

**新規講座**

回 覧			

日経東発第60012443号  
2019年2月15日

一般社団法人 日本経営協会  
理事長 平井 充則

**NOMA行政管理講座開催(ご案内)**

**新任担当者のための  
自治体広報の基本とメディア活用のポイント**

～演習も交え、実践的な知識とスキルが身につく！～

<2019年5月14日(火)・15日(水)>

拝啓 時下ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

本会事業活動には、平素より格別のご支援・ご協力を賜り厚くお礼申し上げます。

インターネットや SNS など多様なメディアが高度に発達した今日、自治体広報も大きな転換期をむかえております。一つの口コミや動画の拡散がブランド確立に大きく寄与する一方、些細な失言や文章の不備が世間から集中砲火を浴びる引き金となり、自治体経営を窮地に陥れる危険性もはらんでいるといえます。

このような時代においては、従来型のいわゆる広報・広聴と異なり、メディアやターゲット(顧客)の特性をふまえた緻密な戦略にもとづく、企業の広告・宣伝に近い情報発信が必須となります。現代の自治体広報担当者には、役所の窓口として戦略的に自らの組織イメージ向上を図るとともに、万一の事態が発生した際はできるだけ早期に鎮静化させる、幅広い知識とスキルが求められます。

本セミナーでは、自治体広報実務の入門編として、メディアに関わる基礎知識から実際のコンテンツ作成のテクニックまで、実践的なワークも交えてわかりやすく身につけていただけます。

時節柄公務ご多忙の折とは存じますが、この機会に関係各位多数のご参加をお薦め申し上げます。

敬 具

記

日 時：2019年5月14日(火) 13:00～17:00  
5月15日(水) 10:00～16:00  
(12:00から受付)

講 師：東海大学文化社会学部 河井 孝仁 氏  
広報メディア学科 教授

会 場：日本経営協会内専用教室  
(東京都渋谷区千駄ヶ谷 3-11-8)

参加料：会員(1名) 29,000円 } 31,320円  
(負担金) 消費税 2,320円  
一般(1名) 32,000円 } 34,560円  
消費税 2,560円



- 申込方法：①FAXまたは郵送申込…裏面申込書に必要事項をご記入の上、下記へお送り下さい。  
②Web申込…本会ホームページ上の「セミナーお申込ボタン」を押し、必要事項をご入力下さい。  
・受付次第、参加券および請求書をご連絡担当者宛にお送りいたします。  
・開催3営業日前までに参加券が届かない場合は、お手数ですがご連絡下さい。  
・お申込みは開催日の3営業日前までお願いいたします。  
・本講座は、定員になり次第締め切らせていただきます。
- 入金方法：参加料は、請求書にもとづき銀行振込にてお納め下さい。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のでご了承下さい。
- キャンセル：お申し込み後、キャンセルされる場合は必ず事前(3営業日前まで)にご連絡下さい。  
開催日の3営業日前～前日のキャンセルは受講料の30%、開催当日のキャンセルは100%をキャンセル料として申し受けます。  
なお、当日までに連絡なくご欠席の場合も、100%のキャンセル料となりますので、あらかじめご了承下さい。
- その他：参加者が少数の場合、天災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。

お申込み  
お問合せ先



一般社団法人 日本経営協会

(お電話でのお問合せは月曜日～金曜日の9:15～17:15にお願いします)

東京本部 公務研修グループ  
〒151-8538 東京都渋谷区千駄ヶ谷3-11-8  
TEL(03)3403-1891(直) FAX(03)3403-1130  
E-mail: tks@noma.or.jp URL http://www.noma.or.jp

▶プログラム◀

1：自治体広報担当者の役割と使命

- (1) 地域経営への理解
- (2) 可視化と行動変容

2：メディアをどう使うのか

- (1) 広聴とマーケティングリサーチの違い
- (2) 広報とマーケティングの違い
- (3) 戦略としてのメディア活用

3：そもそも「メディア」とは何か

～PESO 4つのメディアの類型と特徴～

- (1) paid media (費用を払って広告を掲載するもの)
- (2) earned media (第三者媒体を通じて信頼や評判の獲得を図るもの)
- (3) shared media (消費者やユーザーが情報を発信・拡散するもの)
- (4) owned media (組織が自ら所有するもの)

4：誰に何を伝えるのか

- (1) 興味を持ってもらうのではなく「持たせる」
- (2) マーケティングリサーチの重要性
- (3) ターゲットによって伝え方は変わる
- (4) 素材選びとストーリー構築のポイント
- (5) 重要なのは「傾聴」と「センス」
- (6) 自治体広報担当は作業員でなく「プロデューサー」であれ

5：定型的な報道対応の基本

- (1) 記者クラブって何?
- (2) 「取材したくなる」ネタとは
- (3) 事件・事故・不祥事が起こったら  
《危機管理広報の良い例・悪い例》

6：ネット時代の広報術

- (1) 口コミが一瞬で世界を駆けめぐ
- (2) SNSを味方につけるには
- (3) コストをかけないで目に留まるサイトを作るには
- (4) ソーシャルメディアごとのコンテンツの作り分け・使い分け
  - ① Facebook
  - ② Twitter
  - ③ Instagram
  - ④ LINE

⑤ YouTube (動画投稿サイト)

⑥ その他

- (5) 拡散させるための戦略
- (6) 否定的なコメント＝直ちに「悪」ではない
- (7) SNSが炎上したら  
《収束させる対応・悪化させる対応》
- (8) 炎上をチャンスに変えるテクニック

7：シティプロモーションと広報の関わり

- (1) シティプロモーションの目的とは何か
- (2) シティプロモーションの成果は計測できるのか

8：やってみよう!

コンテンツ作成・改善《ワーク》

～とりあえず実際に作ってみる～

- (1) まちの魅力をSNSで発信する
- (2) 新しいイベント情報を記者クラブに配信する
- (3) 読者が食いつくように広報紙の紙面を刷新する

9：広報も戦略が必要な時代

～「仕掛ける」発想で

目的を持った情報発信を～

講師紹介

東海大学文化社会学部

広報メディア学科 教授 河井 孝仁 氏

博士(情報科学・名古屋大学)、静岡県生まれ。静岡県企画部情報政策課等勤務後、2004年、財団法人静岡総合研究機構へ。2005年、東海大学文学部広報メディア学科助教授、同教授を経て2018年から現職。専門分野は、行政広報論(自治体広報、シティプロモーション、地域ブランド、広報戦略)、地域情報論(地域メディア、地域マーケティング)、行政及び企業・市民の協働。総務省地域情報化アドバイザー、日本広報協会広報アドバイザー、静岡県広報アドバイザー、公共コミュニケーション学会会長理事など各種公職を歴任。『シティプロモーション 地域の魅力を創るしごと』(日本広報学会賞受賞)、『シティプロモーションが地域を変える』、『失敗』からひも解くシティプロモーション—なにが「成否」をわけたのか』、『炎上に負けないクチコミ活用マーケティング(編著)』、『ソーシャルネットワーク時代の自治体広報(編著)』など多数。

講座申込み：FAX (03) 3403-1130

60012443 「自治体広報の基本とメディア活用のポイント」参加申込書

※NOMA記入

--	--	--	--	--	--

2019.5/14～15

会員 一般(該当欄にレ印)

役所名		電話	( )	内線	<ご連絡担当者>
		FAX	( )		所属
所在地	〒				フリガナ 氏名
フリガナ 参加者氏名	.....	所属部課 役職名		経験 年数	.....年 .....ヶ月
フリガナ 参加者氏名	.....	所属部課 役職名		経験 年数	.....年 .....ヶ月
フリガナ 参加者氏名	.....	所属部課 役職名		経験 年数	.....年 .....ヶ月

申込書にご記入いただいた情報は、以下の目的に使用させていただきます。

①参加券・請求書の発送および参加者名簿の作成などの事務処理 ②本会主催のセミナー、展示会、通信教育などのご案内

②がご不要の場合は□にチェックしてください。—— □不要

(経験年数は、現在の部課での年数をご記入ください)