ってきています。

Q：佐藤さんはどのように仕事と向き合っていましたか？

A（佐藤氏）：私はとにかく馬車馬のように働いてきましたが、このままじゃいけないと感じていました。安倍政権は特に女性活躍を推進し、女性の労働力を活用することにより、企業が多様な意見を吸収し、成長していくという考え方でした。しかし、女性の社会進出は経済政策であると同時に社会政策でもあり、人権という視点を忘れず、女性の人権が尊重される社会でなければならないと思います。管理職やトップは会社のシステムを変える必要があります。一方、一個人としては無理をしないですることからやってください。いきなり無理して声を上げるのは難しい場合もあるので、おかしいと思ったら共有できそうな人と共有して少しずつ仲間を増やし、言語化していくことから始めてください。



司会進行：内外切抜通信社 河原 有希子 ・ 住友商事 長澤 修一
 文責：電通 PR コンサルティング 藤井 京子
 主催：PRSJ 国際・交流委員会

会 員 限 定

第 27 回広報活動研究会(11 月 9 日)開催報告 「(株)JERA 川崎火力発電所 訪問」

企 業 部 会

企業部会では、会員企業の広報活動（機能、組織、運営体制など）を実際のケーススタディを通して知り、広報・文化施設等によるコーポレートコミュニケーション、ブランディングを体験していただくことを目的に「広報活動研究会」を開催しています。

今回は秋晴れの 11 月 9 日、株式会社 JERA 様のご尽力により神奈川県川崎市にある同社の「川崎火力発電所」を訪問。13 社 18 名の会員が参加して、JERA の広報活動についてお話を伺うとともに、広大な火力発電所の見学を行いました。はじめに協会副理事長・企業部会長で鴻池運輸広報室長の岩切正哉氏からご挨拶をいただいた後、協会理事・JERA 広報室長の福田将吾氏より JERA の紹介、川崎火力発電所の広報ご担当の山本昭博氏から施設の紹介を受け、その後施設内を見学しました。



PRSJ in Media

● 12月1日（木） 『月刊広報会議』（宣伝会議）12月号

『月刊広報会議』12月号における当協会の連載コラムで、企業部会が「ひとり広報」をテーマに開催した第40回広報ゼミの様相について掲載されました。

コラムでは今回の広報ゼミでゲスト講師が自らの体験と知見を披露したことから始まり、続くパネルディスカッションではモデレーターに加え3人のパネリストが登壇したことが伝えられました。3人のパネリストからはそれぞれの成功談、失敗談をはじめ、企業への貢献や自身の価値向上のポイントなどが語られ、広報担当者にとって気付きの多い内容であっ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]

■■■■■■■■■■ 協会からのお知らせ ■■■■■■■■■■

PRSJの公式SNS更新中です！ぜひご覧ください♪

Twitter : <https://twitter.com/PRSJinfo>

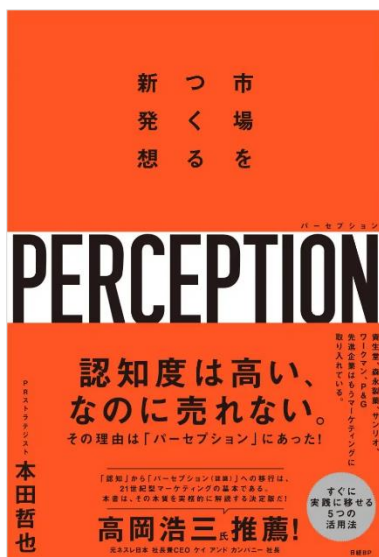
Facebook : <https://www.facebook.com/prsj1>

■ 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。

本田哲也様より

『パーセプション 市場をつくる新発想』発売中



●定価：本体 1,800 円＋税 ●体裁：四六判・268 ページ

●発行：日経 BP

認知偏重型のマーケティングは限界を迎えようとしている中、消費者から商品・サービス・ブランド・企業に寄せられる認識、すなわち「パーセプション」の理解がすべてのマーケターの必須スキルになっています。『PRWEEK』誌によって「世界で最も影響力のある PR プロフェッショナル 300 人」に選ばれた PR の専門家の本田哲也氏の最新刊、『パーセプション 市場をつくる新発想』はパーセプションを形成する要素、マーケティングに活用するうえでの設計術、計測法まで、網羅的に学べる実務書です。

●パーセプションは顧客層を広げる新発想

マーケティングにおける「パーセプション」を平たく言えば、第三者から見たモノゴトの見え方や捉え方を表します。商品、サービス、人物、イベントまで、あらゆるモノゴトは第三者の視点によって、万華鏡のように見え方が変わります。ある人にとっては有益な商品も、別

の人の目には不要だと映るかもしれません。

本書で取り上げている、森永製菓の「森永ラムネ」はその象徴と言えます。森永ラムネに向けられる以前のパーセプションは「子どものお菓子」でした。対象の顧客層は子ども、あるいは子どもを持つ親が中心で、大人が自分のために進んで買うケースは少なかったことでしょう。

このパーセプションを大きく変えたのが SNS の口コミです。ぶどう糖が 90%配合されているという商品特徴が「二日酔いに効く」「集中力が上がる」といった口コミとなり、SNS で話題になりました。「森永ラムネはビジネスパーソンの仕事の“アシスタント”」、そんなパーセプションが形成される中、森永製菓は大人が持ち運びやすいように、密閉チャック付きの袋をパッケージに採用した大粒の新商品を発売し、大ヒットしました。

●商品が売れない。その理由はパーセプションにある

商品開発、マーケター、広告・宣伝部、広報、営業、さまざまな方が日々、顧客に商品を購入してもらうためのコミュニケーションや潜在ニーズの発見に取り組んでいると思います。ですが、どれだけ便益のある商品やサービスを開発して、テレビ CM などでも認知度を高めても、好ましいパーセプションがなければ購入には至りません。「みんなが知っている」の先にある、「みんなにどう思われているか」が重要な時代です。パーセプションが生まれるメカニズムを理解し、コントロールすることも売れる商品づくりの必須条件となっています。

●SNS の普及により、消費者発信でパーセプションが形成される時代

世の中に商品・サービスが溢れる中、「認知」されるだけでは売れにくい時代です。特に SNS の普及によって消費者が発信力を持ち、ひとたび話題になれば、パーセプションの良しあしにかかわらずあっという間に広がります。商品・サービスの新市場創造につながる思わぬアイデアになることもあれば、ブランド毀損による離反につながる危険性もはらみます。そんな時代だからこそ、パーセプションに目を向け、コントロールする力はあらゆるビジネスパーソンに求められています。

本書ではさまざまな事例を用いながら、パーセプションが形成される理由や有効活用する方法をやさしく解説します。

■■■■■■■■■■ 事務局だより ■■■■■■■■■■

普段、なかなか皆様のお目にかかる機会のない“事務局スタッフ”をご紹介します。ご質問やご意見など、お気軽にご連絡ください。よろしくお願いします。

■東平 華子（ひがしひら はなこ）

協会の経理・人事担当をしております東平華子と申します。

入社24年目となりました。入社時は「会員管理、セミナー・催事運営関連等」の担当をしており、会員皆様とのお近づきも多かったかと存じます。現在は、公益社団法人の経理という新たな経験を与えていただき、協会の大切な財産をお預かりする立場となり、別の角度から会員皆様への貢献が出来ればと願っております。

近年、コロナ禍で変動する社会情勢の波を“数字”から感じながらも、今だからこそ『ピンチをチャンスに変えて！』の精神を高め、より一層の努力に邁進して参りたいと思います。

■越智（おち）

初めまして、事務局の越智と申します。

事務局ではPRプランナー資格制度の立ち上げ当初から、その運営に携わっています。前職の経験を活かし、主にIT面の仕事をしています。最近では資格制度以外にも、会員マイページシステム、セミナー申込システムなど、協会全体のIT担当として業務の幅を広げています。

会員の皆様に、より便利に使っていただけるよう、今後もシステムを改善していきます。また、事務局メンバーをITの面からサポートして、皆がよりクリエイティブなことに専念できるような環境作りを目指していきます。どうぞよろしくお願いします。

■八代 寿代（やつしろ ひさよ）

はじめまして、週に数回パートタイムで働いております八代寿代と申します。日本パブリックリレーションズ協会は、単発のアルバイトから年月を数えますと、約10年ほど長くお世話になっております。

私は主に、協会の皆様の雑務のお手伝いをさせていただきながら、パブリックリレーションズなどの勉強させていただいております。

日々、驚きと刺激を頂ける現場で、これからも協会で多くを学びながら、会員の皆様や協会の活動にご参加いただいている多くの方に、ご満足いただけるサービスを目標に、仕事をしていきたいと思っています。

編集担当より

本誌の内容に関するご意見・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思っておりますので、
よろしくお願いいたします。

広報委員会

Eメール mail@prsj.or.jp

FAX 03-5413-2147

※禁転載