



2023 年 2 月号

NO. 348

T O P I C S

「対話」ということ

(公社)日本パブリックリレーションズ協会 理事 坂本 香織

MESSAGE P4

「PRアワードグランプリ 2022」審査団による講評・コメント

BULLETIN P6

新春PRフォーラム 2023 開催報告

BULLETIN P13

12 月 21 日根本かおる氏登壇の国際セミナー開催報告

BULLETIN P16

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

2月号目次

2月～3月のスケジュール	——	2
MESSAGE(メッセージ)	「対話」ということ	—— 4
新入会員紹介ページ	2月入会の皆様のご紹介	—— 5
PRアワードグランプリ2022	「PRアワードグランプリ2022」審査団による講評・コメント	—— 6
ATTENTION(お知らせ)	「PRアワード受賞事例公開セミナー2023」オンデマンド講座で開催	—— 11
〃	「企業文化醸成講座」をオンライン開講	—— 12
BULLETIN(活動報告)	新春PRフォーラム2023をハイブリッドで開催	—— 13
〃	12月21日国際セミナー開催報告	—— 16
〃	101名のPRプランナー誕生	—— 21
協会掲載記事	PRSJ in Media	—— 23
PLAZA(会員情報)	入退会・変更会員	—— 24
事務局だより		—— 25

2月～3月スケジュール

【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
 執行役員 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24日(火)～3月13日(月)
 テーマ : マーケティングPRの新潮流～PR担当者に求められる新たなアプローチ～
 講 師 : 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

【オンライン】

企業文化醸成講座

日 時 : 2月21日(火)～4月10日(月)
 テーマ : 100周年事業を活用した企業文化醸成の取り組み
 ～『未来』と『感謝』を伝える東急株式会社のインナー広報～
 講 師 : 東急株式会社 社長室広報グループ 課長 樺 幸代氏

【オンライン】

PRアワード受賞事例公開セミナー

日 時 : 2月下旬開催予定
 講 師 : 株式会社本田事務所 代表取締役 本田哲也氏
 株式会社博報堂
 第2マーケットデザインコンサルティング局 局長代理 畠山洋平氏
 マーケティング・テクノロジー・センター 上席研究員 堀内 悠氏
 株式会社電通PRコンサルティング
 チーフ・コンサルタント 浅田 愛氏

【オンライン】

第224回定例研究会

日 時 : 3月6日(月) 14:00～15:20
 テーマ : メディア環境の変化と『週刊東洋経済』の誌面作り
 ～これからのビジネスメディアとPRを探る～
 講 師 : (株)東洋経済新報社 編集局『週刊東洋経済』編集長 風間直樹氏

【オンライン】

デジタルPR集中講座

日 時 : 3月中旬開講予定

【オンライン】

危機管理広報講座

日 時 : 3月中旬開講予定

2月～3月の理事会・委員会・ 部会スケジュール

定例理事会	(2 月度)	日 時	: 2 月 9 日 (木)	16:00～17:30
		会 場	: オンライン	
	(3 月度)	日 時	: 3 月 9 日 (木)	16:00～17:30
		会 場	: 霞会館+オンライン	
教育委員会	(2 月度)	日 時	: 2 月 22 日 (水)	13:30～15:00
		会 場	: オンライン開催	
資格委員会	(2 月度)	日 時	: 2 月 16 日 (木)	14:00～15:30
		会 場	: ハイブリッド開催	
国際・交流委員会	(2 月度)	日 時	: 2 月 3 日 (金)	17:00～18:00
		会 場	: オンライン開催	
広報委員会	(2 月度)	日 時	: 2 月 16 日 (木)	16:00～17:00
		会 場	: オンライン開催	
顕彰委員会	(2 月度)	日 時	: 2 月 24 日 (金)	16:00～17:00
		会 場	: オンライン開催	
企業部会幹事会	(2 月度)	日 時	: 2 月 1 日 (水)	17:00～18:00
		会 場	: オンライン開催	
PR業部会幹事会	(2 月度)	日 時	: 2 月 20 日 (月)	16:00～17:00
		会 場	: オンライン開催	

「対話」ということ

公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会
理事 坂本香織

「〇〇さん、採用の最終面接って、どんな観点で合否を決めているんですか？」

「うーん、そうだなあ。一律の基準があるわけではなくて。限られた1時間の中で『一緒に何かを創れた』と感じる人を合格にしているな」

「ん？『一緒に何かを創れた』ってどういうことですか？」

これは、当時コーポレートスタッフになりたての若かりし私が、連日新卒採用の最終面接をしていた上司である担当役員に、ふと問いかけた時の会話です。

現在、非常に多く使われるようになった「対話」というキーワードについて考えるとき、私はいつも、かつての上司のこの言葉を思い出します。

「対話」について、ものすごくぴたりと表現している、と感じるからです。

「対話」に必要な要素とは、何でしょうか？

「対話」の意味を辞書で引いてみると「向かい合って話すこと」とあります。

まずは、向いあうこと。お互いのことを「理解しようという心や姿勢」が重要だなと思います。そして、話をするためには、それぞれに「伝えたい内容、伝えたい思い」があり、それを「伝わるように工夫しながら伝えること」が必要なのだと思います。さらに、「相手の伝えたいことを傾聴する」「自分の意見と重なる点や異なる点について、理解を深める」「丁寧に質問したり、ときに反論したり、統合したりする」。

これによって対話は進み、それぞれの伝えたいことをスタート地点とすれば、次の新しいステップに向かうことができるのだと思います。

コーポレートコミュニケーションの本質はこの「対話」に尽きると思っています。

企業がステークホルダーの皆様と対話することで、その視点や意見を企業の活動に統合し、『一緒に何かを創る』こと。

コーポレートコミュニケーション活動をする中で、自分自身が気づいていなかった会社の魅力を、メディアの方との対話で気づかされてはっとすることがあります。投資家の方との対話で、経営に対する厳しいコメントを頂くとき、会社を良くするための大事な観点を頂いたなと居住まいをただします。株主総会で個人株主の方が商品について、「もっと改善してほしいんだよ」と、熱く話してくださいったとき、絶対そこは改善しなくてはと思います。いつも会社で開催しているオンライン月次朝礼のときに、社員の間が怒涛のようにチャットで意見をくれると、ものすごいエネルギーをもらいます。

対話は、私を動かすエネルギー、そして会社を動かすエネルギーです。

限られた時間の中でも『一緒に何かを創れた』と感じる対話を、していきたいなと思っています。

改めまして。

PRSJの理事、ならびに企業部会副部会長を、今年度より拝命しました。

PRSJの中でも、皆様との対話を重ね、良き共創をしていきたいと思っています。

どうぞ、よろしくお願いいたします。

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、2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。

アドビ(株)



アドビ株式会社は、Adobe Photoshop、Adobe Acrobat、Adobe Analyticsなどのソフトウェアを提供し、米国シリコンバレーに本社を構えるテクノロジーカンパニーです。

このたびご縁あって協会に参加させていただくこととなりました。近年マスコミ業界が大きく変化していることで、広報PRの世界も学び直し、新しい手法への挑戦が必要な時代になったと痛感しております。会員の皆さまと一緒に新しい時代の実践を学ばせていただきたく思います。また、当社の得意とする動画編集をはじめとするクリエイティブスキルも、昨今広報の必須スキルになっています。この点で会員の皆さまのお役に立てることもあるかと思ひます。よろしくお願い致します。

(株)フラッグ



(株)フラッグ

フラッグは「人々の熱い想いに寄り添い、想像力と創造力で世界をつなぐ」をパーパスに掲げるデジタルマーケティングエージェンシーです。映画・エンタメコンテンツから一般企業様の商材まで、PRを幅広く担当してきました。ソーシャルメディアマーケティングを中心としたデジタルプロモーション事業をメインに、映像制作、Web制作、ライブ配信、VRやARといったインタラクティブコンテンツの制作までワンストップで提供し、PRの部門としては15年の実績があります。

PRSJでの活動やみなさまとの交流を通して更にPRの知見を深め、世の中に価値あるPRを展開して行きたいと考えています。どうぞよろしくお願い致します。

「PRアワードグランプリ 2022」

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 2022」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。

※所属・役職は2023年2月1時点

審査員長



本田 哲也

株式会社本田事務所 代表取締役

今年のPRアワードグランプリでまず喜ばしかったことは、過去最高タイとなる107件のエントリーをいただいたことです。これはひとえに、ここまで本アワードに関わってきた皆様のご尽力の賜物であるとともに、日本社会におけるパブリックリレーションズへの理解と関心が進み多様な取り組みが生まれていることの証でもあるでしょう。

審査員長として、今年は、(規定の審査クライテリアに加えて)以下の3つの視座を示させていただきました。

- 1、「パーパス(社会的存在意義)」はあるか？：
社会に向き合った、社会的な意義のある活動になっているか。
- 2、「自分(たち)らしさ」が感じられるか？：
当該企業/ブランドがその活動をするオーセンティシティ(正当性・真正性)があるか。
- 3、「巻き込む力」は発揮されたか？：
多様なステークホルダーを巻き込み、共創が起こるような設計がなされ、活動の持続性につながっているか。

本年のエントリーのレベルは高く、とりわけ最終審査に進まれた7つのエントリーにおいては、そのほとんどがこれらの観点を十分に満たしていたと思います。中でも、グランプリに輝きました『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～』では、富山県朝日町の現代日本を象徴する社会課題に対し、博報堂らしい「生活者発想」が発揮された事業開発であり、地域住民はもとより既存の交通事業者などマルチステークホルダーの巻き込みも成されていました。

パブリックリレーションズは実践的な活動であると同時に、ひとつの「発想法」だとも言えます。商品や事業をPRのノウハウで話題化させ成果を出すのも重要なが、そもそもPR発想が“組み込まれた”事業開発や取り組みが、年々増えている印象です。それだけ審査の議論もより多角的に行う必要がありますが、何よりダイナミックな取り組みが生まれることは意義深く、嬉しいことです。あらためて受賞された企業・組織団体の皆様に敬意を表し、これからも日本のすべてのパブリックリレーションズの取り組みが素晴らしい成果を生むことを願っています。

審査団



阿久津 聡

一橋大学大学院 経営管理研究科 教授

今回は、ウクライナ情勢など国内外で社会・経済状況が不安定な中での開催となりました。審査会の中でも多様なライフスタイルへの啓発活動、グローバルな人道支援、社会課題への解決など PR の社会的存在意義を問う議論がなされていました。近年の傾向としてパーパスを重要なよりどころとして多様なステークホルダーを巻き込み、継続的な活動として発信し、共感を得ているものが多くあ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ています。



伊東 由理

Zホールディングス株式会社

執行役員 コーポレートコミュニケーション統括部長

／LINE 株式会社 執行役員 広報室長

各賞を受賞された皆さま、おめでとうございます。ソーシャルグッドを意識したコミュニケーションというのは近年のトレンドですが、なぜその会社が行うのか、社会的価値と企業価値を結びつけられていた案件に期待と評価が寄せられたように思います。事業を作るような大きな取組もあれば、見方を少し変えるだけで大きな意味を生み出す、という案件もあり、PR の大いなる可能性と価値を改めて認識する機会となりました。

こうした素晴らしい取り組みに、PR に関わる多くの方が触れることで、意義深い PR の活動がより大きくなっていくことを期待するとともに、皆様と共に精進できることを、イチ PR パーソンとして楽しみにしています。



根本 陽平

株式会社電通 PR コンサルティング

コミュニケーションデザイン部 部長 / 大正大学 非常勤講師

今年は過去最大のエントリー数ということで、PR への注目度の高さを改めて実感する年となりました。世界が大きく変化している中で、これまでのあたりまえを見直し新しい概念へアップデートしていくことは時代からの要請であり、どう世の中との合意形成をしていくか、PR プロフェッショナルの力が必要です。そんな中、エントリーされたプロジェクトは多岐におよんでいました。もはやソーシャルグッドであることは必須となり、実務家としても大変刺激的でした。

アワードは過去を振り返るものと思われがちですが、未来の方向をたしかめる場でもあると思います。惜しくも今回は受賞とならなかったプロジェクトも、本アワードを定点観測・フィードバックの機会と捉え、来年またぜひエントリーいただきたいと思います。

PR という仕事の魅力は、このエントリーそれぞれが形成していると思います。ぜひ皆さんと一緒に議論し高め合っていくことで、業界発展の一助になれば幸いです。



河 隼珍

國學院大学 観光まちづくり学部 准教授

PR とは何かを明確に理解し、活動を展開する組織が増えていることを実感しました。PR は、いわゆる慈善事業とは異なります。PR の担い手は自ら置かれた状況を直視することからはじまり、社会と他者に目を向け、共通の課題を立て、解決する過程を通じて社会的承認と支持を得ることができます。

受賞作品はもちろん、今回のエントリーには、このような特徴を十分に意識し、計画された活動が多く見られました。社会課題を単なる道具とみなすのではなく、自己と他者の問題を真摯に受け止め、共に生きる関係を作っていく姿勢が求められる時代です。昨年に続き、PR のあり方や可能性について深く考えさせられる機会となりました。



浜田 敬子

ジャーナリスト 元 AERA 編集長

2022 年も多くの応募をいただき、ありがとうございました。大賞を受賞された博報堂と富山県朝日町の「ノッカル」をはじめ、22 年はより社会の課題、世界の課題と真正面から向き合った作品が多かったと感じています。課題解決型のものは「やっているフリ」をするための PR という

ものも残念ながらまだまだ少なくありません。そのような類のものは、今や消費者や社会から見抜かれる時代になっているにもかかわらず。しかし、今年応募された作品は事業として課題に取り組み、それを PR という手法によって、より社会に広めているものが多く、時代の変化を感じると共に、PR の可能性も改めて感じるようになりました。



牧 志穂

株式会社博報堂

PR 局 プラニング二部 部長チーフ PR ディレクター

企業がビジネスを通して社会課題に向き合う事が、もはや当たり前になり、エントリーでも様々なチャレンジが見られました。しかし本質的な所から課題解決を目指すとなると、一発アイディアで全部解決というわけにはいかず、向き合うステークホルダーが多く、こちらを通せばあちらが通らぬという事が起

こります。

その中で、グランプリ・ゴールドを受賞したエントリーは、多様な価値観・意見に向き合いながらプロジェクトを推進する、PR パーソンとしての力量や丹力が感じられる素晴らしい内容で、いち PR パーソンとして学ばせていただきました。ありがとうございます！



矢嶋 聡

株式会社メルカリ

PR チーム ディレクター／グループ広報責任者

まずは受賞された皆さま、おめでとうございます。そして残念ながら選に漏れてしまった皆さまもご応募ありがとうございました。

今回初めて審査に参加させていただきましたが、いずれのエントリーにおいてもパブリックリレーションズの考え方がしっかりと盛り込まれており、レベルの高さを感じました。

私は事業会社で広報実務に携わる立場として、特に

- 1) 一時の打ち上げ花火・パブリシティに留まらず、きちんと実効性が担保されているか？
 - 2) (短期的な成果に繋がらなくても) 継続性・持続性があるか？
- という点を中心に見させていただきましたが、今回受賞されたエントリーについてはいずれもその点を十二分に満たしているものだったと思います。

様々な企業・組織団体においてパブリックリレーションズの考え方や取り組みが浸透していくことは、組織や個人だけでなく社会全体の幸せに繋がると私は信じています。今回のアワードを一つの機会として、今後ますますパブリックリレーションズが普及発展していくことを期待しています。



横田 和明

株式会社井之上パブリックリレーションズ

執行役員

ご受賞された皆さま、おめでとうございます。

過去最多に並ぶエントリーシートから、コロナ禍やウクライナ戦争がもたらす深刻な影響、国内の少子高齢化やダイバーシティ不全などから生じている痛み、市場創造への挑戦や成熟市場での新たな活路など、様々な社会課題や経営課題が事業主体の視点から鮮明に浮かび上がってきました。

各課題に、パブリック・リレーションズの力でどのように立ち向かうのか。

特に今回は、

- ・発想の起点からリスク管理も交えたパブリック・リレーションズの視点を取り入れる
 - ・予測不能な事態に前向きに対応し、想定していなかったステークホルダーも包含しながら進んでいく
 - ・既存のプロダクトやサービスの価値付けを大胆に転換しながら、従来の関係性のあり方を修正していく
- 点が印象的でした。

混沌とした世界の中で、自らの理念を具現化して突き進み続ける企業としての意志の強さと、時に国境も超えて社会の紐帯を強めるパブリック・リレーションズの力に希望の光を感じました。今回入選を逃したエントリーの中には惜しい案件も数多くありました。来年もぜひ挑戦していただきたいです。



吉宮 拓

株式会社プラップジャパン

取締役 コミュニケーションサービス統括本部長

個人的には5回目のPRアワード審査でしたが、今回もパブリックリレーションズの新たな時代を切り開くエントリーに多く出会うことができ、大変有意義な時間となりました。PRに携わる者として、こうした貴重な機会をいただけたことに改めて感謝申し上げます。

今回最も印象に残った点は、プロジェクトに関わるメンバーの皆様の「熱い思い」です。エントリーの傾向からも、社会課題と向き合った意義のあるプロジェクトは年々増えていますが、今回グランプリを受賞した「ノッカル」プロジェクトのように、周囲を巻き込み、社会と自者双方により影響を与えている案件には、熱意をもって推進する担当者の力がありました。

コミュニケーションの手法やツールは進化すれども、最終的には発信する側も受け止める側も人間です。ゆえに熱い思いを含めた人間力こそがコミュニケーションの礎であり、世の中を動かしていくのだなということを改めて気づかされた審査でもありました。



パブリックリレーションズ実務講座 2022

「PRアワード受賞事例公開セミナー2023」 今年もオンデマンド方式で開催

教 育 委 員 会

協会では「PRアワードグランプリ 2022」で各賞を受賞したエントリー事例を公開し、PRの最新潮流や計画立案及び活動のポイントを探る「PRアワード受賞事例公開セミナー2023」を2月下旬にオンデマンド方式によるオンライン・セミナーとして開催します。

長年わが国のPRとともに歩み、その潮流を示してきた「PRアワードグランプリ」。昨年12月に各賞が決定した「PRアワードグランプリ 2022」には、過去最多タイとなる107件の応募が寄せられました。本田哲也審査員長（株式会社本田事務所 代表取締役）をはじめとする10名の審査員による厳正な審査の結果、そのなかから「グランプリ」1件、「ゴールド」3件、「シルバー」3件、「ブロンズ」8件の合計15エントリーの受賞が決定、12月には関係者の参加のもとに表彰式が行われました。

今回の「PRアワード受賞事例公開セミナー2023」では、本田員長の講演と2件の受賞エントリーを紹介します。

本田員長からは審査における3つの基準についてご解説いただくなど各賞の選定についての考え方、また今年度の応募エントリーにみられる傾向、さらに最近のPRの潮流などに関しご講演いただきます。また、ご登壇いただく2つの受賞エントリーについては、プロジェクトの推進にかかわった関係者をお迎えし、計画や実施のポイント、独創的な工夫や秘められた苦労などについてお話しいただきます。さらにご講演者に本田審査員長と協会・教育委員会の田代 順氏を交えたセッションを行い、PR発想に裏付けられたアワード受賞のポイントについてより深く掘り下げてご紹介いたします。

本セミナーの詳細及び聴講お申込みについては、協会 Web サイトで2月下旬からご案内いたします。

■「PRアワード受賞事例公開セミナー2023」の内容

内 容	講演タイトル(エントリー名)	講演者
審査員長 講演	『PRアワードグランプリ 2022』審査のポイント、応募の傾向からみるPRの潮流(仮タイトル)	PRアワードグランプリ 2022 審査員長 本田哲也氏
グランプリ 受賞者講演	「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～」	株式会社 博報堂 畠山 洋平氏 堀内 悠氏
シルバー 受賞者講演	「～男性が当たり前に育休を取得できる世の中を目指して ～ 積水ハウス「男性育休プロジェクト」	株式会社 電通 PR コンサルティング 浅田 愛氏

(事務局 真部)

パブリックリレーションズ実務講座 2022

「企業文化醸成講座」をオンライン開講 ～「100 周年事業を活用した企業文化醸成の取り組み」～

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⑤」として、「100周年事業を活用した企業文化醸成の取り組み～『未来』と『感謝』を伝える東急株式会社のインナー広報～」を2月下旬にオンライン開講します。

多彩なプレーヤーがしのぎを削り、シェアを争うグローバルなマーケット。そこでいかに競争を勝ち抜くことのできる強い企業組織を作り上げるか、経営にとって大きな課題です。より優れた商品を開発する技術力や販売拡大を実現する営業力の強化、ITを活用した効率化などさまざまな施策が模索されるなか、近年、注目されているのは優れた企業文化の醸成です。

「企業文化」とは、会社と従業員が協働する精神的な土壌。意識的あるいは無意識的に経営と社員が共有する固有の価値観や行動規範、行動様式です。優れた企業文化を醸成するには、インターナル・コミュニケーションが重要であり、それは単に社内報やイントラネットで経営のメッセージを伝えるだけではありません。時代に対応する改革や文化的な取組みを通じてそれまでの歴史や企業文化を可視化し、さまざまな方法や機会を通じて企業理念や経営の意思を社内に浸透させることが大事なポイント。その取組みを重ねることで、働く人々の意識は少しずつ変わり年月のなかで優れた企業文化が醸成されるのです。

社内報、イントラネット、全社や部門の会議、表彰制度、さまざまなインターナルなコミュニケーションの方法が考えられるなかで、会社の歴史を振り返り将来を展望する周年行事は、その貴重な機会のひとつです。

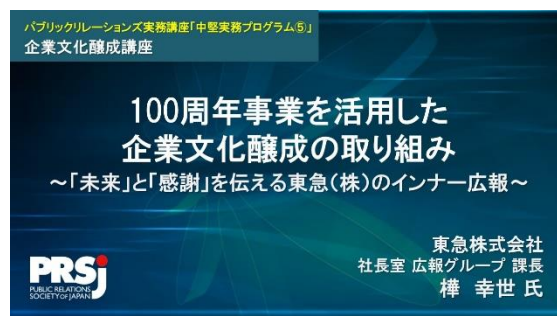
「交通」「不動産」「生活サービス」「ホテル・リゾート」など、人々の暮らしを支えるさまざまな事業を展開する東急グループ。1922年に目黒蒲田電鉄として創業、その後事業を拡大しながら一大企業グループとして発展してきました。決して平坦ではなかった同社の歴史を支えたさまざまな努力のなかには、優れた企業文化の醸成に向けた取組みがありました。

創業100年を迎えた2022年、同社は100周年を記念する全社的な行事を実施、新たな時代に向けたスタートを切りました。この周年行事は単に歴史を振り返り祝うことにとどまらず、グループの理念を反映した方針のもとに企業文化をさらに洗練し発展させる機会としても取り組まれたのです。

本講座では、東急株式会社から社長室広報グループの課長 樺 幸代氏を講師に迎えます。ご講演では、困難を乗り越えながら成長した同社の100年を振り返るとともに、これからの企業文化の発展、醸成に向けたインナー広報の取組みについて具体的にご紹介いただきます。講座の詳細、受講申込みについては、2月中旬以降に公開予定の協会Webの講座ページをご覧ください。

<https://prsj.or.jp/event/culture2022/>

(事務局 真部)



新春PRフォーラム 2023 をハイブリッド開催

1月19日（木）、協会主催イベントである「新春PRフォーラム2023」を、今年は国際文化会館での会場及びオンライン配信のハイブリッド開催で実施し、会場参加は40名、オンラインでは約15名の方にご視聴いただきました。

当日は早稲田大学 教授 中林美恵子氏による特別講演「激動する国際秩序：中間選挙後の米国内政・日米関係」、その後「日本PR大賞 パーソン・オブ・ザ・イヤー」及び「日本PR大賞 シチズン・オブ・ザ・イヤー」の発表と表彰式を行いました。各々の報告は以下の通りです。

第一部：特別講演

中林美恵子氏の特別講演では「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、中林氏の政治、外交、国際関係の専門知識やご経験に基づく貴重なお話をいただきました。

第二部：2022年度日本PR大賞「パーソン・オブ・ザ・イヤー」「シチズン・オブ・ザ・イヤー」の発表と受賞者によるスピーチ

「パーソン・オブ・ザ・イヤー」



■受賞者：羽生結弦氏（プロスケーター）

■授賞理由

2022年7月に競技を引退しプロ転向を表明。それまでにオリンピックの連覇など、世界の競技大会で偉業を達成し、日本や世界の人々を魅了してきた。怪我との闘いを乗り越えながらジャンプに打ち込む姿が多くの人々に感動と勇気をもたらすとともに、競技に対する自らの取り組みについて丁寧かつ真摯に語る姿勢は、アスリートのコミュニケーションのお手本となるものである。現在は、アイスショーのプロデュース、出演をしながらSNSなど様々なメディアも活用して表現者として積極的に活動している。

■受賞コメント

このたびは「2022年度 日本PR大賞 パーソン・オブ・ザ・イヤー」に選出いただき、ありがとうございました。

今回の受賞であらためてPRの意味を知りました。PRとは、パブリックリレーションズの略語で、その意味は、自分のことを一方的にアピールするのではなく、周りの声や意見をきちんと聞いたうえで、自分の考えを説明し、話し合ったことをしっかりと行動で示すことだと。

そして、それを続けることで、自分と周囲の人々、その先の社会や世界と理解しあい、良い関係を築くことだということが分かりました。

これまでの自分を振り返ってみると、競技会やショーなどで、自分の思いを表現してきましたが、いつも、コーチ、そして、応援していただいた方々とコミュニケーションを取りながら、毎回、より高みを目指して表現してきたと思います。今回、表彰していただき、これまでの自分の行ってきたことも、PRの活動の一つではないかと実感することができました。

これからはプロスケート選手として活動、表現をしていきたいと考えています。今まで以上に、自分を支えていただく方々とコミュニケーション等をしっかりととり、お互いを理解し、それぞれの思いや考えを取り入れ、一つのものを作り上げていきたいと思っています。これからも応援、よろしくお願いします。

日本PR大賞 「シチズン・オブ・ザ・イヤー」

■受賞者：内閣府承認NPO法人全国てらこやネットワーク



■授賞理由

精神科医森下一氏の提唱により、子どもたちが困難な状況におちいらない未然予防の取り組みとして2003年に「鎌倉てらこや」がスタートした。

子どもたちの居場所づくりと体験活動の支援を地域全体の取り組みとして行っている。

そして、2009年からは「全国てらこやネットワーク」を設立し、鎌倉という一地域だけの活動として終わらせるのではなく、ここで得たノウハウや設立理念を全国に広め、世代や立場を超えた地域のコミュニティづくりを目指した点が評価ポイントとなった。

地域の独自性や多様性に配慮しつつ、子どもたちや若者の相互交流の場の提供、スタッフの育成、各種サポート等、よりよい社会実現に努めている。

今後はさらにその輪を広げ、地域の宝、国の宝である子どもたちを守り、育てる場として、全国にネットワークを発展させていくことを期待したい。

■コメント 理事長 上江洲慎様

「NPO法人全国てらこやネットワーク」理事長を務めております上江洲慎と申します。

このような栄誉ある賞をいただきまして、心より御礼申し上げます。

地域総がかりの教育運動「てらこや」は、2003年に鎌倉から始まり、北海道から沖縄まで全国45箇所に活動の輪を広げてまいりました。地域にはその土地に固有の自然文化歴史が存在します。そんな「地域の財産」に子どもたちが身を浸し、五感をフル活用した活動を行うことによって、一生の思い出に残る感動体験を全国で巻き起こしてきました。

子どもたちと一緒に感動体験を作り出すキーパーソンとして、大学生のお兄さんお姉さんが主体的に活躍していることも、私たち「てらこや」の大きな特徴です。大学生の強みは、何時間でも子どもと一緒に鬼ごっこをして楽しめるバイタリティ、そして大人のエゴで子どもたちを頭ごなしに否定せず、ありのままに受け止める共感力、受容力の高さです。そんな大学生たちとの交流を通して、子どもたちは「自分らしさ」を大切にしながら「あんな人になりたい」というロールモデルと出会うことが出来ます。

不登校、いじめ、発達課題等、様々な教育問題が存在する昨今、学校でも家庭でもない第三の居場所を求めている子どもたちが沢山います。私たちは、地域社会全体が子どもたちの居場所になれるように、世代や立場を超えた多様な人たちの力を集め、子どもたちに届けてきました。これは同時に、若者や大人の居場所づくりでもあります。「子どもたちの未来を育むこと」に貢献できることは、大人たちの生きがいと実感しているからです。

私たちは地域総がかりの教育運動「てらこや」が日本全国どこでも展開できる仕組みを構築しました。子どもたちに安らぎ、和み、学びを提供する「お寺・神社・教会・自然」という〈場の力〉、子どもたちがありのままを受容し、力付ける〈若者の力〉、そしてこの活動を持続可能にする青年経済人の〈経営力〉の連携モデルです。

率直に申し上げますと、これまで愚直に「てらこや運動」を展開して参りましたが、私たちにはPR力が欠けていると考えておりました。もしかすると、無意識のうちに、PRとは「認知力を高めるための専門的な知識や技術」と狭義に解釈してしまっていたのかも知れません。

今回、このような貴重な賞を賜り、今一度わたしたちの社会的な価値や意義について見つめ直すことができました。

本質的な価値や存在理由を捉え直した上で、更なる展開を図るべく、新規プロジェクトとして「子ども世界遺産キャンプ」を立ち上げることになりました。日本が世界に誇る世界遺産に、全国か

ら子どもと若者を集め、一生の思い出に残る感動体験を創出します。この感動体験を原点に、子どもたちが日本の宝を守り発展させていく存在へと成長すること、そして地域の中に現存する宝（場の力、人の力）によって、子どもたちが地域の日本の世界の宝として育まれる活動に繋がっていきます。

今回の受賞があらたな未来づくりの原点となりましたことに心より御礼を申し上げ、またさらなる飛躍をお誓いして受賞コメントに代えさせていただきたいと思います。本当にありがとうございました。

12月21日国際セミナー開催報告

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：国際連合広報センター所長 根本かおる氏

2022年1月の「新春PRフォーラム」で日本PR大賞「パーソン・オブ・ザ・イヤー」を受賞されたのは、国連広報センターの根本所長でした。そして12月21日(水)、その根本所長を講師にお迎えし、国際セミナーをオンラインで開催することができました(根本所長にとって2022年のトリとなるセミナーだったそうです)。

国連広報センターは、国連本部にとって駐日大使館のような役割を果たすところで、会議やキャンペーンを通じて、国連と日本との橋渡しをされています。すべての人が平和と豊かさを得ることができる社会の実現に向けて、何をどうつなげれば人々に気付きをもたらし、行動につなげられるか常に考えながら、日々コミュニケーションに取り組まれています。特にSDGsについては、根本所長は日本における普及活動の第一人者であることから、実施期間の中間点を2023年に迎えるに当たり、私たちPRパーソンはSDGsにどう立ち向かっていけばいいのかについて、「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」をテーマに、グローバルな視点で講演いただきました。今回は参加者が223名に達し、終了後には画面に拍手マークが飛び交うなど、非常に反響の大きいセミナーでした。以下に概要をご紹介します。



【SDGs (持続可能な開発目標)】

改めておさらいしますと、SDGsは、MDGs(ミレニアム開発目標)の後継として、2015年9月の国連総会で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された世界目標です。MDGsは、貧困削減や飢餓撲滅など8つの目標を掲げ、一定の成果をあげましたが、主に開発途上国の社会開発課題が中心で、先進国の関わりについては、ODAを中心に実施手段を提供するという国際協力の文脈に限られていました。加えて①サハラ以南の政治腐敗のような積み残しの課題があり、②気候危機が増大し、③グローバリゼーションの下で格差が拡大しました。根本原因が先進諸国側にある課題や、国境を越えた解決策を連帯して模索しなければならない課題も多く、開発途上国だけでなく、すべての国が取り組む目標を作ることになりました。そこで2012年から3年間かけて、女性や若者、高齢者、障害者など、様々な人々と議論し、経済・社会・環境を統合的に含み、先進国の課題にも取り組む普遍的なものとして、SDGsが定められました。2015年は12月に第21回国連気候変動枠組条約締約国会議(COP21)でパリ協定が採択されたこともあり、歴史に刻まれる年となりました。

【まずは認知度の向上から】

2016年1月から、すべての国でSDGsの実施が始まりましたが、最初は誰もSDGsのことを知りません。あらゆる立場の人々に認知してもらうべく、ひたすら営業でした。ちょうど日本がG7議長国の年で、伊勢志摩サミットがSDGsを議題とした初めてのG7サミットになったほか、総理を本部長とし閣僚をメンバーとしたSDGs推進本部が設置され、その下に根本所長も外部有識者として構成員を務めるSDGs推進円卓会議が組織されました。また、「SDGs未来都市」制度の創設やGPIF(年金積立金管理運用独立行政法人)による国連責任投資原則への署名などに加え、企業がSDGsに取り組まないと企業として評価されない、資金調達に影響するとして中期経営計画に盛り込む

ようになりました。メディアはスポンサーの動きに敏感で SDGs を正面から取り上げるようになるなどして、直近の調査では、日本人の 86% が SDGs を知っているほどになりました。しかし実践までしている人はその半分に満たず、過半数が理解・共感のみにとどまっています。また、実践するだけでなく、何をするのが効果的かという課題があります。

【3つのCを乗り越える】

そんなとき、3つのC（COVID-19、Climate crisis、Conflicts）の危機が起きました。UNDP（国連開発計画）が各国の健康や教育、生活水準の指標として算定している人間開発指数は、リーマンショックのときでさえ上向きだったのに、コロナ禍でカクンと落ちました。気候変動は、パキスタンやソマリアといった温室効果ガスをほとんど排出していない国に大洪水や干ばつをもたらし、多くの人を飢餓で苦しめました。ウクライナでは人口の 1/3 が故郷を追われ、民間人が電気がない冬を越そうとしているほか、エネルギーや食料の価格高騰により、様々な国に影響を及ぼしています。でもここで「どうせ」とあきらめてはいけません。できることに目を向けて、どうやったら乗り越えられるのかを考える決意が必要であり、honest broker（公正な仲介人）としての国連の役割が大きくなっています。事務総長が先頭に立って行動し、国連安全保障理事会がロシアの拒否権でウクライナ侵攻に関して機能しない中、国連総会が「緊急特別会合」という特別な枠組みを活用して活発に議論を行い、多くの議論を通し、国際世論を醸成してきました。また、事務局長自ら仲介に乗り出して、ウクライナ東部のマリウポリの製鉄所の地下に閉じ込められた人々を救出し、ウクライナの黒海沿岸の港から食料の海上輸送再開の合意を取り付けました。

【国連のグローバル・コミュニケーション】

国連では、コミュニケーションにおいて、個人が持つ変革する力、変革を支持する世論の力に着目し、行動変革、心理学、感情科学などの知見も取り入れています。また、次の3つのWをあらゆるコミュニケーションでの基本姿勢としています。

What：正しい信頼のおける情報、ナラティブを投げかける

Why care：なぜ大切なのかを訴えかける

What now：何ができるのか、何をすべきかを考える

これらは事務総長のスピーチでも徹底していることでもあります。事務総長は2022年に、英国の科学誌「ネイチャー」の「今年の10人」に選ばれました。科学者に交じって選出されたのは、3つのWを実践し、さらに科学的見地に立ってソリューションを訴えることで、人々の野心を高め、行動を喚起するという、国連の気候コミュニケーションが評価されたものと思われます。

【偽情報の蔓延を防ぐチェックポイント】

また、気を付けなければならないのは、ショッキングだったりスキャンダラスだったりする情報ほど拡散が早いということです。例えば気候変動に関してツイッターでワード検索すると、climate scam（気候変動なんて嘘だ）という#がまず出てきます。国連では#takecarebeforeyoushare（#シェアする前に考えよう）と注意を呼び掛けていますが、皆さんにも、情報をシェアする前に5つの”W”を考えることで、偽情報が出回るのを防いでいただきたいと思います。



【ジェンダー平等も目標の一つ】

SDGs の目標 5 はジェンダー平等の実現です。1995 年の北京女性会議や 2000 年の「女性・平和・安全保障に関する国連安保理決議」などに基づき、ジェンダー平等と女性のエンパワーメントを社会の活力にすべく取り組んできましたが、日本は人口の半分以上を占める女性の活力や才能を引き出せていません。そのことが社会の前進を妨げており、つまり損をしているのですが、その分、伸びしろがあるとも言えます。12 月初めにグローバル・コミュニケーション局のフレミング事務次長が来日し、EXPO2025 に国連が参加するとして中谷万博副大臣を表敬した際、国連側は全員女性幹部でした。国連では、2028 年にすべてのレベルで男女 50 : 50 を達成すべく、会社という役員会のようなものであるシニアマネジメントグループに女性を登用するようにしており、PKO のようなフィールドの最前線ではまだなものの、平均では既に女性が 50% を超えています。



© UNIC Tokyo / Ichiro Mae

【まだ認知が足りない事実】

また、気候変動でも、まだきちんと知られていないことがあります。「1.5℃目標は単なる目標ではなく、~~人々~~地球の生死のかかった目標だ」のように、事務総長は「人々」を「地球」に替えて訴えました。地球は人間よりタフなものの、地球の限界を超え続けていくと、地球でさえ耐えられなくなります。SDGs は知っていても、産業革命前と比べて平均気温の上昇を 1.5℃未満に抑えるというこの目標について、達成するには努力が足りないことは、ほとんど知られていません。2050 年までに温室効果ガスの排出をネットゼロ、2030 年までに半減を目指して取組が行われていると言われているのですが、今のトレンドのままでは 2030 年には逆に 10% 増えてしまいます。もう時間がないので、まず起きていることを正しく理解し、自分たちとどう関係するのか、何ができるのかを考える必要があります。

【メディア・コンパクト】

そこで、不可欠なパートナーであるメディアの資源と創造的才能を SDGs 達成のために活用してもらうべく設立されたのが「SDG メディア・コンパクト」です。300 を超える参加メディアのうち、6 割以上が日本のメディアで、そのうちの有志企業とともに「1.5℃の約束 - いますぐ動こう、気温上昇を止めるために。」というキャンペーンをやっています。大変だと言うだけでなく、メディア企業としてできることに取り組むというアクションベースのもので、街頭でキャンペーン動画を流したり、NHK と民放キー局が共同で 1 時間の特別番組を作って NHK 総合で放送するなど、競合する企業でも同じ目標に向かって一緒に動いてくれています。クリエイティブ・ボランティア制度を通じて協力してくれた博報堂 DY ホールディングスの調査によると、キャンペーンの認知度は 8 ポイント上昇しており、情報に触れた人は触れてない人に比べ、危機意識も行動に移す動機も 30 ポイント高いなど、メディアの効果が現れています。

【SDGs 推進の野心をもう一段アップ】

2023 年には、4 年に一度の SDG サミットが、9 月の国連総会ハイレベルウィークに開催されます。2024 年 9 月に開催される未来サミット (the Summit of the Future) における宣言の文言交渉は、既に開始されています。日本は G7 の議長国を務め、国連では 2024 年にかけて非常任理事国となり、早速、議長国として、1 月 12 日には「法の支配」をテーマとした公開討論を実施します。2030 年は、SDGs 推進の野心をもう一度高めるチャンスです。Green washing、SDGs washing のような、きれいごとを掲げて行動が伴わない企業には、厳しい目が向けられるようになってきています。事務総長も、実践を伴わないことをなくすよう呼びかけています。SDGs は将来につないでいくための約束事です。若い人たちは生まれたときから持続可能性が重要だという概念が身近にあり、

よくわかっています。彼らの訴えをエネルギーにし、新しい「当たり前」づくりを一緒にやっていきましょう。

【質疑応答】

Q：日本の SDGs の認知度は高まりましたが、知ってるけど自分には関係ない、意識高い人がやっ
てるあれでしょ、のように行動する人としらない人の二極化が起こっているように感じます。2030
年まであと 7 年ちょっと。国連広報センターからみた現状や、あと 7 年としてこれまでとは違
う取組や進め方があれば、是非伺わせてください。

A：確かに二極分化はありますが、日本ほど SDGs が浸透している国はありません。社会全体で取
り組んでいるロールモデルになり得るため、日本人には実践してみせさせていただきたく、それで
こそグローバル社会の尊敬を集めることができます。若い人々にとって持続可能性は当然のも
のであり、私たちが SDGs や気候アクションをやっていけば、彼らが社会に出てリードする立場
になったときに、社会が大きく変わることになります。

Q：SDGs を大仰に意識しているのは日本企業だけだとの意見もありますが、日本企業と比較したと
き、一般的に、欧州、米国、その他の地域の企業の SDGs への意識、取組の違いなどあればご教
示ください。

A：SDGs が理解されるに越したことはありませんが、ポイントは持続可能性が根幹にあるかどうか
であり、欧米でもそのような考え方は進んでいます。ESG 投資などはヨーロッパが先陣を切っ
て取り組んできています。それぞれの社会の成り立ち、バックボーンの違いから、そのように見
えるのだと思います。

Q：SDGs は包括的であるが、見方によっては抽象的でもあると感じています。企業で SDGs を推進
する立場にいる者として、どのようなアプローチの仕方があるのでしょうか。

A：抽象的に感じるのは 17 のゴールだけを見ているからで、それを達成するためにどのような行
動が求められているかを整理した 169 のターゲットを見れば、具体的に書かれています。また、
SDGs は「2030 アジェンダ」の一部ですので、アジェンダの序文や「フォローアップとレビュー」
を見れば、どのような思想から生まれ、どのようにやっていくべきかの全体像がつかめます。

Q：日本で見かける SDGs 関連の取組は、系譜としてメセナ活動や CSR 活動、ESG の延長のように
見える部分が多いように感じています。SDGs の項目の中に「ジェンダー平等を実現」もあるは
ずですが、日本での各社の取組はここに関する項目をあまり見かけないような気がしてしまし
て、この点については是非ご意見を伺いたいです。

A：SDGs に取り組むことは、チャリティやメセナ、CSR を超えた経営そのものであり、本業に付加
するだけでは不十分で、儲けにしていって初めてインパクトのある形になります。日本企業の
中期経営計画には SDGs の文言が散りばめられていますが、目標 5 はちろちろっとしか書か
れていない。生活消費財を買う人の半数以上は女性ですし、働いている人の半分も女性です。
ジェンダー平等にビジネスチャンスはあるので、取ってつけた形ではなく、真ん中に据えてい
ただきたいです。

講師プロフィール

根本かおる

国連広報センター所長

東京大学法学部卒。テレビ朝日を経て、米国コロンビア大学大学院より国際関係論修士号を取得。1996年から2011年末まで国連難民高等弁務官事務所（UNHCR）にて、アジア、アフリカなどで難民支援活動に従事。ジュネーブ本部では政策立案、民間部門からの活動資金調達のコーディネートを担当。WFP 国連世界食糧計画広報官、国連 UNHCR 協会事務局長も歴任。

フリー・ジャーナリストを経て2013年8月より現職。2016年より日本政府が開催する「持続可能な開発目標（SDGs）推進円卓会議」の構成員を務める。著書に『難民鎖国ニッポンのゆくえ - 日本で生きる難民と支える人々の姿を追って』（ポプラ新書）他。



国際・交流委員長：脇山亜希子（ACAO SPA & RESORT(株) CPR0）

質疑担当：高田 敏矢（ウェーバーシャンドウィック）

藤井京子（(株)電通 PR コンサルティング）

司会進行/文責：渡辺裕子（農林水産省）



司会進行の渡辺委員と講師の根本様

PRプランナー資格認定制度／検定試験

101名のPRプランナー誕生 資格取得者は累計 3,096 名

資格委員会

2007 年より実施しているPRプランナー資格制度も今年で 17 年目となり、今回の認定によってPRプランナー取得者は 3,000 名を超え 3,096 名となりました。PRプランナー資格検定試験では、1 次試験が 10,631 名、2 次試験は 5,681 名、3 次試験は 3,177 名が合格し、各方面で活躍しております。

昨年 9 月に実施されたPRプランナー資格認定検定試験／3 次試験では、合格者のうち 101 名が、12 月に行われた書類審査を経て、PRプランナーの資格を取得されました。

長期間にわたるご奮闘に敬意と祝意を表して、ご氏名等を公表させていただきますとともに、今後のさらなるご研鑽とご活躍を期待いたします。

2022 年度前期（第 31 回） PRSJ 認定PRプランナー

(50 音順／敬称略)

◇個人名、所属団体・企業名で掲載了承をいただきました方

秋山 明子 (四国計測工業(株))
 浅田 和明 (住友商事(株))
 阿保 翠 ((株)ポーラ・オルビスホールディングス)
 飯塚 美穂 (パーソルホールディングス(株))
 池内 利行 (武田薬品工業(株))
 伊澤 征 ((株)電通 PR コンサルティング)
 稲家 克郎 (日本電信電話(株))
 今安 彩子 ((株)Kyash)
 上田 理絵子 (マルホ(株))
 梅根 一幸 (コーユーレンティア(株))
 遠藤 昌之 ((株)電通)
 大隅 清美 (KDDI(株))
 大西 直樹 (エヌオープランニング)
 岡田 庸子 ((公財)岡山文化芸術創造 岡山芸術創造劇場)
 奥中 真緒 (マイクロ波化学(株))
 小室 墨 ((株)JR 東日本クロスステーション ウォータービジネスカンパニー)
 加藤 俊希 (ひなたや)
 金子 美穂 (岡部(株))
 川合 良典 ((株)フルノシステムズ)
 川越 万由 (凸版印刷(株))
 倉地 大輔 (ビルコム(株))
 黒崎 淳友 (KMCgroup(株))
 高祖 悠 (京都大原記念病院グループ)
 後藤 麻木 ((株)産業編集センター)
 小林 伸輔 ((株)うるる)
 篠澤 希 ((株)電通)
 菅原 輝之 ((株)Fleekdrive)
 鈴木 綾 (野原ホールディングス(株))

関口 大介 ((株)プラチナム)
 高瀬 裕成 (パーソルキャリア(株))
 田中 森彦 ((株)電通)
 田端 都望 ((株)電通)
 津川 真秀 (マネックスグループ(株))
 遠山 佳子 ((株)LIFULL)
 中里 壮也 ((公財)全日本柔道連盟)
 中村 寛子 ((株)オカムラ)
 新妻 成一 (全国農業協同組合連合会(JA 全農))
 藤田 順平 (神戸女学院大学)
 前田 基樹 ((株)電通 PR コンサルティング)
 三谷 佳美 ((株)第一エージェンシー)
 三由 光 ((株)オービック)
 村瀬 弘晃 (本田技研工業(株))
 森 孝時 (TAC(株))
 森崎 恵理子 ((株)京進)
 山口 イズミ (社会医療法人宏潤会)
 山田 真誠 (凸版印刷(株))
 湯治 健富 ((株)電通九州)
 吉岡 沙紀 (住友重機械工業(株))
 吉崎 祐斗 (群馬テレビ(株))
 吉野 光 (日本出版販売(株))

◇個人名、所属団体・企業種別で掲載了承をいただきました方

梅崎 聡一 (一般企業(広報・PR 関連部署))
 澤井 俊一 (一般企業(広報・PR 関連部署))
 中島 健太郎 (一般企業(広報・PR 関連部署))
 中島 佐穂里 (一般企業(広報・PR 関連部署))
 中本 雅之 (PR 関連会社)
 日野 亜莉沙 (PR 関連会社)
 星野 順成 (PR 関連会社)
 横山 遼大朗 (一般企業(広報・PR 関連部署))

◇所属団体・企業名で掲載了承をいただきました方

女性 ((株)コメ兵ホールディングス)
 女性 ((株)資生堂)
 男性 ((株)ダイナム)
 女性 ((株)大丸松坂屋百貨店)
 女性 ((株)電通)
 男性 ((株)電通 PR コンサルティング)
 男性 (トータル・コミュニケーションズ(株))
 男性 (ワールドピーアール(株))

◇所属団体・企業種別で掲載了承をいただきました方

一般企業(広報・PR 関連部署) … 男性 4 名、女性 8 名
 一般企業(その他の部署) … 男性 1 名
 各種団体 … 男性 1 名

※上記PRプランナーの皆様には事前に掲載の承諾を得ております。

PRSJ in Media

● 12月28日（水） 『月刊広報会議』（宣伝会議）2月号

『月刊広報会議』2023年2月号における当協会の連載コラムで、当協会が「広報マスコミハンドブックPR手帳 2023年版」を刊行したことが掲載されました。

コラムでは、当ハンドブックに掲載されている『今』を読み解くキーワード、「知っておきたい Fact Data」「広報担当者が知っておくべきネットメディア」などのポイントに触れ、さらに日々の情報源として活用できる内容を網羅した、多彩な情報を掲載していることが紹介されています。

● 2月1日（水） 『月刊宣伝会議』（宣伝会議）3月号

『月刊広報会議』2023年3月号における当協会の連載コラムで、当協会が「PRアワードグランプリ 2022」を開催し、「グランプリ」に富山県朝日町と博報堂のプロジェクト「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」が選出されたことが掲載されました。

コラムではアワード各賞を受賞したプロジェクトを表組で紹介、またグランプリ受賞プロジェクトの概要が掲載されています。さらに選考にかかわる3点の視座に触れるとともに、最終選考に残った7つのプロジェクトはこの視座を十分に満たしていたことなどを語る本田哲也審査員長のコメ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]

■■■■■■■■■■ 事務局だより ■■■■■■■■■■

事務局の青田です。

今月も嬉しいトピックがいくつかありましたのでご紹介します。

■元副理事長の西山隆一郎さんが西武ホールディングスの代表取締役社長に就任！！

またおひとり、広報畑出身の経営トップが誕生しました。特に西山さんは当協会の役員としても多大な貢献をしていただいた方であり、喜びも一入ですね。

報道の直後から、企業会員のみなさまを中心にお祝いのコメントが事務局に寄せられ、早速、ご本人に協会から祝電をお送りさせていただき、合わせて協会 Twitter、FB にもお祝いのコメントをあげました。

これを契機に、西山さんにはパブリックリレーションズ・プロフェッショナルのお手本としてセミナー講師などをあらためてお願いし、会員同士で学んでいこうという声が上がっています。西山さん、ほんとうにおめでとうございます。

Twitter 投稿記事

<https://twitter.com/PRSJinfo/status/1623970037945221121>

■羽生結弦さんのパーソン・オブ・ザ・イヤー受賞コメントに大きな反響！

「初めてPRの本当の意味を知りました」などのツイートが続々寄せられました。

1月19日に国際文化会館で表彰式が行われた翌日、協会からプレスリリースとSNSでのツイートをを行ったところ、Twitterで協会として過去最高の大きな反響がありました。

「いいね」が約7,000件、リツイートが約3,500件。

お祝いの言葉とともに「初めてPRの本当の意味を知りました」などのコメントが多く寄せられるとともに、そこから協会サイトへの流入も激増し、日本PR大賞を実施する意義を大きく示す好例になったと思われます。

みなさんも是非、ご覧ください。

Twitter 投稿

<https://twitter.com/PRSJinfo/status/1616329679522127882>

(事務局長 青田)

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