日本パブリックリレーションズ協会会員誌

PRSJ PUBLIC RELATIONS SOCIETY OF JAPAN NEWS

2016年3月
NO. 272

TOPICS

「成長する資格制度へ」
(公社)日本パブリックリレーションズ協会　理事　野村武司
MESSAGE　P3

「広報PRアカデミー2016
「広報・PRスタートアップ講座」4月13日開講」
ATTENTION　P4

「広報PRアカデミー2015
「PRSJ特別シンポジウム」を3月9日に開催」
ATTENTION　P6

「広報PRアカデミー2015
「ソーシャル・コミュニケーション講座」を3月23日開講」
ATTENTION　P7

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　http://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:近見 竹彦

3月号　目次

3月～4月のスケジュール		1
MESSAGE(メッセージ)	「成長する資格制度へ」	3
ATTENTION((お知らせ)	「広報PRアカデミー2016「広報・PRスタートアップ講座」4月13日開講」	4
〃	「広報PRアカデミー2015 「PRSJ特別シンポジウム」を3月9日に開催」	6
〃	「広報PRアカデミー2015 「ソーシャル・コミュニケーション講座」を3月23日開講」	7
BULLETIN(活動報告)	「広報PRアカデミー2015　冬の「PRプランナー1次試験対応講座」が終了」	8
〃	「第17回PRプランナー資格認定検定試験　3次試験結果発表　合格者は93名」	9
〃	「第21回「広報ゼミ」開催報告」	11
VOICE of PR Planner	「地域と都市、地域と世界をつなぐ翻訳者として旅を続ける」	12
Report(講演レポート)	「新春PRフェスタ2016 第7回新春PRフォーラム「2016年景気と経済を展望する」」	14
PR TREND(PRトレンド(関西)	「関西の風:「加野屋」から始まった私の社会人人生」」	18
協会掲載記事	「PRSJ in Media 2月」	19

3月～4月スケジュール

第 18 回PRプランナー資格認定 検定試験(1 次試験)	日　時 ：	3 月 6 日(日) 10:20～12:00
	会　場 ：	東京富士大学(東京) 毎日インテシオ(大阪) AQUA博多(福岡)
第 3 回PRSJ特別シンポジウム	日　時 ：	3 月 9 日(水) 18:15～21:10
	会　場 ：	泉ガーデンコンファレンスセンター
	テーマ ：	「テレビメディア・映像ジャーナリズムの未来と広報・PR」
第 22 回広報ゼミ(企業部会)	日　時 ：	3 月 15 日(火) 17:00～19:30
	会　場 ：	㈱野村総合研究所　丸の内総合センター
	テーマ ：	「BtoBコミュニケーション」
第 36 回PRスキル研究会 (PR業部会)	日　時 ：	3 月 17 日(木) 17:30～18:30
	会　場 ：	㈱オズマピーアール プレゼンテーションルーム
	講　師 ：	アウトブレインジャパン㈱ 社長　嶋瀬　宏氏
	テーマ ：	「コンテンツマーケティングとPR」
第 173 回定例研究会	日　時 ：	3 月 23 日(木) 12:00～14:00
	会　場 ：	六本木アカデミーヒルズ 49「カンファレンスルーム」
	講　師 ：	朝日新聞東京本社　経済部長　小陳勇一氏
	テーマ ：	「これからの日本経済と朝日新聞の経済報道 ～朝日新聞社・経済部は取材・編集を如何に進めるか」
広報PRアカデミー2015 プロフェッショナル広報・PR 実務シリーズ	日　時 ：	3 月 23 日(木) 17:00～21:00
	会　場 ：	六本木アカデミーヒルズ 49
	講　師 ：	㈱電通パブリックリレーションズ コミュニケーションデザイン局 局長　井口　理氏
	テーマ ：	「ソーシャル・コミュニケーション講座」
広報PRアカデミー2016 「広報・PRスタートアップ講座」	日　時 ：	4 月 13 日(水)、14 日(木)、15 日(金) 9:00～17:30
	会　場 ：	富士ソフト アキバプラザ

予　告

通 常 総 会 開 催

日　時 ： 2016 年 6 月 3 日（金）
通常総会　17：00～（予定）／ 懇親パーティ　18：30～（予定）

会　場 ： グランドハイアット東京　2F
通常総会　「アニス」
懇親パーティ　「バジル」

3月～4月の理事会・委員会・部会スケジュール

定例理事会	**（３月度）**	日　時	：	3月　8日	（火）	12:00～14:00
	（４月度）			4月　14 日	（木）	12:00～14:00
		会　場	：	一般財団法人 産業人材研修センター 霞会館 大会議室		
教育委員会	**（３月度）**	日　時	：	3月　16 日	（水）	12:00～13:30
	（４月度）			未定		
		会　場	：	協会会議室		
資格委員会	**（３月度）**	日　時	：	3月　17 日	（木）	16:00～18:00
	（４月度）			未定		12:00～14:00
		会　場	：	協会会議室		
国際・交流委員会	**（３月度）**	日　時	：	3月　17 日	（木）	12:00～13:30
	（４月度）			4月　21 日	（木）	12:00～13:30
		会　場	：	協会会議室		
広報委員会	**（３月度）**	日　時	：	3月　7日	（月）	12:00～14:00
	（４月度）			4月　4日	（月）	12:00～14:00
		会　場	：	協会会議室		
顕彰委員会	**（３月度）**	日　時	：	3月　23 日	（火）	16:30～18:30
	（４月度）			未定		
		会　場	：	協会会議室		
企業部会幹事会	**（３月度）**	日　時	：	3月　1日	（火）	17:00～18:00
	（４月度）			4月　5日	（火）	17:00～18:00
		会　場	：	協会会議室		
ＰＲ業部会幹事会	**（３月度）**	日　時	：	3月　15 日	（火）	16:00～18:00
	（４月度）			4月　19 日	（火）	16:00～18:00
		会　場	：	協会会議室		
ＰＲプランナー部会幹事会	**（３月度）**	日　時	：	3月　7日	（月）	19:00～21:00
	（４月度）			未定		
		会　場	：	㈱ADKアーツ 会議室		

成長する資格制度へ

公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会
理事　野村武司

2007 年 9 月に第 1 回の一次試験が実施されたＰＲプランナー試験は順調に回を重ね、ＰＲプランナー資格保持者は累積で 1,928 名（2015 年末時点）を数えるまでになりました。景気動向や社会環境の変化にも関わらず、受験者数は堅調に推移しており、最近では協会会員企業以外の組織の方や、（一次、二次試験については）学生の受験者も増え、この試験制度がしっかりと定着し、受験者層のすそのも広がりつつあることを感じています。

内容や目的の異なるほかの資格制度との比較は難しいのですが、10 年近くを経て受験者が減少することもなく、安定的に運営できていることから、一定の評価が得られていると考えても良いのではないでしょうか。資格制度立ち上げ前からの多くの方の尽力のたまものだと実感しています。

このＰＲプランナー資格認定制度を担っている資格委員会のミッションは、試験の公平・公正・適切に運営することと、ＰＲプランナー資格の価値を高めていくことだと考えています。

このミッションを実現するために、制度運営の仕組みも見直しをしていかなければなりません。今は滞りなく運営できていても、そのままで放置しておくことで、どこかで“勤続”疲労を起こすことはほかの事例でも度々見受けられるものです。“勤続”疲労から制度運営に大きな支障を来すような事態を招いてしまわないように、現状をよしとせず、制度自体の成長を目指していかなければならないと強く感じています。

しかし、制度を成長させる、とはどういうことなのでしょうか。今後の資格委員会の取り組みを検討するに際して、そのことをあらためて考えてみました。

「学習する組織」で著名なピーター・センゲ氏によると、学習する組織は「目的に向けて、効果的に行動するために集団として「気づき」と「能力」を高め続ける組織」と定義されます。これを“成長する制度”に当てはめてみると、例えば、「ミッションを実現するために、「気づき」と「改善」を、その運営する仕組みの中に内包された制度」とすることができるかも知れません。言い換えると運営の仕組みの中に「気づき」と「改善」を組み込んだＰＤＣＡサイクルをしっかりと回していくことにほかなりません。

ＰＲプランナー資格制度の運営はさまざまな側面（制度企画・設計、試験運営、周知活動、試験問題管理など）があります。特に試験問題の企画から作問・採点に至る試験問題管理の領域については、高い専門性が必要であり、属人化しやすく、定量的な目標設定が難しいため、「気づき」と「改善」のプロセスを組み込みにくい領域と言えます。現状においても、多くの有識者の方の献身的な協力で成り立っている部分でもあります。

このような難しい領域も含めて、10 年 20 年先におけるＰＲプランナー試験のさらなる発展のために、持続可能で成長できる仕組みにしていきたいと思います。

目標は、芯の通った強くてしなやかな資格制度と運営体制を確立し、次世代に繋いでいくことです。

ATTENTION

広報PRアカデミー2016

「広報・PRスタートアップ講座」４月13日開講

～広報・PR新任者向けの入門実務講座～

教育委員会

当協会では、「広報ＰＲアカデミー2016」の皮切りとなる講座として、4月13日（水）、14日（木）、15日（金）の3日間、「広報・ＰＲスタートアップ講座」を東京・秋葉原の「富士ソフト アキバプラザ」にて開講いたします。

「広報・ＰＲスタートアップ講座」は、昨年の「広報・ＰＲ基礎講座」をベースに、実務にいっそう役立つことを考慮して内容を改編しました。新入社、異動による新任など広報・ＰＲの業務につく入門者あるいは比較的経験の浅い広報・ＰＲ実務者を対象として、わかりやすい講義と演習を通じて実務に必要な知識やスキルを習得する研修講座です。講座では経験の深いベテラン講師の洗練された指導により、受講者は広報・ＰＲの基本を３日間で集中的に習得することができます。

今年度は広報・ＰＲ業務の一環として重要性を増しつつあり、開講の要望の大きかったＩＲ（投資家向け広報・ＰＲ）をテーマとする講座を加え、受講者はＩＲ実務の基礎と実際について学ぶことができます。

講師には、広報・ＰＲの現場で活躍する広報・ＰＲの実務専門家、広報マネージャー、弁護士が担当し、それぞれの専門性を生かした講義を行います。

本講座の詳細ならびに受講申込みは、広報ＰＲアカデミーのＷｅｂサイト（以下ＵＲＬ）をご参照ください。

http://event.prsj.or.jp/pr-academy-2015/startup

昨年の開講風景

■プログラム

日 程	時 間	内 容	担当講師
4 月 13 日 （水）	8:50 ～ 9:00	ご挨拶／オリエンテーション	教育委員会
	9:00 ～10:30	「パブリックリレーションズとは？ ～パブリックリレーションズの基本を学ぶ」	花上憲司氏 （㈱電通パブリックリレーションズ）
	10:40 ～12:10	「経営を支えるコーポレート・コミュニケーション ～これからの企業広報とその役割」	野村武司氏 （野村総合研究所）
	13:20 ～14:50	「やさしいIR （投資家向け広報・PR活動） ～広報・PRパーソンのためのIRの基本」	調整中
	15:00 ～16:30	「緊急対応！企業を守るクライシス・コミュニケーション ～クライシス・コミュニケーションの基本と実務」	畑山 純氏 （エイレックス）
	16:40 ～17:40	「広報・PRで知っておくべき法規の基本 ～広報・PRパーソンに不可欠な法律知識」	中村勝彦氏 （TMI総合法律事務所）
4 月 14 日 （木）	9:00 ～10:30	「生活者を動かすマーケティングPRの進め方 ～マーケティングPRの基本と実務」	芹澤愛有子氏 （㈱インテグレート）
	10:40 ～12:10	「世界一魅力的な広報・PRパーソンになるには？ 広報・PR パーソンはｺﾐｭﾆｹｰｼｮﾝのプロフェッショナル」	石橋真知子氏 （エ―トゥーゼットネットワーク）
	13:20 ～17:50	「これだけは絶対マスター！ ニュースリリースの基本と活用～ニュースリリースは広報・PRの必修科目」 （講義と演習）	青田浩治氏 （㈱電通パブリックリレーションズ ）
4 月 15 日 （金）	9:00 ～10:30	「マスメディアを知り尽くそう！ ～テレビ・新聞・雑誌・ラジオの特性をつかむ」	田代 順氏 （㈱スペインクラブ）
	10:40 ～12:10	「デジタル・コミュニケーションが開く広報・PR新時代 ～ソーシャルメディア、Webメディアをどう活用するか？」	細川一成氏 （㈱電通パブリックリレーションズ）
	13:20 ～17:50	「やっぱり大事なメディアリレーションズ ～記者・編集者の考え方と付合い方を知る」 （講義と演習）	五十嵐 寛氏 （㈱ハーバーコミュニケーションズ）

■受講費用

（単位：円、消費税込み）

	3 日間一括受講	一日受講
日本PR協会会員	54,000	21,600
PRプランナー（准・補）	70,200	28,080
一 般	81,000	32,400

広報PRアカデミー2015

「PRSJ特別シンポジウム」を３月９日に開催

～テレビメディア・映像ジャーナリズムの未来と広報・PR～

教　育　委　員　会

協会では、来る３月９日（水）、「泉ガーデンコンファレンスセンター」において、ＰＲＳＪ特別シンポジウム「テレビメディア・映像ジャーナリズムの未来と広報・ＰＲ」を開催します。

ＰＲＳＪ特別シンポジウムは、定例研究会の規模を拡大し、会員に限定することなく一般にも聴講を募り実施する大規模セミナーです。今回のシンポジウムでは、デジタル社会の進展にともなう新たな情報受発信のスタイルに対応したテレビメディアと映像ジャーナリズムのあり方、また広報・ＰＲにおいても重要な役割を担うと目される映像・動画コンテンツの可能性について、以下の２部構成のパネルディスカッションを開催し多角的に議論を行います。

本セミナーの詳細及び参加申込みについては、協会Ｗｅｂサイトにおける以下のＵＲＬページをご参照ください。

http://event.prsj.or.jp/pr-academy-2015/sp_sympo2016_03

）

■ 特別シンポジウム「テレビメディア・映像ジャーナリズムの未来と広報・PR」プログラム

時間	内　　容	登壇者
18:15	開会	日本PR協会・教育委員会
18:20	●第１部 「テレビメディアと映像ジャーナリズムの未来」	＜モデレーター＞ 碓井広義氏 （上智大学　文学部　新聞学科　教授） ＜パネリスト＞ 鈴木祐司氏 （次世代メディア研究所代表） 福原伸治氏 （株式会社フジテレビジョン　報道局メディア担当局長）
19:40	休憩	
19:50	●第２部 「広報・PRにおける映像・動画コンテンツの活用」	＜モデレーター＞ ロス・ローブリー氏 （エデルマン・ジャパン㈱　代表取締役社長） ＜パネリスト＞ 碓井広義氏 （上智大学　文学部新聞学科　教授） ダニエル・スローン氏 （日産自動車株式会社　グローバルメディアセンター　部長兼編集長） 野口雄史氏 （株式会社テレビ東京 「ワールドビジネスサテライト」プロデューサー）
21:10	終了	

広報PRアカデミー2015

「ソーシャル・コミュニケーション講座」を3月23日開講

～「社会の共感を得るソーシャル・コミュニケーションのデザインと進め方」～

教　育　委　員　会

協会では、来る3月23日、今期最後となる「プロフェッショナル広報・ＰＲ実務シリーズ」第6回として、「ソーシャル・コミュニケーション講座 『社会の共感を得るソーシャル・コミュニケーションのデザインと進め方～これからの時代に求められるパブリックリレーションズ～』」を開講いたします。

地球環境やエネルギー、食糧、貧困、格差、少子高齢化をはじめとして、社会のサステナブルな発展を阻害する課題は枚挙に暇がありません。政府機関、NPO（非営利組織）やNGO（非政府組織）による精力的な取組みにもかかわらず、課題の大きさ、原因の根深さからほとんどが解決にはほど遠いのが現実です。もはやそれらの機関のみの力による課題解決は不可能であり、国や地域において、あるいは国境を超えて経済活動の主体となる企業に対して課題解決に向けた貢献が問われる時代を迎えています。

今、企業には、市民社会のみならずグローバルな地球規模の視点から社会の変化を敏感にとらえ、社会のサステナブルな発展を志向しつつ人々に本質的に共有される社会的価値の実現に向けた経営的取組みが求められています。そしてその取組みには、公共性の重視とともに多様なステークホルダーとの良好な関係の維持、発展をめざすパブリックリレーションズ（広報・ＰＲ）の視点が重要です。すなわち、企業を取り巻く様々な人々の理解と共感を得るソーシャルなコミュニケーション活動を、これからの時代におけるパブリックリレーションズとしてデザインし進めていくことが不可避となったのです。

本講座では、講師に(株)電通パブリックリレーションズ　コミュニケーションデザイン局長の井口　理氏を迎え、社会課題とのかかわり方を重視する立場から、「企業の経済的利益」と「社会の利益」との間に矛盾を生ずることなく事業を行う企業・団体の先駆的な取組み、ソーシャルなコミュニケーション活動等に関して、その概念や考え方、取組みの実際について実例を交えて解説します。また、課題の解決に向けたソーシャルなコミュニケーション・プランの立案及びその推進のポイントについて演習をとおして学びます。

講座の詳細ならびに申込みについては、協会Ｗｅｂサイト「ソーシャル・コミュニケーション講座」（以下ＵＲＬ）の案内ページをご参照ください。

http://event.prsj.or.jp/pr-academy-2015/pro-social

グローバル・コミュニケーション講座を開講

さる2月24日、「プロフェッショナル広報・PR実務シリーズ」第5回の「グローバル・コミュニケーション講座」を開講しました。講師は昨年に引き続きエデルマン・ジャパン(株)のロス・ローブリー氏が担当、まず広報・PR活動における日本と海外各国との考え方、手法の相違等について解説が行われました。また、同社が世界規模で実施した「エデルマン　トランスバロメーター」の日本調査結果に触れ、データに基づき明らかになった世界の各国における意識の違いを考慮した広報戦略立案の必要性が強調されました。

当日は30余名の聴講者に埋められ、整理された解説を聴きながら熱心にメモをとる姿がみられました。

広報PRアカデミー2015

冬の「PRプランナー1次試験対応講座」が終了

「第 18 回PRプランナー1 次試験」に向けて 52 名が受講

教 育 委 員 会

さる２月３日から２月 23 日まで４回にわたり、当協会では「ＰＲプランナー1 次試験対応講座」を六本木アカデミーヒルズにおいて開講しました。

今回の講座には、会場受講、Ｗｅｂ受講あわせて昨年冬期を大きく上回る 52 名が参加するなど、最近のＰＲプランナー資格の人気の高まりをうかがわせています。

協会では、1 次試験受験者の学習支援を目的として、ＰＲプランナー1 次試験対応講座を、毎年、冬期と夏期の 2 回に開講しており、講座では過去のＰＲプランナー試験に出題された問題を使用した模擬試験を行います。今回の「1 次試験対応講座」の講師は株式会社スペインハウス取締役社長の田代　順氏、APCO Worldwide合同会社　シニア･ディレクター　永井昌代氏が 2 回ずつ担当、模擬試験終了後の解説を担当しました。

本講座では、模擬試験は実際に行われる試験の半分となる 25 の問題を、やはり本試験の時間の２分の１となる 40 分で解答するもので、その後、解答とともに試験の対象となる各領域について講師より解説を行う形で進められます。模擬試験形式で講座が進められるため、受講者は 1 次試験問題の形式や解答時間の配分、難易度のレベルについて習得することができるなど、合格に向けた実践的な内容が本講座の特色です。次回は、7 月の開講を計画しており、受講受付は 6 月上旬より協会のＷｅｂサイトにて開始する予定です。

3 月 6 日には「第 18 回ＰＲプランナー1 次試験」が東京、大阪、福岡の 3 都市で実施が予定されされており、本講座を受講した受験者から多数の合格が期待されます。

第 17 回PRプランナー資格認定検定試験

3 次試験結果発表　合格者は 93 名（合格率 60.4%）
3 次試験合格者累計 2,000 人を突破！
まもなく 2,000 名のＰＲプランナーが誕生！！

資　格　委　員　会

1 月 23 日（土）に富士通ラーニングメディア品川ラーニングセンター（東京会場）において第 17 回ＰＲプランナー資格検定 3 次試験が行われ、164 名の受験申込者のうち 154 名（出席率 97.2%）が受験されました。

ご協力いただきました関係者および関係各位の皆様、大変ありがとうございました。

今回の 3 次試験におけるニュースリリース課題は、スマートフォンやタブレット端末向けのアプリを開発するベンチャー企業が、カメラで撮った映像から食事の摂取カロリーを計算し表示させる新アプリを発売するという内容でした。

東京会場：
富士通ラーニングメディア品川ラーニングセンター

また、広報・ＰＲ計画の立案作成におけるコーポレート課題は。国内産の食材を使用したサンドイッチの専門店を、主にフランチャイズ方式で全国展開する企業（東証一部上場）で、異物混入問題が発生。

このため、社長を委員長とする危機対策委員会を発足させ、緊急に対応プランを策定すものでした。

マーケティング課題では、精密機器の国内大手企業が、HealthCare をテーマとする高精度センサー技術を搭載したウエアラブル端末の戦略製品を開発。自社ブランドの製品シェアを拡大することと、今後大きな成長が見込めるウエアラブル端末市場での基盤を固めるために、新商品の導入前及び導入時におけるマーケティング広報・ＰＲの施策を策定するものでした。

厳正な判定の結果、93 名が合格（合格率 60.4%）となり、2 月 19 日に発表となりました。また、今回の結果で、合格者累計は、2,053 名となり 2,000 名を突破しました。ちなみに 3 次試験合格者が 1,000 名突破したのは、第 8 回 3 次試験（2011 年 7 月実施）でした。

合格された方は、3 月に実施されます「2015 年度後期 第 17 回ＰＲプランナー」の書類審査を経た後、新たにＰＲプランナーとして認定となります。仮に、全員が認定されれば、ＰＲプランナー登録者数でも 2,000 名を突破し、2,021 名となります。

2007 年 9 月 1 日に実施された第 1 回 1 次試験から 9 年目経過し、次試験合格者が 2,000 名を突破できたことは、関係者を含め、多数の皆様のご支援と、試験に合格された方の努力の結晶だと感じています。

皆様には、あらためて感謝の意を捧げますとともに、今後とも一層のご厚誼を賜りますようお願い申し上げます。

受験者／合格者プロフィール

＜第 17 回 3 次試験　業種別／年代別合格率＞

		ＰＲ業/ＰＲ関連業	一般企業(広報ＰＲ関連)	一般企業(その他)	各種団体	教育機関	自治体	その他	全体
男性	受験者	24 名	38 名	5 名	0 名	2 名	4 名	6 名	79 名
	合格者	13 名	23 名	2 名	0 名	0 名	3 名	4 名	45 名
女性	受験者	16 名	41 名	6 名	1 名	3 名	2 名	6 名	75 名
	合格者	12 名	24 名	3 名	0 名	2 名	2 名	5 名	48 名
全体	受験者(全体比)	40 名(26.0%)	79 名(51.3%)	11 名(7.1%)	1 名(0.6%)	5 名(3.2%)	6 名(3.9%)	12 名(7.8%)	154 名(100.0%)
	合格者(全体比)	25 名(26.9%)	47 名(50.5%)	5 名(5.4%)	0 名(0.0%)	2 名(2.2%)	5 名(5.4%)	9 名(9.7%)	93 名(100.0%)
	合格率	**62.5%**	**59.5%**	**45.5%**	**0.0%**	**40.0%**	**83.3%**	**75.0%**	**60.4%**

		20 代	30 代	40 代以上	全体
男性	受験者	10 名	38 名	31 名	79 名
	合格者	5 名	22 名	18 名	45 名
女性	受験者	18 名	32 名	25 名	75 名
	合格者	10 名	18 名	20 名	48 名
全体	受験者(全体比)	28 名(18.2%)	70 名(45.5%)	56 名(36.4%)	154 名(100.0%)
	合格者(全体比)	15 名(16.1%)	40 名(43.0%)	38 名(40.9%)	93 名(100.0%)
	合格率	**53.6%**	**57.1%**	**67.9%**	**60.4%**

受験者	合格者	合格率
154 名	93 名	60.4%

※第 1 回～16 回まで累計は、資格制度ホームページより、資格認定制度について＞過去の合格率（3 次試験）（http://pr-shikaku.prsj.or.jp/about/pass_3rd_exam）をご参照ください。

第 1 回～第 17 回 3 次試験 合格率の推移

実施回（試験日）	受験者数	合格者数	合格率
第１回　（2008 年 1 月 19 日）	297 名	145 名	48.8%
第２回　（2008 年 7 月 26 日）	232 名	182 名	78.4%
第３回　（2009 年 1 月 24 日）	156 名	128 名	82.1%
第４回　（2009 年 7 月 25 日）	193 名	146 名	75.6%
第５回　（2010 年 1 月 23 日）	193 名	148 名	76.7%
第６回　（2010 年 7 月 24 日）	199 名	133 名	66.8%
第７回　（2011 年 1 月 22 日）	174 名	107 名	61.5%
第８回　（2011 年 7 月 23 日）	185 名	120 名	64.9%
第９回　（2012 年 1 月 21 日）	168 名	96 名	57.1%
第１０回　（2012 年 7 月 21 日）	176 名	113 名	64.2%
第１１回　（2013 年 1 月 26 日）	160 名	118 名	73.8%
第１２回　（2013 年 7 月 27 日）	173 名	110 名	63.6%
第１３回　（2014 年 1 月 25 日）	171 名	132 名	77.2%
第１４回　（2014 年 7 月 26 日）	148 名	109 名	73.6%
第１５回　（2015 年 1 月 24 日）	128 名	84 名	65.6%
第１６回　（2015 年 7 月 25 日）	138 名	89 名	64.5%
第１７回　（2016 年 1 月 23 日）	154 名	93 名	60.4%
累計	3,045 名	2,053 名	67.4%

会　員　限　定

第 21 回「広報ゼミ」開催報告
「CSRと広報　～戦略的CSRにおける広報の役割～」

企　業　部　会

企業部会の「広報ゼミ」は広報部門の共通課題やニーズに基づきテーマを設定し、会員相互で意見交換を行うゼミナール形式の勉強会です。

第 21 回広報ゼミは、2 月 5 日（金）、株式会社 AOI Pro. 大崎本社会議室にて、「ＣＳＲと広報　～戦略的ＣＳＲにおける広報の役割～」をテーマに実施いたしました。当日は広報ゼミの幹事でもある株式会社 AOI Pro. 経営企画本部 広報部長の飯田浩一氏から「プロモーションとＣＳＲ」、京王電鉄株式会社 広報部 企画・環境担当課長の市村和彦氏から「地域を巻き込んだＣＳＲ」、日本コカ・コーラ株式会社 広報・パブリックアフェアーズ　副社長の後藤由美氏から「グローバル展開から国内での取り組み」というテーマにて、3 社それぞれのＣＳＲの考え方や事業との関係、今後の CSR 活動の推進に関して発表いただき、活発な質疑が行われました。

参加者は 22 社 37 名。

地域と都市、地域と世界をつなぐ翻訳者として旅を続ける

まちづくり観光デザインセンター
代表　かとうけいこ

Luther Vandross の楽曲、She’s A Super Lady を水口雅登さんから照れながら受け取った札幌在住の、かとうけいこです。最初になぜＰＲプランナーを目指したかについて聞いてください。

働く女性の目標ともいえる、読売新聞東京本社編集委員永峰好美さんがプランタン銀座取締役だった当時（2008 年秋）に書かれた読売夕刊コラムで、「ＰＲプランナー」という資格を知りました。これは勉強する必要がある！とピンときて、その日のうちにＨＰで試験システムや試験日を調べ、次の試験日には東京会場に私はいました。2 次、3 次と進むと周りは 20～30 代のデキそうな若手ばかりで強いアウェー感。しかし、なんとか 1 回で合格できた時には、驚きつつ久しぶりの達成感に包まれました。
受験しようと思い立った当時、シーニックバイウェイ支援センターという中間支援組織の広報部長でした。専門紙の編集長や、広告代理店でマーケティング担当をしていたものの、広報部長という肩書がかなり重かったのは事実です。私にとってＰＲプランナーの勉強をすることは必然で、それを知らせてくれた永峰さんに心から感謝しています。

ＰＲプランナーの資格者となってからは、自分の組織や北海道の各地で活動する仲間のグループ（1,000 ほど）が取り組むボランティア事業やイベント、参加者を募るツアーのプレスリリースの掲載率・取材率を意識するようになりました。自分が新聞社時代、毎日届くプレスリリースを斜め読みし、受け取ったその日に大半を破棄（申し訳ない）していたことを思い出し、“捨てられないプレスリリースを作ること”について研究を重ねました。
その結果、①気になる見出し ②1 枚で理解できる写真 ③いつでも対応しますとアピールする問い合わせ先など、基本を大切に簡潔にまとめるしかないと気が付きました。記者との日頃からの情報交換や、頼まれたことには必ず応えるといった信頼関係の構築はもちろん大切です。こうしたノウハウを、スタッフや地域の仲間へ伝える指導にも力を注ぎました。その結果、取材率が 80％を超えるようになっていました。

5 年前に起業してからは、北海道に欧米豪の個人旅行客をお招きするための基盤整備や人材育成、各地の若者や女性たちを元気にして地域全体を活性化、食と農や地方と都会をツーリズムでつなぐ、直売所や道の駅のリニューアル、地方の航空路線利用アップ……など、多様なプロジェクトに関わっています。
フィールドも 179 ものマチがある北海道の端はしまでに加え、東北や四国に広がり、ついに海外にも。前述の仕事は、一見つながりがないように見えるかもしれませんが、「輝く人を探し励ましてさらに魅力的になってもらう積み重ねが地域の総合力となり、その結果地域が元気になる」が共通のテーマであると捉えています。

様々な地域資源を世界に向けて発信するためには、地元の方が気づいていない特別な宝物を私が心から感動して伝えるという意味での「翻訳」。国内の大都市や外国の方に響く表現方法、デザイン、提示場所や手法などを使い分けるという意味での「翻訳」が必要だと感じています。現場においては、地域の方と広告代理店の営業やデザイナーが使う言葉が日本人でありながらお互いに理解できず、間に入る私が「翻訳」する必要を感じる場面も少なくありません。

「地域の人の思いやオンリーワンの魅力を、届けたい相手に的確に伝えることによって、地域が元気になるはず」この思いで今後も進んでいきます。この春から社会人になる息子、大学でしっかり学んでいる娘世代のためにも、頑張らなくては。

多分この先も旅を続けるだろう私から、ミスチルの「終わりなき旅」を、音楽プロデュースを軸にレーベル運営、広告戦略までを手がける株式会社アゲハスプリングスの高田朋子さんにバトンタッチしたいと思います。

新春PRフェスタ 2016「第 7 回新春PRフォーラム」
新春特別講演

「2016 年景気と経済を展望する」

講師：東京大学大学院 経済学研究科
教授（国際経済学）
伊藤元重　氏

＜講師略歴＞

昭和 49 年 3 月　東京大学経済学部経済学科卒業
昭和 53 年 7 月　ロチェスター大学大学院博士課程修了（経済学博士）
昭和 54 年 2 月　Ph.D.（ロチェスター大学）取得
昭和 57 年 4 月　東京大学経済学部助教授
平成 5 年 12 月　同教授
平成 8 年 4 月　同大学院経済学研究科教授

＜講演概要＞

■世界経済の現況

年初から株価、石油、新興国の通貨、中国の通貨の売りが続いていることもあり、世界経済は厳しい状況にあると言える。世界経済でいま起きていることは「リスクオフ」である。リスクのあるものから資金が逃げているという状態だ。リスクのある中国・新興国の通貨、株、石油に対する投資が売られ、安全な国債に資金は逃げ込んでいく。この状況には打つ手がない。

このようにマーケットが勝手にリスクから逃げようとする動きが続くと、リーマンショックや 1997 年のアジア通貨危機の状況になる可能性もあるため、警戒しながら様子を見る必要がある。

ただ、世界経済が厳しい状況にあるのは確かだが、日本やアメリカの株価が戻ってきていることは、回復に向かう良いサインともいえる。

■15 年に 1 度の世界経済の構造転換

現在、15 年に 1 度の世界経済の構造転換が起きていると考えられる。新興国（中国・インド・ブラジル・ロシア・南アフリカ・トルコなど）が先進国から流れてくる多くの資金を需要に回して世界経済を牽引していくという時代（BRICsの時代）が終わり、今後は先進国が IT を活用しながら安定的に世界経済を支えていく時代になっていく。

BRICsの時代は本来、リーマンショックが起きた 2008 年に終わっていたはずであったが、中国の政策によって流れが変わっていった。リーマンショックはアメリカ（先進国）発の世界同時金融危機であったが、この金融危機後、世界の中で中国が最初に回復したことによって世界も中国も「これからは中国の時代だ」「G2 で中国とアメリカが世界を牽引していく時代だ」と見誤った。しかし現実の中国は足元で厳しい状況になっていった。リーマンショック後、中国政府は 4 兆元（約 57 兆円）を使って、鉄鋼、石油化学、造船、住宅、鉄道、道路、発電施設などに資金を回し、12%という驚異的な成長を遂げたものの、その 3 年後、中国の銀行の貸出残高は倍に膨れ上がっていた。政府が資金を貸し出していた先は国営企業と地方政府であり、有効に使われていないこと（工場の設備過剰供給等）が多く、更にその状況は悪化した。

そこで中国は先進国のようなＧＤＰの持続的成長を目指し、「ニューノーマル（新しい秩序）」を政策として打ち出し、一般の消費者が豊かになるような消費分野（流通・医療・金融・情報・ＩＣＴ・保険など）に重点を置いた。実際日本、アメリカ、ヨーロッパはＧＤＰの中で製造業は約２割しかなく、7 割以上はサービス産業、消費関連である。このＧＤＰの割合は、大きな成長は見込めないが、国民生活が豊かになることで持続的な成長を見込むことができるのである。

しかし中国が急激な成長からその方向にソフトランディング（産業構造転換）するには二つ問題があった。一つ目は、急激な成長から低成長にソフトランディングするとマーケットが過剰に反応してしまうこと。もう一つは統計上も中国から資金が逃げていること。それらの問題を含め、中国がソフトランディングできるかには懸念がある状況だ。また、ニューノーマルを成功させるには消費分野を国有企業が独占せず民営化することや、外資系の企業に機会を与え、内外で競争させることも重要となるが、現実として中国はできていない。

このような中国の動きをみても、BRICsが本当に終わり、時代が変わったと言える。

■石油価格暴落による日本へのメリット

石油価格が暴落するのは、商社やエネルギー関連の会社にはデメリットもあるが、先進国にとって多くのメリットもある。

日本を例に数字を見ると、石油価格は 1 バレルあたり 2013 年の 115 ドルから 2015 年は 30 ドル以下になり、約 1／4 となった。東京ガス等が実際に買っている契約価格に換算した場合、1/2 に下がったと考えて、2013 年に日本が輸入した化石燃料の総額約 30 兆円が 2015 年には 15 兆円になったわけである。つまり差額の 15 兆円を得したのと同じで、日本人一人当たり 12 万円（消費税にすると 5%相当）得したと考えても良い。

現在の日本経済はグローバルなリスクの影響を受けにくい状況にあり、新興国や中国の通貨の下落や石油価格の下落をそれほど悲観視する必要はないのである。

■日本経済を動かす環境問題と 3 つの構造転換

安倍政権は少なくとも 6 年続くことになるが、その前の 6 年と比較すると、私たちが想像する以上に日本が動き始めた。

例えば保育園の増加や、女性の就業率が過去最高になったこと、外国人観光客の増加、雇用の回復、ＴＰＰへの日本の参加などが挙げられる。

この安倍内閣の動きも踏まえて、日本経済の動きを見るためには、環境問題と 3 つの構造転換（少子高齢化・グローバル化・技術革新）を長期的な視点で考えることが重要となる。

≪環境問題≫

環境問題は経済を動かす重要な要素といえる。

例えば温暖化ガスについて。昨年 12 月にＣＯＰ21 があり環境問題に対する国際的な議論が進み、国際社会は 2050 年までに温暖化ガスの排出量を 50～80%削減することで合意した。

この目標を達成するには、新興国を中心に車の台数が増えることも考慮すると、2050 年に車 1 台あたり排出して良いＣＯ2 の量を、現在よりも 90%削減しなければならないという。つまり、ＣＯ2 の排出量の多いガソリン車､ハイブリッド車は 2050 年まで生き残れないということである。

現在の技術で可能性があるのはＥＶ（電気自動車）と燃料電池車で、現にトヨタ自動車も 2050 年までにはこの二つに収斂すると言っている。

自動車業界は環境問題を長期的な視点で見ることによって、現時点でこのような覚悟を決めなければならず、既に競争が始まっているのである。

≪構造転換１：少子高齢化≫

安倍内閣の当初の最大の目的はデフレ脱却であった。金融緩和が安倍内閣のデフレ脱却のステージ１であったが、現在はステージ２に入ろうとしている。ステージ１の主役は日本銀行であり、バトルフィールドは金融市場であった。
ステージ２の主役は企業で、バトルフィールドは雇用・賃金である。ステージ１により企業収益は改善され、雇用に関しても過去 23 年で最も高い有効求人倍率になり、税収も 2012 年から 25%増加した。しかしこれだけ経済が動いたにも関わらず、消費と投資が動かないことで景気が良くなっていない現状がある。国民は将来の不安から貯蓄に資金を回し、企業は少子高齢化を懸念し投資をしないのである。その冷え切った消費や投資を動かしていく可能性があるのが労働市場である。

現在、少子高齢化による慢性的な労働力不足の影響で、労働供給と労働需要がアンバランスになり、日本の企業を揺さぶっている。しかしこの状況は、日本経済全体という視点から見ればチャンスの可能性がある。

労働者の賃金については労働人口の縮小や、安倍政権の政策（2020 年までに 600 兆円の名目ＧＤＰを実現するための 3%の名目ＧＤＰ成長）を考慮すると、毎年 3%程度上昇していくことが予想される。労働人口が 1%ずつ減少していくとしても、仮に賃金が 3%ずつ上昇していくような事態になった場合、企業は設備投資などで労働生産性も 3%上げていかなければ生き残ることができない。そのため今後、企業では生産性の向上や付加価値を上げるために競争が起こり、生き残る企業と淘汰されていく企業の 2 つに分かれていく。

また、単に生産性だけを上げるだけでなく行動経済学という視点から付加価値を上げていくことも、デフレ脱却には重要である。

企業の淘汰と再編の過程は厳しいものとなるが、結果的に、人口が 1%減少しても 3%生産性が上がるのであれば、日本経済全体としては良いシナリオである。また、淘汰と再編が終わった後、業界は安定的になるだろう。

≪構造転換２：グローバル化≫

安倍内閣が支持率を維持するには経済の問題で成果を出すことが重要であるが、経済政策のポイントとなるのがグローバル化である。経済を活性化させるには、人口が減少する日本にとって、グローバル化に背を向けることは考えられない。海外との関係を閉鎖的にせず、解放させることが必要だ。

現在、安倍政権はＴＰＰを始め、ビザ緩和など今までの政権ができなかった政策に踏み込み、外に開放していくことを前提として経済を立て直している。

そうした中で東京五輪が 2020 年のトレンドを作った。どの経営者も 2020 年までに何をやるのかを自問自答し、各業界が動き始めた。

東京五輪はグローバル化という意味では 2030 年や 2040 年の日本の経済、社会のあり方を先取りしているといっても過言ではない。なぜならばオリンピック後も観光客は更に増加し、アジアとの関係も増えていくと予想されるからだ。

2015 年の年間訪日外国人数はビザ緩和の影響もあり 1900 万人程と過去最高になったが、アジアの中間所得層の増加や、海外の観光先進国の実績を考えると、20 年後 30 年後には年間訪日外国人数が 5000～6000 万人に増加する可能性もある。財やサービスの分野でその規模の相互交流が起これば、日本の産業構造も大きく変化していく。

そのため企業は、東京五輪のある 2020 年を一過性のものと捉えるのではなく、その先の 20 年後 30 年後の日本経済を想定しながらビジネスを考えていくことが重要となる。

≪構造転換３：技術革新≫

技術革新により産業が変わってきている。ＩＴで変わらない分野はないと言っても過言ではない。具体的には、金融はフィンテックになり、コマースはアマゾンに、シェアエコノミーでは Uber や Airbnb がサービスを開始したり、ビッグデータで医療が変わることなどが挙げられる。

経済産業省の中の新産業構造部会では、IoT、ビッグデータ、ＡＩの議論が行われている。先進事例の載っているＨＰは経済産業省のＨＰの中でもアクセス数が多く、会議にもオブザーバーが多く参加する現状があり、技術革新は世間からの注目度も高いと言える。

その中でもIoTは重要である。IoTという考えのなかった 10 年前、世界の情報のやり取りはこれ以上増えないだろうと専門家は予測していた。理由は、Ｗｅｂサイトページ、映像や音楽などのコンテンツを作っているのは人間であり、人間が作っている限り、どれだけ技術が発達しても情報のやり取りの伸びについては限界があると考えられていたからだ。しかし現在はモノ同士が勝手にインターネットで情報のやり取りを行い、分析、発信しているため、爆発的に情報のやり取りが増加した。携帯やカード、監視カメラなどの情報をＩｏＴで分析することによって、ビジネスが変わる契機になっているのである。

小売業を例にみると、アメリカのターゲットという大手チェーンが、赤ちゃん用品を販売する際に、カードの買い物情報から赤ちゃんがいつどこで産まれるかを分析し、販売を成功させた事例がある。

技術革新は時に、ビジネスのプラットホームを変えてしまうこともある。新しいプラットホームは凄まじいパワーを持っている。例えば携帯電話に関してみると、10 年程前はノキアが世界の携帯電話のシェアの 2～3 割を占めていたが、アップルの iPhone や Google のアンドロイドの登場でスマートフォンが主流になった。これによりノキアは完全にマーケットを失ったのである。この事例のようにプラットホームが変わることで突然梯子を外されることがあるため、日本企業も注意が必要だ。

現在、最もプラットホームを気にしなければならない業界は流通業界である。カテゴリーキラーのキラーと呼ばれているアマゾンの進出により業界に変化が起きているからだ。アマゾンは品揃えと低価格という強みだけでなく、一年程前に、あるスマートフォンを発表した。このスマートフォンのカメラには商品の画像を撮るだけで簡単に注文までできるソフトが搭載されている。この技術が今後更に進化していけば街中がショウウィンドウ状態になる可能性もある。

このような事例も含め、技術革新によって産業の在り方や社会の在り方が大きく変わってきている。経済産業省の審議会では、この技術革新を日本にとってどのようにプラスにしていくかが課題となっている。

いずれにしても経済にはアップダウンがあり、良いことばかりではないが、時代が新興国主導から先進国主導に戻りつつある中で、日本は環境問題、少子高齢化、グローバル化、技術革新の課題に腰を据えて取り組んでいくことが重要だ。

（文責：(公社)日本パブリックリレーションズ協会）

＜コラム関西の風＞

「加野屋」から始まった私の社会人人生

株式会社JR西日本コミュニケーションズ
常務営業本部長
内山　宏夫

「びっくりポンや！」で日本中を席捲したＮＨＫ朝の連続ドラマ「あさが来た」。その舞台である加島屋（大同生命保険の源流、ドラマでは「加野屋」）があった場所が、大阪肥後橋の大同生命ビルである。そして、ここが私の社会人としての第１歩を踏み出した思い出の地である。

昭和 53 年 4 月、株式会社電通に入社した私は、東京本社での１ヵ月間の新入社員教育の後、大阪支社に配属された。

当時、大阪支社は中之島にあった（現在の三井物産ビル）が、私の配属先であるマーケティング局は大同生命肥後橋ビルの 5 階に間借りしていた。大正年間に建てられたというそのビルは華麗な建築様式、重厚な趣きをもつ名建築であった。

因みに設計したのが名建築家の誉れ高いW. M. ヴォリーズ。大丸心斎橋店、関西学院大学、近江八幡各種建築群をはじめ数多くの名建築を生み出している。そして「あさが来た」の主人公広岡浅子（ドラマでは「白岡あさ」）の娘、亀子（「千代」）の夫の妹と結婚している。

しかし、華やかなものに憧れる若輩者には、勤務地が本社の東京でなく大阪支社。大阪に来てみれば配属先は同期で唯１人“川向うの古めかしい”ビル。大阪支社全員と新入社員との対面式の挨拶で、この気持ちを、野坂昭如「黒の舟唄」を捩って「本館と別館の間には暗くて深い川がある、誰も渡れぬ川なれど、えんやこ～ら今夜も舟をこぐ～」朗々と歌ってしまった。

本人は学生気分のノリで元気のよさをアピールしたつもりで、先輩社員の方々も（広告業界の故か）拍手喝采で迎えてくれた、がしかし、1 人だけ手を震わせていたお方がいた。謹厳で知られる（後で知った）大阪支社長である。配属先の局長、部長は大目玉をくらったはずだが、上司は私を直接叱責することはなかった。おそらく前途ある（？）若者を委縮させるよりも長所を伸ばそうということだったと思う。上司の度量の大きさに感謝する次第である。

この“加島屋ビル”で 6 年間、マーケティングのイロハを教わり、電通人として、また社会人として 1 人前になるべく研鑽に励んだ（？）わけだが、広告業界とはかくも多芸多才な人々がいるものかと驚かされた。博識教養の塊のＳさん、真摯な生き方を学んだＡｙさん、人間観察が趣味で世話好きのＡｍさん、酒の世界の素晴らしさ、楽しさ、悲惨さを教授いただいたＩさん、…等々。そうそう、パイプを燻らせ無頼派をきどるＦさんを忘れてはならない、直木賞作家藤原伊織の若き日の姿である。

時代を感じさせる荘厳な雰囲気漂う空間で、このような多彩な人々とともに過ごし得たことは、私の広告人人生にとって何物にも代えがたい貴重な財産となった。

そして、今や加島屋の信五郎、いや「加野屋の新次郎」こと玉木 宏と自分を重ねあわせて、悦に入っている今日この頃である。

PRSJ in Media

●2 月 1 日（月）　『月刊広報会議』3 月号

『月刊広報会議』3 月号における当協会の連載コラムに、「2015 年度ＰＲアワードグランプリ」ならびに受賞作品について掲載されました。

コラムでは、「ＰＲアワードグランプリ」概要や審査ポイント、さらに 2015 年度のグランプリ及び各部門最優秀賞それぞれの概要が紹介されています。また、「ＰＲアワードグランプリはＰＲの推進エンジン」との、近見理事長のコメントもあわせて取り上げられました。

●2 月 1 日（火）　『月刊宣伝会議』3 月号

『月刊宣伝会議』3 月号の「広告業界トピックス」の「業界ニュース」ページで、当協会の「日本ＰＲ大賞」の実施と授賞者が紹介されました。

記事では、「パーソン・オブ・ザ・イヤー」と「シチズン・オブ・ザ・イヤー」の趣旨に触れ、2015 年度において「パーソン・オブ・ザ・イヤー」にはラグビー日本代表主将のリーチ・マイケル氏、「シチズン・オブ・ザ・イヤー」には千葉県夷隅郡大多喜町の鉄道会社いすみ鉄道が選ばれたことが、受賞理由とともに掲載されています。

編集担当より

会員のみなさんの情報をお寄せください！！

本誌では会員の動向・消息や、会員から会員へのお知らせなどを積極的に掲載いたします。ビジネスに直結する情報に限らず、会員交流に関するものでも結構ですので是非ご一報ください。

編集担当より

本誌の内容に関するご意見・ご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いますので、
よろしくお願い致します。

広報委員会
Ｅメール　mail@prsj.or.jp
ＦＡＸ　03－5413-2147

※　禁転載