

ただの「機能としての広報」ではなく、
世の中を動かす「攻めのPR」へ

PRプロフェッショナル講座 本田哲也クラス

本質的なPRを学び、
広告ではどうにもならない状況を、
解決する糸口を見つけない

世の中を動かす、
影響力の強い施策を考えられる
力を身に付けたい

従来施策の縮小再生産の
ループを打破するための新しい
PR戦略を打ち立てたい…

PRを武器に
経営にインパクトを与える
施策を考えたい

施策と売上の関係を
説明する必要がある…

このような方におすすめ

- 広報担当者
- マーケティング担当者
- 広報・PR会社の
プランナー・クリエイター
- 事業担当者

本田哲也氏

株式会社本田事務所
代表取締役 / PRストラテジスト

「世界でもっとも影響力のあるPRプロフェッショナル
300人」にPRWEEK誌によって選出された
日本を代表するPR専門家

日本を代表するPRストラテジストが語る
行動を変える“PR”の真髓とは？

定型業務を繰り返すことがPRではない、 戦略的に世の中を動かす技術を学ぶ

生活者の情報接点は多様化を極め、企業の一方的なメッセージはますます生活者に届き辛い状況にあります。そんな中でも、その突破口が見当たらず従来通りのコミュニケーション戦略を取り続けている企業は少なくありません。従来型の「守り」の広報活動はできても、自社から仕掛ける「攻め」のPR活動のノウハウが足りないためです。

本講座では、日本を代表するPRストラテジストの本田哲也氏が著書『戦略PR 世の中を動かす新しい6つの法則』、『パーセプション 市場をつくる新発想』、『ナラティブカンパニー 企業を変革する「物語」の力』の3冊を題材に、商品そのものにフォーカスしたPR活動ではなく、世の中の時流と商品をつなぐ世論を作り出し、その盛り上がり商品販売に落とし込む手法を構造化して集中講義。実際の事例を分析しながら「社会関心と商品のつなげ方」や「パーセプションの作り方」など、“世の中視点”を身に付け、戦略的に情報の流れを生み出すスキル、ナレッジを身に付けます。

講座のポイント

Point 1

**関心を持たれずに終わる“PR風宣伝”に陥らない。
生活者に深く届き、行動を変える“戦略PR”の真髄を学ぶ。**

生活者が行動を起こすPRを行うためには、世の中の関心ごとを掴み、商品とのつながりを創出することが重要です。しかし、予算や期間が限られている中では、社会やターゲットのインサイトを深く捉えきることができず、結果的に安易な“PR風の宣伝”を行ってしまうことがあります。そこで本講座では、効率的に、効果が期待できる“戦略PR”を作り上げるためのノウハウを学びます。全4回の講義は、すべて一人の講師が行うため、部分最適としての専門知識ではなく、それらをつなげる線、面としての実践知を身に付けられます。

Point 2

**自社の商品やブランドにとって
ベストな社会の関心を逃さないスキルを身に付ける。**

「世の中の関心を掴む」と一言で言っても、その関心は大小さまざまです。“地球環境”のような大きすぎるテーマでは、生活者との距離が開きすぎていて行動を促すには至りません。一方で、テーマを絞りすぎて“個人の悩み”にまで落とし込んでしまえば広がりが期待できません。本講座では、生活者との距離を近づけつつも深い関心を見つける手法を、事例の分析を通じて理解します。

Point 3

**消費者との関係がフラットになるメタの時代に、
ブランドの芯を守りながら顧客の信頼を獲得する。**

現代の消費者は、SNSを通じて、企業に対して直接フィードバックを行うことができます。こうした状況下で、ブランドの芯を守りながら、消費者との関係をフラットに保つことは容易ではありません。ブランドの芯を守るために、企業は自社のパーパスを明確にし、製品やサービスに関する情報を裏表なく伝えることが必要です。本講座では、守るべき企業ブランドを保ちながらも時代の潮流や顧客の要請に応えることで、ブランド好感度を高め、売上を伸ばす方法を学びます。

この講座で得られるもの

- ✓ 社会の動きを商品と紐づける、PR発想のマーケティング術を身に付ける。
- ✓ 社会の関心ごとを掴み、生活者の行動変容につながる強いメッセージの作り方を学ぶ。
- ✓ 企業発信の押し付けと捉えられない、顧客主体で語られるナラティブ創造の技術を学ぶ。
- ✓ 売上にインパクトを与える戦略PRを体系的に理解し、施策を講じる道筋が見える。
- ✓ ブランドを保ちながら新規顧客を得るための“認識”の変え方を理解する。

01 【戦略PR】

戦略立案の5ステップのポイントを押さえ、ステークホルダーと良好な関係を構築する戦略PRを理解する

インターネットやSNSの普及により情報収集が容易になったことで、より多くの人々が企業やブランドに関心を持ち、影響を与えることができるようになりました。そのため、企業やブランドはステークホルダーとの関係を構築・維持することが不可欠となっており、PRはますます重要性を増しています。しかし、人を動かすためのPRはアンコントロールな領域に踏み込むため、生半可な施策ではリスクが目立ってしまいます。そこで本講座では、反響のあった事例の分解や商品につながる適切な関心テーマを見つけるフレームワークを通じて、“戦略的”にPRを仕掛けるため技術を身に付けます。

戦略PR

そもそもPRの役割とは何か？

“パブリックリレーションズとは、組織体とその存続を左右するパブリックとの間に、相互に利益をもたらす関係を構築し、維持するマネジメント機能である。”

——『体系パブリック・リレーションズ』（米園）より

“メディア露出”ではなく、**関係性のマネジメント**

02 【パーセプション】

PRで好ましい認識(パーセプション)を獲得する術を学ぶ

生活者から好ましい認識を獲得することは、誰も発信者になり得る現代において重要な課題です。しかし、武勇伝のような主観的なコミュニケーションでは、かえって心理的な距離が離れてしまうこともありえます。好ましい認識を獲得するためには、まず自社の認識を客観的に把握することが重要です。そこで本講座ではパーセプションを形成する5つの要素や、パーセプションを活用する「つくる、かえる、まもる」の3つのポイントに焦点を当て、事例を通じて解説していきます。パーセプションを理解することで、商品自体は変えずに大きな売上増加を実現するなど、新たな施策の幅が広がります。

パーセプション

「みんな知っている」だけでは、モノが売れなくなった

- ✓ 認知度は100%近いのに、なぜ売り上げが上がらないのか
- ✓ 歴史あるブランドが、どう2世代にアピールすべきなのか
- ✓ 社会の中で、ブランドの存在意義をどう定めればよいのか
- ✓ スタートアップは、とにかく広告で認知度を高めればよいのか
- ✓ 新しい市場をどうやって生み出せばよいのか

時代の変化により、これまでになく
消費者からの**認識を把握する**ことが求められる

03 【ナラティブ】

記憶に残る共体験を創出することで、行動を促すナラティブを理解する

ナラティブとは、「物語的な競争構造 = 生活者と共に紡ぐ物語」です。コロナ禍によって、人々の生活様式は様変わりし、価値観の多様化が一層進みました。そんな現代だからこそ、人々が記憶に残る出来事や感情を共有する共体験の価値は向上しています。そうした中で、ナラティブによる“語り”はブランドと消費者の間に深く持続的な結びつきを実現します。この講座では、効果的なナラティブの起点設定、そして物語の力によって行動を促す方法を学びます。この概念を理解することで、コミュニケーション施策全体の捉え方も変わり、質が向上するはずです。

ナラティブ

“ストーリー”と“ナラティブ”の違いは何か？

	Narrative	Story
起点		創業者や企業の思い
演者	・あなた（生活者）	・企業やブランド
時間	・常に現在進行系 ・「これから起こること」を含めた未来の話	・始まりと終わりが存在する ・起承転結型
舞台	・社会全体	・その企業が属する業界や競合環境

共通点は起点が
「創始者や企業の強い想い」であること

カリキュラム

時間	テーマ	講義内容
約80分	戦略PR 伝わる「空気」のつくりかた	そもそもPRとは何か? / 戦略PR 事例紹介 / 戦略PRの戦略策定5ステップ
約80分	パーセプション 市場をつくる新発想	パーセプションとは何か / パーセプションを形成する5つの要素 / パーセプションを「つくる」事例 / パーセプションを「かえる」事例 / パーセプションを「まもる」事例 / なぜ今パーセプションなのか?—3つの理由
約80分	ナラティブカンパニー 企業を変革する「物語」の力	ナラティブとは何か? / ナラティブの「起点」を定める(パーパスの設定) / ナラティブを「描く」(ナラティブスクリプトの作成) / ナラティブプランニングの実例 / なぜ、いまナラティブが求められるのか?
約80分	【特別対談】 株式会社博報堂ケトル 嶋 浩一郎氏	Cannes Lionsで見る、海外のPR事例 / 海外事例からキーエッセンスを抽出する / イケてるPRパーソンのコンピテンシーとは何か?

※講師・カリキュラム・時間は変更になる場合がございます。予めご了承ください。

講師プロフィール



本田哲也氏

株式会社本田事務所 代表取締役 / PRストラテジスト

「世界でもっとも影響力のあるPRプロフェッショナル300人」にPRWEEK誌によって選出された日本を代表するPR専門家。世界的なアワード『PRWeek Awards 2015』にて「PR Professional of the Year」を受賞。1999年に世界最大規模のPR会社フライシュマン・ヒラードの日本法人に入社。2006年、スピンオフのかたちでブルーカレント・ジャパンを設立し代表に就任。09年に「戦略PR」を上梓し、マーケティング業界にPRブームを巻き起こす。P&G、花王、ユニリーバ、アディダス、サントリー、トヨタ、資生堂など国内外の企業との実績多数。19年より、株式会社本田事務所としての活動を開始。外務省のアドバイザーやJリーグのマーケティング委員などを歴任。海外での活動も多岐にわたり、世界最大の広告祭カンヌライオンズでは、公式スピーカーや審査員を務めている。

講座概要

- 受講形態：宣伝会議オンライン内でオンデマンド配信 ※お申込日から60日間視聴可能。視聴期間内であれば、ご自身の自由なタイミングで視聴できます。
- 受講料金：90,900円(税込 99,990円) ※申込金10,000円(税込 11,000円)を含みます。
- 受講対象：事業会社のマーケティング部や広報部の部課長クラス、広告・PR関連会社のプランナー、PRプロフェッショナルとして、「経営にインパクトを与える施策を考えたい」という想いのある方

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



WEB申込	すぐ受講いただけます
FAX申込	受講環境の設定に関する手続きのため 1週間ほどお時間がかかります

PRプロフェッショナル講座 お申込者情報記載欄 本田哲也クラス	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 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 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ません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・誓約します。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。※本申込書により既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 educ.sendenkaigi.com/class/

