

社会の変化に対応する状況判断、
戦略的・横断的な発信を学ぶ

企業広報講座

【東京会場(南青山)開催&オンライン開催】
第20期 2023年11月17日(金) 1日集中

コロナ禍で社内の情報伝達を見直しているが、
対象範囲が広く、どこからどのように
手をつけていくべきか…

事業領域が広がる一方で、メディアには
ひと昔前のイメージを持たれたまま…

規模の割に知名度が低く、
採用に優秀な人材が集まらない…

M&Aなどでグループが急拡大。
しかし社員は別会社のように振る舞い、
一体感をうまく醸成できていない…



企業

- ・本社/ホールディングス
- ・グループ企業
- ・買収企業
- ・支社



社員

- ・カリスマ社長
- ・名物担当者
- ・グループ企業の社員



事業

- ・知名度の高い商品
- ・新規事業
- ・創業者の事業

社員に自社のいいところと聞くと、
真っ先に事業の優位性をあげる。
自社の歴史や社風があってこそ
実績だと言わせたい…

企業名は知らないが、商品名を話すと
「あー、御社でしたか!」と言われることが多く、
有名商品以外のセールスに苦戦している…

企業広報

選べる受講形態!

東京会場(南青山)
or
オンライン(ZOOM)

満足度
4.56 / 5点

[Q]実務に活かせるかと思うか
に対する回答として

社外広報

社内広報

経営企画

総務

担当の方向け

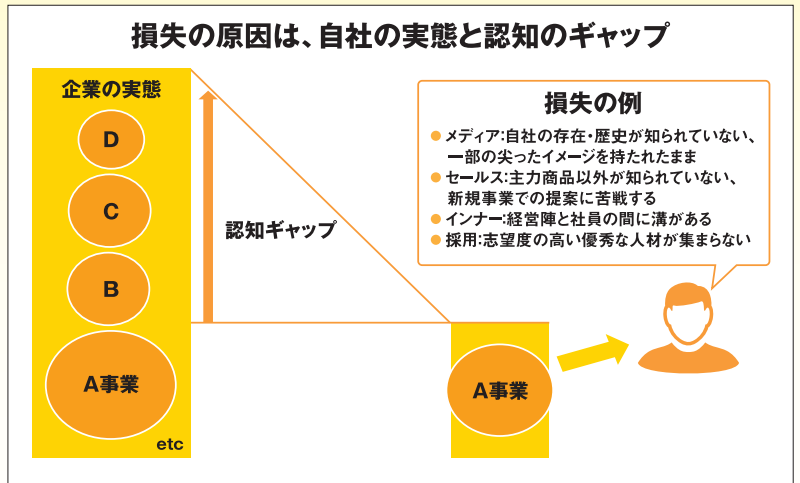


写真提供 Shutterstock

個別に案件をこなす広報から、自社全体をマネジメントする広報へ。
百戦錬磨のベテラン広報責任者たちが明かす、
目標設定、戦略立案、実践ノウハウを学ぶ。

経営陣と事業部が気付いていない自社の隠れた損失 問題が起きてから取り沙汰されても手遅れ…

社外を向いた事業部に紐づく報道対応、社内に向けた社内報作成など、広報業務は際限がありません。本来企業の顔を示し価値向上を図る広報であるはずが、目の前の業務に追われ、望んだ成果を生まないことが少なくありません。「商品認知の割に、社名が知られていない」、「業界では優良企業として有名なのに、新卒採用では苦戦する」、「社員は部門に帰属意識を感じ、自社の全貌を理解していない」といった結果を目にして初めて損失を感じるものです。こうしたなか、先進企業はいち早く自社の広報活動の損失に気づき、業務改善で企業広報の機会を逃さない施策を講じています。そこで宣伝会議は、社員の自社への理解を高め、社外との適正な関係性と企業価値をマネジメントするための「企業広報講座」を開講いたします。



いつもの広報の延長上に ギャップを埋める解決策はない

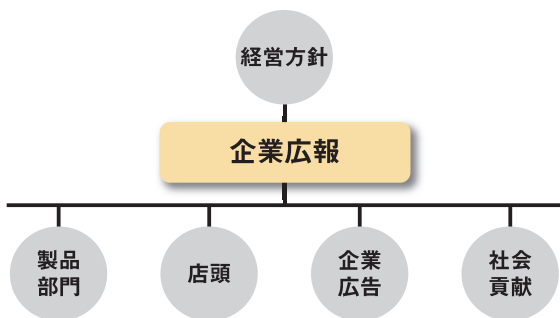
企業情報の公表、新商品の発表、コーポレートサイトの更新、社内報の発行…。以前にも増して広報担当者の業務は幅広く、量も増えました。だからといって、一つひとつの業務をやらないわけにはいきません。しかし、案件ごとに「このくらいやればよい」とこなすだけでもいけません。多くの担当者が体感している損失の元凶は、ルーティンワークのように案件ごとに個別対応を続けてしまうところにあります。

明確な目的を持ちギャップを埋める “企業・事業・社員”を束ねる企業広報

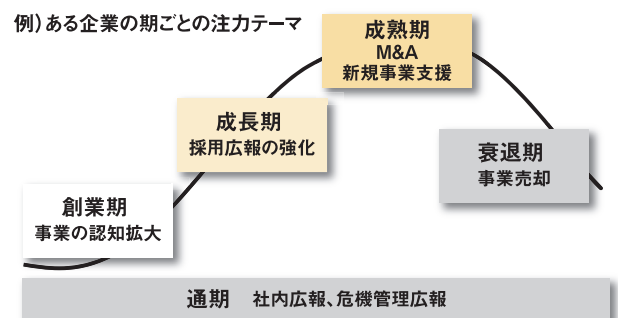
先進企業の広報担当は、個別最適よりも全体最適を目指しています。だからといって何か特殊なことをしているわけではありません。年間を通して何に取り組むべきかを俯瞰し、全ての案件に対して必ず統一すべき基準と、なぜそうすべきか明確な根拠を持っています。講義では、ベテラン責任者の実体験を包み隠さず紹介し、どのようにして企業・事業・社員を束ねることに成功したのかを学びます。

講座のポイント 企業広報の目指すべき姿、担当者がやるべきことをはっきりさせる

経営方針と事業部・社員をつなぐハブになる



広報目的と企業の成長ステージの関係を押さえる



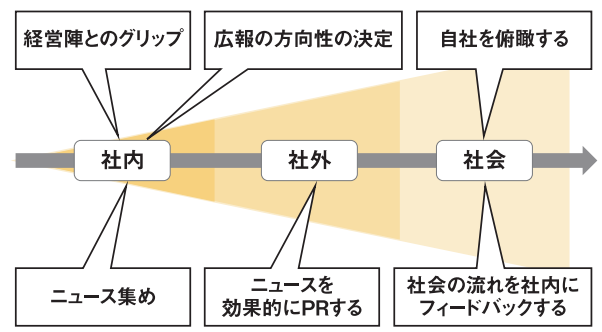
ステークホルダー別の優先順位を知る

		浅い関係性	
社内	OB、社員の家族	生活者、地域住民、リクルーティング	社外
	経営陣、社員	メディア、取引先、投資家	
		深い関係性	

社内側の特徴: 企業理念や事業への理解・共感 (社内側); 経営者の考えをタイムリーに伝達、経営者と社員の対話促進 (社内側)

社外側の特徴: 企業や事業への認知獲得、業界人気企業としての理解獲得 (社外側); 自社を選び続けてもらう関係構築 (社外側)

ベテラン広報が実践するノウハウを取り入れる

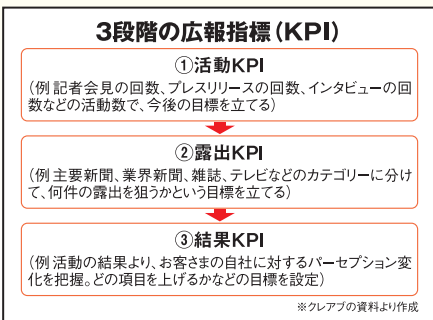
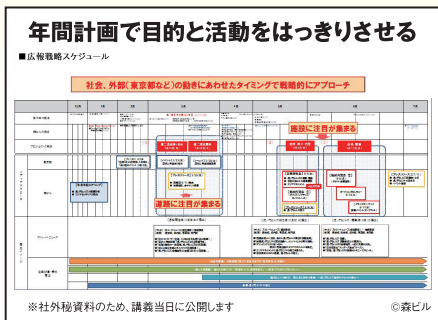


理論やフレームワークだけでなく、誰もが知る実例を通して、 企業広報の手法と実務への応用方法を習得します

広報戦略の設計

ルーティン業務では決して磨かれない、 目標設定、戦略立案の方法

企業広報は、自社の経営ステージや組織体制によってあるべき姿が異なります。その違いを理解したうえで、今いる位置と目指すべき目的地を整理することが必要です。そのために広報戦略を立案します。単なるスケジュールの羅列にせず、年単位でグループ企業の動きを俯瞰し、メディア露出の拡大と、社内の求心力を高めることを両立させることが重要です。また、計画にあたって、過去の実績を振り返ることになり、活動の精度を高めるヒントを抽出することにもつながります。講義では、広報計画を机上の空論にしないための立案ノウハウと、計画をもとに味方を増やすテクニックを学びます。



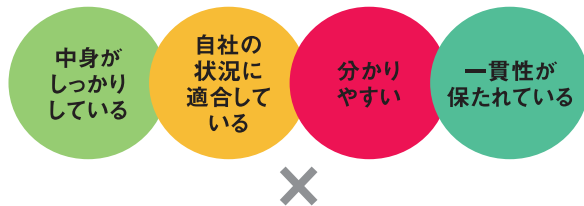
- ベテラン担当者の教訓**
- キチンとメディアリストを積み上げておく
 - 社内各署と関係構築に励む
 - どのプロジェクトもストーリーを考慮して準備する
 - 発信すべきメディアを選定し的確な情報発信を行う
 - 常にアンテナを広く貼っておく
 - 達成できなくても、前年を上回る成果を残す
 - 日ごろからセンスを磨く
 - 引出を多く持ち、対話を磨く
 - 日ごろから体力をつけておく
 - すぐにへこたれない強い精神力を鍛える
 - 自身し将来像についてイメージを明確にする
- etc...

社内広報

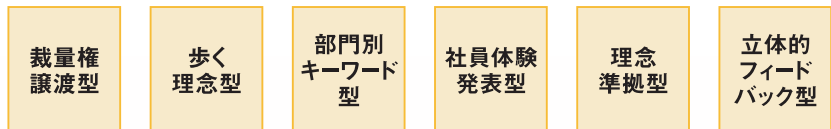
お題目でなく指標になる、 社員が自社と自分の関わりを検証する仕組みと施策

企業広報は、まず社内に目を向ける必要があります。社員が企業の顔として社会と接点を持つからです。自分の言葉で「自社のどこに、自社らしさを感じるのか」を話せることが望まれます。しかし、こうした「らしさ」を業務で考える機会は限られ、その象徴であるトップメッセージや企業理念は必ずしも分かりやすく同じイメージを共有できるものとは限りません。当たり前のため明文化されていない場合すらあります。先進企業は、これらのメッセージの策定を広報担当が主導し、社員が共有できることはもちろん、その言葉で社員が自分の業務と方向性を検証できる仕組みをつくっています。こうすることで全社員を同じ方向に導き、企業の顔としての広報マインドを醸成しています。講義では、実例を通し戦略的なメッセージ策定と浸透施策プロセスを学びます。

伝わるメッセージの4原則



グループ内浸透の6タイプ



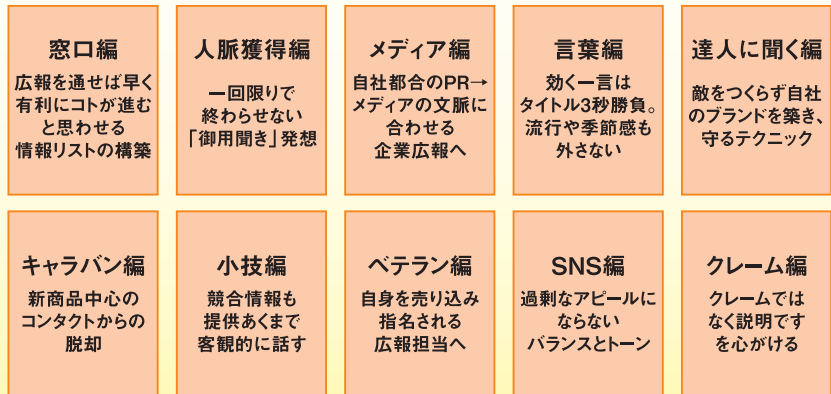
※月刊「事業構想」14年5月号 強い企業理念を参考に作図

社外広報

攻めと守りで企業の顔を崩さないために 企業・グループ体としての社外リレーションマネジメント

企業広報は、商品PRや事業広報と違い、あらゆるメディアやステークホルダーが広報対象です。また、記者や生活者のなかには、「広報担当は企業グループの代表者、その人の人柄や素行に社風や将来性が見て取れる」といった考えを持つ人は少なくありません。そうした社外のプレッシャーと、社内の未発表の情報などをしかるべき時期まで公表できないもどかしさ、抱え込む責任は大きくなるものです。また、予期せぬ危機への対応も企業広報の業務領域です。どう統制するか、日ごろの準備なしには機能しません。講座では、ポジティブと言えども気が抜けない対応、起きた危機で企業の評判を損なわないよう指揮をとった実担当者から、生々しい実例を通し社外広報のマネジメントのあり方を学びます。

リレーションマネジメントの10テクニック



etc...

カリキュラム

時間	テーマ	講義内容	講師
10:00~12:00	戦略的広報を学ぶ — 企業広報が担う役割 —	メディア・リレーションの基本 / 社内の経営課題を常に理解する / ネガティブ報道が出て怒ってはいけない / どうすれば良い記事を書いてもらえるか / メッセージハウス / 年間メディア露出活動スケジュール / 苦しい時も知恵をしぼる / 外部エージェンシーをどううまく使うか / 自分たちに欠けていることは何かを自己分析 / PDCAを回すのは、社内ですでにできない	安江 邦彦氏
13:00~15:00	企業事例① スクウェア・エニックスの 企業広報	広報の目的 / 企業広報と商品広報のバランス / リリースー辺倒からの卒業 / 受け身ではメディアが出したい情報しか出ない / PR会社からの卒業 / 組織で育てる広報担当者 / 愛される広報担当者の素質とスキル / 企画書の廃止 / 引き算で考える広報	野原 和歌氏
15:20~17:20	企業事例② 「都市を創り、都市を育む」 森ビルの企業広報	事業を超えた企業の社会的意義 / 広報コンセプトを固める / 未来を見据え時代をリードしていくストーリーを描く / 一般の人が身近に感じるレベルにコミュニケーションを落とし込む / 世の中に最も響く切り口、タイミングで発信する / 欠かせないメディアとのコミュニケーション / 「報道レピュテーション」の測定で社内理解と担当者のモチベーションアップ / 採用広報との連携	野村 秀樹氏

※日程・カリキュラム・講師は都合により変更となる場合がございます。

あらゆる広報業務を経験した現役ベテラン担当者による講義

危機管理広報のエキスパート
20年以上のジャーナリスト経験で培った
メディアから取材される企業広報のノウハウを伝授!

クレアブ株式会社
シニア・ディレクター
安江 邦彦氏

20年以上務めたジャーナリストの経験を活かし、実践的なコーポレート・コミュニケーションの支援を担当する。1997年から読売新聞で、政府の政策や上場企業の活動・不祥事など幅広いテーマの取材に従事した。約4年間駐在した米国では、米コロンビア大東アジア研究所の客員研究員勤務を経てワシントン特派員を務め、主に経済情勢や政策について報道。帰国後は経済報道全般の編集業務をてがけた。クレアブに参画する前には、広報コンサルティング会社で、企業の危機管理広報を中心とするコンサルティング業務を担った経験も持つ。早稲田大学政治経済学部卒。

型破りな活動で成果を一新
既成概念にとらわれない
敏腕広報責任者

スクウェア・エニックス・ホールディングス株式会社
広報室長
野原 和歌氏

2000年ロンドン大学大学院を卒業。プライダル事業等を運営するノバレーゼで広報・宣伝、ブランディング、CSRなどを担当。会社創立初期から東証一部上場まで、中核メンバーとして事業拡大を担う。2015年2月に菓子・食品事業のカルビーに入社、入社1年目にしてカルビーのメディア露出量(社内調べ)を過去最大化させる。広報課長として社内外への情報発信プログラムを企画・活性化し、同社は2018年に経済広報センターの「企業広報大賞」を受賞。2018年9月から日本を代表する世界的ゲーム会社の、スクウェア・エニックス・ホールディングス及びスクウェア・エニックスの広報責任者を務める。

都市再生事業や虎ノ門ヒルズ開業等
企業理解を得るための広報に尽力
企業広報大賞を受賞!

森ビル株式会社
特任執行役員 広報室長
野村 秀樹氏

1994年、森ビル株式会社入社。営業企画グループ(オフィス、レジデンスの商品企画・マーケティング担当)を経て、97年に広報室へ。2008年7月 広報課長、10年3月 広報室長、22年6月より現職。経済広報センターによる「企業広報賞」において、2014年には会社として「企業広報大賞」、2018年には個人として「企業広報功労・奨励賞」を受賞。

受講者の声

やらなければいけないこと、目指すべき姿が明確になった。これまで手探りで業務をしてきたが、本日を起点として自分自身も戦略的に仕事に取り組んでいこうと思う。質問の時間を多くいただけて有難かった。企業の大小にかかわらず役立つと思う。
インフラ 男性

上層部の露出を効果的に行う方法や、メディアとの関係構築、社内広報など、裏話的な部分まで包み隠さずお話がありとても良かったです。各部署に転がっている広報チャンスにアンテナを張り、巻き込み巻き込まれて楽しくやっていたいかなかと、励みになりました。
観光 女性

事例企業の広報活動が注目を集め印象に残るのは商品の親しみやすさが大きな理由だと感じていましたが、本日お話を伺って、活動のベースにしっかりと「ストーリー」があるからだと理解できました。目標設定・数値の考え方が非常に参考になりました。
個人 女性

講座概要

- 開催日程：2023年11月17日(金) 10:00~17:20 ●講義形式：東京会場(南青山)開催&オンライン開催 ※ZOOMを活用予定
 - 受講料金：54,000円(税込 54,900円) ※申込金5,000円(税込 5,500円)を含みます
 - 受講対象：企業の広報担当者、またこれから広報業務に従事する方
企業経営に、広報の視点を取り込み企業成長をお考えの経営者の方、またそれに準ずる方
- ※本講座の内容を社内研修としてご提供することも可能です。 問合せ先：メール info-educ@sendenkaigi.com

お申込みはWebから またはこちらまで
FAXにてお送りください

▶ 03-3475-3033



- 広報会議 年間購読なし 54,000円(税込 54,900円) ※申込金5,000円(税込 5,500円)を含みます ▶本講座受講料のみ
- 広報会議 年間購読パック 67,091円(税込 73,800円) ※申込金5,000円(税込 5,500円)を含みます ▶本講座受講料+「広報会議」年間購読受講生割引(20%オフ)

※「広報会議」はお申込みいただいた日の翌月1日から下記ご住所まで配送いたします。(月末お申込の場合、数日遅れる場合がございます)

お申込み情報 企業広報講座 申込者様 派遣責任者様	会社情報	会社名	TEL
		住所	
	申込者様	氏名	所属部署 役職 生年月日
		Eメール	
派遣責任者様	氏名	所属部署 役職 生年月日	
	Eメール		
申込形態		①企業申込 (請求書を発行します)	②個人申込
		宣伝会議からの情報 ①いる ②いない ③すでに届いている	

お振込み先 三菱UFJ銀行 青山支店 普通 1145602 口座名義：株式会社宣伝会議

※受講は受講者本人に限ります。他人に貸与・譲渡することはできません。尚、同一の講座を別々の方に受講いただくことは禁止としております。※お申込み後のキャンセルは原則承っておりません。※万一、受講前に受講予定の方の参加ができなくなった場合は、事務局までお問合せください。同一講座の受講中において、参加者の途中変更はできません。※一旦納入された申込金・受講料は、受講前・受講途中にかかわらず、いかなる理由であっても払い戻しや次期への振り替えはできません。※天候不順によるアクシデントや講師の都合、受講者数が一定数を下回った場合等、諸事情により直前に開講日程が変更・中止となる場合がございます。その際、交通・宿泊費等の保証はできかねますのでご了承ください。※弊社と発注者は互いに暴力団、及びその他の反社会的勢力に該当しないことを表明・確約します。万が一、上記に反していることが判明した場合には、直ちに無条件で本契約を解除します。※弊社と同様の教育講座を開催している企業、人材紹介業、受講生への営業・勧誘等を目的とするご受講等に関しましては、審査の上、お申し込みをお断りする場合がございます。また、お申し込みから審査までの間に、ご請求書類の発送など、決済処理の進行が行われる場合がございます。あらかじめご了承ください。※本申込書により宣伝会議が取得した個人情報を受講手続きや各種連絡、講座運営、ダイレクトメールなどの方法で出版物や講座、イベントのご案内等をお送りするために利用します。プライバシーポリシー(https://www.sendenkaigi.com/privacy/)をお読みいただき、同意の上、お申し込みください。

お問合せ

株式会社宣伝会議 〒107-8550 東京都港区南青山3丁目11番13号
TEL：03-3475-3030 E-mail：info-educ@sendenkaigi.com www.sendenkaigi.com/class/

