

3月～4月スケジュール

PR業部会ワイガヤ会	日 時 : 3月7日(水) 19:30～21:30 講 師 : (株)博報堂ケトル 嶋浩一郎氏 (株)井之上パブリックリレーションズ 尾上玲円奈氏 会 場 : FIORIA ariablu
広報PRアカデミー2017 広報・PRプラクティカル・トレーニング	日 時 : 3月8日(木) 15:30～19:30 会 場 : 六本木アカデミーヒルズ 49 テ ー マ : 「コンテンツPRトレーニング」
広報PRアカデミー2017 コミュニケーション・ケーススタディ講座	日 時 : 3月13日(火) 19:00～21:00 会 場 : 六本木アカデミーヒルズ 49 講 師 : クロスメディア・コミュニケーションズ(株) 代表取締役社長 雨宮和弘氏 テ ー マ : 「デジタルメディア・スタディ」
第6回PRプランナーフォーラム in 関西	日 時 : 3月13日(火) 14:00～19:15 会 場 : 読売新聞大阪本社 講 師 : 読売新聞大阪本社 役員室 広報宣伝部 部長 戸田 博子氏 テ ー マ : 「マスコミからみた広報担当者への期待」
第190回 定例研究会	日 時 : 3月28日(水) 12:00～ 会 場 : 公益社団法人日本記者クラブ「会見場」 講 師 : 毎日新聞社 編集編成局 社会部長 磯崎由美氏 テ ー マ : 「全国紙・社会部の視点と報道 ～毎日新聞社会部長に聞く企業不祥事対応のポイント～」
第47回親睦ゴルフ会(PR業部会)	日 時 : 4月10日(火) 会 場 : 多摩カントリークラブ
広報PRアカデミー2018 広報・PRスタートアップ講座	日 時 : 4月16日(月)～18日(水) 3日間 9:00～18:00 会 場 : 富士ソフトアキバプラザ

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 (木)	16:00~18:00
	(4月度)	日 時	: 4月 12日 (木)	16:00~18:00
		会 場	: 一般財団法人 産業人材研修センター 霞会館	
教育委員会	(3月度)	日 時	: 3月 23日 (金)	12:00~14:00
		会 場	: 協会会議室	
資格委員会	(3月度)	日 時	: 3月 29日 (木)	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 13日 (火)	12:00~14:00
		会 場	: 協会会議室	
広報委員会	(3月度)	日 時	: 3月 22日 (木)	16:00~17:30
		会 場	: 協会会議室	
顕彰委員会	(3月度)	日 時	: 3月 27日 (火)	16:00~17:30
		会 場	: 協会会議室	
企業部会幹事会	(3月度)	日 時	: 3月 7日 (水)	17:00~18:30
		会 場	: 協会会議室	
PR業部会幹事会	(3月度)	日 時	: 3月 20日 (火)	16:00~17:30
		会 場	: 協会会議室	
PRプランナー部会	(3月度)	日 時	: 3月 14日 (水)	19:00~20:30
		会 場	: (株)電通パブリックレーションズ	

「社会をつなげる、未来を動かす ～A Future Vision of Public Relations」 PRプランナー資格制度創設 10周年記念 特別シンポジウム 開催報告

3月1日(木)、東京・一ツ橋の如水会館で、協会主催の「社会をつなげる、未来を動かす～A Future Vision of Public Relations」PRプランナー資格制度創設 10周年記念特別シンポジウムを開催。第1部・シンポジウム、第2部・懇親会、合わせて延べ120名の方々のご参加をいただきました。

本シンポジウムは、PRプランナー資格認定制度が2017年に創設から10周年を迎えたことを記念して実施されたもので、企業広報の最前線で活躍されている広報・PRパーソンによる熱いディスカッションが展開されました。

なお、第1部、第2部ともにNHK出身のフリーアナウンサー、石澤典夫氏に司会をお願いし、講演やディスカッションのポイントを的確にまとめながらスムーズに進行していただきました。

●第1部 シンポジウム (16:00～18:15) 「松風の間」

はじめに、基調講演として、アサヒグループホールディングス株式会社社長兼CEOの泉谷直木氏にご登壇。ご自身の広報部門経験を踏まえながら、現在、経営トップの観点から広報・PR部門をどう位置付けているのか、また、これからの広報・PRのあり方について言及されました。

そして、これからの広報・PRパーソンに対して、

①経営者に正しい提言ができる「スポークス・パーソン (情報参謀)」

②幅広く情報を収集・分析をおこなう「情報サイエンティスト、情報アナリスト」

③より広く伝達されるストーリー (物語) を組み立てる「ストーリーテラー」

の3つの役割を自覚しつつ、社会に新たなムーブメントを起こしてほしい、という期待を語られました。

(詳しくは、次号の協会ニュース及び『PR Yearbook 2018』にてご紹介の予定です)

続いて、企業広報の最前線でご活躍されている主要企業の広報部門長3名にご登壇。パネルディスカッション形式で、各社独自の組織論、広報戦略について、事例などを交えながら紹介するとともに、企業経営の中における広報・PRの役割について熱い議論が展開し、



広報部門として期待される能力や人材像について意見が交わされました。



パネリストは、オムロン株式会社 執行役員 グローバル IR・コーポレートコミュニケーション本部長の井垣勉氏、帝人株式会社 コーポレートコミュニケーション部長の宇佐美吉人氏、NEC コーポレートコミュニケーション部長の飾森亜樹子氏。モデレーターは、株式会社井之上パブリックリレーションズ代表取締役の鈴木孝徳氏が務められました。

(詳しくは、次号の協会ニュースにてご紹介の予定です)

最後に、PRプランナー部会長の田畑好崇氏が登壇し、PRプランナー資格取得者 2,300 人を代表して、『PRプランナー宣言』が披露されました。

プランナーの高いスキルや能力を社会に役立てていきたいという決意が宣言として力強く発表されるとともに、プランナーたちの熱い思いが凝縮されたプレゼンテーションビデオも出席者の好評を博していました。



●第2部 懇親会（18:30～20:00）「ペガサス」

シンポジウム終了後は、会場を「ペガサス」に移し、懇親会を開催いたしました。



近見竹彦理事長による挨拶に続き、本シンポジウム開催に多大なご協力をいただきました日本広報学会の小早川護理事長に乾杯のご発声をいただきました。

小早川理事長からは、資格制度創設までの経緯や日本広報学会と当協会の関係についてお話しがありました。

実は懇親会スタート時に、嬉しいサプライズが。

第1部の基調講演のあと、次のご予定へと会場を後にされた泉谷会長が、再び来訪

してくださったのです。これは、広報・PRパーソンの先輩として現場の広報・PRパーソンを激励したい、という温かいお気持ちから。多くの参加者と談笑されていました。

また、PRプランナー資格制度の創設に至るまでの、1989年の構想段階から2007年の実施を迎えるまでの間、ご尽力くださった計17人のお名前をご紹介。そのなかの一人でいらっしゃる八木 隆様にご挨拶をいただき、試験問題作成における苦労話などもうかがうことができました。



協会の横断メンバーで企画・運営された本シンポジウムと懇親会ですが、泉谷会長をはじめとするゲストスピーカーの方たちも交え、これからの日本のパブリックリレーションズを一層盛り立てていこうという気持ちを新たに、会はお開きとなりました。

（事務局・鈴木）



会員制度改革について

公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会
理事 金野祥治

今回は、現在進めている会員制度改革(会員種別検討特別委員会)の進捗についてお話をしたいと思います。

先ず、特別委員会設置の背景ですが、現行の会員制度(平成22年に制定)が協会を取り巻く環境や多様化する会員ニーズに応えきれていないのではないかという懸念と会員種別は組織の根幹に関わる重要事項であることから、様々な立場、幅広い見地からの議論、検討が必要であるとの課題認識により、昨年の10月理事会で特別委員会の設置が承認されたものです。同特別委員会は現在まで7回開催されており、その間に理事会や各部会から寄せられた意見を反映し、修正を加えた最終答申案を現在、作成しているところです。特別委員会の業務は理事会への答申案作成までですが、理事会で承認されれば、本年5月の通常総会に議案として提出、承認後、2019年4月から新制度の運用開始となります。

今回の会員制度改革では、PRプランナー資格取得者をはじめとするPRパーソンが、個人としても協会活動に参加できるよう、入会しやすい制度設計をめざしました。今後、協会活動を活発化していくためには、法人だけでなく個人でも気軽に協会活動に参加できる環境を整えていかなければなりません。法人と個人の両輪による協会運営を基本とすることで、事業活動の活性化と組織基盤の強化を図っていききたいと思います。

今回の制度改革の目的をまとめると次のようになります。

- 今後の協会活動の発展をめざし、時代に即した会員制度であること
- PRプランナーをはじめとするPRパーソンの裾野拡大を受け、個人でも入会しやすい会員制度であること
- 法人会員と個人会員の両輪による協会運営を基本とし、組織強化と事業活動の活性化が実現できる会員制度であること。
- シンプルでわかりやすい会員制度であること。

今回の答申では、正会員、個人会員、個人准会員の3種別を基本とすることにいたしました。3種別とした背景には、協会活動における権利やメリットを3つの区分に整理したことによります。それが次の3つです。

- 受益権 … 講座・セミナー参加、書籍購入時の割引特典を受ける権利
- 参画権 … 上記に加え、委員会や部会幹事会などへ参加する権利
- 議決権 … 上記に加え、総会での議決権を行使する権利

受益権のみでメリット享受型の会員資格が個人准会員、受益権、参画権を持ち協会活動に積極的に参加する個人のための会員資格が個人会員、そして3つの権利をすべて持つ会員資格が正会員で、公益法人関連法が定める法人(当協会)を構成する社員となります。

皆さまの関心が高い年会費についてもこの制度改革の趣旨を踏まえ、正会員は15万円、個人会員は1万円、個人准会員は5千円としました。最近、各種の事業活動が好調なため収入に占める会費の割合が減少しつつあることは事実ですが、会費収入は協会経営の安定化に欠かせないものであり、この点には十分注意をして会費を設定いたしました。

また、特別委員会での議論や理事会、各部会から寄せられた意見を踏まえ、現行の会員制度から新たな会員制度への移行に際しては、既存の会員にとって不利益変更にならないよう最大限に配慮していききたいと思います。現行の法人登録会員や賛助企業についても同様です。移行によっ

て、退会者や不利益を被る会員が増加することの無いよう、細部の詰めと関係者への丁寧な説明が不可欠であることは言うまでもありません。

現時点では、最終答申案を作成している途上であり、内容が変更される可能性もありますので、これ以上の説明や個別の案件について詳らかに申しあげることが出来ませんが、議論が順調に進み、理事会の承認を受ければ、内閣府との調整後、総会に議案として付議されることとなります。

繰り返しになりますが、今回の制度改革では協会活動における個人の参画を強く促しています。特に、PRプランナー資格は取ったものの協会との接点が少ない方々や異動等でPR業務との接点が無くなったものの今後もスキルの維持やブラッシュアップをしたい方々、地方にいるため協会活動との接点が余り無い方々、学生等、個人に対する幅広い受け皿を用意することで協会活動の活性化と組織の強化をめざしていきたいと思います。

法人と個人、PR業と一般企業、ベテランと新人等、多くの関係者が有機的に結びつくことで新たな価値が生まれます。私自身も協会との接点を持ったことで多くの出会いや学びがありました。

制度や組織は多くの人にもまれ手を加えていくことで素晴らしいものに生まれ変わっていきます。今回の制度改革もベストは尽くしましたが、完璧ではありません。特別委員会で議論を深める中、会員制度だけでは解決できない組織の問題や委員会活動の改善も並行して進める必要があることを痛感いたしました。この点については、次期執行部の皆さまに解決を託したいと思います。

6年間お世話になり、ありがとうございました。

広報PRアカデミー2018

「広報・PRスタートアップ講座」を開講 ～広報・PR新任者に最適な広報・PRの実務講座～

教育委員会

協会では、来る 4月16日(月)・17日(火)・18日(水)の3日間、「広報PRアカデミー2018」の皮切りとなる2018年度『広報・PRスタートアップ講座』を、東京・秋葉原の富士ソフト アキバプラザで開講いたします。

本講座は、新入社、新任や異動により新たに広報・PRの業務につく比較的経験の浅い広報・PR実務者、広報・PRの理論や実務について基本から学びたい方を対象とし、実務に必要な基礎的知識や実務スキルを学ぶ研修講座です。講義では、パブリックリレーションズの基本をはじめとして、企業広報、マーケティング広報、危機管理広報、報道関係者の行動原理やデジタルメディアなど広報・PRの基本となる幅広い知識を学びます。また、演習では、ニュースリリースの書き方やメディアリレーションズの基本など、広報実務の基本を身に付けることができます。本講座の洗練された講義、演習をとおして、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。



講師には、広報・PRの実務専門家、弁護士、大手企業マネージャー等の方々を迎え、日々刻々と変化する現場の実際に即し、すぐにでも現場で活用できる生きた広報・PRを学ぶことができるなど、広報・PRの信任実務者には最適な研修です。PR会社、企業の広報・PR部門などで、広報・PRの仕事に取組もうとする多くの皆様のご参加をお待ちします。

なお、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-2018/startup>



2018年度「広報・PRスタートアップ講座」の概要

■プログラム

日程	時間	講座タイトル	講師
4月 16日 (月)	8:50	ご挨拶／オリエンテーション	日本PR協会 教育委員会
	9:00 ～10:30	『パブリックリレーションズ』とは、どんな仕事？ ～パブリックリレーションズの基本を学ぶ～	鈴木孝徳 氏 (株)井之上パブリックリレーションズ
	10:40 ～12:10	「経営を支えるこれからの企業広報 ～企業広報の実際とその役割～」	味の素(株) 高橋健三郎 氏
	13:20 ～14:50	「魅力的溢れる広報・PRパーソンになるには？ ～コミュニケーションのプロになる秘訣～」	石橋眞知子氏 (エトワセットネットワーク)
	15:00 ～16:30	「リスクに備える！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～」	平野日出木 氏 (株)エイレックス
	16:40 ～17:40	「法とコンプライアンスの観点から見た広報・PR ～平時・有事の広報業務で留意すべき法的ポイント～」	中村勝彦 弁護士 (TMI総合法律事務所)
4月 17日 (火)	9:00 ～10:30	「企業コミュニケーションにおけるデジタルメディアの活用法 ～Webや SNS をどう利用するか～」	雨宮和弘 氏 (クロスメディア・コミュニケーションズ(株))
	10:40 ～12:10	「国連 SDGs と広報・PRの課題 ～国・地域・企業が取り組むグローバルな17ゴール～」	調整中
	13:20 ～17:50	「絶対にマスター！ニュースリリースの基礎と活用 ～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 (株)電通パブリックリレーションズ
4月 18日 (水)	9:00 ～10:30	「効果のあがるマーケティングPRの進め方 ～マーケティングPRの基本と実務～」	(株)インテグレート 芹澤愛有子 氏
	10:40 ～12:10	「報道関係者の思考と行動原理～スクープは報道の命～」	調整中
	13:20 ～17:50	「広報・PRの基本メディアの特性とメディアリレーションズ ～メディア関係者と望ましい関係を作る～」＜講義と演習＞	田代 順 氏 (株)スペインクラブ

※講座タイトルは仮題です。変更については、あらかじめご了承ください。

※調整中の講師は、決定次第、講座ホームページに掲載いたします。

■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

(事務局・真部)

広報PRアカデミー2017

「デジタルメディア・スタディ」を開講 ～デジタルメディアが開くコーポレート・コミュニケーションの新時代～

教育委員会

協会では、来たる3月13日、今年度の「コミュニケーション・ケーススタディ講座」第5回として、デジタルメディア・スタディ「デジタルメディアが開くコーポレート・コミュニケーションの新時代～成功事例にみるデジタルメディアの効果的な活用～」を、六本木アカデミーヒルズ49で開講します。



インターネットの普及を背景に、Facebook や Twitter などソーシャルメディアは人々をつなぐ情報プラットフォームとして急速な普及を遂げました。デジタル化された情報プラットフォームの形成、情報の利用形態の変化などを契機として電波や紙の媒体を中心としていた従来のメディア環境は激変、企業のコミュニケーション活動の舞台も多彩なデジタルの世界へと広がりつつあります。

デジタル化がもたらす巨大な変化は、多様なステークホルダーとの好ましい関係構築に向けて企業が取り組むコミュニケーション活動にも影響を及ぼしています。そして、デジタルメディアの効果的な活用法を探る取組みにもかかわらず、企業は従来とは異なるメディア環境では明確な成功指標を設定できず、試行錯誤を繰り返すことも少なくありません。しかしようやく開拓も進み、暗闇を先進企業による成功事例も登場しています。

本講座では、デジタルメディアとコーポレート・コミュニケーションに知見の深いクロスメディア・コミュニケーションズの雨宮和弘氏を迎え、コーポレート・コミュニケーション活動においてデジタルメディアの活用を考察する最新のケーススタディを行っていただきます。

先進企業がいかなる困難を超えて成果を生み出したのか、また現在の課題は何か掘り下げてご紹介いただきます。単なる事例紹介を越え、課題解決から成功を導くポイントまで、企画、構築、運用などの点まで深掘りしたご解説をいただき、皆様への実践的なヒントといたします。

講座の詳細ならびに申込みについては、協会Webサイト「デジタルメディア・スタディ」(以下URL)の案内ページをご参照ください。

http://event.prsj.or.jp/pr-academy-2017/casestudy_digitalmedia

(事務局・真部)

「広報効果測定スタディ」を開講

さる2月20日、「コミュニケーション・ケーススタディ講座」第4回の「広報効果測定スタディ」を開講しました。講師にはウェーバー・シャンドウィック アカウントディレクターの古川慎太郎氏が登壇、質疑応答を交えた2時間の講座には70名を越える受講者が参加しました。

古川氏は、目的や対象にあわせた効果測定法の設計を行うこと、さまざまな手法を通じてデータの取得を行うことなど、効果測定のポイントを解説、講義のあとは活発な質疑が飛び交うなど、熱のこもった講座となりました。



広報PRアカデミー2017

「PRアワード受賞事例公開セミナー」を開催

～2月7日、協会内外から約110名が聴講～

教育委員会

協会では、2月7日、『2017年度PRアワードグランプリ』で受賞したPR事例を一堂に集め公開する「PRアワード受賞事例公開セミナー～最新PR事例からこれからのコミュニケーション戦略を探る」を、東京・秋葉原の「富士ソフト アキバプラザ」で開催しました。



セミナーではまず「2017年度PRアワードグランプリ」の嶋審査委員長が登壇。社会における合意形成を目的とするPRは統合コミュニケーションにおいて重要な位置を占めており、PRのスキルを共有していく場として本セミナーを生かしてほしいと挨拶しました。さらにアワードの審査基準として「strategy」「idea」「excution」「result」の4つについて解説し、聴講における視点として参考とされるよう期待が述べられています。

そして、シルバー受賞の「7年間のロコモティブシンドローム啓発運動」を皮切りとして、ゴールド受賞の3作品、さらにグランプリを受賞した「ちょうどこの高さ。」まで、5事例をそれぞれ20分間ずつの講演が行われました（別表）。いずれもプロジェクトの推進にあたった当事者が登壇、概要とともに、プランニングや実施における創意に満ちた工夫やしかけ、実施のポイントなどについて質疑を交えながらの解説が行われました。

事例講演後の総評では「2017年度PRアワードグランプリ」で審査にあたった2人の委員から、審査を振り返りそれぞれの視点からのコメントが披露されました。最後に嶋委員長から、社会における課題の発見はPRパーソンだけがなすうる仕事であり、クリエイティビティやアイデアを発揮することにより議論を巻き起こしてほしい、また本セミナーで刺激を受けたのであれば、ぜひ次回のアワードに応募していただきたいと、広報・PRパーソンへの期待が述べられています。本セミナーは100人を上回る広報・PR関係者が参加。これからのPRを展望する熱気にあふれた講演会として閉幕しました。

(事務局・真部)

講演事例	エントリー会社及び事業主体
<シルバー受賞>「7年間のロコモティブシンドローム啓発運動～課題先進国だからこぞできたCSVプラットフォーム」	エントリー会社:(株)博報堂 事業主体:ロコモチャレンジ推進協議会
<ゴールド受賞>「この国に眠る 女性300万人の[潜在労働力]に活躍の場を。主婦を活かす、新・マクドナルド人事戦略PR」	エントリー会社:(株)電通 事業主体:日本マクドナルド(株)
<ゴールド受賞>「聞こえる選挙 東京都議選、衆議院選特設サイト」	エントリー会社:(株)電通 事業主体:ヤフー(株)
<ゴールド受賞>「FISHERMAN CALL」	エントリー会社:(株)電通 事業主体:(一社)フィッシャーマンジャパン
<グランプリ受賞>「ちょうどこの高さ。」	エントリー会社・事業主体:ヤフー(株)

第 21 回 PRプランナー資格検定試験

3 次試験結果発表 合格者は 109 名 (合格率 43.3%)

3 次試験合格者累計は 2,472 人

まもなく 2,400 名の PRプランナーが誕生！！

資格委員会

1月20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)で第21回PRプランナー資格検定3次試験が行われ、第1回を除き過去最多となる264名の受験申込者のうち252名(出席率95.5%)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、外食チェーン企業が、米国本土でも外食チェーンの展開を開始し、グローバル展開によって、さらなる企業価値向上を狙うという内容でした。

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、大手商社が、多様な社員が働きやすい環境を整備することを目標とした「働き方改革委員会」を立ち上げたのに際し、広報部として、その取り組みや活動を社員に一層浸透させ、全社一丸の取り組みとなるよう、特別な広報展開を行うための広報計画と実施案を策定するものでした。



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

マーケティング課題は、オフィス用家具・収納機器・アクセサリを取り扱うメーカーが、家庭用学習機市場に、新機能を備えた新商品で新規参入することとなった。それに伴い、家庭用学習機市場において、いかにして寡占を目指すか、ターゲット、タイミング、話題作り、メディア・ネットのプラン、メッセージないしはストーリーを示し、業機法に留意しながら、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、109名が合格(合格率43.3%)となり、2月9日に発表となりました。また、今回の結果で、合格者累計は、2,472名となりました。

合格された方は、3月に実施されます「2017年度後期 第21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は2,318名から2,426名となります。

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21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	60名	47名	9名	2名	2名	6名	11名	137名
	合格者	32名	19名	4名	0名	0名	5名	3名	63名
女性	受験者	19名	77名	10名	2名	2名	0名	5名	115名
	合格者	8名	32名	1名	1名	1名	0名	3名	46名
全体	受験者 (全体比)	79名 (31.3%)	124名 (49.2%)	19名 (7.5%)	4名 (1.6%)	4名 (1.6%)	6名 (2.4%)	16名 (6.3%)	252名 (100.0%)
	合格者 (全体比)	40名 (36.7%)	51名 (46.8%)	5名 (4.6%)	1名 (0.9%)	1名 (0.9%)	5名 (4.6%)	6名 (5.5%)	109名 (100.0%)
	合格率	50.6%	41.1%	26.3%	25.0%	25.0%	83.3%	37.5%	43.3%

		20代	30代	40代以上	全体
男性	受験者	19名	53名	65名	137名
	合格者	11名	27名	25名	63名
女性	受験者	25名	54名	36名	115名
	合格者	11名	21名	14名	46名
全体	受験者 (全体比)	44名 (17.5%)	107名 (42.5%)	101名 (40.1%)	252名 (100.0%)
	合格者 (全体比)	22名 (20.2%)	48名 (44.0%)	39名 (35.8%)	109名 (100.0%)
	合格率	50.0%	53.8%	38.6%	43.3%

受験者	合格者	合格率
252名	109名	43.3%

<3次試験累計 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	768名	940名	165名	29名	62名	80名	101名	2145名
	合格者	491名	568名	91名	18名	32名	49名	61名	1310名
女性	受験者	459名	980名	123名	37名	38名	35名	90名	1762名
	合格者	344名	618名	73名	19名	27名	22名	59名	1162名
全体	受験者 (全体比)	1227名 (31.4%)	1920名 (49.1%)	288名 (7.4%)	66名 (1.7%)	100名 (2.6%)	115名 (2.9%)	191名 (4.9%)	3907名 (100.0%)
	合格者 (全体比)	835名 (33.8%)	1920名 (48.0%)	164名 (6.6%)	37名 (1.5%)	59名 (2.4%)	71名 (2.9%)	120名 (4.9%)	12472名 (100.0%)
	合格率	68.1%	61.8%	56.9%	56.1%	59.0%	61.7%	62.8%	63.3%

		20代	30代	40代以上	全体
男性	受験者	346名	983名	816名	2145名
	合格者	227名	614名	469名	1310名
女性	受験者	416名	911名	435名	1762名
	合格者	271名	622名	269名	1162名
全体	受験者 (全体比)	762名 (19.5%)	1894名 (48.5%)	1251名 (32.0%)	3907名 (100.0%)
	合格者 (全体比)	498名 (20.1%)	1236名 (50.0%)	738名 (29.9%)	2472名 (100.0%)
	合格率	65.4%	65.3%	59.0%	63.3%

受験者	合格者	合格率
3907名	2472名	63.3%

第1回～第21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%
第18回（2016年7月23日）	185名	86名	46.5%
第19回（2017年1月21日）	191名	100名	52.4%
第20回（2017年7月22日）	234名	124名	53.0%
第21回（2018年1月20日）	252名	109名	43.3%
累計	3,907名	2,472名	63.3%

会 員 限 定

2017 年度 第 2 回「なでしこカウンスル」開催報告

国際・交流委員会

2月14日（水）、アークヒルズクラブで「2017年度第2回なでしこカウンスル」が開催され、50名の広報・PRウーマンたちが参加しました。

今回は講師に BT ジャパン株式会社 代表取締役社長 日本経済団体連合会審議員会副議長 内閣府規制改革推進会議委員 吉田晴乃氏をお招きし、『デジタル時代における女性の活躍』をテーマにお話いただきました。

第 29 回広報ゼミ開催報告

「Corporate Communication Management=経営視点のコーポレートコミュニケーション ～西武ホールディングス広報部の現場から～」

企業部会

2018年2月15日（木）18：30から新宿プリンスホテル「和風ダイニング&バーFUGA（風雅）」で、株式会社西武ホールディングス取締役上席執行役員 西山 隆一郎氏をお迎えして16名の参加の下、第29回広報ゼミが開催されました。

新春PRフェスタ 2018「第 9 回新春PRフォーラム」

新春特別講演

「大胆予測 2050年の日本と東アジア ～チャイナウォッチャーの視点から」

講師：現代中国研究家
津上俊哉 氏



<講師略歴>

1957 年生まれ

1980 年 東京大学法学部卒業、通商産業省入省

通商政策局公正貿易推進室長、在中国日本大使館 経済部参事官、通商政策局北東アジア課長などを歴任。退官後、現代中国研究家として活躍中。

津上工作室代表。

■主な著書

『中国台頭』（2003 年、日本経済新聞社、第 25 回サントリー学芸賞受賞）

『岐路に立つ中国』（2011 年、日本経済新聞出版社）

『中国台頭の終焉』（2013 年、日本経済新聞出版社）

『中国停滞の核心』（2014 年、文藝春秋）など

近著に『「米中経済戦争」の内実を読み解く』（PHP 新書）

<講演概要>

習近平は昨秋の第 19 回共産党大会で、これまでの目標「社会主義現代化」の達成を 15 年前倒し、2035 年からは「社会主義現代化強国」の建設を宣言した。これは GDP だけでなく軍事、文化においてもアメリカを上回り、「世界一の国」を目指すということだが、待ち受ける難題は少なくない。

■中国経済の明るい部分 中国の経済を支える IEB

I：IT 産業

QR コードを利用したキャッシュレス決済サービスが普及し、シェアリングエコノミー、GPS 機能、スコアリングなどの機能がスマホ上で結合し、起業者にやさしい事業プラットフォームが登場している。このような IT を利用した中国のニューエコノミーの躍進は日本を周回遅れにする程の勢いを持つ。

ビッグデータの利用も現実の成果を生みつつある。例えばアリババのオンライン小口貸し出しサービス（マイクロファイナンス）という仕組みがある。これはアリババのネットショップでの取引を通じて得られる顧客情報が経営状況や支払い実績やその人の信用をも把握できることから、人工知能による貸し出し審査がわずか 1 秒で完了し、入金されるというものである。

他人に関する情報を集めたデータベースにより情報の偏在を解消し、見知らぬ相手と取引をするコストが大幅に下がっている。

このことは中国政府による「社会信用体系」づくりにもつながっている。これは“デジタル・レーニン主義”とも表現される街頭カメラや顔識別システムを用いた治安システムで、強度な情

報監視社会の到来を示唆するが、社会を安全で効率的にするかもしれない。データベース同士を紐づけすることで個人の信用の「数値化」も試みられている。人類社会の在り方を変容させるような実験が中国で始まっている。

E : EV (電気自動車)

中国が2016年EV普及に掲げた目標は、電気自動車販売台数を50万台(前年比50%増)、世界の電気自動車販売台数の50%(全車両販売の1.8%)を上回ることである。将来は内燃エンジンの販売を制限、禁止する政策も検討している。内燃エンジン車で先進国に水をあけられた中国がEVで挽回するために、政府の力で新たなマーケットを育てようとしている。

B : Big Science

2013年、中国の総研究開発支出は1兆元を超え、GDP比も2%に達した。その中で政府の研究開発支出は6000億人民元(640億ドル)に達した。研究内容に関しても引用度の高い論文が多く発表されるなど、支援に対する成果が見て取れる。中でも航空宇宙産業はリーディングケースとなっている。

■中国経済のダメな部分

借金・投資依存型の経済成長を続けている中国の投資額累計は、2009年のリーマンショック以来累計で6600兆円分にのぼる。2017年上期の成長率は名目GDPで11%以上となり、世界好景気・株高に大きく貢献しているが、こんな借金・投資頼みの状態が長続きするのには疑問である。

IMFは「高い成長率を目指す代償は財政赤字の急増と債務の加速、それに伴うバブルの崩壊を招く」とし、成長率公約へのこだわりにより異例の警告を発したことがあった。

日本経済を例に見ると、財政頼みの成長はしばらくは続けられるが、効率が急速に低下し借金も嵩んでしまう。債務累積が続いても日本経済が破綻せずにいられる理由は、1つに海外からの借金を必要としない大資本輸出国であるということ。2つ目が借金の負担が簡単には崩壊しない中央財政に留まっているということだ。ここまでは中国も同様だが、3つ目の理由は、日本では0%金利が約20年続き借金の雪だるま化が防げているが、中国はこの条件を満たせていない。今の成長方策は持続性に不安が残るうえ、国全体のバランスシートの劣化が進行してしまい長く続くほど中国の未来が犠牲になってしまうという懸念がある。



■政策面に見る習近平の権力

外交・保安関連では権力集中・強化の兆しが見える一方、経済政策では政策のダッチロールが続いている。大多数の現状維持派を抑え込むのは至難の業で、5年後の体制は成り行き次第になりそうだ。

■中国の少子高齢化

遅すぎた「一人っ子政策」の廃止の影響で2020年代後半には少子高齢化に伴う成長低下が見込まれている。これに対する「全面二人っ子」政策も不発に終わりそうだ。ただ、従来の少子高齢化シナリオは「労働人口の減少が生産性向上の効果を相殺するので、現役世代が努力をしたところで成長低下は避けられない」というものだった。

しかし AI・ロボティクスの発達が別のシナリオを示すかもしれない。「AI・ロボティクスの発達は労働者の職を奪い、人口増加が失業問題を生む」という視点に立つと、日本や中国のように少子高齢化が進行する国は、AI やロボティクスを活用して失業問題を起こさずに人口減少のマイナスを緩和できるかもしれない。

■中国の長期的な未来

今後の経済課題の一つ目は成長著しいニューエコノミーをできる限り伸ばし、国有企業・公共事業頼みのオールドエコノミーをできる限り切り捨てていくことである。しかしすべてを掌握していないと気が済まない家長主義的な共産党が、望みのない国有企業や地方を見限る決断がどこまで可能かは疑問である。

二つ目の課題は無駄な投資で劣化した国のバランスシートの修復（膨大な不良債権・債務の償却）を進めることである。イギリスやアメリカに見られる先例では、政策による意図的な低金利で預金者を収奪するという金融抑圧が行われてきた。中国において懸念されるのは共産党がニューエコノミーを食い物にする危険性である。重要なインフラになりすぎたバイドウ、アリババ、テンセントが生き残りのために、共産党に迎合し国民の信用を失う危険もある。

■中国はアメリカを上回れるのか

中国の経済実力と国際的影響力の今後の見通しについては、強大な政府とニューエコノミーの台頭により、影響力は引き続き増大するとみられることから、「中国崩壊論」の崩壊とも呼ぶべき事態が生じている。むしろ影響力の大きさから中国経済にとっては小さな問題が周辺国にとっては危機となる心配さえある。

また、アメリカとの覇権競争を占う場面においては、北朝鮮の影響も無視できない。アメリカの武力攻撃があっても問題の解決にはつながらず、その先に膠着状態が訪れる可能性が高い。その後の究極の選択はアメリカと中国によるグランド・バーゲンしかないのではないのか。しかし、そうなればその先、従来のパワーバランスが変化し「中国主導の東アジア」が誕生する可能性もある。

中国は、アメリカがトランプ大統領の悪手連発で衰退するという構図を期待するが、本当に期待どおりいくか、世界大変動の可能性を加味しつつも中国経済の動きに注目したい。

※上記は 2018 年 1 月 25 日開催の新春 P R フェスタ 2018 「第 9 回新春 P R フォーラム」
第 1 部新春特別講演要旨です。

中山 舞（株内外切抜通信社）



縁と偶然がもたらすPR 企業の本質的な問題をPRで解決するために

フィスカース ジャパン株式会社
武内 香奈枝

はじめまして、フィスカース ジャパン株式会社でPRを担当しております武内 香奈枝と申します。

フィスカースという社名をご存知の方も少ないと思いますので、まずは会社紹介をさせて頂ければと思います。

本社は北欧フィンランドにあり、フィンランドにある会社の中では一番古く 1649 年に設立されました。日本で言うところの 3 代目将軍 徳川家光の時代です。世界ではハサミの会社として有名で、世界トップクラスのシェアを持っています。その他園芸用品などでも知られていますが、日本では弊社が取り扱うテーブルウェアの方が知られているのではと思います。

実はフィスカース ジャパンは、テーブルウェアのブランド「ウェッジウッド」と「ロイヤル コペハーゲン」が合併してできた会社で、昨年 9 月に設立されたばかりの会社です。1 月より「イッタラ」などの取扱いも始まり、「ウェッジウッド」「ロイヤル コペハーゲン」「イッタラ」「アラビア」「ロールストランド」「ロイヤルアルバート」「ロイヤルドルトン」「ウォーターフォード」の 8 ブランドを展開しています。

これらのブランドは、設立された国、歴史、商品、ターゲットも全てばらばらで、日本では、それまで違う会社がそれぞれのブランドを取り扱っていました。そんな中、昨年の秋より全てのブランドのPRを担当する事になり、8つの異なるブランドを同時に一人でPRする事をどうしていくか、最初は全く想像もできませんでした。けれども、少しずつブランドの事が分かってくると、それぞれの個性が見えてきて、その個性を活かしていけばいいのではと思うようになりました。

以前働いていた会社の社長から「ブランドとは、その会社の広告ビジュアルなどそのブランドの物を見た時に、ブランド名やロゴがなくてもそのブランドと分かる事だ」、そして「PRではブランドの良さを3つでなく10個言えなければならぬ」と教わりました。それが、今でも私の中でPRをする時の指標になっているのですが、まさにそれがブランドの個性なのではと思います。

それぞれのブランドの良さや個性を世の中にどう伝えていこうか、世の中に伝えるPRとは何かというのを改めて考えさせられています。

話は変わりますが、私がPRプランナーの試験を受けたのは2016年で、PRプランナーとしてはまだまだ新米です。

現在まで、外資系のラグジュアリーブランドで9年勤務した後、関西の大型商業施設の開業で初めてPRの仕事に携わり、その後、照明器具の会社で海外支店の立ち上げのPRなどに携った後、現在の会社の前身であるウェッジウッドでプロモーションやイベントの仕事に携わってきました。

PRプランナーの資格は、以前勤めていた会社のグループ会社の広報の方に教えてもらい初めて知ったのですが、その当時はまだ3年の実務経験の受験資格を満たしておらず、受験を諦めていました。

そんな中、一昨年、偶然友人のフェイスブックでPRプランナーの勉強をしているというのを見て刺激を受け、私自身ももう一度体系的にPRについて基礎から勉強したいと思い受験しました。現在、PRプランナーの交流会などで、他の広報の方にお会いして刺激をもらったり、ヒントをもらえたりするのも、その2人がPRプランナーの資格の話をしてくれなかったら、これらのご縁はなかったのかなと思います。

実はPRにもこのような偶然と縁があるのではと思っています。世の中には情報があふれ、その溢れる情報の中から人は自分が欲しい情報で、自分のタイミングに合うものを拾い集めています。それが縁となって、その人の中に情報としてインプットされていくのではと思います。

PRプランナーとして、ブランドの個性を分かりやすく伝え、世の中の人にそんな嬉しい縁や偶然を作れる橋渡し役的な存在になればと、日々これからも勉強していきたいと思っています。

<コラム関西の風>

ホテルの歴史は、街の歴史

株式会社ロイヤルホテル グループサービス部門
広報担当 村田 真弓

先日、NHK の 2018 年後期 連続テレビ小説が発表されました。インスタントラーメンをこの世に生み出した実業家・安藤百福（ももふく）氏とその妻・仁子（まさこ）氏の半生をモデルに、戦前から高度経済成長時代にかけての大阪を懸命に生き抜く夫婦の物語だということです。現・リーガロイヤルホテルの前身である「新大阪ホテル」の建設の声が上がったのも、ちょうど安藤さんが最初に商いを始めた頃のことでした。

1925 年に人口 211 万人規模となった大阪市は、東京市の 200 万人をしのぐ日本一の大都市となり、「大大阪（だいおおさか）」と呼ばれました。その「大大阪」に足りなかったものが、近代的ホテル。大阪商業会議所（後の大阪商工会議所）を中心に、近代的ホテルの建築を求める声が政財界から起こりました。

当時の大阪府知事・大阪市長を中心に第 1 回新ホテル相談会が開催されたのが 1926 年。この政財界の有力者がこぞって参画する大阪あげてのプロジェクトは、そこから紆余曲折を経て、1935 年、ついに「新大阪ホテル」の開業として実を結びます。

特定の個人ではなく、大阪の人々が創設者という非常に珍しいホテルの誕生でした。

ちなみに、当時の客室料金は、シングル 1 泊 5 円から。最高級のスイートルームが 1 泊 45 円。朝食は 1 円 50 銭でした。同年秋に開通した地下鉄難波一梅田間の乗車料金が 10 銭の頃です。一部の客室に冷房を施した日本で初めてのホテルでもありました。

その後、太平洋戦争でエレベーター 2 基、冷房用ポンプ・モーター類などを金属回収により供出しながらも営業を続け、さらには戦後にホテルを米軍に接収されるなどの時代もありましたが、1957 年に営業を再開。大阪の復興と共にホテルも活気を取り戻し、1965 年、新たな大型ホテルが同じ中之島に開業しました。

現在のリーガロイヤルホテル・ウエストウイングにあたるこの新ホテルの名称は、「大阪ロイヤルホテル」。現在の社名である「ロイヤルホテル」の基ともなったこのホテル名は、大阪市民からの新聞公募によって選ばれました。審査委員は当社社長であった山本為三郎氏（当時のアサヒビール社長）をはじめ、当時京都大学基礎物理学研究所所長だったノーベル賞学者・湯川秀樹氏など、そうそうたるメンバーが名を連ねていました。

新大阪ホテルの開業から 80 年余り、私たちは大阪・中之島の地で街と共にホテルの営業を続けてまいりました。新大阪ホテルは 1973 年に営業を終了し、残念ながら建物も今は残っていません。しかし、新大阪ホテルの開業時から大宴会場を飾っていたシャンデリアや、美術館に貸し出されることも珍しくない名画たちは、今もこのホテルに引き継がれています。

私たちも、大阪の歴史が息づくホテルとして、これからもお客さまをお迎えしてまいります。

■ 会員便り

オランダ式の肖像画でライデン大学日本語講師の功績を称える —17世紀風のコミュニケーション・イベント—

日本パブリックリレーションズ協会
監事 西谷 武夫

7-18世紀の世界的な肖像画家といえば、まずはオランダのレンブラント・ファン・レインやスペインのディエゴ・ベラスケス、日本の東洲斎写楽があげられる。当時から、ヨーロッパでは人々の功績等を称えるのに肖像画が贈られ、掲額されてきた。

こうしたオランダの伝統に倣い、去る1月22日に、ライデン大学で長年日本語の教鞭をとってきた故ミヤオ・リング・チョア講師の功績を称えて、肖像画の贈呈式が行われた。同大学日本語学部のイボ・スミッツ教授やW. J. ポート名誉教授をはじめ、猪俣弘司駐オランダ日本大使、斎藤在蘭日本商工会議所会頭、岡田茂樹JETROアムステルダム所長、同学部卒業生など50名ほどが出席した。

この肖像画は、チョア先生に御世話になったに日本の友人らが、オランダで長年にわたり活躍する吉屋敬日本人画伯に依頼して描かれたもの。歴代の日本語学部教授の肖像画が掲額されているアーセンナル・ビル内に早速飾られた。

チョア先生は難解な日本語を懇切丁寧に分かり易く教えることで、オランダ人学生に大変人気があった。その卒業生はアールト・ヤコビ現駐日オランダ王国大使をはじめ、オランダ政府や日本とオランダの会社などで大活躍している。

チョア先生は、同学部でドンタク(博多まつり)やコーヒー、ランドセルなどオランダ語由来の日本語の研究でも有名な故フォス教授の門下に入り、慶応大学に留学した後、30年以上にわたり数多くのオランダ人学生に日本語を教えてきた。また、チョア先生は長年アムステルフェーンに住んでおり、オランダ語の会話などで多くの日本人がお世話になった。

ライデン大学は、1575年に設立されたオランダ最古、ヨーロッパでもっとも歴史ある総合大学のひとつ。日本との関係は17世紀までさかのぼり、蘭学をはじめ西周や津田真道の幕府派遣の留学生でも良く知られる。同大学の日本語学部は海外で初めて、1855年に開設されたもの。



写真

左から2人目は西谷、同4人目はスミッツ教授と猪俣大使(右から2人目)、吉屋画伯(右から3人目)

PRSJ in Media

●1月26日（金） 『デイリースポーツ（大阪・福岡）』

『デイリースポーツ』紙において、棋士の加藤一二三氏が、当協会の「日本PR大賞 パーソン・オブ・ザ・イヤー」を受賞し、表彰・授賞式に出席したことが掲載されました。

出席にあたり、加藤氏が若手棋士の藤井聡太氏にエールのコメントを行ったことが紹介されています。

●2月15日（木） 『CM通信』

『CM通信』において、協会が3月1日に開催する「PRプランナー資格制度10周年記念・特別シンポジウム」について1ページにわたり掲載されました。

記事では、シンポジウムの目的やプログラム、開催時間や参加費、定員などの概要に触れられるとともに、PRプランナー試験の内容や目的、今までの試験の合格者数などその概要があわせて紹介されています。

●3月1日（木） 『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、「2017年度PRアワードグランプリ」の決定について掲載されました。

コラムでは、2017年12月6日最終審査会が開催され、75の応募作品からヤフー（株）の「ちよどこの高さ。」がグランプリに選出されたことが、その内容及びヤフーの担当者のコメントとともに紹介されています。

また、ゴールド、シルバーの選出作品が一覧で紹介され、嶋浩一郎審査委員長の審査を振り返るコメント、また次回への期待なども掲載されています。

[記事協力 株式会社内外切抜通信社]

(事務局・真部)

編集担当から

会員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。