

2014年4月

『広報の学校』
メディア対応能力・広報実務知識を体系的に修得
対外広報（メディアリレーションズ）実務講座のご案内
全 21 講座、5 月 20 日（火）～11 月 11 日（火）毎週火曜日（夜間）

広報の学校
共同PR(株)スクール・セミナー事業部

謹啓 貴社ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

日本企業の広報環境はパラダイムシフトともいえるメディアの構造変化を受けての本格的なソーシャルメディア時代を迎え、従来とは全く異なる広報戦略とメディア対応に関する専門的な実務知識とスキルを必要とするようになりつつあります。

広報活動に対する重要性が増し、その果たすべき役割も一層拡大している中、企業・団体の広報活動も構造が大きく変化していくメディアの特性を充分意識し、広報目標とメッセージを明確にし、訴求対象や訴求内容をきめ細かく組み立てていく『戦略広報』の視点が求められています。

しかしながら、広報実務は勿論、戦略広報を実践的に研修する機会はほとんどなく、実際は広報に配属されて現場で見よう見まねで体で学習するのが現実で、実務に徹した広報業務をトータルに研修する場は相変わらずなきに等しい状況です。

こうした状況にかんがみ、広報活動の中軸となるメディアとのリレーションに特化した対外広報（メディアリレーションズ）実務を徹底して体系的に学ぶ専門コース（全 21 回、毎週火曜・夜間）を開講する運びとなりました。

このコースではメディアを対象とした広報活動に必要な ①広報・CSR 活動の目的、効果、機能等の基礎知識 ②激変するメディアの構造変化と将来図、その影響 ③メディアの体制、特性、編集方針等の基礎知識から記者の行動特性に至る実務知識 ④対外広報の中心となるパブリシティの手法やニュースリリース等ツールの基礎・専門知識 ⑤実際の広報業務に関する具体的・実務的ノウハウ ⑥参加型研修のメディアトレーニング（演習）を経験豊富な専門講師が徹底指導する中で、メディア対応能力、スキルを修得する体系的・実践的研修です。

1964年の創業以来50年に及ぶ企業広報に関するコンサルティング、広報実務、リスクマネジメント等の諸活動の蓄積を生かして、実務に徹した研修をめざします。

広報担当者の基礎・実務教育の一環としてご参加いただけますようご案内申し上げます。

敬具

『対外広報(メディアリレーションズ)実務講座』実施要領

- 対象者: 広報担当者。(未経験より実務経験5年位まで)
- 本講座の特色
 1. 社外広報(メディアリレーションズ)実務に特化したカリキュラム構成。
 2. 社外広報の主対象となるメディアに関する基礎知識から、その仕組みとシステム、特性に至る具体的、実践的なメディア研究。
 3. 広報業務に関する実務知識、専門知識、対応ノウハウ修得。
 4. 参加型研修のメディアトレーニング(演習)採用(ビデオ録画研修)
- 講座回数 全21講座
- 日 時 2014年5月20日(火)～11月11日(火)
毎週 火曜日(PM6:45～PM8:45)
※8月1日(金)～8月31日(日)まで夏休み休講 <講座開始・9月2日(火)>
- 講座内容 カリキュラムをご覧ください。
- 講 師 講師プロフィールをご覧ください
- 会 場 『広報の学校』銀座教室(共同PR株式会社 研修室)
中央区銀座7-2-22 DOWAビル 3F
- 定 員 35名
- 受講料 12万円『消費税、レジメ・資料代含む』
- 申し込み 受講申込書に記入の上、FAX 下さい。
- FAX 送付先 03-3571-5183
広報の学校『対外広報(メディアリレーションズ)実務講座』係
- 締切り 5月19日(月)
申し込み順、定員になり次第締切りとさせていただきます。
- 受講料支払い 下記の口座にお振込み下さい。
三菱東京UFJ銀行 銀座通支店 共同ピーアール株式会社
普通口座 0656224

※請求書が必要の方は申込書にご記入下さい。

※受講料の払い戻しは応じかねますのでご了承ください。

※申し込みされた方が都合で参加できない際の代理出席は可能です。

※参加者が少数の場合、実施しないこともございます。(受講料は返金いたします)

※キャンセルは必ず事前にご連絡ください。

※担当講師が変更になる場合があります。

〒104-8158 東京都中央区銀座7-2-22 DOWAビル
共同PR(株)スクール・セミナー事業部『広報の学校』篠崎・浅沼
TEL. 03-3571-5159
FAX. 03-3571-5183
<http://www.kouhou.jp/>
ipr@kyodo-pr.co.jp

【専任講師プロフィール】

篠崎 良一 『PR総研』所長 『広報の学校』学校長（共同ピーアール㈱）

（主任講師）

早稲田大学第一文学部社会学専攻卒。出版社（日本実業出版社、ローリングストーンジャパン）を経て、共同PR㈱入社、取締役、常務取締役、取締役副社長を経て現職。

企業・団体の広報・危機管理コンサルティング、広報・危機管理研修担当。

2003年5月『広報の学校』を開校。2013年1月『PR総研』を設立。

企業・団体の総合広報コンサルティング、TOP 広報コンサルティング、広報戦略策定、広報活動調査、広報部創設・育成指導、メディアトレーニングを担当。

危機管理では欠陥商品、リコール、企業不祥事、訴訟問題、企業機密・個人情報漏洩、内部告発、差別・人権問題等、数多くの危機管理実務、クライシスコミュニケーションのコンサルティングを実施。（クライシス）メディアトレーニング、マニュアル制作、危機管理調査も担当。

企業、行政、各種団体の講演、セミナー、研修講師を数多く実施。

著書に『実戦企業広報マニュアル』＜韓国版が2004年に刊行＞、『会社を守る！もしものときのメディア対応策』（共にインデックス・コミュニケーションズ）『広報・PR概論』（共著、同友館）『広報・PR実務』（監修、同友館）『パブリックコミュニケーションの世界』（共著、北樹出版）他がある。日本広報学会、日本PR協会、日本コーポレートガバナンスネットワーク、各会員。（社）日本PR協会認定資格『PRプランナー』試験委員。

五十嵐 寛（株）ハーバーコミュニケーションズ 代表取締役

1969年埼玉県浦和市生まれ。1994年3月神奈川大学経営学部国際経営学科卒業（広報専攻）。1994年4月（株）プラップジャパン入社。企業広報を中心にイベント企画・運営、商品広報、危機対応広報などを経験。2000年2月同社退職、米国に語学留学。2000年9月米国ヒルアンドノウルトンLAオフィスで研修。2001年1月ヒルアンドノウルトンジャパン（株）入社、アカウントマネジャー。企業広報のコンサルティングのほか、クライシス・コミュニケーションやメディア・トレーニング、危機管理調査・マニュアル作成を担当。同年10月アカウント・ディレクター。2003年12月同社退職。2004年1月からフリーの広報コンサルタント、ライターとして独立。同年3月1日個人事業「ハーバーコミュニケーションズ」立ち上げ。2006年1月から事業を株式会社に法人化。

中瀬 信一郎 共同ピーアール㈱ 顧問、フリージャーナリスト

（担当＝新聞研究Ⅰ、メディアトレーニング）

一橋大学経済学部卒、毎日新聞社入社。支局勤務を経て、東京本社経済部（機械、エネルギー、財界、大蔵省、日銀など担当、一時、政治部も担当）へ、経済部副部長、社長室を経て、1993年WOWOWに転籍、経営企画、渉外、広報担当役員。

小松 生林 共同ピーアール㈱ コンサルティング局 局長

（担当＝PRイベント）

1997年駒澤大学卒。自治体、地域再開発、航空会社、ホテル、テーマパーク、商業施設、百貨店、小売業、保育園、ブライダル、スポーツ協会、食品・飲料、住宅設備など、これまで360案件を手掛ける。メディアの構造変化とマスメディアの価値化を研究し、PRアイデアによる話題づくりや社会化PRが得意分野。横浜市ディスティネーションキャンペーン委員会広報メンバー、ほか広告代理店向けPRセミナーや企業向け講演も行う。

雨宮 和弘講師 クロスメディア・コミュニケーションズ(株)代表取締役

(担当=Web、オンラインメディア研究、オンライン広報)

1983年、東京造形大学デザイン学科卒業。日本テキサス・インスツルメンツ、インテルジャパンにて企業広報、ウェブマネージャー。1997年

独立し雨宮和弘事務所設立。1998年クロスメディア・コミュニケーションズ株式会社設立し現在に至る。

オンラインメディア活用の経験は古く、数多くの実践経験を持ちコーポレート・コミュニケーションのプロとして企業のオンラインメディア活用をサポートする。

日本PR協会、IABC(International Association of business communicators)正会員。

自社ホームページ(<http://www.crossmedia.co.jp/>)

呉 慶和 (株)ドゥリサーチ研究所

(担当=ブランド)

東京理科大学理学部応用化学科卒。理想科学工業、日本カラーデザイン研究所、トータルメディア開発研究所、日本アプライドリサーチ研究所 経営・マーケティング開発室 取締役主幹研究員を経て現在、株式会社ドゥリサーチ研究所 主幹研究員、工学院大学大学院 システムデザイン専攻講師。

専門分野は「調査」「ブランド開発」「ブランドメッセージ開発」「ブランドVI開発」。

著書に『再入門 利益が上がる「市場調査」のやり方』。

マーケティングサイエンス学会、オペレーションリサーチ学会、各会員

井上 岳久(井上戦略PRコンサルティング事務所)代表

(担当=ニュースリリース)

PR 戦略コンサルタント。ニュースリリース指導、研修の第一人者として知られる。

1968年生まれ。慶應義塾大学経済学部、法政大学法学部卒業。商社などに勤務後、横濱カレーム्यूジアム・プロデューサーを経て2002年11月に代表に就任、年100回以上のイベントを実施し週2~3回のリリースを配信、入館者数減少に悩む同館をわずか1年で復活に導く。

06年以降は、マーケティングPRに特化した日本で数少ないコンサルタント及びマーケティングプランナーとして活躍。コンサルティング先は、中央官公庁や地方自治体から大学、大企業、各種業界団体、中小企業まで1,000社以上、年100回以上の講演を行う。

主な著書に、『マスコミがおもわず取り上げたくなるPR マル秘戦略』(インデックス・コミュニケーションズ)、『無料で一億人に知らせる門外不出のPR 戦術』(明日香出版)、『人生を変えるプレゼン術』(朝日新書)。中小企業診断士、農林水産省・6次産業プランナー及びボランタリープランナー、経済産業省・ネットワークアドバイザー(2011~12年)、全国商工団体の経営指導員。埼玉県加須市観光大使。事業創造大学客員教授、昭和女子大学現代ビジネス研究所研究員。

- 新聞研究Ⅱ(社会部) 未定
- 雑誌研究 未定
- TV研究 未定

＜対外広報（メディアリレーションズ）実務講座カリキュラム＞

（注）カリキュラム番号と実際の日程は異なります。

担当講師は変更になることもあります。

| 講義名 | 内 容 | 担当講師予定 |
|---|--|--------|
| 1 広報の目的、機能、効果 (広報担当者の条件) | 広報活動とは(定義)／パブリシティとは(対象・必要条件・特徴)／パブリシティと広告の差異／5つの効果／広報部門の機能(役割)／ステークホルダーと広報活動の関係／日本における広報の発展過程／コーポレートPR・マーケティングPR・危機管理広報の関係／広報部門の業務／広報担当者(責任者)の資質と条件 | 篠崎 良一 |
| 2 ニュース価値とパブリシティ (ニュースの条件(ニュース価値分析)) | ニュースの条件(要件)／ニュースの構成要素／ニュースの特性／相対価値と絶対価値／ニュース価値分析／事例から見たニュース価値分析 | 〃 |
| 3 パブリシティの手法 | 能動的手法と受動的手法／プレス発表／記者クラブ発表のパターン／会見・資料配布／自社発表のパターン／プレスランチョン／レクチャー会／キャプションリリース／プレスキャラバン／情報提供と取材誘致／パブリシティプロモートの手法／企画パブリシティ／プレス発表の流れ(大型案件、記者クラブ発表他パターン別プロセス) | 五十嵐 寛 |
| 4 ニュースリリース | 原稿の書き方(基本とポイント)／リリースのテーマ／リリースとメディア／前提条件／ニュースリリースの書き方／ブラッシュアップのポイント(見出し・前文・本文)／レイアウト／留意点 (日経新聞の読み方／日経記者の一日) (インターネット時代のマスコミ/企業のメディア戦略と新聞記者) | 井上 岳久 |
| 5 ニュースリリース作成(実習) | 作成リリースの添削・講評 | 〃 |
| 6 記者会見(発表会)実務知識 | 記者会見(発表会)の基本原則／会見者の対応ポイント／留意点／会見時の態度(ビジュアル)／プレゼンテーションの基本と目的／SHOW→SEE→SPEAK／アイコンタクト／ポジション／流れ／話し方／DO&DONT／ファッションコード／準備／ツール | 五十嵐 寛 |
| 7 取材(インタビュー)実務知識 (TVインタビュー実務知識) | コミュニケーションの目的／インタビューの要素／電話対応のポイント／取材・インタビューの二つの誤解／実施までのプロセス／Q&A作成のポイント／基本ルール／前提／対応のポイント／取材中の注意／失言しないために／記者の誘導質問／TVインタビューのポイント／TV出演のファッションコード | 篠崎 良一 |
| 8 メディアリレーション実務知識 | 記者クラブとルール(協定)／記者クラブコンタクトの注意／トラブル事例／メディア対応のタブー／メディアリレーションの原則／記者との付き合い方／緊急時(誤報)の対応 | 五十嵐 寛 |
| 9 広報効果測定(調査)と広報戦略 | 広報活動とPDCAサイクル／広報戦略立案のための状況分析調査／状況分析調査と効果測定調査の位置づけ／広報活動評価の3つのモデル／インプット(広報活動)調査／アウトプット(報道分析)調査／アウトカム(ターゲットの認知、態度、行動変化測定)調査／定量調査と定性調査／広報効果測定の課題(問題点)／パブリシティ調査／広報戦略立案の要素(誰が+誰に+何を+どのように伝え→どういふ変化を起こすか) | 篠崎 良一 |
| 10 今 何故ブランドが重視されるのか | コーポレートブランドが今何故重視されるのか・ブランドに期待されるもの(効果)／ブランドを作るものは何か／ブランド構築に欠かせない広報戦略／今時代はCSRからCSV(クリエイティブシェアバリュー)へ／ブランドの変わらない価値と変わる価値 | 呉 慶和 |

| | | | |
|----|-------------------------|--|-----------------|
| 11 | メディアの構造変化と広報活動への影響 | 日本のマスメディアの特性(強大なパワー)／日本で今最も影響力のあるメディアは？／オーバーフロー状態(情報は供給過剰)／紙からデジタルへ…／マスメディアの衰退要因／ミドルメディアの登場と影響／マスメディアは今も重要／年代別メディア接触パターン／メディアの現場(変化)／企業広報への影響／広報の方向性 | 篠崎 良一 |
| 12 | 新聞研究 I | 新聞社の組織／タテ割り構造／版建て／新聞社と環境変化／編集方針／取材体制(通信社との関係)／記者クラブ／記者用語／記者という人種とその生態／建前と本音 | 中瀬 信一郎 |
| 13 | 新聞研究 II (社会部) | 社会部の組織／社会部記者の特性／事件取材、事故取材の現場／調査報道／遊軍／支局(通信部) | 未定 |
| 14 | 雑誌研究 | 雑誌のおかれた状況／雑誌メディアの特性／雑誌研究(編集長の仕事)／取材テーマ／スケジュール／体制／情報源／課題と将来／雑誌メディアへのアプローチ | 未定 |
| 15 | TV研究 | TVメディアの現状／組織／ニュース番組の取材から放送までのプロセス／TVメディアの特性／TVニュースになる素材／TV取材対応のポイント | 未定 |
| 16 | Web (オンラインメディア) 研究 | Web(オンラインメディア)の現状と今後／オンラインメディアによる企業コミュニケーションの変化／企業、社会、メディアの関係と構造変化／メディア手法の変遷／ユーザー、対話の視点から見るウェブサイト事例 | 雨宮 和弘 |
| 17 | オンライン広報 | ソーシャルメディアの発展と正体／その影響力／企業の活用事例／ソーシャルメディア活用のポイント／体制／ソーシャルメディアポリシーとトレーニング／オンラインにおける危機管理／リスクが発生する背景／対応事例 | 〃 |
| 18 | PR イベント事例研究 | PR イベントのネタ(素材)開発／PR イベント事例研究(メディア受けする絵づくり企画例／メディア受けするネーミング企画例／CSR をテーマとした企画例 他) | 小松 生林 |
| 19 | プレス発表計画《演習》 | 新製品発表計画の立案演習(個人ワーク+グループワーク)／新製品に関するデータ、資料をベースにターゲット、ターゲットメディア、キーメッセージを設定し、広報ツール、プレス発表プランを考えるワークショップ | 篠崎 良一 |
| 20 | メディアトレーニング(電話、取材対応)《演習》 | 各受講者が所属する組織(企業)の広報担当者として記者の取材(電話及び対面取材)を実際に体験するシミュレーショントレーニング。記者役は記者経験のある講師が担当。対面取材はビデオ録画し、講師陣が講評する。 | 篠崎 良一 中瀬 信一郎 |
| 21 | メディアトレーニング(記者会見)《演習》 | プレス発表計画で立案したプランを使って実際に各受講者が、会見者として記者会見を実体験するシミュレーショントレーニング。記者役は、記者経験のある講師が担当。TVカメラでビデオ録画し、講師陣が講評する。 | 篠崎 良一 中瀬 信一郎 |

FAX. 03-3571-5183

※キャンセルは必ず事前にご連絡ください。

『広報の学校』

対外広報（メディアリレーションズ）実務講座申込書

全21回 毎週 火曜日 <PM6:45～8:45>

日 時＝ 2014年5月20日（火）～11月11日（火）

会 場＝『広報の学校』銀座教室（共同PR株式会社 研修室）

中央区銀座7-2-22 DOWAビル 3F

申込日 2014年 月 日

| | | | |
|-------|------------|--------|--|
| 御社名 | | 電話 | |
| 御住所 〒 | | FAX | |
| | | Eメール | |
| 御名前 | | 部署・役職名 | |
| 請求書 | 要（ ） 不要（ ） | 請求書宛先 | |
| 備考欄 | | | |

- 参加お申込みはFAXでお願いいたします。
共同PR（株）スクール・セミナー事業部
『広報の学校・対外広報（メディアリレーションズ）実務講座』係
FAX送付先 03-3571-5183
- お申し込みされたご本人が参加できない場合の代理参加は可能です。