

PR SJ NEWS

2025年1月号 No.369



「PR業ワイガヤ会」の様子 P18 掲載

TOPICS

MESSAGE

新年挨拶

理事長 山口 恭正

P3

BULLETIN

広報部長スキルアップ講座 (12月9日)開催報告

第25回企業部会フォーラム「広報活動における生成AIの効果的な活用法」

講師：プラップノード(株)野中 透氏、桃井 克典氏

P12

P15



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 山口 恭正

目 次

12月~1月スケジュール		P1
MESSAGE(メッセージ)	新年挨拶	P3
ATTENTION(お知らせ)	1月入会の皆様のご紹介	P4
〃	「PRアワードグランプリ2024」審査員長講評と受賞者からのコメント	P5
〃	「SNSショート動画活用講座」開催のご案内	P9
〃	第37回1次試験お申込み受付中	P11
BULLETIN(活動報告)	広報部長スキルアップ講座(12月9日)開催報告	P12
〃	第25回企業部会フォーラム「広報活動における生成AIの効果的な活用法」 講師：プラップノード(株)野中 透氏、桃井 克典氏(会員限定)	P15
〃	PR業部会ワイガヤ会(12月10日)開催報告(会員限定)	P16
PRSJ in MEDIA	協会掲載記事	P17
事務局だより		P18

1～2月 セミナー・イベント スケジュール

【オンデマンド視聴】

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

【対面】

関西西部会主催 2025年新春フォーラム関西	日時	： 1月21日(火) 17:30～19:00
	会場	： 大阪中之島美術館1階ワークショップルーム
	テーマ	： 大統領選後のアメリカ
	講師	： 国際政治学者 三牧 聖子氏 (同志社大学グローバルスタディ研究科准教授)

【対面】

新春PRフォーラム2024・賀詞交歓会 特別講演	日時	： 1月23日(木) 15:00～20:00
日本の分断、アメリカの分断	会場	： 六本木・国際文化会館
ソーシャルメディア時代を生き抜くリテラシー	講師	： スマートニュースメディア研究所長(研究主幹) 山脇岳志氏 (元朝日新聞論説委員、元ワシントン総局長)

【対面】

ディアリレーションズ実践講座	日時	： 1月24日(金) 17:00～19:00
	会場	： 富士ソフトアキバプラザ 7F プレゼンルーム
	講師	： エバラ食品工業株式会社 執行役員 コーポレート本部長 学習院女子大学大学院非常勤講師 上岡 典彦氏 リスト株式会社 広報部次長 田尻 有賀里氏

【ハイブリッド】

第48回広報ゼミ	日時	： 1月28日(火) 16:00～
	会場	： 近畿大学東京センター及びZoomミーティング
	テーマ	： 「広報パーソンの魅力向上委員会～キャリア開拓の先駆者に学ぶ#3～」
	講師	： NIPPON EXPRESSホールディングス(株) コーポレートコミュニケーション部長 富田美貴氏 第一生命ホールディングス(株) コーポレートコミュニケーションユニット長 坂本香織氏

1月～2月の理事会・委員会・部会スケジュール

◇定例理事会	(1月度)	日時	: 1月9日(木)	16:00～17:30
		会場	: 事務局+オンライン開催	
	(2月度)	日時	: 2月13日(木)	16:00～17:30
		会場	: 事務局+オンライン開催	
◇教育委員会	(1月度)	日時	1月16日(木)	16:00～17:00
		会場	事務局+オンライン開催	
◇資格委員会	(1月度)	日時	: 1月14日(火)	11:00～12:00
		会場	: 事務局+オンライン開催	
◇国際・交流委員会	(1月度)	日時	: 1月10日(金)	15:30～16:30
		会場	: 事務局+オンライン開催	
◇広報委員会	(1月度)	日時	: 1月27日(月)	15:00～16:00
		会場	: 事務局+オンライン開催	
◇顕彰委員会	(1月度)	日時	: 1月15日(水)	17:00～18:00
		会場	: 事務局+オンライン開催	
◇企業部会幹事会	(1月度)	日時	: 1月8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	(1月度)	日時	: 1月21日(火)	16:00～17:00
		会場	: 事務局+オンライン開催	

新年挨拶



公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会
理事長 山口 恭正

((株)電通PRコンサルティング 代表取締役社長執行役員)

新年あけましておめでとうございます。

今年は、巳年、脱皮して再生する象徴の干支と言われますが、日本経済の再生も期待したい所です。2023年がAI元年とするなら、今年2025年は、AIエージェント元年とも言われ、生成AIから行動AIの時代へ、将来は、AGIのステージに突入すると予想されており、ヒトのパートナーに近づいていきます。特に、我々PRパーソンにとっても、この頼もしいパートナーをいかに活用し生産性を上げられるかが試される時代に入ったのではないのでしょうか？また、再生のきっかけにもなろうというのが、今年4月13日から開催、世界から英知が集まる大阪万博、さらに、グラングリーン大阪の開発は、万博来訪者を待ち受けるかのようなタイミングで、希望に満ちた年になることを願います。

他方、旧年より続く懸念材料も多くあります。世界は、各地の紛争とその結果引き起こされたインフレなど、また、国内は、昨年はGDPをドイツに抜かれ、今年、インドにも抜かれる予想もあります。人口減少を割り引いても、一人当たりGDPも低下が止まらず、また、日本の「幸福度」実感ランキングも低迷しています。経済の低迷は労働生産性の遅れ、幸せ実感の低迷は、人間関係の難しさが大きな要因のように見えます。久しく「分断社会」とも言われ、偽情報の蔓延で誰もがだまされる時代になり、人びとに不安と不信を広げる要因にもなってくるリスクもあります。

今の所、AIそのものが幸せを生み出す直接的な装置にはなっているわけではないですが、上手に使えば、我々の質問に対しての答えの選択肢を用意してくれ、生産効率をあげられるのではないかと期待します。ですが、それを評価し、さらなる修正指示をするのは、ヒトの方です。我々がどういう問いかけをしていくべきか、未来の理想形と足元のギャップをどう解消していけばいいか、その課題を具体的に特定していくチカラが問われています。

特定の目的達成の効率、タイパやコスパに特化しすぎてしまうと、アルゴリズムやSNSによって、人びとは無意識に小集団に分断され、こちらの集団の常識は、あちらでは非常識という問題も起こりがちです。結果、全体として、却って非効率に陥り、生産性や成長も見込めず、最悪は不信状態に陥ることもあります。集団を超えてウィンウィンの利益調整しながら全体として共存共栄していくには、双方向のコミュニケーションの量と質を上げていく必要がありますが、その意味でも、ますますパブリックリレーションズが重要な役割を担う時代になってきたと実感しております。

答えにたどり着くためのハウツーの効率は上げ、労力を省力化しながら、余力が増えた分を、人間的な問いかけ(Why)や社会的な課題(What)についての建設的な対話、コミュニケーションに振り向けることが重要です。AIを効率化のために使いながらも、ヒトや企業は、生活者の気持ちを読み取り、また複数のステークホルダーからの共感を最大化する問いかけ、課題設定の創造力は、PRパーソンが担うべき役割ではないかと思っております。今までの古い殻と慣習を脱ぎ捨て、成長と幸せの実感づくりの二刀流が新しい常識となる元年にしていければと思います。本年も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、1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。

戸田建設株式会社



戸田建設株式会社は1881年の創業以来140年以上の歴史と伝統を持つ総合建設会社です。医療・福祉施設や教育・文化施設、オフィスビルや商業施設などの建築事業や、道路・鉄道・トンネルなどの土木事業を数多く手掛けております。また新規事業分野では浮体式洋上風力発電実用化や農業6次産業化の取り組みなど、建築や土木という枠に囚われず、社会が抱える課題の解決に向けた新しい取り組みにも挑戦しております。

日本パブリックリレーションズ協会では、皆様との情報交換やセミナーへの参加を通じてPRに関する最新情報を学び、スキル向上に努めていきたいと考えております。

どうぞよろしくお願いいたします。

「PRアワードグランプリ2024」 審査員長講評と受賞者からのコメント



本年度も、昨年に引き続き、たくさんの質の高い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。

昨年に続き、実に「粒ぞろい」だった印象ですが、今年是一次審査の時点から上位入賞エントリーには高い評価が集中していました。見事グランプリに輝いた、株式会社マイナビの「アルバイトの立ちっぱなし問題解決を目指す『座ってイイッス PROJECT』」は、事業主体の社会的な立ち位置をブラさずに社会課題解決に向き合った、まさにパブリックリレーションズの「お手本」のような取り組みでした。そして、今年唯一のゴールド受賞となった、株式会社島田電機製作所の「無名だった BtoB のニッチな下請け町工場を、毎月 2000 人以上が殺到する人気企業に変えた“ファンづくり活動”」は、日本に数多く存在する、「黒子」のような BtoB 企業が挑戦した「全員広報」の取り組みです。この2エントリーへの高い評価は、審査委員全員の一致を見たものでした。

今年は、パブリックリレーションズとはどうあるべきか？と問いただされるような出来事も起こりました。だからこそ、本当に価値のあるパブリックリレーションズの姿を世に提示する本アワードの責任を踏まえ、審査委員一同は気を引き締めて審査に臨みました。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。

<受賞者コメント>

グランプリ：受賞エントリー（1件）

■アルバイトの立ちっぱなし問題解決を目指す「座ってイイッス PROJECT」

エントリー会社：株式会社マイナビ／株式会社博報堂／株式会社 TBWA HAKUHODO

事業主体：株式会社マイナビ

コメント：グランプリ受賞を大変光栄に思います。

社会課題解決に向けた新たな価値創造を評価いただいた証とし、今後も挑戦を続けてまいります。



ゴールド：受賞エントリー（1件）

■無名だったBtoBのニッチな下請け町工場を、毎月2000人以上が殺到する人気企業に変えた“ファンづくり活動”

エントリー会社：株式会社島田電機製作所

事業主体：株式会社島田電機製作所

コメント：注目と評価をいただいた活動を糧に、引き続き島田電機「らしさ」で社会に新しい価値を届けてまいります。



シルバー：受賞エントリー（7件、エントリー登録順）

■情熱があれば、だれでも音楽家。「だれでも第九」プロジェクト

エントリー会社：株式会社電通東日本

事業主体：ヤマハ株式会社

コメント：出演者、ヤマハさま、スタッフ、関係者全員で作りに上げた仕事が評価いただき、とても光栄です。



■海外評判で透明醤油に再注目をつくる「透明醤油 市場浸透プロジェクト」

エントリー会社：株式会社はずむ

事業主体：株式会社フドーダイ

コメント：訪日旅行者など第三者との合意形成を通じて、首都圏における透明醤油の再注目を行うことができた。



■メルカリで出会えるもので作った「ウチの実家」

エントリー会社：株式会社プラチナム／株式会社 EPOCH／株式会社 thaw
／株式会社メディアコンシェルジュ

事業主体：株式会社メルカリ

コメント：今回のコミュニケーションを通じて、多くのお客さまが自宅や実家にある不要品の価値を再確認し、捨てるを減らすことの体験へのきっかけになればと思います。



■睡眠計量 e-SPORTS CUP「SLEEP FIGHTER」

エントリー会社：株式会社電通

事業主体：エスエス製薬株式会社

コメント：このたびは輝かしい賞をいただき、大変光栄に存じます。今後も、日本中の方々が能動的に睡眠をとることでより良い人生を送っていただけるよう尽力してまいります。



■「池袋ハロウィンコスプレフェス」

10年にわたる地域とのコミュニケーションが築いた“聖地”

エントリー会社：池袋ハロウィンコスプレフェス実行委員会
(豊島区／ダウンゴ／サンシャインシティ／アニメイト／ハコスタ)

事業主体：株式会社ダウンゴ

コメント：光栄な賞をいただきありがとうございます。これからも地域の皆様と共に、より良い未来を築いてまいります。



■選択的夫婦別姓を企業や生活者と考える「Think Name Project」

エントリー会社：株式会社電通デジタル／株式会社プラチナム

事業主体：一般社団法人あすには

コメント：夫婦が同じ名字にしないとイケない国は日本だけ、って知っていましたか？名字について話す夫婦が増えますように。



■世界そして未来へ。「ドン・キホーテ」の根強いネガティブイメージを変革する5年間のブランディング活動

エントリー会社：株式会社パン・パシフィック・インターナショナル
ホールディングス／株式会社オズマピーアール

事業主体：株式会社ドン・キホーテ

コメント：このたびは光栄な賞を頂戴し、ありがとうございます。これからもこれまで通り、あたりまえのことをやり続けて、ドン・キホーテらしさを発信し続けていきます。



ブロンズ：受賞エントリー（6件、エントリー登録順）

■～予期せぬ災害に、予期せぬ訓練を～ 「とつぜんはじまる避難訓練」 in 那覇市

エントリー会社：LINE ヤフーコミュニケーションズ株式会社

事業主体：LINE ヤフーコミュニケーションズ株式会社／沖縄県那覇市

コメント：那覇市と当社の初の協働企画を評価いただけて嬉しく思います。参加いただいた那覇市民の皆様に感謝です！

■徹底したローカル施策で、世界ブランドの象徴が関西で生んだ“奇跡の共感”

「おかえり!カーネル」人形納め

エントリー会社：株式会社オズマピーアール

事業主体：日本 KFC ホールディングス株式会社

コメント：このような賞をいただき感無量です。これからもカーネルから受け継いだ精神で、お客さまの体験価値向上に努めて参ります。

■特茶の反論 -ひろゆきさん、こちらにはエビデンス※があるんです。-

エントリー会社：サントリー食品インターナショナル株式会社/株式会社 SIGNING

事業主体：サントリー食品インターナショナル株式会社

コメント：交通広告を使った施策を、栄えあるPRアワードで評価していただいたことをとても嬉しく思います。

■バイトル「高校生アルバイト応援プロジェクト」

～闇バイトから身を守る、高校生への啓発授業～

エントリー会社：株式会社マテリアル

事業主体：ディップ株式会社

コメント：ステークホルダーの皆様が、自分らしく安心安全に働ける社会の実現に向けて、これからも社会課題に向き合いながら挑戦していきたいと考えております。

■コレクティブインパクトのアプローチで挑む!

どの国よりも先に HIV/AIDS 流行終結を目指す「HIV/AIDS GAP6」

エントリー会社：株式会社オズマピーアール

事業主体：ギリアド・サイエンシズ株式会社

コメント：PRの無限の可能性を実感しています！世界初の HIV 流行終結を実現すべく、一層 GAP6 の活動を加速させていきたいと思っております。

■買い物にもう一つの基準“環境貢献”を。新たな単位 Earth hacks 「デカボスコア」

エントリー会社：株式会社博報堂/株式会社 SIGNING/株式会社博報堂ケトル

事業主体：Earth hacks 株式会社

コメント：このたびはPRアワードにご選定いただき、感謝申し上げます。

今後も弊社は「デカボスコア」を筆頭に、無理なく前向きな脱炭素アクションを推進し続けてまいります。

奨励賞：受賞エントリー（1件）

■“鬱憤”からPRアイデアを考える新アプローチ「鬱憤構文®」

エントリー会社：株式会社電通 PR コンサルティング

事業主体：株式会社電通 PR コンサルティング

コメント：当社の新たな挑戦を評価いただき、感謝申し上げます。

これからもクライアントの皆さまと共に、世の中の課題解決につながるコミュニケーションを創造してまいります。

SNS ショート動画を活用した成功事例と リスク回避のポイントをレクチャー！ 「SNS ショート動画活用講座」開催のご案内

教育委員会

教育委員会は、2月28日（金）に「SNS ショート動画活用講座」を開催いたします。

昨今、Instagram、TikTok、YouTube など、各 SNS プラットフォームにおいてショート動画が主流になりつつあります。上手く拡散することが出来れば、短期間で大きな影響力を持つことが可能です。しかし、使い方を一歩間違えると炎上を引き起こすことも少なくありません。

そこで本講座では、

- ・デジタルPRを多数手がけている株式会社電通PRコンサルティング
- ・インフルエンサーマーケティングを得意とする株式会社Bitstar
- ・SNS リスク対策の専門である株式会社エルテス

が一堂に会し、SNS ショート動画を活用した成功事例とリスク回避のポイントをお伝えいたします。

【講座アジェンダ】

- 1: 「PR動画の変遷と現在のトレンド」(株式会社電通PRコンサルティング)
- 2: 「インフルエンサーを活用したタイアップについて」(株式会社Bitstar)
- 3: 「SNS 炎上リスク」(株式会社エルテス)

企業のPR活動や SNS 戦略を一歩先に進めたい方、実践的な動画活用法を学びたい方に最適な講座です。

成功事例とリスク回避のポイントを学びながら、効果的なPR戦略を実践的に習得できますので、ぜひご参加ください。

【「SNS ショート動画活用講座」開催概要】

開催日時：2025年2月28日（金）15：00～17：00（14：45から入室いただけます）

登壇者：新井 健太 氏

（株式会社 電通PRコンサルティング 統合コミュニケーション局
デジタルアクティベーション部 部長 / チーフプランナー）

山崎 珠里 氏

（株式会社 電通PRコンサルティング 統合コミュニケーション局
デジタルアクティベーション部 シニアコンサルタント）

葉 悠莉 氏

（株式会社 BitStar マーケティングソリューション本部
ショート動画局 プロデューサー）

後藤田 隼人 氏（株式会社エルテス 執行役員）

会場：富士ソフトアキバプラザ 6F セミナールーム6

<https://www.fsi.co.jp/akibaplaza/map.html>

Attention (お知らせ)

受講料： 一般	: 34,500 円
PRプランナー資格保有者（准・補含む）(※1)	: 30,000 円
協会会員（※2）	: 23,000 円

- ※1 「PRプランナー有資格者（准：補）」は、1次試験もしくは2次試験の合格後、当協会に認定申請を行っていただき、協会が認定したみなさまです。
1次試験もしくは2次試験を合格したのみではPRプランナー有資格者（准：補）」とは認定されませんので、ご注意ください。
- ※2 日本パブリックリレーションズ協会に正会員としてご入会いただいている企業・団体にお勤めの方、個人会員・准会員のみなさまが対象となります。

PRプランナー資格認定制度／検定試験

第 37 回 1 次試験 申込み締切り迫る！
仮申込み期間は 1 月 24 日(金)まで
一試験期間は、2 月 8 日(土)～23 日(日)まで

資格委員会

2025 年度前期（第 37 回）1 次試験の受験に必要な仮申込みが 1 月 24 日（金）で締切りとなります。試験期間は、2025 年 2 月 8 日（土）～2 月 23 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 16,757 名が受験し、12,379 名が合格しております。次回の 1 次試験は 8 月となりますので、今回受験をご検討の方はお早めにお申込みください。

- 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 37 回 1 次試験 実施概要】

試験期間	2025 年 2 月 8 日（土）～2 月 23 日（日）
仮申込み期間	2024 年 12 月 1 日（日）正午～2025 年 1 月 24 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	2024 年 12 月 1 日（日）正午～2025 年 1 月 31 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	2025 年 3 月 5 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（2024 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ませよう、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/>



広報部長スキルアップ講座 (12月9日)開催報告

教育委員会

12月9日、日本プレスセンタービルにて「広報部長スキルアップ講座 2024」が開催され、21名の方が参加されました。組織内で重要度や期待の高まる広報機能において、部門長として押さえておくべき様々な知見をインプットできる充実した勉強会となりましたので、その講義内容を一部ご紹介します。

第一部は、朝日新聞の円満亮太氏（東京本社 経済部長）が登壇し、メディア視点で見る企業の経営や広報についてお話しいただきました。事前に現場のキャップの方々にヒアリングして準備して下さったとのことでした。

朝日新聞経済部が注目するのは、新商品・サービスに垣間みえる社会の変化とその先、また企業の「生きざま」。題材を選ぶ上ではPVにこだわり過ぎないことにも触れられました。広報に伝えたいことは (1) 記事化は必ずしも約束できず、取材してみないとわからない (2) 数値的な根拠がない情報やキャンペーン情報は基本的に難しいものの、例えば激しい円安といった社会性を感じさせるケースは例外もある (3) 苦労話、失敗談など、ネガティブにも捉えられる情報があると物語に起伏が生まれ、記事にしやすい——ということでした。

会社や経営者に対しては、「従業員を大切にしているか」「消費者・株主などのステークホルダーとどう関わっているか」「企業活動によって社会的な価値を生み出しているか」「経営者が広報部門に権限を与えているか、広報部門が元気かどうか」といった観察のポイントを挙げられました。広報担当とメディアの向き合い方に関連して、記者のタイプに(1)採取型（木の実や虫を探して集める）(2)狩猟型 (3)農耕型（種を撒いて時が来たら刈り取る）があるというお話がありました。ご本人は農耕型ということですが、相手に合わせた対応を考えるヒントになりそうです。



第二部では、鈴木悠介弁護士（西村あさひ法律事務所・外国法共同事業パートナー）が登壇。かつてテレビ局の報道記者として企業不祥事の取材にあたっていたご経歴から、危機管理案件における顧客の広報部門とのやり取りも多く、自社の広報部のアドバイザーでもあります。このセッションでは、広報部長が意識すべき法的なポイントをはじめ、危機管理や企業ガバナンスの要諦を解説いただきました。

広報業務に関連する法的分野は、著作権、肖像権・パブリシティ権、商標法、景品表示法、個人情報保護法、イベント関連の規制（道交法、消防法など）、不正競争防止法、下請法、特定業種での広告規制（金融商品、医薬品など）と多岐にわたります。中でも著作権侵害や景品表示法違反は、摘発件数が増加しているとのことでした。著作権については、フリー素材サイトから入手した画像の使用や、引用元を明記したうえでの共有も侵害事案となりうるとのこと。また景表法について、仮に消費者庁から優良誤認表示（商品やサービスが実際より著しく有利であると誤認させるような広告表現）の指摘があった際、根拠となる資料を15日以内に提出するよう求められるということです。こういった環境の中で広報部員の意識を高めるためには、近時の摘発・訴訟事例やヒヤリハットの共有、また「消費者庁や警察などから疑われること自体がレピュテーションリスクにつながる」という意識を持つことをアドバイスくださいました。

危機管理については、外部との接点を持つ広報部門こそ、企業の存在価値を自問自答し、経営・ガバナ

ンスにフィードバックする役割を担うべきと強調されました。不祥事を起こす企業の多くには、その理念が社内で十分に共有されていないという共通点があるとのこと。通常から着手できることとしては (1)危機管理対応マニュアルの確認 (2)不祥事の公表基準策定 (3)社内のリスク感度を高めるための研修 (特に模擬記者会見) を挙げられました。

第三部では、飾森亜樹子氏 (三菱 UFJ フィナンシャル・グループ チーフ・コーポレートブランディング・オフィサー 経営企画部部長)、坂本香織氏 (第一生命ホールディングス株式会社 コーポレートコミュニケーションユニット長)、相川貴之氏 (いすゞ自動車株式会社 広報部長) を迎え、モデレーターの遠藤祐氏 (博報堂 PR 局 シニア PR ディレクター) によるリードでパネルディスカッションを行いました。

飾森: コミュニケーション人材の定義や育成についてはずっと考えてきましたし、今でも悩んでおります。NEC 時代は自分の部門をどういう人材で構成したら組織が強くなるかと考えていました。まず自分の後継者を含むリーダー層があり、そこに色々な部門のリーダー候補を連れてきて将来につなげる広報の経験をしてもらっていました。コーポレートコミュニケーションは経営戦略の中枢にありますから、必ずよい勉強になると社内で宣伝したのです。そして、部門を強くするためには転職してくるプロ層も必要だと思っていました。また、銀行はジェネラリストが中心ですが、時代の流れでプロフェッショナル制度ができ、コミュニケーションの専門職を設けました。スキルや経験、どうあるべきかななどを定義し、その中には PR プランナー資格も要件にいられています。

坂本: 担当者に身につけて欲しいスキルは一覧にしています。中でも、異動してきた方に必ずお願いするのは経営リテラシーです。経営戦略やコーポレートガバナンスをきちんと理解する。さらには ESG、IR、法務観点なども含まれます。大変ですが、知っていることで広報活動のクオリティがあがることをご理解いただきたいと考えています。私自身「困ったら勉強する」スタイルが好きなので、メンバーにも積極的に外部で勉強していただき、それをアウトプットしてもらうことを意識しています。また、全員が同じことを得意でなくてよいとも思っています。特定の事業や人事など、得意分野で輝けるようにフォーメーションを組みつつ、新たにインプットする部分とバランスよく成長していただければと考えています。

相川: 世の流れで人事制度がジョブ型に変わってきましたので、「この領域~年やっていた」では通用しなくなってきました。PR プランナーなどもひとつですが、自分ができることをどう端的かつ説得力を持って示せるのか考えよう、とメンバーを促しています。転職組が多く様々な特技を持つ人材が集まっていますが、たとえば SNS の運用に長けているものの、適時開示のポイントをまったく知らない、といったケースもあります。得意なところは伸ばしながら、コーポレートコミュニケーションとして抑えるべき領域はどこかである程度経験をしてもらう、そういう道筋をつくっていったらなど。比較的若い方々には、組織として意識的に機会を作ってあげるほうがよいかなと考えています。

[現代における広報業務とは]

飾森: 私は「会社を変革するコミュニケーション」と「社会をよくするコミュニケーション」を仕事のモットーとしています。前者について、現職では二つの仕組みを作りました。一つ目「カルチャー改革のフレームワーク」は、働く環境、社員のマインドセット、実践する機会の3つに沿って、行動パターンの変革に向けたものです。経営企画部、人事部など関係部門で施策を打ち、効果を調査し、次の年の施策につなげるという PDCA です。目標のために全社で取り組む仕組みをつくり、実施していく。これも統合的なコミュニケーションのひとつだと思っています。もう一つはパーパスを浸透させ、会社の変革を視える化するブランディングです。ブランドのガバナンス、パーソナリティ、教育の仕組みなどを一気に作りました。広告やクリエイティブなどに限らず、事業そのもの、店舗やオフィスなどの場所、また従業員の行動など、ステークホルダーにとっての全ての体験がブランドを作ります。この4つにパーパスを植え付けて従業員の行動変革を起こし、それがブランドを創っていく。社内から「業務にどうブランドを持ち込めばよいか」と相談を受けるようになりました。

坂本: 「広報の仕事とは何か」という問いに対して、「ステークホルダーの視点を経営の力に変えていく仕

事」と答えています。私たちの一番の武器はステークホルダーの視点を知っていることで、それが経営の意思決定や実行のクオリティを上げることにつながると考えます。以前の所属企業で、経営改革に対し社員が疑問を持ったり一部に反発があったりしたことがありました。そこでオンラインで、経営トップに付度なしに質問できる対話の場を設けたところ、率直な質問が次々に出て、社員の理解を深める場となりました。経営者にとっても社員の視点を理解することができ、それが次のステップに生かされる建設的な対話を進めることができました。この「経営とのダイアログ」機会はのちに株主にも広げました。ちなみに、「心理的安全性」という言葉は社員についてよく使われますが、経営陣にとっても対話しやすい環境を整えることは重要です。日々マーケットや社員の視線にさらされ、常に緊張状態にありますから。

相川：経営陣との距離感は会社によって違いますが、悩まれるところではないでしょうか。定期的に会話できる場を設定するのも重要ですし、たとえば経営会議を傍聴させてもらうのも一案かと。現状の経営が世間的にどう見えるか把握するには、議事録だけでは難しいですから。また、何か起きた時こそ経営との距離を縮めるチャンスになりうると思います。会社のレピュテーションについて、経営の執行側が社外取締役から指摘を受ける時などですね。一方、攻めの広報という点では、ストレートニュースのメディア掲載にとどまらず、会社の戦略や理念を理解していただけるような発信と考えています。それをオウンドでも SNS でも語っている。端的に言いますと、経営サイクルとリンクした発信が自分たちの施策で常態化できているかということだと思っています。



【最後に一言】

相川：コーポレートコミュニケーションは経営機能のひとつです。経営をドライブしていく役割を皆さまと一緒に担い、よりよい社会を作っていきたいと思っています。同志としてよろしくお願いします。

坂本：最近あらためて PRSJ 宣言を読んで、めちゃくちゃよいと思いました。主語を「広報」と読みかえて共有します。「広報（日本パブリックリレーションズ協会）は／倫理観と信頼感に基づいた創造的な対話づくりの力で、／人々の中に共感を生み出し／世界を変えるソーシャルイノベーションに／寄与していきます。」対話はゴールではなく、ソーシャルイノベーション。新しいものを生み出す広報でありたいと思っています。

飾森：金融はあらゆる業種のお客様と接点があるので、最近、営業のもちかけによって、企業のお客様との対話の機会がたくさんあり、うれしく思います。企業やカルチャーを変革することや、一緒に社会を良くしていくことについてお話ししています。これは金融という中立的な立場だから可能なのかもしれません。対話をつくっていくのが PR プロフェッショナルに求められることなのではないかと。自分自身も途上ですし、これからも皆さんと一緒に取り組んでいけたらと考えています。

文責：塚田真己(株)井之上パブリックリレーションズ

【会員限定】

第 25 回企業部会フォーラム (11 月 21 日)開催報告 「広報活動における生成 AI の効果的な活用法」

企業部会

企業部会フォーラムは広報・PR担当者の関心が高いテーマを取り上げ、講師をお招きし、識者視点の最新情報や具体的な活動状況をお話いただく中から、学びを得る場として企画・運営しています。2024年11月21日(木)に第25回企業部会フォーラム「広報活動における生成AIの効果的な活用法」と題し、近畿大学東京センターを会場に、会場15名、オンライン75名の計90名が参加のもと開催しました。

PR業部会ワイガヤ会 (12 月 10 日) 開催報告 約 40 名の若手・中堅PRパーソンが集結！ 業界の未来を語り合うカジュアルな交流会

PR業部会

PR業部会では若手・中堅PRパーソンのヨコ・ナナメの関係づくりのために、業界をリードするPRパーソンを囲んで日頃の仕事上の悩みや、キャリア形成、業界トレンドについてフランクな雰囲気の中で語り合い、交流する「ワイガヤ会」を年1,2回開催しています。

2024年12月10日にインテグレート社オフィスにて、「PRパーソンのこれからのキャリア形成について」をテーマにしたワイガヤ会を開催し、当日は約40名が参加しました。

協会掲載記事

● 1月1日(水)『月刊広報会議』(宣伝会議)2月号

『広報会議』2月号における当協会の連載コラムで、11月から12月にかけて開催された交流会の様子が記事掲載されました。

記事ではPRSJ全会員を対象にした情報交換会、個人会員を対象にしたMEET UP、PRプランナーを対象にしたMEET UPの様子を紹介しています。

●12月27日(木)『月刊トッププロモーションズ 販促会議』(宣伝会議)2月号

『月刊販促会議』2025年2月号における「INFORMATION」のページで、当協会が2024年度の「PRアワードグランプリ」において、グランプリは「アルバイトの立ちっぱなし問題解決を目指す『座ってイイッス PROJECT』」が受賞し、さらに「ゴールド」1件、「シルバー」7件、「ブロンズ」6件、「審査員特別賞」1件が決定したことが紹介されました。またグランプリの選定に関する本田審査委員長のコメントにも触れられています。

●12月27日(木)『月刊ブレン』(宣伝会議)2月号

『月刊ブレン』2025年2月号における「クリエイティブニュース」のコーナーで、当協会が2024年度「PRアワードグランプリ」の受賞作品を発表したことがとり上げられました。

記事では、グランプリは「アルバイトの立ちっぱなし問題解決を目指す『座ってイイッス PROJECT』」が受賞し、さらに「ゴールド」1件、「シルバー」7件、「ブロンズ」6件、「審査員特別賞」1件が決定したことが報じられています。また「グランプリ」の選定に関するポイントも紹介されています。

●12月9日(月)『CM通信』(ユニ通信社)No.5860

『CM通信』2024年12月9日号において当協会が「PRアワードグランプリ2024」の各賞を決定したことが報じられました。掲載は2ページにわたり、「PRアワードグランプリ」の目的や各賞選定の「視座」、受賞式の開催に触れ、さらに各賞のタイトルがエントリー会社名、事業主体名とともに紹介されています。

●12月7日(土)『新聞情報(東京)』

『新聞情報(東京)』2024年12月7日号において、当協会が2024年度の「PRアワードグランプリ」において、グランプリは「アルバイトの立ちっぱなし問題解決を目指す『座ってイイッス PROJECT』」が受賞し、さらに「ゴールド」1件、「シルバー」7件、「ブロンズ」6件、「審査員特別賞」1件が決定したことが紹介されました。またグランプリの選定に関する本田審査委員長のコメントにも触れられています。

[記事協力：株式会社内外切抜通信社]



事務局の青田です。

トランプ大統領の就任は、今後吹き荒れるであろう嵐を予感させます。風に身を任せるのか、それとも抗うのか、踏み絵のような1年になるかもしれません。広報・PRの担当者はいち早く風を読みながら、対応の道筋を的確に提案する役割を担うわけですが、言うは易しで大変ですよ。正気を保つには我慢が

肝要。知性とは頭の忍耐力だと常々思っています。一緒に頑張りましょう。

■来年度予算は手堅く（2025年度事業計画・予算）

来年度の計画を策定する時期になりました。今年度は前年比で非常に高い収益目標だったのですが、各位のご協力と頑張りのおかげで、現時点では目標に迫るかなりイイ線で着地できそうな雰囲気です。まだ予断を許しません。

落ち着いた世情で先が見えにくい状況ですので、来年度の事業・予算計画は無理をせず手堅い数字で策定中です。ご意見・ご指摘はご遠慮なくどうぞ。

■協会のルールを見直し中です（定款・諸規則改訂）

来年は協会設立45周年です。節目のタイミングを迎えて、現在、定款や諸規則の見直しを進めています。これまでの長い歴史で、役員も事務局も会員もどんどん変わっていく中、ルールと実態が合っていないことがいくつか見受けられます。実態をルールどおりにするか、実態に合わせてルールのほうを変えるか、の判断が必要ですが、大切なのはこれから協会をどうしたいのか、に照らしてルールを整理・創造することだと思います。

まもなく素案を提示させていただきますので、会員みなさまのご意見をお寄せください。今年度中に着地させる予定です。よろしくお願いします。

以上

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