

激動を勝ち抜く、実践的『広報力』を身に付ける

# 『広報担当者のための企業広報実務コース』

**日時** 2024年9月11日(水) 10:00~17:00 (6H)

**参加方法** オンライン参加：ZoomによるLive配信

**講師** 山見インテグレーター(株) 代表取締役  
広報・危機管理コンサルタント  
「広報PR実践会」会長

やまみ ひろやす  
**山見 博康氏**

**対象** 広報・PR・総務・コンプライアンス・危機管理部門・  
ブランディング・広告マーケティングのスタッフ、担当者

## ご参加にあたってのお願い

- ◆グループワークを実施するため、ビデオON、発言時にはマイクON(ミュート解除)にしてご参加ください。  
※ビデオ・マイク機能のない機器でのご参加は、ご遠慮いただきます。  
マイク付きイヤホンでご参加ください。
- ◆参加時は、ZOOMの表示名を名字に変更をお願いします。

主催  一般社団法人 日本経営協会

## 開催にあたって

世界を襲った“新型コロナパンデミック”から、「新常态」に戻り働き方改革も進み、各企業でリモートワークも一般化した今こそ、企業のパーパス実現に、エンゲージメントを高める社内コミュニケーション力と社外発信力の強化が不可欠…ネットメディアにより、フェイクニュースも横行する今日、その中枢を担う広報の役割はますます重要になっています。

そこで、広報担当者が抱きがちな「5つの誤解」を紐解きながら1日で「広報」を丸・早解りしましょう。

その特徴(USP)と差別点(UDP)とは：

1. 広報とは？ 情報・ニュースとは何か？ ネタの探し方、プレスリリース・Q&A作成法から発信法、危機管理まで、随所に演習やロールプレイを交えながら理論と実践両面から学べます。
2. 豊富な図解入り独自テキストにより、広報の全貌を把握することによって、直ちに行動開始できます。
3. 8回の実践演習や身近なテーマでの「ショートスピーチ」練習により広報に必要なスピーチ力とコメント力向上を実感し、今後自信をもって、メディア対応や記者会見、司会等を行えるようになります。


まだ続く混沌の世界で、「情報基地」=広報において適切に冷静にしかし情熱と使命感を持って躍動するあなたに期待しています。

## ■参加料(1名様) ※テキスト・資料代などを含みます。

- ◇ 日本経営協会会員(1名)：33,000円(税込)
- ◇ 一般(1名)：40,700円(税込)

## ■受講お申込み方法

お申込みは開催日の**5営業日前**までをお願いいたします。

- 1 本会HPをWEBで検索   
- 2 「セミナーを探す」よりカテゴリーを選択
- 3 ご希望のセミナーを検索。ご希望のセミナー名をクリック
- 4 ご希望セミナー詳細の最後の「WEB申込」からお申込み  
※テキスト・資料の送付先が、ご連絡先と異なる場合は「連絡事項」部分に送付先住所をご入力ください。
- 5 お申込みいただきますと、確認メールが届きます。

## ■参加料金お支払い方法

お申込み後、振込口座名を記載した請求書と参加券をご連絡担当者にお送りします。なお、開催3営業日前までに届かない場合は必ず電話にてご確認下さい。参加料のお振込みは原則として請求書に記載のお支払期限までお願いいたします。

振込み手数料は貴社(団体)にてご負担下さい。また、領収書は「振込金受領書」をもってかえさせていただきます。

## ■キャンセルについて

お申込み後、やむを得ずキャンセルされる場合は必ず事前にご連絡下さい。セミナーテキスト・資料の到着後のキャンセルについては、参加料の100%を申し受けます。(セミナー開催日の1週間前程度から発送開始)

お申込み・  
お問合せ先

一般社団法人 **日本経営協会**  
企画研修グループ

〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷3-11-8  
TEL (03)3403-1891(直) E-mail:tms@noma.or.jp  
URL <https://www.noma.or.jp>

## ■オンライン参加について

### 【セミナーで使用するテキスト・資料とご視聴について】

セミナーで使用するテキスト・資料類は、現物(紙)を送付する予定ですが、ダウンロードURLをメールでご案内する場合もございます。当日、視聴していただくためのURL及びID・パスワードは、別途担当からメールにてご連絡担当者宛てご連絡いたします。

### 【オンラインセミナー受講上の注意事項について】

Zoomに接続可能なパソコンまたはタブレット端末をご用意下さい。事前に各ストアから無料アプリをダウンロード(最新のバージョンに更新)して下さい。

Zoom公式ホームページ: <https://zoom.us/>

セミナー動画の録音、録画、映像のスクリーンショット等は固くお断りしております。また自ら、又は第三者を通じて、テキストデータおよびセミナー動画の転載、複製、出版、放送、公衆送信その他著作権・知的財産権を侵害する一切の行為をしてはならないものとします。

セミナー参加に必要な通信環境、通信料等は、参加者のご負担となりますのであらかじめご了承下さい。

## ■会員入会手続きについて

入会の詳細および特典については、ホームページの「会員検索／ご入会のご案内」をご参照下さい。

## ■その他

参加者が少数の場合、天災、その他の不可抗力の場合などにおいては、中止・延期させていただく場合があります。

# 『広報担当者のための企業広報実務コース』

## プログラム内容

はじめに

＜広報担当の5つの誤解とは＞

### I. 先ず、コミュニケーション作りの達人を目指せ！

- (1) 名刺が最初のコミュニケーション
- (2) 名刺で何が分かるか？

**実践演習その1：名刺を一見して質問する法**

### II. そもそも広報とは何か

—お客様の視点から本質を理解する

- (1) 人はなぜ化粧し、身だしなみを整えるのか？
- (2) 人は小さい時から自分広報の達人
- (3) 広報の本質とは？自分と会社を一致させよ
- (4) 自分が最も良く知る「商品」
- (5) 自分のUSP(特徴・独自の売り)とUDP(差別点)を探せ
- (6) 自分紹介の戦略的・効果的な方法8か条  
・・・スピーチの秘訣

**実践演習その2：自己紹介1分スピーチ**

### III. 企業とメディアの関係を理解し、全方位広報を考えよう

- (1) メディアもメーカー。広報は戦いだ
- (2) 企業とメディアは“協力”も“対立”もする
- (3) メディアは企業の代理店。報せる武器
- (4) 記事と広告は次元が異なる
- (5) 広報は全方位で考えよう。全てがメディア

### IV. ニュースがなくては話にならない

—何がニュースなのか、どう集めるか

- (1) ニュースとは何か？・・・ニュース素材32のキーワード
- (2) いかにニュースネタにするか？社内のネタ元は？
- (3) それからやるべきこと・・・3つに分けよ
- (4) USP(特長)・UDP(差別点)とは何か

**実践演習その3：自社(商品)のUSP・UDPを探せ**

**実践演習その4：自社(商品)紹介1分スピーチ**

### V. 記事の出し方を理解しないと戦略広報はできない

- (1) 記事の出し方は3つプラス6つ＝9つもある
- (2) メ切時間と記者の動向を知らねば広報はできない
- (3) 夜討ち朝駆けはなぜ起きるのか？
- (4) 一斉発表の方法。なぜ発表するのか？
- (5) 記者クラブの役割とその利用法を理解しよう
- (6) 取材要請の方法と取材申込みの受け方
- (7) どこへどう連絡したらよいのか？メディアコンタクト法

### VI. プレスリリースとQ&A

- (1) プレスリリースに企業の本質が露呈する
- (2) プレスリリース作成の秘訣5か条+aとは
- (3) プレスリリースサンプルから改善点を学ぶ
- (4) Q&Aの本質と作成のコツ
- (5) 「質問力」より「質問予測力」を高めコメント力を磨け

**実践演習その5：質問を多く出す法**

### VII. 日々の基本業務の積み重ねが大切

- (1) 広報担当の日々の業務とは？
- (2) 記者はどんな人か・・・判って付き合おう
- (3) 個別面談を増やせ・・・役者より演出家になれ
- (4) 記者に好かれる広報担当とは？
- (5) 「小」「多」「異」を実践すれば達人に近づく

### VIII. 事故・不祥事！

—社運を左右する広報の危機管理

- (1) 危機は管理できない—その事前対応とは
- (2) 危機が起きたら「七つの直」がキーワード
- (3) なぜ発表すべきか？  
どんな場合に記者会見すべきか？
- (4) 実際にいかに行動すべきか？  
危機対策本部のやるべきプロセスフローとは
- (5) 情報は均一には上がらない！
- (6) トップが出たがらない理由とは！  
気持ちよく出させる法
- (7) 危機時のプレスリリースとは？
- (8) 危機時のメディア対応の心得6か条

**実践演習その6：情報漏洩が起きたか？**

**刻々事態は悪化する際、いつ発表すべきなのか？その判断を問う！**

### IX. 自社をいかにブランド化するか

- (1) ブランドとは何か
- (2) ブランド化するには その秘訣とは？
- (3) 自社(商品)ブランド向上に何をすべきか？

**実践演習その7：自社のブランドとは何か？**

**それを高めるにはどうすればいいの？**

### X. 日々研鑽して広報卓越者を目指せ

- (1) 広報は経営だ。情報を司り、真人間を目指せ
- (2) なぜ有名になりイメージをあげる必要があるのか？  
喜びと誇りを与えるのが広報の本質！
- (3) 「3つの品」を追求せよ
- (4) 「品性ある社員」とは？
- (5) 広報活動循環スパイラルを構築しよう
- (6) 優れた広報担当者の心掛け6か条
- (7) 広報担当者が学べる13か条
- (8) 強い会社の条件
- (9) 真人間15か条

**実践演習その8：振り返り・・・最も印象に残った点+今後への決意・抱負**

**【適宜、「1分スピーチ」練習を行います。  
テーマ別：「最も印象的な思い出」「趣味」等】**

※山見博康先生著「新版広報・PRの基本」(日本実業出版社)を  
進呈します。

左記プログラムは都合により変更になる場合があります。あらかじめご了承ください。

## 講師プロフィール

山見インテグレーター(株) 代表取締役／広報・危機管理コンサルタント／  
「広報PR実践会」会長

山見 博康氏

1968年九大(経)卒。神戸製鋼所入社、人事・鉄鋼販売・輸出を経て広報係長後一貫して広報担当。1991年広報部長、デュッセルドルフ事務所長を経て、スーパーカー商業化ベンチャー企業及びコンサル会社への転身。米国ダートマス大学経営大学院マネジメントプログラム修了。2002年に独立、現在に至る。3ヶ国10年の海外駐在、50ヶ国訪問による国際経験や大小企業における豊かな体験と有力メディアや企業幹部との広範なネットワークを活かし常に先端情報を交えた実践的で明快な指導には定評がある。

＜主著＞「危機管理広報大全」「すぐよくわかる絵解き広報」「ニュースリリース大全集」「広報の達人になる法」「山見式PR法」「勝ち組企業の広報・PR戦略」「仕事が速いといわれる人の3秒ルール」「人に好かれる法」「だから嫌われる」他多数

