

2013年11月号 NO. 246

TOPICS

「アメリカ研修旅行で得たもの、感じたこと」 (公社)日本パブリックリレーションズ協会 理事 辻田邦彦

(公社)日本ハフリックリレーションス協会 埋事 江田邦彦 MESSAGE P3

「広報PRアカデミー2013

「コーポレート・コミュニケーション講座」を 11 月 13 日に開講」 ATTENTION P4

「第 14 回PRプランナー資格認定検定 1 次試験を

2014年3月2日に東京・大阪・福岡で実施」

ATTENTION P5

「日本PR大賞・PRアワードグランプリ 今後の予定」

ATTENTION P6

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:森 健

11月号 目淡

11月~12月のスケジュール		 1
MESSAGE(メッセージ)	「アメリカ研修旅行で得たもの、感じたこと」	 3
ATTENTION(お知らせ)	「広報PRアカデミー2013「コーポレート・コミュニケーション講座」を11月13日に開講」	 4
<i>''</i>	「第14回PRプランナー資格検定試験 1次試験を3月2日に東京·大阪·名古屋で実施」	 5
//	「2013年度日本PR大賞・PRアワードグランプリ 今後の予定」	 6
BULLET/IN(活動報告)	「PRプランナー資格認定制度 第12回PRプランナー誕生 PRプランナーは1,534名に」	 7
//	「第12回広報ゼミ「マーケティング広報」をテーマに10月16日開催」	 9
VOICE of PR Planner	「ザ・広報/アラフォー女の孤独な挑戦 ~制作会見までの道のり~」	 10
REPORT(講演レポート)	「第150回定例研究会報告」	 12
PR TREND(PRトレンド(関西)	「関西の風:「式年遷宮」を契機とした伊勢志摩活性化の取り組み」	 13
BOOKS(書評)	「5年後、メディアは稼げるか」	 14
PLAZA(会員便り)	「個人正会員Bの山見博康氏が「小さな会社の広報・PRの仕事ができる本」を11月1日に発刊」	 16
協会掲載記事	「PRSJ in Media 10月」	 17

11月~12月スケジュール

第9回PRプランナー交流会 日 時 : 11月7日(木) 19:00~

会場: (株)アサツー ディ・ケイ 11F ラウンジ

第9回広報活動研究会(企業部会) 日 時 : 11月12日(火) 14:00~

会場: 江崎グリコ(株) グリコピア・イースト

第 152 回定例研究会 日 時 : 11 月 13 日(水) 12:00~14:00

会 場 : 日本外国特派員協会(FCCJ)

講師 : 東洋経済新報社「東洋経済」オンライン編集長 佐々木紀彦氏

テーマ : 「「東洋経済オンライン」の野心的挑戦

一新時代をリードするビジネス・メディアの将来像を探る一」

広報PRアカデミー2013 日 時 : 11月13日(水) 19:00~21:00

プロフェッショナル広報・PR実務 会場 : 六本木アカデミーヒルズ 49

シリーズ 講師 : 東洋大学 経営学部 経営学科 教授 井上邦夫氏

テーマ : 「コーポレート・コミュニケーション講座」

第 13 回PRプランナー資格認定 日 時 : 11 月 17 日(日) 9:30~

検定2次試験 会場 : 明治大学和泉キャンパスメディア棟(東京)

大阪マーチャンダインズマート(大阪)

愛知県青年会館(名古屋)

2013 年度「PRアワードグランプリ」 日 時 : 12月3日(火) 13:00~

最終審査会 会場 : 六本木アカデミーヒルズ 49「オーディトリアム」

第 153 回定例研究会 日 時 : 12 月 4 日(水) 12:00~14:00

会 場 : 日本外国特派員協会(FCCJ)

講師: 毎日新聞社 執行役員 東京本社編成編集局長 小川 一氏

テーマ : 「紙面とデジタルの融合を目指す毎日新聞の新展開

―12 月大刷新にみる毎日新聞社の次世代戦略を探る一」

広報PRアカデミー2013 日 時 : 12月4日(水) 17:00~21:00

プロフェッショナル広報・PR実務 会場 : 六本木アカデミーヒルズ 49

シリーズ 講師 : ㈱田中危機管理広報事務所代表取締役社長田中正博氏

テーマ: 「クライシス・コミュニケーション講座」

第 28 回PRスキル研究会 日 時 : 12 月 5 日(木) 17:30~

(PR業部会) 会場 : 産業人材研修センター「霞会館」

講師: クリエイティブディレクター 伊藤直樹氏

PR業経営者懇談会(PR業部会) 日 時 : 12月9日(水) 18:00∼

会場: 日本記者クラブ

広報PRアカデミー2013 日 時 : 12月12日(木)、18日(水)、25日(水)、

「PRプランナー3 次試験対応講座」 1月8日(水)、15日(水)、22日(水)

いずれも19:00~21:00

会場: 六本木アカデミーヒルズ 49

※ 来年1月21日(火)に「新春PRフェスタ2014」を開催いたします。 (詳細は12月号にご紹介いたします)

11月の理事会・委員会・部会スケジュール

定例理事会(11 月度) 日 時 : 11 月 19 日 (火) 12:00~14:00

場 所 : 六本木ヒルズクラブ

幹部会(経営会議) (11 月度) 日 時 : 11 月 19 日 (火) 10:30~11:45

場 所 : 協会会議室

教育委員会(11 月度) 日 時 : 11 月 22 日(金) 12:00~14:00

場 所 : 協会会議室

資格委員会(11 月度) 日 時 : 11 月 21 日 (木) 17:00~18:30

場 所 : 協会会議室

交流委員会(11 月度) 日 時 : 11 月 20 日 (水) 12:00~14:00

場 所 : 協会会議室

広報委員会

PR小委員会(11 月度) 日 時 : 11 月 5日(火) 12:00~14:00

場 所 : 協会会議室

出版小委員会(11 月度) 日 時 : 11 月 6 日 (水) 16:30~18:00

場 所 : 協会会議室

顕彰委員会(11 月度) 日 時 : 11 月 21 日 (木) 12:00~14:00

場 所 : 協会会議室

企業部会幹事会(11 月度) 日 時 : 11 月 11 日 (月) 17:00~18:00

場 所 : 協会会議室

PR業部会幹事会(11月度) 日 時 : 11月7日(木) 16:00~18:00

場 所 : 協会会議室



アメリカ研修旅行で得たもの、感じたこと

公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会 理事 辻田 邦彦

9月下旬、アメリカ研修旅行を実施した。

ニューヨーク(NY)とワシントン(WA)の企業、PR会社、団体、メディア 12ヵ所を 1 週間の日程で訪ねる強行軍だった。日本から同行した 10 名に、現地参加 4 名を加え、総勢は 14 名。私にとっては 4 回目のアメリカ研修旅行であったが、現地参加者がこんなに多かったことはない。

現地参加者は皆、出張中で、否が応でも「グローバル時代」に生きていることを痛感させられた。

出発前はアメリカのシリア爆撃の報で報復テロが懸念され、滞在中は国連総会と期を同じくして、NY市内は大渋滞。帰国後はオバマケア修正で暫定予算が成立せず、国の施設が閉鎖された。 滞在中は、毎日秋晴れの好天に恵まれ、結局終わってみれば、訪米は「あのタイミングしかなかった」という結果だった。

今回NYとWAを訪ねたのは、NYでSNSを駆使したPRを、WAでは政治に働きかけるパブリック・アフェアーズ(PA)の実際を現地で直接実感したいが為であった。

SNSを使ったPRでは、例えば薬事法など制度的な違いで応用範囲の広さが違うなどはあるが、日本の水準は決して劣ってはいないことが確認できた。改めて自信を持ったといってもよいだろう。

一方、PAでは正に"眼から鱗"であった。PAは端的に言うと、企業にとって有利な法案を推し進め、不利な法案は阻止するというもの。そのために莫大な金が用意され、有能な人材が多数投入される。組織的に透明性をもって目的の達成に向かっていく。目的を実現するための道筋(シナリオ)を考えるのが、PRパーソンの仕事である。

8年振りに実施したアメリカ研修旅行の成果は、現在NY編、WA編に分けて報告書を作成しており、何らかの形で報告会も実施したいと考えている。

PR先進国のアメリカに、戦術やテクノロジーでは遅れをとっていないにもかかわらず、ビジネス面では大きく遅れをとっている。国や企業の課題解決に向けて、ビジネスを進化させていく。その意志の強さに驚かされた。

頑張ろう、日本の広報・PR。



広報PRアカデミー2013

教育委員会

今年の「プロフェッショナル広報・PR実務シリーズ」の第1回「コーポレート・コミュニケーション講座」を、来る11月13日午後7時より六本木アカデミーヒルズ49にて開講いたします。

近年、企業をとり巻くステークホルダーとの良好な関係を構築するコミュニケーション活動はますます重要性を高めており、広報・PR部門は経営における中枢機能としての大きな役割が期待されています。本講座では、経営トップの補佐役として広報・PRのプロフェッショナルが身に付けておくべきコーポレート・コミュニケーションのポイントを習得します。

講師には、コーポレート・コミュニケーション研究に造詣の深い東洋大学経営学部の井上邦夫教授をお招きし、「コーポレート・コミュニケーションの概念と戦略的推進のための組織の構築」をテーマとして、重要性を高めつつあるコーポレート・コミュニケーションの概念、目的や役割、経営上の位置付け、進め方、さらに戦略的なコミュニケーション活動を推進するための組織の要件や組織作りに必要な考え方等ついてご解説いただきます。



昨年のコーポレート・コミュニケーション講座

なお、「プロフェッショナル広報・PR実務シリーズ」では、12月4日開講の「クライシス・コミュニケーション講座」、1月29日開講の「CSRコミュニケーション講座」の受講受付を開始しています。来年2月開講の「ブランド・コミュニケーション講座」、3月開講の「グローバル・コミュニケーション講座」、6ついては、準備が整い次第順次受付を開始いたします。

講座の詳細ならびに申込みについては、協会Webにおける「広報PRアカデミー2013」(以下URL)の各講座案内ページをご参照ください。

http://event.prsj.or.jp/pr-academy-2013

開講日時	講 座	講師
11月13日(水) 19:00~21:00	● コーポレート・コミュニケーション講座 「コーポレート・コミュニケーションの概念と 戦略的推進のための組織の構築」	井上邦夫 氏 (東洋大学 経営学部 教授)
12月4日 (水) 17:00~21:00	● クライシス・コミュニケーション講座「危機管理の心構えとクライシス・コミュニケーション」	田中正博 氏 (㈱) 田中危機管理広報事務所 代表取締役社長)
1月29日(水) 19:00~21:00	● CSRコミュニケーション講座 「CSRを基軸とする企業と社会の新しい関係 〜重要性を高めるステークホルダーとの双方向コミュニケーション」	齋藤哲男 氏 (立教大学大学院 21 世紀社会デザイン研究科 教授)
2月26日 (水) 17:00~21:00	● ブランド・コミュニケーション講座 (タイトル未定)	田中 洋 氏 (中央大学大学院 戦略経営研究科 教授)
3月27日(木) 19:00~21:00	● グローバル・コミュニケーション講座 「グループ内におけるグローバル・コミュニケーション 戦略」	小野豊和 氏 (東海大学 経営学部 教授)

_ 資 格 委 員 会 _

第14回PRプランナー資格検定1次試験の受験者募集受付を、12月2日(月)の午前10時から開始いたします。今回も昨年の第12回に引き続き、東京・大阪会場以外に、福岡でも実施いたします。続いて2014年5月に実施されます2次試験でも、東京・大阪・福岡で実施いたしますので、福岡近隣の方は、是非この機会をご利用いただければ幸いです。

本制度は2007年より発足しすでに12回の試験を実施、難関を突破し資格を取得した1,534名のPRプランナーが一般企業、PR会社、政府機関や自治体等で活躍しています。受験を予定されている会員社員の皆様には、早目のお申込みをお勧めいただければ幸いに存じます。併せて、受験の促進につきまして、引き続き皆様のご協力を賜りますようお願い申し上げます。

なお、1 次試験の試験日は、2014年3月2日(日)(会場:東京、大阪、福岡)となります。詳細は、日本PR協会の資格制度専用Webサイト(http://pr-shikaku.prsj.or.jp/)をご覧ください。

第14回1次試験 実施概要

試 験 日 時	2014年3月2日(日) 10:40~12:00
会場	東京会場:明治大学 駿河台キャンパス リバティータワー
	(各線「御茶ノ水駅」より徒歩3分)
	大阪会場:毎日インテシオ
	(JR「大阪駅」より徒歩約 10 分)
	福岡会場:AQUA(アクア)博多
	(地下鉄「中州川端駅」より徒歩2分)
受験応募・申込方法	資格制度 Web サイトで受験予約を行った上で申込書を郵送
受験予約期間	2013年12月2日(月)~2014年1月17日(金)
申込書送付期間	2013年12月3日(火)~2014年1月24日(金)<必着>
合 否 通 知 日	2014年3月14日(金)
	合格者のみ、3月17日(月)に2次試験受験予約とPRプランナー補認
	定申請のご案内を、別途メールにてお送りします。
受 験 料	協会会員企業社員:8,400円(受験料8,000円、消費税400円)
	一 般:10,500円(受験料10,000円、消費税500円)
	学 生:6,300円(受験料6,000円、消費税300円)

※実施会場は変更する場合がございますので、予めご了承ください。

第14回2次試験 実施概要

試	験	日	2014年5月18日(日) 10:30~15:35
会		場	東京会場・大阪会場・福岡会場
受	験	料	協会会員企業社員:12,960円(受験料12,000円、消費税960円)
			一 般: 17, 280 円 (受験料 16, 000 円、消費税 1, 280 円)
			学 生:10,800円(受験料10,000円、消費税800円)

第14回3次試験 実施概要

試	験	田	2014年7月26日(土) 13:00~16:00
会		場	東京会場・大阪会場
受	験	料	協会会員企業社員:10,800円(受験料10,000円、消費税800円)
			一 般: 12,960 円(受験料 16,000 円、消費税 1,280 円)

2013 年度「日本PR大賞 パーソン・オブ・ザ・イヤー」 「日本PR大賞 シチズン・オブ・ザ・イヤー」 「PRアワードグランプリ」 今後の予定

顕彰委員会

今年度も「日本PR大賞 パーソン・オブ・ザ・イヤー」と「日本PR大賞 シチズン・オブ・ザ・イヤー」「PRアワードグランプリ」を顕彰いたします。

「日本PR大賞 パーソン・オブ・ザ・イヤー」「日本PR大賞 シチズン・オブ・ザ・イヤー」は、プロジェクトチームの予備選考を経て絞り込んだ方々を、顕彰委員会で審議し8名に絞り込みました。11月5日、会員の皆様に受賞候補者の投票及び候補者以外のご推薦をお願いいたしました。「日本PR大賞 パーソン・オブ・ザ・イヤー」は話題性や好感度、発想の斬新さなどの観点から、経済活動、文化・スポーツ、社会、教育などの分野で、今年、情報発信など広報・PRの観点から「広報・PRに貢献した」人物を、「日本PR大賞 シチズン・オブ・ザ・イヤー」は長年にわたり、一般にはあまり知られていませんが、企業や市井で独創的な広報・PR活動を実践し、広く社会や地域或いは団体の発展に寄与し奨励に値する成果を収めた人またはグループ(NPOを含む)を選んでいただきます。

今後の進行として、11月5日に会員各位へ投票を依頼(18日締切)、11月度委員会で両部門の 候補者を最終決定し、各候補者へ折衝、12月度理事会で承認という流れで進めていく予定です。

「PRアワードグランプリ」は 10 月 31 日(木)、作品のエントリー募集を締め切り、部門審査に入ります。

部門審査は各部門(コーポレート・コミュニケーション部門/マーケティング・コミュニケーション部門/ソーシャル・コミュニケーション部門/イノベーション/スキル部門)5名の審査員で構成され、部門ごとに一同に会し、エントリーシート及び添付資料を基に審査します。

審査のポイントは、「課題の重要度または難易度・課題解決のための戦略性または独創性・目標に対する直接的成果及び間接的成果・活動内容の専門性または完成度・社会的または業界的影響力」です。この部門審査で最終審査会へ通過する各部門3作品(予定)が決まります。

最終審査は部門審査通過作品(12 作品予定)のプレゼンテーションによる審査で、12 月 3 日(火) 六本木アカデミーヒルズ 49「オーディトリアム」で行われます。

審査は外部から特別審査員(5名)と各部門審査委員長(4名)及び会員・一般審査員(公募50名程度)で行い、グランプリ1作品、最優秀部門賞4作品、優秀賞7作品を決定します。 表彰式は最終審査会終了後、同会場にて引き続き行います。

会員審査員の公募は、11 月下旬に事務局からご案内しますので、ぜひご応募ください。会員の 代理者の応募でもかまいません(1 社から 2 名に審査権が与えられます)。

皆様のご協力をよろしくお願いいたします。



PRプランナー資格認定制度 106 名の 2013 年度前期(第 12 回)PRプランナー誕生 PRプランナーは、1,534 名に!

資格 委員 会

今年7月に実施された第12回PRプランナー資格検定3次試験の合格者110名のうち106名が、 9月に行われた書類審査を経て、PRプランナーの資格を取得されました。

ここに、長期間にわたるご奮闘に敬意と祝意を表してご氏名を公表させていただきますととも に、今後のさらなるご研鑽とご活躍を期待いたします。

2013 年度前期(第 12 回)PRSJ認定PRプランナー

(50 音順/敬称略)

◇個人名、所属団体・企業名で掲載了承をいただきました方

飯島 浩子(大日本印刷㈱)

石山 智子 (エバラ食品工業㈱)

岩淵 あゆみ (㈱コミュニケーションデザイン) 植木 定史 (㈱シータス&ゼネラルプレス)

上野 愛 (パナソニック(株)

氏丸 季子 (㈱ジュピターテレコム)

大八木 元貴 (㈱電通)

尾形 賢(京都府議会議員)

貝原 亮(国立大学法人大阪大学)

笠井 弥生(日清オイリオグループ(株))

岸 晃孝 (宇宙航空研究開発機構)

香山 満 (㈱野村総合研究所)

坂口 智子(宝酒造㈱)

佐野 馨 (㈱トークス)

菅原 弘暁 (㈱オズマピーアール)

鈴川 辰男 (㈱電通東日本)

薗部 誠弥 (㈱セプテーニ)

竹之内 巴那 (エーワン㈱)

田中 克弥 (㈱NTTデータ)

辻村 健一 (㈱アド近鉄)

仲川 有香里 (㈱アド近鉄)

中路 達也 (㈱インテージ・アソシエイツ)

橋寺 由紀子

藤井 洋子 (㈱小田急エージェンシー)

牟田 真也 (㈱堀場製作所)

矢澤 建二 (小田急電鉄㈱)

山口 高史 (ニホンモニター(株))

山田 欽也 (パナホーム(株))

横尾 幸則 (㈱コスモ・ピーアール)

石黒 孝昇 (㈱サイバーエージェント)

伊藤 貴文(遠州鉄道㈱)

上原 ちひろ (㈱メモリアルアートの大野屋)

大澄 由貴(MSL Japan)

岡﨑 綾子 (帝塚山大学)

小野 純子 (㈱パルコ)

筧 将英 (㈱電通)

金子 尚 (㈱電通)

木本 恭平 (㈱電通東日本)

齋藤 邦明 (富士通エフ・アイ・ピー㈱)

櫻井 詩織 (㈱アド近鉄)

塩﨑 賢一郎 (㈱コンセント)

杉山 由記 (熱海市役所)

瀬戸 香菜子 (㈱日経BPコンサルティング)

竹内 学 (㈱新東通信)

田中 明奈 (㈱メディコ)

辻 孝憲(西日本高速道路㈱)

戸田 暢彦 (㈱NTTデータ)

長澤 彰子 (沢井製薬㈱)

韮澤 美樹 (ニホンモニター(株))

平松 和剛 (㈱電通)

三島 典 (㈱コーセー)

村勢 達郎 (㈱トークス)

山口 和也(中野製薬株)

山田 愛 (㈱セガ)

山田 聖(小田急電鉄㈱)

吉田 俊 (㈱井之上パブリックリレーションズ)

◇個人名、所属団体・企業種別で掲載了承をいただきました方

飯田優(PR関連会社) 岩渕智広(各種団体) 加藤 貴史(一般企業(広報・PR関連部署)) 小林順子(一般企業(広報・PR関連部署)) 加藤 貴史(一般企業(広報・PR関連部署)) 佐藤翼(PR関連会社) 田中友紀(一般企業(広報・PR関連部署)) 中南守(教育機関) 第中 京(教育機関) 第中 京の代表(大の他の部署)) 下部 第一条子(PR関連会社) 第中 京の代表(大の他の部署)) 第一条子(PR関連会社) 第中 京の代表(大の他の部署)) 第一条子(PR関連会社) 第中 京の代表(大の他の部署)) 第一条子(アの他の部署)) 第一条子(アの他の部署)) 第一条子(アの他の部署)) 第一条子(アの他)

◇所属団体・企業名で掲載了承をいただきました方

㈱ジェイアール東日本企画…男性1名学校法人椙山女学園…男性1名㈱セガ…女性1名パナソニック㈱…女性1名㈱ファンケル…女性1名富士通セミコンダクター㈱…男性1名富士通テン㈱…男性1名㈱マンダム…女性1名㈱良品計画…女性2名

◇所属団体・企業種別で掲載了承をいただきました方

PR関連会社…男性2名 一般企業(広報・PR関連部署)…男性2名 女性3名 教育機関…男性1名

※上記PRプランナーの皆様には、事前に掲載の承諾を得ております。

会 員 限 定

「第 12 回広報ゼミ」「マーケティング広報」をテーマに 10 月 16 日に開催

企 業 部 会

10月16 日 (水) 16 時30分から、企業部会は「広報ゼミ」を㈱ミツカングループ本社 東京へッドオフィス (茅場町) の会議室にて開催しました。

「広報ゼミ」は、比較的少人数で各社の広報活動の実態を互いに共有・研究しあうもので、今回で12回目となります。

今回の「広報ゼミ」のテーマは「マーケティング広報」で、15 社15 名の会員が参加しました。



ザ・広報/アラフォー女の孤独な挑戦 ~制作会見までの道のり~

日本映画衛星放送㈱ 営業局 広報宣伝部兼経営管理局 業務推進部 大谷 桃子

「里見浩太朗さんの特集やるんで、取材どうですか?」

私はテレビガイドの編集部にそう連絡していた。当時、ウチの会社で"広報"といえばガイド誌に放送番組を取り上げてもらうべく、編集部に取材のお願いをするのがメイン業務でした。時代劇だけを朝から晩まで365日放送している「時代劇専門チャンネル」というCS放送局の担当。俳優の特集が毎月あるわけでなく、取材のお願いも行ったり行かなかったり…。会社での存在感もなくなり、仕事のやりがいも手応えも感じず、ただなんとなく毎日が過ぎていったものです。

そんなある日、思いもよらない発表が。「自分たちで新しい時代劇をつくる———」 ものごとが大きく動き出すきっかけでありました。

最盛期には各TV局のゴールデンタイムで時代劇が放送されてましたが、視聴率の低迷やスポンサーの撤退などを理由に90年代くらいから徐々に無くなり、新しい時代劇がつくられていない状況でした。(NHK大河など一部除く)

「日本人の心のふるさとである時代劇がなくなってしまう」

それは作品そのものだけでなく、時代劇をつくるスタッフの仕事がなくなり、技術が継承されないという制作側の危機でもありました。殺陣師をはじめ、衣装や美術など"時代を再現する"職人の技が失われてしまうのです。

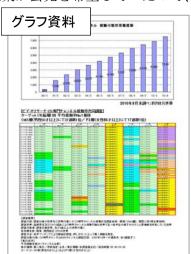
そこで、時代劇を専門で放送する唯一のチャンネルである我々が、「時代劇の灯を消してはならぬ」とばかりに立ち上がったのです。そう、昔の時代劇をただ流すだけの"再放送チャンネル"ではなく、時代劇文化を再生し、次世代に継承する役割を担う"文化発信チャンネル"へ。その思いを、活動を、どのように知ってもらうのか。さあ、"広報"の出番です。

「地上波でもなければBSでもない。たかがCSチャンネルが注目される訳がない」 「旬のタレントをブッキングしてないんだから、マスコミも来ないだろ」

一流ホテルの宴会場で大々的に「制作発表記者会見」を行いたいと伝えたところ、社長以下役員は口々にこう言いましたが、制作費を出資してくれたパートナー企業が会見を希望していたので、 社内的には厳しいなか実施することになりました。

- ・「時代劇専門チャンネル」の加入世帯数グラフ
- ・M3・F3層 (男女 50 歳以上) のCSチャンネル平均接触率ラン キング
- ・視聴者へのアンケート結果
- ・時代劇制作の激減で解散してしまった歴史的映像集団「映像京都」の説明資料

…などなど、時代劇に対するニーズがいかに高いか、そして文化 としていかに大切か、そんなことが伝わる資料をつくり、新聞社、 通信社、出版社等に各担当者が連日電話を掛け訪問して熱く語り、 記者会見への出席をお願いしてまわる日々。



それまで存在感がなかったせいか、周りはそんな私たちを「なにをそんなに」と神妙な面持ちで見ていたように思います。(いや、気付いてすらいなかったもしれません)

そして記者会見当日――。

記者も編集者も「行けたら行きます」という返事が多かったので、「半分も埋まらなかったらどうしよう」と不安と緊張感はピークに。受付はほかに任せて、別の場所で進行の打ち合わせをぎりぎりまでやっていた私は、会場に入って息を呑みました。いちばん前には一般紙や通信社の記者が詰めかけ、座り切れず壁際にもひとが溢れ、地上波民放のムービーまで入っていたのです。

「時代劇再生へ、CSチャンネルの挑戦」 「伝統継承のため、自主制作に乗り出す」

「時代劇絶滅の危機に扮するテレビ業界に、一石を投じる」





翌日から、そんな記事が掲載されはじめました。

小さなチャンネルが見出した大きな意義。「ウチの会社でもここまでやれるんだ」と、社内の意識が少し変化した瞬間でした。社内活性化をはじめ、ドラマの出演者や制作スタッフのモチベーションアップにも繋がるなど、様々な効果をもたらしました。

本作はチャンネル最高視聴率を記録、この反響を受けシリーズ化され、シリーズ第三弾はギャラクシー賞奨励賞を受賞、今年はNHK(エンタープライズ)と共同制作するなど新たな取り組みにも挑戦、チャンネルにおける「オリジナル時代劇」はブランドとして確立しつつあります。

さて、「PRプランナー」の話がまったく出て来ないじゃないか?とお思いでしょうか。 資格取得のために講座に通ったり、課題図書を読んだりしたことで、「多くの方に企業を、サービスを知ってもらうにあたり、その活動に文化的な意義を込められないだろうか」と考えるようになりました。「面白いものを提供する」という娯楽屋の本質は失わずに、映像文化を通じて社会に貢献したいという思いから、あのような記者会見の発想に至った訳です。

以前の私でしたら、「宴会場に時代劇のセットを立てたら画になりそう」とか「時代劇好きのタランティーノを呼んでコメントもらおう」とか、見せ方ばかりを考えて本質的なことには目が向かなかったと思います。

ちなみに「PRプランナー交流会」を通じて知り合った仲間とは情報交換会や勉強会(まあいわゆる飲み会)を行うだけでなく、それぞれの結婚や出産といったライフイベントにも接する機会があり、プライベートな友人として人間くさいお付き合いをしています。いまどきめずらしいくらいに熱い志を持つ愉快な仲間たちに出会えたことは、私にとってかけがえのない財産です。

そうそう。

PR協会に望むことといえば、"ハク付け"のために資格を取得した一面もありますので、「ファイナンシャルプランナー」と同じくらいの位置づけで、「おお!PRプランナーの資格お持ちなんですか~」と感心されたいですね(笑)

そんな日がいつか来ることを心から願っています!

次回は、ワインエキスパートでもある酔いどれイケ女広報、日本郵政株式会社の経営企画部門 広報部グループリーダー・和田薫氏にバトンを渡します。バブルを駆け抜けた大姐御から、いっ たいどんな話が飛び出すのか…!?



会員限定

第150回定例研究会

「カンヌライオンズ 2013」にみる戦略PRのエッセンス

一生活者の意識変革、態度変容を生み出す斬新なPR視点を学ぶ一

講師:株式会社 電通パブリックリレーションズ PRプランナー 井口 理 氏

第 150 回定例研究会 (9 月度) は 9 月 27 日 (金)、六本木アカデミーヒルズ 49 「カンファレンスルーム」で開催しました。

講師は、㈱電通パブリックリレーションズ PRプランナー 井口 理氏。テーマは「カンヌライオンズ 2013」にみる戦略PRのエッセンス 一生活者の意識変革、態度変容を生み出す斬新なPR視点を学ぶ一」。参加者は44名でした。





くコラム 関西の風>

「式年遷宮」を契機とした伊勢志摩活性化の取り組み

近畿日本鉄道㈱ 秘書広報部 課長 林 一建

古来「お伊勢さん」として親しまれ、「せめて一生に一度でも」と唄われる伊勢神宮。今年は「第62回神宮式年遷宮」が執り行われ、全国から多くの参拝者で賑わっています。

「式年遷宮」とは、20年に一度、社殿を建て替えるとともに、ご装束やご神宝を新調し、神様に新しいお社にお遷りいただく伊勢神宮最大の神事です。持統天皇4年(690年)の第1回から連綿と続けられている歴史と伝統のある行事で、クライマックスの「遷御の儀」が、10月2日(内宮)、5日(外宮)に行われました。

お社やご神宝等を 20 年ごとに一新することで、いつも変わらない姿で瑞々しさを保つという「常若 (とこわか)」の精神が、伊勢神宮には今も息づいています。この精神こそが、「日本人の心のふるさ」として多くの人々の心を惹きつけ、伊勢へと足を運ばせる所以の一つではないでしょうか。

さて、当社と伊勢神宮との関わりは古く、昭和6年に当社の前身の一つである参宮急行電鉄が、伊勢神宮への参詣路線として開通したときに遡ります。以降、当社および当社グループでは、昭和26年には賢島に志摩観光ホテルを開業、昭和45年には大阪・京都・名古屋から直通特急の運転を開始するほか、平成6年には志摩スペイン村をオープンさせるなど、伊勢志摩地域の観光開発に注力してきました。

そして、本年「第62回神宮式年遷宮」が執り行われるのを契機として、伊勢志摩地域の活性化を推進する切り札として、3月21日から観光特急「しまかぜ」を導入しました。「しまかぜ」は、「乗ること自体が楽しみとなり、旅の目的になる列車」というコンセプトのもと、全てのシートを本革張りのデラックスシートとし、展望車両やカフェ車両をはじめ、広い個室やサロン席を設けたほか、きめ細かいおもてなしができるよう専属のアテンダントも配置することで、今までにない「新しい鉄道の旅」を提案しています。

加えて、伊勢神宮にご参拝のお客様に、鳥羽・志摩地域まで足を運んでいただくことを目的に、10月5日から伊勢市駅から賢島駅の間で観光列車「つどい」を運行します。沿線の景色を楽しめるように座席を窓向きに配置したほか、地元の方々の協力のもと、地元食材を使用した一品のふるまいや、伊勢志摩の特産品を販売します。列車そのものを観光資源にすることで、「しまかぜ」とあわせて伊勢志摩方面への誘客を強化したいと考えています。

このほか、地元の方々や地元自治体と連携した観光キャンペーン「せんぐう旅博」も実施し、 20年に一度の伊勢神宮式年遷宮を契機として伊勢志摩の魅力を全国に発信しています。

今年から来年にかけては、新旧二つの御正宮を一度にご覧いただけるまたとない機会です。 是非「お伊勢さん」にお参りください。



『5年後、メディアは稼げるか』

佐々木紀彦 著 東洋経済新報社 1200円(+税)

文字と画像を同時に閲覧する革新的な Webブラウザ「NCSA Mosaic」が登場し、インターネットの商用化が始まったのが 1990 年代のなかばである。以後、20 年たらずの間に、インターネットは急速に普及し、全世界でその利用は爆発的に進んだ。今やインターネットは経済や産業、社会を支える重要な情報インフラとして支配的な地位を確立し、ネットを活用する情報の電子的な利用は一般の人々の仕事や生活において極めて当たり前の時代となっている。

情報技術の発達は経済や産業に大きな革新をもたらしたが、その影響を大きく受けた産業のひとつはメディアだろう。本書『5年後、メディアは稼げるか』の著者で、「東洋経済オンライン」編集長の佐々木紀彦氏はこの影響について、「この大波は、明治・大正期以来の、100年に一度の大変化」と断言し、「これから5年間で、日本のメディア業界が激変する」と確信する。本書は、このような確信に至った佐々木氏の知見を著す書籍である。



本書において、佐々木氏は現在から5年後の「メディア新世界」を予測し、メディアの主力となるWebメディアの特性や可能性、構築すべき収益性のあるビジネスモデル、そしてその世界で活躍する人物像などについて、序章を含む5章にわたって提示する。

序章では、現在のメディア事情と対比させながら、5年後のメディアの世界を大胆に展望する。 それはメディアの「未来予想図」であり、そこに至る設計図が続く各章で描かれることになる。

まず第1章は、「東洋経済オンライン」創生の取組みからWebメディアの特性が雑誌や新聞の特性とも比較されながら分析され、新世界の主力メディアとしてWebメディアが成功するための条件が探られる。

続く第2章では、日本より先に大変化を迎えた米国のメディア状況や、電子メディア化に向けて血みどろのトライアンドエラーを重ねたメディア各社の取組みを解説する。特に多くの血を流して活路を開いたとされる「ファイナンシャル・タイムズ」「ニューヨーク・タイムズ」「アトランティック」「フォーブス」の取り組みに関する分析が興味深い。

第3章では、収益性とオープン性(ページビューの多少)との相関から現存する様々なWebメディアを分類し、タイプ別に収益モデルを分析する。そして、広告や有料課金などマネタイズ(儲け方)の仕組みを検討し、先行するネット企業の取組みもヒントとしながら、ビジネスモデルの確立にとって最も重要な有料課金を成功させる条件を3つ示し発展を望めるメディア像を探る。

最後の第4章では、Webが基軸となる新たなメディア状況を迎えた時、生き延び成功するメディア人の資質、能力について示される。多彩なメディアの特性を理解し、使い分けや組み合わせを自在に行えるマルチロールプレイヤー能力、Webを活用するテクノロジーの理解と活用の能力、ビジネス・センス、最低3つの得意分野を持つゼネラリスト、国際的能力、孤独に耐える力、教養センスなどが重要とされ、特定分野の専門知識、個別のメディアに特化した能力が重視された従来のメディア人物像とは異質な人材こそ新世界で活躍するにふさわしいと説く。そして、これからのメディア新世界を創造する主役としては、従来のメディアの常識や価値観に毒されていない30代以下の年代に期待を寄せる。

若年層では新聞購読率が著しく低下し、毎日の業務にパソコンは不可欠なツールとなり、生活にはスマホやSNSが手放せなくなる今、人々を取り巻くメディア状況の変化は誰しもが感じ、これからもさらに大きな変化を予感している。しかしメディア業界の将来像を予見し、そこで生きる人々に自己改革の指針を提示する研究や刊行物はほとんどみられないのが現状だ。

そんな中で、現在を「100 年に一度の大変化」の時期と位置付け、メディアの世界の 5 年後を 大胆に展望し革新の方向を示唆する本書は貴重である。はたしてメディア業界が本書の予見通り になるかは不明だが、佐々木氏が示す幾多のポイントは中長期的に現実化するメディアの新時代 を読み解く手がかりとして極めて有意と思われる。

さて、広報・PRの世界においても、メディア業界の大変動を対岸の火事と見過ごすことはできない。なぜなら、広報・PRの主要領域であるメディアリレーションズは、様々なステークホルダーへ情報を伝達する文字通り「媒体」としてのメディアを通じたコミュニケーション活動であるからだ。

メディア状況の変化は、PR業のビジネスモデルをはじめ、広報・PR活動の内容、広報・PR業務に携わる人々の考え方や能力開発などにも大きく関わってくるだろう。本書の姉妹編として、『5年後、広報・PRは稼げるか』といった書籍を、先見の明のあるどなたかに著してほしいものである。

11月13日開催の「第152回定例研究会」では、本書の著者である「東洋経済オンライン」編集長の佐々木紀彦氏に、以下のテーマでご講演いただきます。

「東洋経済オンライン」の野心的挑戦 ~新時代をリードするビジネス・メディアの将来像を探る~」

ご興味のある方は、協会Webの定例研究会のページから聴講をお申込みください。 http://event.prsj.or.jp/teirei



当協会個人正会員Bの山見インテグレーター㈱ 山見 博康氏が「小さな会社の広報・PRの仕事ができる本」を 11 月 1 日に発刊 1 人から 100 人に満たない会社の為の広報実践指南書

個人正会員Bである山見インテグレーター㈱ 代表取締役 山見 博康氏が11月1日に16冊目となる小さな会社に特化して、1人からでもできる「小さな会社の広報・PRの仕事ができる本」を発刊しました。

本書は、著者が大企業から転身し、中小企業向けの小さな経営コンサルティング会社に出向して数百人の中小企業経営者に広報指南、そのノウハウを蓄積して独立した後、長年コンサルティングで実践蓄積した知識・ノウハウを総合的に熟成したエキスを網羅しています。小さな会社に役立つ実務書として、独自の表現で表した詳細で具体的実践的な内容が詰まった本です。初心者のためにプロセスとして理解できるようわかりやすく解説しています。

原則として次の3点があります。

- 1. 顧客価値のない会社は、記者に喜ばれない
- 2. 記者に喜ばれない会社は、記事にならない
- 3. 記事にならない会社は生き残れない

また、本書は報せなければ買っていただけない、買っていただけないのはライバルよりも、報せる努力が足りない!ことを肝に銘じて、取り組む人達のために

- 1. 本書を読めば、小さな会社の初心者にも広報の本質が簡単に学べる
- 2. 本書を使えば、どうしたらニュースネタを発掘し、それをメディアに売り込むかが判る
- 3. 本書を活かせば、実践的に充実できる

以上の通り、小さな会社のための広報実践指南書です。

広報を兼任することになった営業や総務担当者、これから広報に取り組みたい小さな会社の経営者、メディアに露出して知名度を上げたい小さな会社、小さな会社向け広報のテキストを探している人等にぜひお読みいただきたい1冊です。

地方紙・地方局を含むテレビ・新聞・雑誌等、メディア幹部からのアドバイスや連絡先(電話・FAX)も付いていますので、メディアリストも作成できます。巻末に小さな会社向けサービスを提供するPR会社のサービス内容リストもあります。

<書籍データ>

『小さな会社の広報・PRの仕事ができる本』(並製、A5判、256ページ)

著 者 :山見 博康

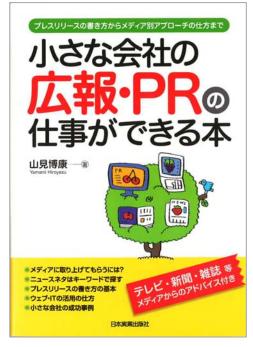
出版社 : 日本実業出版社 発行年月: 2013 年 11 月 1 日

価格:1,800円(税別)

※この件に関するお問い合わせは下記にお願いいたします。

山見インテグレーター㈱ 山見 博康

TEL: 03-4360-5424 Email: yamami@yico.co.jp



PRSJ in Media

● 10月1日(火) 『月刊広報会議』11月号

『月刊広報会議』11月号における当協会の連載コラムに、当協会が実施した「広報・PR業実態調査」にもとづく記事が掲載されました。

本記事は、当協会の調査にもとづき広報・PR業各社の主要業務の動向について触れたもので、特に「ソーシャルメディア関連」「マーケティングコンサルティング」「危機管理」など増加傾向にある業務として取り上げられています。また、2020年の東京オリンピック招致成功が、今後、スポーツマーケティング、企業ブランディング、記念商品に関連したマーケティング・コミュニケーション、観光イベントやキャンペーンに好影響を与えることに触れるなど、興味深い予想が示されています。

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

EX- μ mail@prsj.or.jp FAX 03-5413-2147

※ 禁転載