

令和5年度
事業計画書

自 令和5年4月 1日

至 令和6年3月31日

はじめに

2022年度（令和4年度）の協会事業は新型コロナウイルス感染拡大の影響がなおも続く中、多くの関係者の皆さまのご協力、ご支援によりニューノーマルの時代に適応した持続可能な事業が軌道に乗った年度となりました。

また、2022年6月に理事・監事の改選を迎え、牧口征弘新理事長のもと、新たな役員体制が発足いたしました。

新体制のもと、昨年策定したPR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」を基本方針とした中期計画を実践に移していきながら、各事業においても新たな取り組みを始めました。

PRプランナー資格検定試験においては企業のプロ資格育成など新たな動きも対応すべく、企業広報の方々を対象に調査を実施し、実態把握に努めました。

また、スタートアップ企業などに特徴的な「ひとり広報」の実態把握についても調査を実施し、個人会員向けの施策に活用することを図っております。

2023年度（令和5年度）事業計画の特徴的ポイントは以下のとおりです。

■中期計画の実践に向けての事業内容の一層の充実

「PR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」の基本方針に基づき、各委員会、部会における取り組みのさらなる充実を図っていきます。基本的には従来事業の枠組みの中にパブリックリレーションズ・プロフェッショナル育成につながるテーマを設定し、協会事業における新たな取り組みの必要性、新規事業の開発の検討などを行ってまいります。

■今年度の注力すべきポイント

- ・新中期計画の実行に向けての事業内容の一層の充実

- ・シンボル事業の継続・発展

-当協会の公益認定事業でありシンボル事業として定着している「教育研修事業」「PRプランナー資格認定事業」「顕彰事業（「日本PR大賞」「PRアワードグランプリ）」について、内容の充実に努め、事業のさらなる普及・発展を目指します。これらの事業を通じて協会の認知を一層高めるとともにレピュテーション向上を図ります。

- 個人会員向け施策の拡充

当協会の特徴である多様なPRパーソンによる構成を担う個人会員の拡大、協会事業への参画促進に向けての施策の拡充を図っていきます。今年度は昨年度実施した「ひとり広報」の調査結果を広く情報発信し、会員内外での議論の場や「ひとり広報」の方に向けたプログラム開発などを行うことで、個人会員を中心とする活動を活性化してまいります。

- ・パブリックリレーションズ・プロフェッショナル人材の育成

高度パブリックリレーションズ・プロフェッショナルを頂点とするパブリックリレーションズ・プロフェッショナル人材の育成にむけてその人材像をより明確にし、スキルセットの提供などの育成プログラムの検討をすすめてまいります。

公益目的事業（パブリックリレーションズに関する普及啓発事業）

1. パブリックリレーションズに関する倫理綱領の確立および実践

パブリックリレーションズに関する倫理綱領を確立し、研修会・講演会などの開催を通じて教育と人材育成を行うことにより、パブリックリレーションズの健全な発展とわが国の産業・経済・社会の健全な発展に寄与する事業を継続して行う。

2. パブリックリレーションズの啓発・普及ならびに専門人材の育成に向けた教育研修事業

わが国におけるパブリックリレーションズの発展と高揚を目的とする当協会の設立趣旨に鑑み、その永続的な啓発・普及ならびに産業・経済・社会の発展に寄与する高度な能力を備える専門人材の育成をめざす公益的な教育研修事業として、研修会、セミナー、オンライン講座等の各種の研鑽機会を広く人々に提供する。

(1) 「パブリックリレーションズ実務講座」

ア 入門（基礎）プログラム

比較的経験の浅い新任実務者、パブリックリレーションズについて基礎から学びたい方を主な対象とし、実務に必要な基本的な知識やスキルの習得を目的とするプログラム。

(ア) 「パブリックリレーションズ入門 Web 講座」

新入社、社内異動等により春期に着任する新任実務者が対象。パブリックリレーションズの基本をはじめとして、業務に欠かせない最も基本的な知識、スキルを講義と演習を通じて習得する。令和 5 年度は、オンラインによるオンデマンド方式で 5 月に開講する。通年開講とすることにより、受講者の意向にあわせた任意の時期に受講を可能とする。

(イ) 「ニュースリリース活用実践講座」（仮称）

広報ツールの代表ともいえるニュースリリースについて、その概念や役割、作成の仕方、配布法に加え、デジタル環境における効果的な活用法を学ぶ。令和 5 年度は 6 月に対面講座として開催を予定し、講義に加え演習を通じて作成法について習得をはかる。

(ウ) 「メディアリレーションズ実践講座」（仮称）

テレビ、新聞をはじめとする多様なマスメディアの種類や特性、アプローチ法の基本とともに、近年は広報メディアとして重要性を高めているデジタルメディアの特性や活用のポイントについても解説いただき、それらのメディアを統合的に活用する考え方やポイントを学ぶ。令和 5 年度は 7 月に対面講座として開催を予定し、講義に加え演習を通じて習得をはかる。

イ 中堅実務プログラム

業務に一定の経験を有する実務者を対象とし、専門性の高い講義や演習を通じて、パブリックリレーションズに関する実践的な知識やスキルを習得するプログラム。

令和5年度は、複数の講座で構成しより充実した内容を習得可能な「PR集中テーマスタディ」(仮称)、PRアワードを受賞したプロジェクト事例を中心にとり上げそのポイントを解説する「PRケーススタディ」(仮称)、重要スキルや最新メソッドをテーマとし演習等を交えて実践的に習得をはかる「PRトレーニングプログラム」(仮称)の3系列に再編して開講する。

(ア)「PR集中テーマスタディ」(仮称)

PRパーソンにとって関心の高いテーマをとり上げ、それぞれを異なる立場から3人の講師に多角的に解説いただき、テーマに関してより深く理解する講座。会員の意向を考慮して3テーマを設定する。それぞれのテーマに基づく講座の開講時期は6月、9月、2024年3月を予定する。オンデマンド方式で開講し、通年開講により任意の時期における受講を可能とする。具体的なテーマは会員の意見に基づき検討し設定する。

(イ)「PRケーススタディ」(仮称)

「PRアワードグランプリ」における各賞を受賞した多様なPRプロジェクト事例を中心にとり上げ、それぞれのプロジェクト推進における戦略や計画の立案ポイント、施策実施における苦労や工夫点などについてケーススタディとして解説いただく。テーマ別に1講座あたり3プロジェクト事例の解説で構成し、今年度はオンデマンド方式で7月、10月、2024年2月における講座の開講を予定する。具体的なテーマは会員の意見に基づき検討し設定する。

(ウ)「PRトレーニングプログラム」(仮称)

多様な現場において実務の遂行に役立つ柔軟な対応力、問題解決能力の向上を目的とする、ワークショップ形式によるPRスキルおよびメソッドのトレーニングプログラム。現場経験豊富な実務専門家の指導による対面開催を基本とし、講師と受講者、受講者相互の交流を通じたネットワーク作りにも配慮する。今年度は下半期においてテーマ別に3回の講座開講を予定する。具体的なテーマは会員の意見に基づき検討し設定する。

ウ 上級プログラム

パブリックリレーションズにおける上級管理職、実務経験の豊富な中堅実務者を対象に、それぞれの立場に応じたプロフェッショナルとして不可欠な考え方、専門的な知識やスキルを習得するプログラム。「新任広報部長講座」「パブリックリレーションズ中堅実務者講座」「プロフェッショナルスキル育成講座」の3プログラムにより構成する。

(ア) 「新任広報部長講座」

広報部長や広報担当役員など広報部門の上級管理職を対象として特化し、現職の広報部門上級管理職、報道関係者、法律専門家などを講師として開講する。就任後に直面する数々の悩みについて共有できるよう講師、受講者の交流機会も設ける。令和5年度は対面開催を基本として計画し、7月に開講を予定する。

(イ) 「パブリックリレーションズ中堅実務者講座」

現場における中心的な存在として業務をリードする中堅実務者に求められる考え方や心構え、実務スキルのポイントを習得する講座。令和5年度は対面開催を基本とし、講義に加えワークショップも交え、相互の交流を通じた受講者のネットワーク作りにも配慮する。6月の開講を予定する。

(ウ) プロフェッショナルスキル育成講座（仮称）

「PRSJ 認定PRプランナー」の資格取得を目的に、試験の合格に必要な知識やスキルの習得をめざす講座。いずれもオンデマンド方式によるオンライン講座として通年開講し、任意の時期に受講を可能とする。

(2) 「PRプランナー試験対策講座」

「PRSJ 認定PRプランナー」の資格取得を目的に、試験の合格に必要な知識やスキルの習得をめざす講座。いずれもオンデマンド方式によるオンライン講座として通年開講し、任意の時期に受講を可能とする。

ア 「1次試験対策講座」

パブリックリレーションズにかかわる幅広い分野を平易に解説し、1次試験の合格に必要な知識の習得を図る講座。令和5年度はテキストの改訂にあわせコンテンツを一部改訂する。

イ 「2次試験対策講座」

パブリックリレーションズにかかわる専門分野を平易に解説し、2次試験の合格に必要な知識の習得を図る講座。

ウ 「3次試験対策講座」

3次試験の課題となる企画書作成、ニュースリリース、広報・PR計画の立案作成（マーケティングおよびコーポレート）などのテーマについて、講義と演習を通じて合格に必要な知識とスキルを習得する試験対策の実践講座。

(3) 「PRSJ セミナー」

パブリックリレーションズ関係者に有用な話題やトレンドをテーマに開催するセミナー。パブリックリレーションズの公共性、公益性を鑑み、会員だけでなく一般にも広く公開する。令和5

年度は、感染症をめぐる社会状況に考慮しながら講師および参加者相互のコミュニケーション、交流の復活に配慮して実施を計画する。

ア 「新春PRフォーラム」

パブリックリレーションズに関する重要なテーマを設定し、そのテーマに知見の深い実務家、企業マネージャー、学識者を招いて様々な角度から問題を掘り下げる。実施方法は、特別講演、パネルディスカッションなど趣旨や内容に応じて計画する。年初を飾るイベントとして、令和5年度は1月に開催を予定。

イ PRプランナーフォーラム

2007年のPRプランナー資格認定制度の創設以来、認定PRプランナーは2022年度末の累計で3,000人を突破した。このPRプランナー資格取得者を含む社会人を対象に、PRプランナー同士の交流促進とプランナーとしてのさらなるスキルアップを目指す「PRプランナーフォーラム」の開催に向けて、新型コロナウイルス感染への防止策を講じた内容で検討していく。

ウ 定例会（関西地区）

会員のニーズを汲み上げ、各種メディアを中心に有識者、各界各層から旬の講師を招いて講演・研修会および交流会を開催する。会員のみならず一般の方々をも対象とし、開催要領は協会Webサイトに掲載し、会員・一般に受講の機会を提供する。令和5年度の重点活動として、会員の広報・PR活動のニーズを踏まえたテーマ、およびネット社会の進展に伴い「SNS」関連の講座にも注力する。

新型コロナウイルスの感染動向をみながらリアル開催を基本とするが、感染拡大局面では令和5年度もオンライン形式での開催を検討する。

エ 広報基礎講座（関西地区）

新人・新任の広報・CSR担当者、PRプランナーをめざす人達向けの講座として開催する。講師陣には新聞、電波（テレビ・ラジオ）の活字・電波媒体、企業のベテラン広報マンに加えて、ネットビジネス関係者を講師として招聘していく。なお、講座数に鑑み開催期間は終日とし例年7月に開催しているが、リアル開催が原則のため令和4年度は見送った。令和5年度もコロナ禍が収束していない場合は延期または中止も検討する。

オ 広報学校（関西地区）

中堅広報・PRパーソンを対象に、広報・CSR活動のキャリアアップを目的として、令和5年11月に大阪で開催予定。基礎講座と重複しない内容・講師陣により終日開催の予定で企画する。受講者の対象が中堅広報パーソンのため、不祥事に於ける危機管理、SNS対応などを重点とし、広報スキルの習熟、レベルアップに向けて中身の濃いかつ受講者のニーズを充足させる講座とする予定。

カ 新春PRフォーラム関西

例年1月に開催。令和4年度は関西部会主催で講師に同志社大学の村田晃司教授（元学長）を招き、「2023年の世界と日本」をテーマに会員限定として令和5年1月リアルで開催した。令和5年度も政治・経済・国際関係のテーマを選択肢として、コロナ感染の収束を前提に令和6年1月に会員のみならず一般も対象として開催の予定。

3. パブリックリレーションズに関する人材育成

PRプランナー資格認定制度は、広く社会の発展に寄与するPRパーソンとしての知識、スキル、職能意識を有することを認定し、広報・PR業務に携わる人材の育成と技能向上に寄与し、広報・PR活動の社会的認知の拡大をはかることを目的とする。本資格は、PR関連会社や企業の広報部門のPR担当者はもちろんのこと、将来PR関連業界や広報・PR部門での業務を希望する人やビジネスパーソンに求められる広報・PRに関する知識やスキルを持ちたいと考えている人など、幅広い層の人を対象に、広報・PRの基本的な知識から実践的なスキルまでを問う資格検定試験である。開催要領、合格基準は協会 Web サイトに掲載し、広く一般に受験の機会を公開している。

(1) PRプランナー資格認定制度

PRプランナー資格認定制度は、1次試験から3次試験までを通じて、幅広いパブリックリレーションズ領域を体系的に履修することができる検定制度となっている。令和5年度は、10年後を見据えたパブリックリレーションズ・プロフェッショナルの原点となるPRプランナー資格制度のあるべき姿を協議し、現在の資格制度の点検を行う。また、パブリックリレーションズ・プロフェッショナルに資する資格について協議していく。

ア 実施運営

新型コロナウイルス感染症の影響を考慮し、全国のテストセンターに設置されたパソコンを使う分散型の試験方式（CBT方式）により、できる限りの感染対策を行った上で1次試験から3次試験までを実施する。各試験の実施運営については、事務局、資格委員、および外部委託会社と一体となって取り組む。

試験の適切な運営に資するため、試験運営に関連する情報管理等のさらなる高度化にも取り組む。

イ 広報普及

主に1次試験実施に向けて会員各位の協力を得た上で、会員企業関係者はもとより、最大受験者層を占める一般企業広報関連部署の担当者、大学で広報関連カリキュラムを担当している教職員、および自治体の広報関連部署をメインターゲットとして広報普及を展開し、受験者増に向けたプロモーションを分科会で検討開始する。具体的な内容として、「1. デジタル広告」「2. セミナーの活用」「3. Owned Media の活用」「4. 休眠会員の掘り起こし」「5. 大学向けのアプローチ」「6. ひとり広報向けのアプローチ」「7. その他」の項目に分け、受験者募集時期に最大化となるよう、年度計画として取り組んでいく。

ウ 試験問題の作成および採点

時代の変化に対応したパブリックリレーションズ領域を履修できる公平・公正な検定試験を目指し、試験問題の作成および採点を、試験専門委員および外部委託会社と一体となって取り組むが、3次試験の採点評価については、引き続き会員内外の協力を得て取り組む。さらに、PRプランナー資格制度の試験問題として、相応しいレベルの問題を恒常的に提供できるよう、試験専門委員の委員補充を図りつつ、各試験の作問審議会で調整を行う。

4. パブリックリレーションズに関する顕彰

協会の中期計画（協会の安定的事業基盤の構築・協会レピュテーションの向上・グローバル化の推進・若手PRプランナーの育成）に基づき、顕彰事業の継続的運営と拡大に努め、協会活動への理解獲得、およびパブリックリレーションズ（PR）の普及と発展に寄与・貢献する。具体的には、PRの発展に貢献した案件・人材・組織の顕彰を実施し、PRの社会性や時代性のアピール、PRの技術と理論の向上を推進するとともに、PRの継続的発展に資する顕彰活動のアーカイブ化を行う。

(1) 日本PR大賞 パーソン・オブ・ザ・イヤー

日本PR大賞 パーソン・オブ・ザ・イヤーとは、経済活動、文化・スポーツ、社会・教育などの分野でパブリックインタレスト（公益）に貢献し、かつ斬新な発想による発信力の高さや共感の醸成など、パブリックリレーションズの視点から、この年に最もPRパーソンとして活躍した人を選考し、表彰する制度である。令和5年度は、本顕彰についての再考、選考基準やプロセスの更なる整備・改善と認知度の向上を図る。

(2) 日本PR大賞 シチズン・オブ・ザ・イヤー

平成24年度に新設された顕彰制度で、目的は広報のプロが「地道でかつ独創的な広報・PR活動」を掘り起こすことにある。長年にわたり企業や市井で独創的な広報・PR活動を実践し、広く社会や地域あるいは団体の発展に寄与し奨励に値する成果を収めた個人またはグループを対象とし、選考し、表彰する。令和5年度は、日本PR大賞 パーソン・オブ・ザ・イヤーと同様に、本顕彰についての再考、選考プロセスの更なる整備・改善と認知度の向上を図る。

(3) PRアワードグランプリ

PRアワードグランプリは日本における優れた広報・PR活動を顕彰することで、PR技術の質的向上を図るとともに、PRのこれからの方向性を示す一助として、広く公益に資することを目的としている。審査団は、メディアやアカデミア、事業会社、PR会社という各方面から構成している。審査方法は、審査団による審査を、ブロンズ以上を決定する一次審査とグランプリ・ゴールド・シルバーを決定する二次審査の二段階とし、さらに二次審査ではエントリー社との質疑応答機会を設けることにより、審査の深化を図っている。令和4年度は、新型コロナウイルス感染防止のため、審査会はソーシャルディスタンスに配慮した会場で実施、プレゼンテーションおよび表彰式は受賞者や関係者など会場への参加人数を制限し、その模様を一般参加者に対してライブ配信で行った。

令和5年度は、審査・表彰フレームなどの一層の定着化と質的向上、新型コロナウイルス感染状況に応じた対策に努めるとともに、引き続き認知拡大とエントリー数の増加をめざす。また、日本における優秀事例を通じたPRの普及・啓発に向け、継続的にアーカイブサイトの充実、ならびに他委員会と連携したセミナー、印刷物へのコンテンツ展開を図る。

II. 収益事業（パブリックリレーションズに関する出版物の発行）

1. 2023 PR Yearbook

本誌は、協会から社会に向けて発信するツールとして、協会活動の年間の記録を通して、現在のPR業界の姿が見えるような内容を心がける。

優れた広報活動と実践者を顕彰する「PRアワードグランプリ」「日本PR大賞」の継続的な掲載と共に、世界の好例を紹介していくことで、本誌を世界のPR業界の動きにおいてもアーカイブとしての価値をより強めていけるよう、実務家中心の会員の興味と共感を得られるような構成を堅持していきたい。

さらに将来的にはオープンソースや各委員会等で実施される調査などの数値的なデータも掲載していくことで、業界の現状を語るツールとしての実用性を目指す。

さらにこれまで個別に作成していた協会パンフレットなどのツールに代用することで、協会活動の認知促進と新規会員獲得に寄与できるものとしたい。

制作については、時代性を鑑み、編集出版にかかるコストをスリム化し、デジタルコンテンツとして有効活用するなど、より発展的な役割を持たせることとしたい。

2. 広報・マスコミハンドブック（PR手帳 2024）

全体構成は踏襲するが、巻頭企画「今を読み解くキーワード」「知っておきたいファクトデータ」については、その鮮度を保ち、時代性をとらえるために、衆知を集め、議論を重ねることを大切にしていく。

広報・PRプランナーの実務での「必携ハンドブック」として高いレベルでの正確性を維持し、更なる充実を目指していきたい。

2023年版において電子化に取り組むが、その状況を踏まえて将来的な紙ベースでの発行の是非についても本格的に議論をしていきたいと考える。

3. PRプランナー資格認定検定試験対応テキストの作成および販売

現在、PRプランナー資格認定検定の新試験体系に対応した公式テキスト（1次試験対応「広報・PR概説」、2次・3次対応「広報・PR実践」）と、実際に出題された試験問題や、出題が想定される試験問題を収録した参考問題集「1次・2次・3次試験参考問題集」を刊行しているが、令和5年度は、「広報・PR概説」については2023年度版を、「1次・2次・3次試験参考問題集」については2024年度版を、一部データを更新し刊行する。

III. その他事業（会員の交流事業・会員向けセミナー・研究会および広報活動など）

1. 会員の交流事業

(1) 情報交換会

会員を対象とした情報交換会を年1回開催する。会員相互の交流を通じた懇親を図ると共に、当協会の諸活動の理解を図る一助とする。特に、新規入会者、既存会員から交代した名義変更会員、また協会イベントへの参加実績のない会員などを対象に、企業部会、PR業部会とも連携して、当協会概要に加えて各委員会ならびに部会のオリエンテーションを兼ねる機会を模索する。

(2) They Talk Forum

働く女性のロールモデルとなる講師をお招きするなど、女性活躍やダイバーシティ&インクルージョンの推進をテーマとしたセミナーを中心に、会員同士のネットワーキングを築く場として、年に2回程度の開催を目指す。昨年度は、オンライン開催を主としていたが、本年度は状況を鑑みつつ、リアル形式およびハイブリッド形式も積極的に検討する。

(3) 企業部会総会

新規入会者、既存会員から交代した名義変更会員、また協会イベントへの参加実績のない会員などを中心に企業部会の全会員を対象に、協会活動・イベント全般の説明と委員会・部会活動への勧誘を目的に企業部会総会を開催し、協会への参画メリットを参加者に体感いただく。年1回開催予定。

(4) PR業部会総会

PR業の会員社を一堂に会し、部会活動の報告と、会員各社の意見交換を行う場として、PR業総会を2年に1回をめどに開催する。コロナ禍の影響からリアル開催が難しい場合は、オンラインでの開催を検討する。

2. 会員向けセミナー／研究会など

(1) 定例研究会

ジャーナリストやオピニオンリーダーなど各分野のキーパーソンを招き、隔月で開催する講演会。パブリックリレーションズ実務者のニーズや会員の要望に応える“旬な講師”を招き開催する。令和5年度は、感染症をめぐる社会状況に考慮しながら対面開催も検討し、講師および参加者相互のコミュニケーション、交流に配慮し5回を開催する。

(2) 国際セミナー

海外の最新の広報手法を学び、かつ国際的視野で活動できる人材育成に寄与することを目的とし、グローバルPRの最新事情、国際的視野拡充に寄与するテーマをもとに、国内外の講師をお招きした国際セミナーを、年2回程度開催する。昨年度は、オンライン開催を主としていたが、本年度は状況を鑑みつつ、リアル形式およびハイブリッド形式も積極的に検討する。

(3) 大使館訪問

駐日・在日大使館での各国大使ならびに大使館オフィサーによる講演・セミナーを通じ、諸外国の国家事情や文化を学び、国際的視野を育成すると同時に、懇親会における大使館員との交流等により、協会の国際交流の場として活用する。状況を鑑みて年1回程度開催を検討する。

(4) 企業部会フォーラム

企業会員多数が集う場として、メディアの動きや企業会員の直近ニーズをテーマに外部講師を招いた講演会の形式で開催。講演会の後は講師も交えた懇親会（コロナ禍により現在は休止中）を併せて開催し、会員相互の親睦、ネットワーク作りの機会を提供する。メディア訪問も加え、年1～2回程度開催予定。

(5) 広報活動研究会

企業の広報部門やショールーム、お客様向け施設などを訪問し、幅広い視点から、さまざまな活動事例や、組織や業務のあり方（文化施設等によるコーポレート・コミュニケーション、ブランディングなど）を学び体感することで、自社の広報部門における活動に向けたヒントを持ち帰っていただくことを目的に開催。年2回程度開催予定。

(6) 広報ゼミ

企業内での広報部門の地位向上、また広報のスキル向上を目指し、各回タイムリーなテーマを設定し、参加各社から自社広報活動上の課題を報告後、質疑応答、議論するゼミナール形式の勉強会。15～20人程度の少人数で（コロナ禍により、オンラインで開催中のため、参加者が大きく増加傾向）本音ベースの意見交換により、より高度な知識・スキルの獲得、会員同士の横のネットワーク構築をめざす。年3～4回程度開催予定。

(7) ワイガヤ会

次代を担う若手PRパーソンの育成が、これからのPRの発展にとって不可欠であり、協会の基本計画の骨子にもなっている。協会アドバイザーメンバーを迎えて開催し、会社の壁を超えた会員会社社員同士の交流を図ることで、具体的な育成施策の課題・システム・手法について検討を重ねながら、PR業界の将来性を示唆する取り組みを継続実施する。

(8) PRスキル研究会

PR会社、PR関連会社の若手社員を対象とした勉強会として、過去50回近く実施した無料セミナーを令和5年度も継続。年3～4回の開催を予定している。PRの最前線で必要とされる知識やスキル習得を目的としたテーマや、時代性を反映したタイムリーで旬なテーマなど、各社の要望やニーズを反映させることで、多くの参加者を募る。また参加者同士の情報交換、意見交換の場として活用する。

(9) PR経営者懇談会

PR業各社の経営者が一同に集い、情報交換や経営課題を共有する場として実施する。経営者に関心の高いテーマ（海外事情、経営、人事、労務など）に基づいた講師を招聘しての勉

強会を実施し、講師を囲んだ懇談会形式で、令和5年度は年1回開催する。

3. 他団体などの交流事業

当協会以外の関連諸団体等との交流を図り、会員の活動の場、並びに広報・PR周辺領域の場を広げ、啓発並びにネットワーキングに資する活動を行うことを目的とする。

- ・ I P R A、P R S Aなど海外の広報関連団体との交流促進と関係強化
- ・ カンヌ・ライオンズ、スパイクス・アジアなど海外の賞との連携強化に向けての検討
- ・ P R o v o k e Media、P R W E E Kなど海外における業界メディアとの関係づくりの検討
- ・ 上記の活動実施報告として、協会 Web サイトにおいて、英文コンテンツを掲載する

4. 広報活動

(1) 協会ニュース

唯一のインナーツールであり、協会と会員、会員同士のリレーションを深めるツールとして、引き続き改善を加えていきたい。会員ベネフィットとして読者の要望に応えるよう試行錯誤を重ねていきたい。

(2) Web サイト・ソーシャルメディア

新規会員の獲得、既存会員への情報提供に加え、広く公益法人としてパブリックリレーションズの理解促進につながる情報発信を行っていく。

Web サイト

- ① サイト運営はアクセス解析等の分析を踏まえて改善を継続し、「使えるサイト」としての磨きをかける。
- ② 独自コンテンツ制作の発信頻度、質向上を図り、「読まれるサイト」としての充実を図ることで Web サイトアクセスの拡大を図る。
- ③ 協会宣言や中期経営計画、各委員会・部会活動等との連携を強化し、協会全体としての発信力を強めていく。
- ④ 社会におけるトレンドワード等に敏感に反応し、パブリックリレーションズと紐づけて発信することで、新規会員獲得のための協会認知促進につなげたい。

ソーシャルメディア

- ① Web サイトとの連動を Facebook、Twitter を中心に行い、教育委員会の講座などへの関心・参加を高める。
- ② 協会主催等の情報だけでなく、広くパブリックリレーションズに関わる事象についての発信を試みたい。

(3) メディアリレーションズ

協会発のコンテンツの充実、多様化を図るために広報委員会のハブ機能を強化していく。

講座やセミナー、PRプランナー試験の CBT 化により対象エリアが全国規模内になったこの機会をとらえて、ニュースリリースの効果的配信等で既存業界媒体以外にも広く広報パーソンにリーチできるメディアを開拓し積極的に広報していく。

また、上記の活動の中から経営層に関心が高いコンテンツを活用し、メディア展開を図ることで経営層へのパブリックリレーションズの関心喚起を図る。