

PRSJ NEWS

2024年2月号 No.359



TOPICS

MESSAGE

終わらない学び

PRSJ 理事 脇山亜希子

P3

BULLETIN

「PRアワードグランプリ 2023」審査団による講評・コメント

2024 新春PRフォーラム(1月22日)開催報告

P7

P13

REPORT

新春PRフォーラム特別講演レポート

P17



公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会

発行人：理事長 牧口 征弘

目 次

2月~3月スケジュール		P1
MESSAGE(メッセージ)	終わらない学び	P3
ATTENTION(お知らせ)	「PR集中テーマスタディ第3回」を開講	P4
”	「PRアワード受賞事例公開セミナー2024」を開催（再掲載）	P5
”	役員候補者選出選挙について	P6
BULLETIN(活動報告)	「PRアワードグランプリ2023」審査団による講評・コメント	P7
”	2024新春PRフォーラム（1月22日）開催報告	P13
”	第44回広報ゼミ（12月8日）開催報告（会員限定）	P16
REPORT(講演レポート)	新春PRフォーラム特別講演レポート 「経営とパブリックリレーションズ・プロフェッショナルとは」 西武ホールディングス 代表取締役社長 西山隆一郎氏	P17
	第228回定例研究会レポート(正会員・個人会員限定)	P20
PRSJ in MEDIA	協会掲載記事	P21
事務局だより		P22

2～3月 セミナー・イベント スケジュール

【オンデマンド視聴・通年開講】

パブリックリレーションズ入門 Web 講座 2023 講 師 : 東京都市大学 都市生活学部／大学院環境情報学研究科
准教授 北見幸一氏他、全9名

PR プランナー1 次試験対策講座 講 師 (株)井之上パブリックリレーションズ 横田和明氏他、全4名

PR プランナー2 次試験対策講座 講 師 三菱UFJフィナンシャル・グループ 飾森亜樹子氏他、全12名

PR プランナー3 次試験対策講座 講 師 (株)グッドパッチ 高野祐樹氏他、全4名

【オンデマンド視聴】

PR ケーススタディ 2023 <第 1 回> 日 時 : 2023年7月18日 (火) ～3月28日 (木)
テーマ : 卓越した P R プロジェクトから成功のポイントを学ぶ

PR ケーススタディ 2023 <第 2 回> 日 時 : 2023年10月24日 (火) ～3月28日 (木)
テーマ : 社会課題の解決をめざす P R のチャレンジ

【オンデマンド視聴】

PR 集中テーマスタディ <第 1 回> 日 時 : 2023年7月25日 (火) ～7月31日 (水)
テーマ : リスクコミュニケーション (危機管理広報)

PR 集中テーマスタディ <第 2 回> 日 時 : 2023年11月22日 (水) ～11月22日 (金)
テーマ : 戦略的コーポレートコミュニケーションの新展開

【オンデマンド視聴】

パブリックリレーションズ中堅実務者講座 日 時 : 2023年10月26日 (木) ～4月26日 (木)
テーマ : 「広報」の存在価値を高めるには?
講 師 : 森ビル(株) 特任執行役員 広報室長 野村秀樹氏

【会場開催】

P R アワード受賞事例公開セミナー2024 日 時 : 2月22日 (木) 18:30～21:00
テーマ : 3つの「視座」から展望するこれからの P R
会 場 : 富士ソフト アキバプラザ「セミナールーム 1」

【会場開催】

第 51 回 PR スキル研究会 日 時 : 2月28日 (水) 18:00～20:00
テーマ : バルセロナ原則3.0から考える、PR活動の適切な評価指標とは?
講 師 : (株)インテグレート 戦略コンサルティング事業本部アナリティクス&データ部
白井俊行氏
会 場 : インテグレート社 オフィス

【会場開催】

P R 業ワイガヤ会 日 時 : 2月29日 (木) 19:00～21:00
テーマ : 2024年、PRの仕事はどうなる? A I や D X、ステマ規制などの影響は? 業界
のレジェンドと熱く語ろう
講 師 : (株)電通PRコンサルティング 執行役員 井口 理氏、(株)博報堂 執行役員
/(株)博報堂ケトル クリエイティブディレクター・編集者 嶋 浩一郎氏、(株)マテ
リアル 取締役 尾上玲円奈氏
会 場 : 六本木 FIORIA ariablu

【会場開催 (オンデマンド視聴あり)】

第 229 回定例研究会 日 時 : 3月13日 (水) 14:00～15:30
テーマ : 日本経済新聞社 これからのビジネス報道
講 師 : 日本経済新聞社 日経産業新聞 編集長 松井 健氏
会 場 : 六本木アカデミーヒルズ「カンファレンスルーム6」

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8日(木)	16:00～17:30
		会場	: 事務局+オンライン開催	
	(3月度)	日時	: 3月14日(木)	16:00～17:30
		会場	: 事務局+オンライン開催	
◇教育委員会	(2月度)	日時	2月20日(火)	14:30～15:30
		会場	事務局+オンライン開催	
◇資格委員会	(2月度)	日時	: 2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	(2月度)	日時	: 2月2日(金)	16:30～17:30
		会場	: オンライン開催	
◇広報委員会	(2月度)	日時	: 2月22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26日(月)	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7日(水)	17:00～18:00
		会場	: 事務局+オンライン開催	
◇PR業部会幹事会	(2月度)	日時	: 2月20日(火)	16:00～17:00
		会場	: オンライン開催	

終わらない学び



PRSJ 理事 脇山亜希子
パイオニア (株) CPRO

PRSJ 理事および国際・交流委員会委員長を拝命してから、間もなく6年を迎えます。

その間、世界的なパンデミックが発生し、様々な業界が前例のない挑戦に直面。凄まじいスピードでDXや働き方改革が進み、日本企業のワークスタイルそのものが再構築されました。本当に、人生には何が起こるかわからないものですね。

そして、多くの情報をオンラインで消費する時代。様々なデジタルツールが登場し、広報PRパーソンの持つべき視野と活動領域は、ボーダーレスに広がっています。これまで相応の時間をかけていた市場調査やPR活動の効果測定、ターゲット分析なども、生成AIを活用することで効率的に抽出できるようになりました。しかしながら、AIがどれだけスマートであっても、適切な指示を出さないと正しい答えを導き出すことはできません。理解からはじまり、自社にフィットするツールの比較検討、利用ガイドラインの策定など、人間がやるべきことは思いのほか多く、広報PRパーソンの経験とセンスが試される場所ではないでしょうか。私自身、これまでの経験に胡坐をかかず、時代のニーズに合ったスキルを身に付けるための継続的な学習が重要だと痛感する日々です。まさに人生は一生勉強ですね。大人になっても新しい知識を身に付けるのは、ワクワクします。

さて。ご存じの通り、協会の主たる事業は5つの委員会（「教育」「資格」「国際・交流」「広報」「顕彰」）が組織され、会員の皆様は各委員会に任意でご参加いただくことが可能です。国際・交流委員会においても、非常に頼もしいメンバーが集い、会員の皆様へのインプットやスキル向上に寄与する企画・運営に力を尽くしてくださっています。最近ではメンバー内で企業を訪問した情報交換会、懇親会などの、課外活動(?)も活性化しています。このように業界や業種を超えて、広報PRに関する悩みを分かち合える人間関係こそが、協会活動で得た最高の宝物であり、持続可能な組織文化だと感じ入る日々です。興味を持っていただけましたら是非、協会事務局にご一報ください。

最後に。これまで関わらせていただきました協会関係者の皆様には大変お世話になり、様々なことをご教示賜りました。間もなく理事としての任期を終えるわたくしですが、引き続き本協会の発展に微力ながらも貢献できるよう努めてまいります。宜しく願い申し上げます。

パブリックリレーションズ実務講座 2023**「PR集中テーマスタディ」第3回を2月開講
「ブランディングを実現する最新PR戦略」****教育委員会**

協会は「PR集中テーマスタディ」第3回として、「ブランディングを実現する最新PR戦略」を2月21日から開講します。

「PR集中テーマスタディ」は、1つのテーマについて3人の講師にそれぞれ異なる立場からご解説いただき、そのテーマに関するより深い理解をはかる講座です。今年度はすでに「リスク・コミュニケーション」、「戦略的コーポレートコミュニケーションの新展開」をテーマとして2つの講座をオンデマンドで通年開講しています。第3回は、「ブランディングを実現する最新PR戦略」をテーマに、「コーポレート」、「商品/サービス」、「インターナル」の視点からそれぞれの事例をとり上げ、プロジェクトを推進している3人の講師にご講演いただきます。

<「ブランディングを実現する最新PR戦略」の概要>

社会において長年にわたり多くの人々に信頼され愛される企業、品質や信頼性が認識され消費者の認識に定着しロングセラーとして購入され続ける商品やサービス。それらに共通してみられる高い評価と信頼、継続な支持は、経営者が真に求めるものに他なりません。

「価値」が広く人々に認識され、社会や市場におけるその「存在」に対する優れた評価や信頼を支えるイメージ、それが「ブランド」といわれる概念です。多くの企業は「ブランド」の構築と強化に腐心し、その達成はコミュニケーションを担うPR部門にとっても重要課題の1つです。PRを通じかにかにして「ブランド」を築き、維持・強化していくのか、多くの企業が知恵を絞りながら、日々さまざまな取り組みが進められているのです。

今回開講する本講座では、最近注目すべき3つの事例をとり上げ、企業や商品/サービスのブランディングに関する考え方、戦略や施策などのポイントを、具体的なケーススタディを通じて学びます。

貴重なケーススタディからブランディングを考える本講座。コミュニケーションにかかわる多くのみなさまの受講をお待ちします。詳細及びお申込みは、協会 Web サイトの案内ページをご覧ください。

<https://prsj.or.jp/event/theme-3>

■「PR集中テーマスタディ（第2回）」の構成

No	講座タイトル	講師
講座1 コーポレート ・ブランディング	「生活者」に寄り添う SNS・戦略PRを通じたアプローチ ～Mizkan のコーポレート・ブランディング戦略～	株式会社 Mizkan CRM 本部 課長 田中保憲 氏
講座2 商品/サービス・ ブランディング	PR発想を軸とした商品ブランディングの展開 ～「Cycle.me」に籠めたドットミーのブランディング戦略～	株式会社 博報堂 αクリエイティブ局 PRディ レクター 石川りえ 氏
講座3 インターナル ・ブランディング	地域との共生をめざすパブリックリレーションズの取組み ～インターナルから進めたマルハンのブランディング戦略～	株式会社マルハン 北日本カンパニー 営業戦略部 販売促進課課 長 遊佐孝一郎 氏

(事務局 真部)

パブリックリレーションズ実務講座 2023

再掲載

「PRアワード受賞事例公開セミナー2024」を開催

～2月22日、富士ソフトアキバプラザにて4年ぶりの会場開催～

教育委員会

来る2月22日、協会は、『PRアワードグランプリ2023』で「グランプリ」をはじめとする栄誉あるアワードを受賞したPRプロジェクト事例をとり上げ、その成功のポイントを探る「PRアワード受賞事例公開セミナー2024」を、東京・秋葉原の「富士ソフトアキバプラザ」にて開催いたします。コロナ禍のため2021年からはオンラインセミナーとして実施してきた本セミナー。今回は2020年から4年ぶりとなる会場セミナーとして開催の予定です。

わが国のPRとともに歩み、その潮流を示す「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2023」では、96のエントリーを対象とした審査の結果、「グランプリ」、「ゴールド」2事例、「シルバー」6事例、「ブロンズ」7事例が選出されました。今回のセミナーでは、このなかから「グランプリ」と2つの「ゴールド」、さらに「シルバー」1事例を選び、プロジェクトを推進したメンバー自身から秘められたポイントをご紹介します。

「PRアワードグランプリ2023」の審査では本田哲也委員長を中心とする10名の委員により厳正な審査が行われました。そこでは、①「パーパス（社会的存在意義）」はあるか、②「自分（たち）らしさ」が感じられるか、③「巻き込む力」は発揮されたか、の3つの「視座」が重視されました。この「視座」から各エントリーがどのように評価されたのか、本田委員長には、審査を通じて確認されたこれからのPRに求められる新たな発想、考え方、PRの展望などについてご講演いただく予定です。

本セミナーの詳細及びお申込みについては、下記の案内ページをご覧ください。

<https://prsj.or.jp/event/award-seminar2024>

■「PRアワード受賞事例公開セミナー2024」における講演内容

内 容	講演者／エントリー会社／事業会社
「2023年度PRアワードグランプリ」を振り返って	PRアワードグランプリ2023 審査委員長 本田哲也氏
<グランプリ受賞>非流通空き家を借り手の想いで動かす「さかさま不動産」～逆転の発想で挑戦を応援するまちづくりへ～	エントリー会社／事業主体:(株)On-Co
<ゴールド受賞>日本に眠る5兆円の敷金をスタートアップの成長資金に変える「敷金を成長資金に。プロジェクト」	エントリー会社:(株)はずむ 事業主体:(株)日商保
<ゴールド受賞>守るのは、頭と地球。HOTAMET	エントリー会社／事業主体: 甲子化学工業・猿払村 ・TBWA HAKUHODO
<シルバー受賞>「ジュエリーそのものを見てほしい。ブランド名を伏せて現れた謎のジュエリーショップ『匿名宝飾店』」	エントリー会社／事業主体: (株)エフ・ディ・シー・プロダクツ

※当日プログラムは案内ページ参照

(事務局・真部)

役員候補者選出選挙について

当協会の現役員（理事・監事）は、来る 2024 年 6 月 11 日（火）に開催予定の通常総会をもって任期満了となります。

（公社）日本パブリックリレーションズ協会 選挙管理委員会は、定款第 21 条、第 22 条、ならびに「役員候補者選出に関する規則」に基づき、役員候補者選出選挙を実施します。

本選挙は、立候補者への選出選挙と理事会推薦者への信任投票によって行われます。選出選挙は「一般企業」と「PR 業・PR 関連業」の 2 つの選挙区で行います。理事会推薦候補については、関西部会理事、有識者理事、常任理事等の信任投票を実施します。また、理事会推薦の監事候補者に対しては、信任投票を行います。

投票できるのは当協会の正会員本人に限られます。

役員選挙スケジュール

3 月 15 日（金）立候補受付開始（一斉メール送信）
立候補予定者の意思確認、選挙公報用文書の確認など

3 月 29 日（金）立候補受付締切（～17：00 厳守）

4 月 12 日（金）告示～投票開始
－協会HP内「選挙サイト」開設
－投票用紙など関連文書の一斉送付

4 月 26 日（金）投票締切（当日消印有効）

5 月初旬 開票→結果を直後の理事会に報告

6 月 11 日（火）通常総会
－信任決議、臨時理事会招集→新体制発足

正会員の皆様には時期が来ましたら改めてご案内をお送りいたします。

「PRアワードグランプリ 2023」 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 2023」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7月20時点

審査委員長



本田 哲也

株式会社本田事務所 代表取締役

コロナ禍の終息を迎えることができた今年は、昨年に引き続きおよそ100件のエントリーをいただきました。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だと思えます。

審査委員長として、今年は、昨年に引き続き以下の3つの審査にあたって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。

今年は喜ばしいことに、エントリーが実に「粒ぞろい」の印象で、上位受賞の決定には審査団も悩ましい判断を迫られたと思えます。とくにゴールド以上の3エントリーはどれも評価が高いものでした。そのような中、見事にグランプリに輝いた、株式会社 On-Co の「非流通空き家を借り手の想いで動かす『さかさま不動産』～逆転の発想で挑戦を応援するまちづくりへ～」は、社会課題に見出した斬新なPR発想が大きく評価され、審査委員の「満場一致」をもってグランプリ選出となりました。

グランプリ受賞プロジェクトのコンセプトでもある「さかさま」は、パブリックリレーションズの本質的な視座のひとつでもあります。世の中に横たわる様々な課題を「さかさま」から捉えることで、新たな景色が広がることもある。まさに、このように社会を捉えることこそ、これからのPRプロフェッショナルに求められる、重要なアプローチだと思います。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。

審査委員



伊東 由理

LINE ヤフー(株)

執行役員 コーポレートコミュニケーション統括本部長

今回グランプリとゴールドを受賞した案件は、社会課題に向き合いビジネスやコミュニケーションを展開し、さらにPRとしての高い技術が発揮されているものでした。こう書くと、難易度が高く感じるかもしれませんが、その起点は、業界やステークホルダーへの深い理解と熱い想いだったように思います。改めて、素晴らしい成果には、ご担当の方の“強い使命感”がある、ということを確認させられました。

どのPRパーソンも、社会や会社をより良くしたい、担当するサービスやクライアントの役に立ちたい、そんな想いを持っているのではないのでしょうか。PRパーソンが、それぞれの使命感を形にしていく際、このアワードが皆様の刺激や学びの一つになることを切に願うとともに、エントリーくださったすべての皆様に感謝申し上げます。



金山 亮

デロイト トーマツ グループ

Clients & Industries / Brand Marketing

執行役員 パートナー

PRの最大の醍醐味は、新たな「つながり」の創造にあると考えます。自己の主張と世間の関心事との接点に一工夫して「共通の土俵」を設けることで、元々縁もゆかりも無かった人や組織が「仲間」としてつながり、一緒に声をあげて行けるようになります。さらに、そうした発信が新たな顧客や協力者を呼び込む形で、関心事や目標を共有する数多くの「仲間」とのつながりを作っていきます。

今回受賞対象となったエントリーは、グランプリに輝いた「さかさま不動産」を筆頭として、このような新たな「つながり」の創造に関して示唆に富む内容のものばかりで、初めて審査委員として参加した私は、審査の枠を超えて言い尽くせないインスピレーションを受けました。惜しくも受賞を逸したエント

リーの中にも、ユニークかつ戦略的な「つながり」の創造を通じて、人々の常識や思い込みの壁を乗り越えてビジネスや社会を変革しようとする意欲的な試みを数多く見出すことができ、大変刺激を受けるとともに心強く感じました。

今回エントリーされた皆さんのこうした熱い想いや新たな「つながり」を生み出す知恵と行動が、様々な領域でより一層力強く発揮されていくことが、長らく日本を覆いつくしている閉塞感を打ち破り、希望ある未来を切り拓く原動力になると信じています。PRの社会的な意義や今後に向けたポテンシャルなどについて様々な想いを馳せる機会となり、私自身、本アワードの審査に関わる機会をいただけたことを深く感謝しています。どうも有難うございました。



北見 幸一

東京都市大学

都市生活学部／大学院環境情報学研究科 准教授

私も所属する日本広報学会では、2021年から約2年間かけて議論を行い、広報の定義を2023年6月に公開しました。定義では「広報とは、目的達成や課題解決のために、組織や個人が多様なステークホルダーとの双方向コミュニケーションによって社会的に望ましい関係を構築・維持する経営機能である。」としています。この定義では、広報はパブリックリレーションズと同じ意味を持つ概念として捉え、基本的に同じものとして使っています。今年のPRアワードグランプリの数多くの作品を見て、まさにこの定義が具現化されたものが、上位に入賞していると実感いたしました。エントリーした団体のPR活動は、ステークホルダーと社会的に望ましい関係を構築・維持するのに、どれだけ貢献しようとしているのかが分かりやすかったように思います。



小林 正史

株式会社プラップジャパン 戦略企画部 部長

世の中のあらゆる分野で地殻変動やパラダイムシフトが起こり、良くも悪くも「常識を疑う、ニューノーマルを受け入れる」ことに社会が慣れてきた近年。この社会風潮を追い風にして「視点や立場を変えて物事を捉え直し、価値の再定義を促す」というPRの特技が大いに発揮されたエントリーが今回多数集まり、大変刺激を受けました。全体的に質の高いエントリーのおかげで、今回の審査会は（悩みながらも）荒れることなく受賞案件が決まりました。が、個人的には賛否両論で審査が紛糾するような異端児的エントリーにも期待しています。また今回受賞を逃したエントリーにも素晴らしいアイデアが多数見られました。本質的な課題解決を図るために継続的かつ複合的な展開を評価するのもこのPRアワードの特徴ですので、ぜひ継続発展させた形での再エントリーに期待しています。



塚本 幸代

株式会社電通 PR コンサルティング
経営企画室 部長

PR で事業成長を実現させている多くのプロジェクトに出会い、改めて PR の醍醐味とワクワクする未来を感じることができました。中でも、グランプリの「さかさま不動産」は、社会の仕組みを変えるという事業チャレンジを、PR パーソンの磨き抜かれた“技”で見事に事業をドライブさせている経営×PR を象徴する取組みだったと思います。

情報/ストーリーを設計し、表現し、届ける方までのコミュニケーションのすべての工程において、伝えたい相手（ステークホルダー）が反応する緻密な設計ができるか。そして、その緻密な設計に基づき、丁寧にそして情熱をもって行動すること。それこそが、PR パーソンの“技”であり、関係づくりを目指すパブリックリレーションズの本質であり、社会を動かす大きな原動力になるのだと感じました。

受賞されたみなさま、おめでとうございます。また、このような機会をいただきありがとうございます。これからも、みなさまと共に新しいチャレンジをしながら、PR 業界の発展にご一緒できることを楽しみにしております。



河 玲珍

國學院大学 観光まちづくり学部 准教授

審査に携わって3年目になりますが、今年もPRのあり方について深く考えさせられる機会となりました。インパクトがあり、洗練されたプランニングが増え、PRの進化を感じさせるエントリーが数多くありました。とくに、社会課題を軸にする事例が圧倒的に多く、業界全体を通じて社会とPRの関係が明確に認識されていることを物語るように思います。その一方で、去年の講評・コメントでも書かせていただきましたが、社会課題を狭い意味での戦略的道具ととらえる事例も少なからずありました。PRのミッションは、顧客の問題を解決することだけでなく、社会と他者の声を真摯に受け止め、共に生きる環境を作っていくことにもあると思います。PRの進化をより確実なものにしていくためにも他者に対し、いかに誠実であり、信頼され続けるか、根本的な問いを見失わない姿勢が求められるのではないのでしょうか。



浜田 敬子

ジャーナリスト 元 AERA 編集長

2023年も多くのお応募をいただき、ありがとうございました。今回で3回目の審査となりましたが、この間「パーパス経営」という経営理念が浸透し、今回の応募作品、受賞作品にもそうした姿勢が反映されているものが増えていると感じています。一方で、ウォッシュ的な事業やサービスも増え、内容が伴わないにもかかわらず

PR的に「上手く見せる」ことによってそれらしく見せることも可能になっています。今回受賞された作品はまずその事業やサービスが社会に対して誠実であることはもちろんですが、PRとしての誠実さも感じました。特に大賞を受賞された「さかさま不動産」は事業のユニーク性、課題解決ファーストの姿勢が際立っていただけでなく、企業方針やサービスを広めるPR戦略も素晴らしかったです。

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



今年の受賞作品のいくつかに通じて、「当たり前を疑い、よりよい社会に向けて提案していく」というムーブメントを感じました。「不動産って大家が情報開示するものなの?」「オフィス賃貸の敷金を払うのは当然?」というように、これまで当たり前に行っていたけども、解決したい課題を踏まえると変化が必要な領域に手を付けていく。その際、賛同者を広げ、社会の合意を得ながら実装していく部分に、PRが活用されていました。課題解決がビジネスになる時代に、ますますPRパーソンの活躍の場が広がっていきそうです!

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

受賞された皆さま、おめでとうございます!



パブリックリレーションズの企業経営や社会における役割とこれからの可能性を示すエントリーが多く、審査会では白熱した議論でした。

評価の高いエントリーは、エントリーシートの精度が高いことはもちろん、基本の徹底が見られ、プレゼンと合わせて聴くと以下の要素が浮かび上がってきました。

- ・時代や社会の潮目を読む/現状の把握
- ・目指すべきビジョンの設定
- ・誰のペイン/ゲインに向き合うのか
- ・課題解決で必要になる様々なステークホルダーの押さえ
- ・対話や双方向性コミュニケーションの中で柔軟に対応していく
- ・変化や予想外の事態も起きる中で新たに現れるステークホルダーも察知しながら、向き合って関係構築していく
- ・日々の地道な積み重ね

その上で、今年は「視点の転換」を意識したエントリーが多いと感じました。

- ・これまで負債や損失を生むと思われた存在を社会的資産に転換する

- ・虚実や有無の捉え方を転換し、「実」だけを追求するのではなく、むしろ「虚」の状態を活かす、あえて作り出して活用する

これらの視点の転換で、新たな価値づけを進めるパブリックリレーションズが求められていることを感じます。

惜しくも今回は入賞を逃したエントリーシートについても、今後の展開や実績の積み重ねが期待できるものが多かったです。来年度以降もぜひトライいただきたいと思います。

～2024 新春PRフォーラムを開催～

日本PR大賞 「YOASOBI」氏と「Paix2(ぺぺ)」氏を表彰

「経営×広報」をテーマに西武 HD・西山社長(元 PRSJ 副理事長)が講演

2024年1月22日(月)、協会主催の「新春PRフォーラム2024」を六本木・国際文化会館で約100名の参加を得て開催しました。15時から2023年度日本PR大賞パーソン・オブ・ザ・イヤーを受賞したYOASOBI氏(音楽ユニット)とシチズン・オブ・ザ・イヤーを受賞したPaix2(ぺぺ)氏の表彰式、16時から西武ホールディングス・代表取締役社長の西山隆一郎氏により「経営とパブリックリレーションズ・プロフェッショナルとは ～新たな時代におけるPRパーソンへの期待と課題～」と題した特別講演を行いました(講演レポートご参照)。

第一部：2023年度日本PR大賞表彰式

<2023年度 日本PR大賞 「パーソン・オブ・ザ・イヤー」>



YOASOBI 氏「この賞をチームのみんなに贈りたい」

YouTube の世界楽曲チャートで1位を獲得するなど、国を越えて活躍の目覚ましいYOASOBIのお二人をPRの視点から2023年度のパーソン・オブ・ザ・イヤーに選出、表彰しました。当日は海外ツアーのため、ソニーミュージックエンターテイメントの西村様が代理で出席。YOASOBIのお二人からは「パブリックリレーションズの意味において、チームのみんなと作り上げてきた点を見ていただけたのだと思う。チームのみんなにこの賞を贈りたい」とのコメント動画が寄せられました。

※受賞コメント動画 <https://prsj.or.jp/personcitizen/2023comments/>

■受賞者 YOASOBI 氏 (音楽ユニット)

■授賞理由

YouTube の世界楽曲チャートで1位を獲得するなど、国を越えて老若男女にファンを増やしている。楽曲には原作となる小説があり、物語の世界観を拡げながら共感を得ていくコミュニケーションは、パブ

リックリレーションズに通じるものがある。また、出版事業の課題からスタートし、内外のステークホルダーを巻き込みながらプロジェクトとして大きな成果を上げていることや、メディアにおいても自らの考えを発信し、TikTok ライブなど様々な手法を活用して双方向に関係を構築していることなど、パブリックリレーションズの基本を体現している点が高く評価された。

■受賞メッセージ

2023 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す。

我々は2人で YOASOBI というユニットをやっているのですけれども、発足時からチームのみんなの力を借りてようやく舞台に立つことが出来ていると思っております。

パブリックリレーションズという意味においては、本当にチームのみんなと作り上げてきていることばかりなので、そういったところを見ていただいて、今回の賞をいただけたのではないかと思っております。ですので、この賞は僕らとチームのみんなに贈りたいと思います。

これからも頑張っていきますので、応援のほどよろしくお願いします！

<2023 年度 日本PR大賞 「シチズン・オブ・ザ・イヤー」>



Paix2 氏「やってきたことはPRだった」

女性歌手デュオで、「受刑者のアイドル」と呼ばれている Paix2 (ペペ) 氏にはシチズン・オブ・ザ・イヤーが贈られました。当日はご本人たちが出席され、生で歌の披露もしていただき、参加者には大いに満足いただけた様子。Paix2 のお二人からは「PR (パブリックリレーションズ) の真の意味を知り、私たちがやってきたことの意味は、まさにこれだったのだと改めて学ぶことが出来ました」とのコメントが寄せられました。

※受賞コメント動画 <https://prsj.or.jp/personcitizen/2023comments/>

■受賞者 Paix2 (ペペ) (女性歌手デュオ)

■授賞理由

2000 年にデビューした女性歌手デュオで、「受刑者のアイドル」と呼ばれている。2002 年から刑務所を回って受刑者に歌を届け、眠っている良心を呼び覚ます活動を続けており、これまでに無報酬で行ってきた「プリズンコンサート」やトークセッションは 500 回を超える。社会復帰した元受刑者とも継続的につながりを持ってお互いの励みとし、刑務所関係者や自治体などと強い信頼関係のもとで連携するなど、パブリックリレーションズの理念に合致した活動を長年にわたって行っている点が高く評価された。

■受賞メッセージ

この度は、このような栄誉ある「2023年度 日本PR大賞」に、私たちの活動を評価して頂いて、とても感謝しています。

PR（パブリックリレーションズ）の真の意味を知り、「私たちがやってきたことの意味は、まさにこれだったんだ」と改めて学ぶことが出来ました。

Prison コンサートと称して、これまで23年間、ボランティアで矯正施設（刑務所・少年院）のコンサートをさせて頂きました。

そのコンサート回数は、いつの間にか526回を数えることになり、今では社会復帰された人たちが、コンサートやライブ会場にたくさん来て下さいます。

「社会で頑張っている自分を見てほしくて来ました」

そんな姿を見るたびに、逆に私たちが励まされることが度々あります。

多くの人は矯正施設でのコンサートを「慰問」と表現されます。

しかし、私たちは決して「慰問」という言葉は使いません。その言葉には大きな違和感を感じます。

塀の中に人が居ると言うことは、社会には多くの被害者の方たちがいらっしゃる訳ですから決して【慰問】では無いのです。そして、私たちが一方的に与えることだけでなく、私たちがいただき、学ぶこともたくさんあるのです。

人はそれぞれ心のスイッチを持っています。

心のスイッチを押すことこそ私たち Paix²（ペペ）の活動の原点と考えています。

その心のスイッチを押すには、PR（パブリックリレーションズ）の中にある双方向の「信頼」がとても大切だと思います。

この度の受賞に恥じないように、これからも安全安心な社会作りのお手伝いが出来るように研鑽を重ね、PR（パブリックリレーションズ）の理念を多くの人たちと共有できるよう心掛けながら邁進したいと思えます。

今後とも応援よろしくお願い致します。

第二部：特別講演（※講演レポートご参照）

フォーラム後半の講演では、西武ホールディングス代表取締役社長の西山隆一郎氏が「経営と広報」について、ご自身の体験を赤裸々にお話しされました。当協会の副理事長も務められた氏の一語一語が参加されたみなさんの強い共感呼び、大いに勇気づけられる時間になりました。

また、フォーラム後には久しぶりで対面の懇親会が行われ、参加者同士が大いに語り合い、笑顔のあふれる場となりました。

■正会員・個人会員限定

第 44 回広報ゼミ(12 月 8 日)開催報告
インターナルブランディング・インターナルコミュニケーションの最新事例
～社員のエンゲージメントを高める社内広報・社内ブランディングとは？

企業部会

今回の企業部会広報ゼミは、「インターナルブランディング・インターナルコミュニケーション」をテーマに、12月8日、オフラインとオンラインのハイブリッド形式で開催し、計95名の皆さまにお申し込みいただきました。

企業のグローバル化の加速や働き方の変化、ダイバーシティ&インクルージョンの推進など、企業において従業員を対象としたブランディングやコミュニケーションの重要性がこれほどまでに高まっている時代はないと言えます。

そこで、今回は、インターナルブランディングやインターナルコミュニケーションにおいて独自の取り組みを行なっているヤマハ株式会社とエバラ食品工業株式会社の2社をお招きし、それぞれの事例をご紹介します。

1月22日(月)「新春PRフォーラム2024」新春特別公演 経営とパブリックリレーションズ・プロフェッショナルとは ～新たな時代におけるPRパーソンへの期待と課題～ 講師：西山隆一郎氏

※講演概要の（）内は筆者注



<講師略歴>

1964年8月30日生まれ。1987年横浜国立大学経済学部卒業後、第一勧業銀行（現みずほフィナンシャルグループ）入行。

2003年みずほホールディングス広報部参事役就任。

2009年西武ホールディングス入社、総合企画本部広報室長就任。

2013年西武鉄道へ出向、執行役員広報部長を西武ホールディングス、西武鉄道の両社で兼任。

2017年西武ホールディングス上席執行役員として管理部を担当、プリンスホテル（当時）取締役常務執行役員として管理部・広報部・フロンティアビジネス事業部の担当役員兼任。

2021年西武ホールディングスにて経営企画本部長就任。

2023年4月1日西武ホールディングス代表取締役社長 社長執行役員兼COO就任。

<講演概要>

■信頼され、頼られる広報とは

最初に広報の事業に携わったのは30年近く前になる。第一勧銀に入社し、2カ所の現場を経験した後、支店長から広報部メディア担当への異動を告げられる。当時、広報部は社内報を作る部署という認識だった。広報部の先輩の下で様々なことを経験していく。当時は携帯電話がなく、やり取りは電話かFAXが基本の時代。様々な媒体はあったが、そうした表に出る前の情報を世間が得るには記者が一番の情報元だった。記者由来の情報の価値が非常に高かった。そうした状況において、情報の収集・発信のためには広報部門にとって記者との関係性が重要だった。

広報部に入って1年程経った辺りで記者クラブの担当になった。当時の先輩から「記者から信頼されること、頼られることが大切である」ことを学ぶ。信頼を得るために記者からの様々な依頼をこなしていくうちに、多様な情報を得られるようになってきた。情報の価値や危険度（の判断）を仕事上の経験を通して身に着けた。

その先輩とは記者クラブによく一緒に行くことがあったが、そうした外出から帰った際に各広報担当者へ届いている電話メモについて「これは人気のバロメーターであり、折り返しの電話メモがどれだけ残っているかが大切である。つまり、その人（その広報担当）でなきゃだめなんだ。そうした広報にならないといけない」と教わる。

記者からの依頼をこなしていく中で、様々な記事に第一勧銀のことが出てくるようになってきた。会社のことが業界紙や新聞の記事、テレビなどで紹介されることで生じる影響力やその波及効果の大きさから、広報業務の影響力を実感していく。

ある時先輩から「記者にも年賀状を出さないといけない。知らない記者にも出さないといけないし、そもそも知らない記者がいてはいけない」ということを教わる。その上司の手の回っていない記者を中心に接触をもつようにしていき、それにより会社としてほぼ全社を網羅できるようになり、結果として日々あちこちの媒体で自社の話題が出るようになった。

また、多くの記者との接触の中で、「広報は主張すべきことは主張するが、無用に敵を作ってはならないこと」を学び、自身の軸としていく。これは「会社を守ることに等しい」との気付きを得た。

その後、不祥事などの対応を行う危機管理広報も担当する。第一勧銀総会屋事件が起き、小説、映画にもなった所謂「四人組」の下で、末席の担当としてその対応に当たった。そして、事件が収束して会社が再生に向かう中で異動となり、組合の執行部や投資信託の販売教育など様々な仕事を経験した。

3行統合により「みずほフィナンシャルグループ」になった際、不良債権問題により業績が悪化した中で当時の広報部門が広報経験者を必要としていたようで広報室へと異動となり、そこではベテランの担当としてマスコミ対応を指揮した。それまでの「メディアに頼られることが大切」という基本的考え方で仕事に当たり、一つの企業の広報ではあるが、「業界を代表する広報」という気構えで業務を遂行し、他社のことについても勉強した。



■業界が変わっても広報の経験が活きる

「みずほフィナンシャルグループ」の広報部門で6年程勤めた後、2009年10月に西武ホールディングスに転職し、広報部長の任に就いた。時代は変わり、「古い働き方」はできないが、基本的な考え方は変えずに仕事に取り組んだ。良いことも悪いことも誠実にリリース、会見して対応に当たった。「業界が変わっても広報の経験が活きる」ことを感じていった。

その具体例が、2013年頃、大株主に敵対的TOBをかけられた際に広報部長として行った広報対応である。当時の後藤社長のリーダーシップの下、色々な部門が一丸となって対応に当たった。その際、かつて第一勧銀総会屋事件の際に当時の上司(後の作家の江上剛氏)らがとっていた行動を思い出して対応に当たった。「会社のことを客観的に捉え、社会的視点で日頃活動し、メディアの目線で対処する。それが会社のためにもなる。広報はいつも黒子である」。広報部の若手も力が目に見えてぐんと伸びた。

■経営企画部門から社長へ 広報は会社の代表窓口

2021年、経営企画部門本部長に任命される。コロナ禍を乗り切るための中期経営計画策定の責任者となった。パンデミックの対応で改革を進めてきた中で、その改革の実効性を検討することは勿論だが、それと同時に、「当社への不安は払拭されるか」「ステークホルダーはどう解釈するか」ということが頭に浮かび、広報の経験・習慣が活きたと実感した。そのため、広報部の意見を尊重しており、「広報は経営の重要な機能」と改めて認識している。

広報には会社の代表窓口で、経営陣の代理という責任がある。(広報として)「世間の目線」で仕事をしながら、一方で、「経営者はどう判断するだろうか」を瞬時に判断する訓練が自然に積みあげられてきたと感じている。「自ら考え、判断し、勇気をもって行動に移す」という経営判断に近い訓練ができる仕事だと考えている。広報部門は時々刻々と変化している外の世界に日々対応しているので、社長として広報の判断に従っている。また、経営側はそうした信頼できる広報部門を育てていくことが大事である。



現在は、記者が唯一に近い情報の発信元や情報元として希少価値だった時代とは大きく変わっている。また、記者の行動様式、気持ちの持ち方が変わっている。SNSなどを含め情報が氾濫している。その情報を的確に選別し、検証していく。発信手段も多様化しており、フェイクニュースすら出ている。発信側も情報を吟味し、正しい情報を選別していく困難な時代になった。そうした中で、生の、人間の見聞きした情報の魅力というものもまだまだある。多様化する情報インフラ、人脈を活用し、「どうしたら伝わる

のか」をこれまでよりも真剣に考えなければならない時代になっている。「伝える」のではなく、「どうしたら伝わるのか」を突き詰めていくことが肝要である。

現在の立場に身を置いている中で、「社員の野性味を引き出すこと」と「他者、次世代に軸足を置くこと」を意識している。前者については、社員が会社の進んでいく未来への筋書きを皆で共有し、各々がリーダーシップをもって臨機応変に決断し、実行していくという実践的な集団にしていけることを現在目指している。また、後者については、SDGs など、次世代がより良くなるために何をすべきか考えることを目指しており、一企業として、それを考え、日々手を打ち、計画を練っている。

最後に、広報部は「全てを任せられる存在」であるべきである。メディア、世の中のことに常にアンテナを張って社内で一番詳しい存在であって、客観的な意見を持てることを望んでいる。社外とも接している広報部だからこそ、客観的な視点で会社を見ることができ、経営陣に意見をぶつけられる存在であるべきである。一方で、社内の組織でもあることから、未来の筋書きを共有し、共に進んでいける存在であることを期待している。

桑原竜平（㈱内外切抜通信社）

■正会員・個人会員限定

第228回定例研究会

**ダイヤモンド「DX 改革の死闘」
～経済メディアの生き残る道～**

講 師:株式会社ダイヤモンド社
ビジネスメディア局
ダイヤモンド編集部 編集長
浅島亮子氏

第228回定例研究会は、12月1日（金）開催しました。講師は株式会社ダイヤモンド社 ビジネスメディア局 ダイヤモンド編集部 編集長 浅島亮子氏。テーマは「ダイヤモンド「DX 改革の死闘」～経済メディアの生き残る道～」でした。

協会掲載記事

●2月1日(木) 『月刊広報会議』(宣伝会議)3月号

『月刊広報会議』2024年2月号における当協会の連載コラムで、「PRアワードグランプリ2023」の各賞受賞について掲載されました。

コラムでは、(株)On-Coの「非流通空きを借り手の想いで動かす『さかさま不動産』～逆転の発想で挑戦を応援するまちづくりへ～」がグランプリを受賞、さらにゴールド2件、シルバー6件、ブロンズ7件、奨励賞1件の決定が報じられました。あわせて、グランプリ、ゴールドの評価ポイント、本田審査委員長が示した審査にあたって考慮された3つの視座が紹介されています。

[記事協力：株式会社内外切抜通信社]



事務局の青田です。

2月は本来、まだまだ冬の盛りで寒いはずなのに、変にポカポカな日が多く、調子が狂いますね。憂鬱な花粉の季節がそろそろ始まってきた一方で、コロナとインフルが静かに増えていて、ほんとうにイヤになります・・・。

とはいえ、協会はかなりアクティブに動いています。以下、トピックスです。

■新春PRフォーラムは大盛況！大成功！

今号で詳しくレポートされていますので是非お読みいただきたいのが、1月22日に開催された新春PRフォーラム2024です。非会員を含め約100名のみなさんにご参加いただき、久しぶりのリアルの懇親会まで5時間の長丁場ではありましたが、まったく飽きのこない、密度の高い1日になりました。日本PR大賞のYOASOBIさん、ペペさんの表彰式は華やかな中にも温かな空気が流れ、次には一転して、西武HD西山社長の渾身の講演によって一同身の引き締まる思いとなり、最後の懇親会は笑顔が弾けるエネルギーな雰囲気に包まれました。

あらためてパブリックリレーションズのレンジの広さ、奥行きを深さをしみじみと感じさせられました。やはり、広報・PRは誇らしく、素晴らしい仕事です。

今年参加できなかった方は、来年ぜひご参加ください。力が湧くこと間違いなし、です。

■シチズン・オブ・ザ・イヤーのペペさん、全国で大反響！

パーソン・オブ・ザ・イヤーのYOASOBIさんは、SNSで30万を超えるフォロワーを抱えており、今回のAYASEさんの受賞コメント（動画）で「パブリックリレーションズ」というコトバを初めて聞いた人がかなりの数に上ったと思われます。これがパーソン・・・の意義ですね。

一方、Paix2（ペペ）さんは表彰式以降、プリズンコンサートの訪問先の刑務所でことごとく「おめでとう！」の嵐で、大歓迎を受けているそうです。なんと、法務省が今回の受賞を全国に通達したのだそう。マネージャーさんによれば、20年以上続けてきたがこんなことは初めてのことだとか。

これぞ、草の根活動を表彰するシチズン・オブ・ザ・イヤーの価値ですね。



（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、よろしくお願いたします。

広報委員会

Eメール mail@prsj.or.jp

※禁転載

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 6-2-31 六本木ヒルズノースタワー5F

〒530-0001 大阪府大阪市北区梅田 1-12-12 東京建物梅田ビル 12F