

# 広報会議 広告企画

2月号 2017年12月29日発売

100社の広報部を調査・分析  
広報の仕事白書2018

2006年11月27日発行 第109号  
月刊 広報会議編集委員会

100社超の広報部門トップが語った「2018年の戦略と注力テーマ」

# 月刊 広報会議

組織と社会の未来を拓く

2  
FEB. 2018  
No.109

# CHEERS TO 2018年の注力テーマを一挙公開 「広報の仕事」大全 2018

- メディア・デジタル・グローバル 調査で見えた2018年の動向
- 次年度の広報計画のヒントに! 保存版「PRカレンダー」
- 広報部再編・ブランド刷新に踏み切った企業の戦略を大解剖

※この表紙はイメージです

# 広報業務のスタンダードを知り、来年の計画に活用する号

## 業務が多様化する広報・経営企画部に

企業・サービスの認知・ブランディングに繋がる対外発信はもちろん、インターナルナーコミュニケーション、危機管理、SNS・デジタルPRなど、広報担当者の役割は多様化し重要性も増しています。

「広報」が重要性を増す中で、それぞれの施策について「何を優先的にやつたらいいか?」「どれくらいの予算で、外注と内製の割合をどうしたらよいか?」といった悩める広報の声が聞こえています。そもそも広報について社内に相談できる相手がいない、他社の動向を知る機会が少ないという悩みを抱える担当者も少なくありません。

## 来年の指針になる1冊

広報会議では誌面での最新情報の発信だけでなく、ニーズに合わせた教育講座や「朝活」といった、広報担当者同士が意見交換や情報収集できるリアルの機会も提供しています。

今回の広報会議2月号は、そのような活動を通してコミュニケーションをとっている読者の方を中心に、100社以上に大アンケートを実施します。2017年の総括と2018年の戦略について各社の広報のキーマンが回答することで、読者である広報・経営企画担当者のこれから戦略をサポートします。



2005年4月創刊



2009年2月リニューアル



2017年4月創刊100号



毎月、朝8:15からの勉強会「朝活」を実施



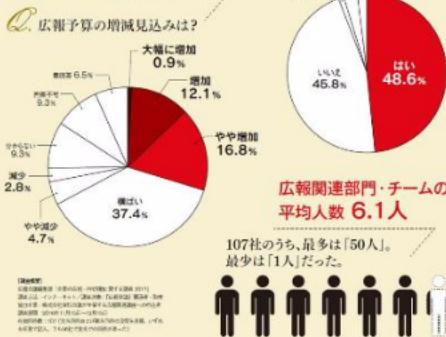
- メディアキャラバン攻略法（青山尚事／広報室 室長代理 遠野祐司）  
オウンドメディア戦略（ANAホールディングス、コアポートコミュニケーションズグループ広報部 副部長 高柳直明氏）  
メディア研究・新聞（『東京新聞』宮宿晋吾氏／『The Japan Times』大門小百合氏／ジャーナリスト 松井 葉氏）  
メディア研究・雑誌（『週刊ダイヤモンド』田中 寛氏／『PRESIDENT WOMAN』今井道子氏）  
調査リースのつくり方（井上裕祐／PRコンサルティング事務所 代表 井上裕久氏）  
危機管理広報（アズリューションズ 代表取締役社長 佐々木政幸氏／弊社マスター 竹中 功氏）  
インターナルコミュニケーション（日本マクドナルド 高宮次郎氏／KDDI 西原由吉氏／朝日新聞 中島秀憲氏）  
ワークショップ「著作権とクリッピング」（コレクトニック・ライブリー 副社長 山下健永氏）

※右欄は登録した会員のみ

# 100社以上の広報キーパーソンに調査を実施

*Point*  
107社の広報関連部門の実態とは?

約3割の企業  
「予算増加」見込み



48.6%  
「広告宣伝業務も担当」

Q 広報関連部門・チームで  
広報宣伝業務も  
担当していますか?

## 商品の開発段階から関わる広報に

各都道府県でのPRや、ウェブメディアへのPR、企業PRを強化する。商品PRに関しては、商品開発のタイミングからプロジェクトに関わることで、コラボや地方行政との連携、情報発信から販促にいたるまで、立体的なコミュニケーションのプランニングを行いたい。



カルビー  
コーポレートコミュニケーション本部 広報部  
広報課 課長  
野原 和歌さん

## メディアに即日対応、 ウェブPRも強化

「取材依頼時の企画書不要」「即日対応」という広報自体の対応姿勢をPRしていく。プレスリリースにない小ネタなどもウェブPR向けに積極的に発信していかたい。



青山商事  
広報室 室長代理  
磯野 猛さん

## オウンドメディアを新設

オウンドメディアを近々ローンチする計画で、企業メッセージを発信するチャネルとして、また新たなファンを獲得する拠点として有効に機能させていきたい。ローンチに際しては、高いノウハウを持つ担当者を探し運営体制を強化している。



インフォテリア  
広報・IR室 室長  
長沼 実宏さん

## リスクコミュニケーション教育の強化

経営幹部や関係部門に対し、クライシス発生前のリスク把握、発生時の迅速、正確、誠実な広報対応のあり方に對するリスクコミュニケーション教育を強化する。



クボタ  
コーポレート・コミュニケーション部 部長  
細谷 祥久さん

## タイムリーな運用が必要に

シェアされる記事の追求とノウハウ構築、  
タイムリーな運用。



サイバーエージェント  
全社広報室  
シニアマネージャー  
上村 嗣美さん

## 社内プラットフォーム構築の準備中

グループ内報(社内報)については、従来から発行している内容のプラッシュアップだけでなく、新たな媒体の発行についても検討したいと考えている。社内ポータル(イントラ)は現状、文字やドキュメントが中心であるため、インパクトや訴求力に欠ける。ビジュアライズされたプラットフォームの構築の準備を進めている。



オートバックスセブン  
IR・広報部 課長  
小野田 健一さん

## BtoB,BtoC問わず、ありとあらゆる広報のキーパーソンへアンケート

- 青山商事
- カルビー
- オートバックス
- オムロン
- ウシオ電機
- アサヒグループホールディングス

- サイバーエージェント
- ジェイアイエヌ
- インフォテリア
- バンダイナムコエンターテイメント
- 日清食品ホールディングス

- タカラトミー
- サイボウズ
- 日本マイクロソフト
- カフコン
- クボタ
- 大和ハウス工業

など100社以上

## 広報・PRに関わる方必見のデータを収録。長期にわたって保存

### PR会社に期待すること

	ポイント
1位 メディアとのネットワーク	89pt
2位 最終的な成果	72pt
3位 企画提案力	61pt
4位 PRの実務知識・スキル	43pt
5位 対応スピード	33pt
5位 クライアント企業・商品・業界への理解	33pt
7位 金額	32pt
8位 イベント・記者発表運営のノウハウ	26pt
9位 制作物のクリエイティブ能力	12pt
10位 ウェブ・デジタルPRのノウハウ	11pt
11位 提案内容や事業体の透明性	2pt

※1位を3pt、2位を2pt、3位を1ptとしてカウント

### 導入している効果測定の方法・指標



▶幅広い分野の企業の広報担当者から読れます。  
▶年間を通して読まれる、資料性の高い月号です。  
▶調査情報に関連した貴社の強みをPRすることも可能です。

## 特集構成

- ・読者アンケートから上がってきた各種データの直後に、企業広報部のコメント
- ・その次のページに広告記事掲載  
各社の取り組みや予算感のデータと共に、貴社情報を届けられます。

## 想定テーマ

- ・メディアリレーションズ(マスメディア編)(Web編)
- ・オウンドメディア・ウェブ・デジタル運用
- ・グローバルPR
- ・インターナルコミュニケーション
- ・コーポレートプランディング
- ・効果測定
- ・危機管理
- ・外部委託の実情 など

昨年実績 学研イノベーション様

なぜ今、「企業ブランド」が重視されるようになったのか?

「なぜ今、「企業ブランド」が重視されるようになったのか?」

データ + 読者コメント 記事2P



学研イノベーション様 広告記事2P  
自社媒体がコーポレートプランディングに有用であることを訴求

「グローバルPR」について  
データ + 読者コメント 記事2P



ベクトル様 広告記事2P  
アジアを中心としたグローバルPRにおいて自社の強みを訴求

## 誌面の二次利用イメージ

## 抜き刷り



×3000

## ◇メリット

- ・新年のご挨拶ツールとして配布
- ・若手営業が自社の紹介をするツールとして活用
- ・休眠顧客へのDMアプローチ

## 特集構成

PR会社が語る2018年の動向と題して、

想定テーマについて1Pでご寄稿いただきます。(PR表記)

キーワードについて語ることで、業界のリーダーとしてのプランディングを行います。

また広報会議に年間露出できるPRパートナーおよび名刺広告をパッケージ化

今号から1年間、広報会議に掲載誌続けます。

## 想定テーマ

- ①効果測定
- ②ソーシャル、ウェブ
- ③グローバル
- ④メディア
- ⑤クリエイティブ
- ⑥PRイベント



## 誌面イメージ

### 誌面寄稿1ページ(デジタル版・アドタイ転載含む) + 広報パートナー企画 + 名刺広告 175万円→150万円

※掲載可否については実績を編集部で判断してからとなります。

場合によっては掲載をお断りいたします。

※記事ページの内容や掲載位置は変更の可能性があります。

## ◇広報会議 パートナー企画 メリット

- ・年間を通じ広報会議の誌面で掲載されることにより、継続的に広報担当者へ訴求
- ・SEO対策が効きにくくなっている中では効果的な施策
- ・ご掲載企業には年に1度、広報会議編集部と直接情報交換ができる場を設ける。

## ◇ご協賛企業の声

- ・「食品・ヘルスケア系に強い」と記載したPR会社に、製菓メーカーから問合せ
- ・医療系に強いPR会社が、国立の医療機関から広報部立ち上げの相談
- ・戦略PR会社に、ここを見た大手家電メーカーから1000万円以上の発注
- 強みを端的に表すことで、そのジャンルのプロとして見せることが可能です。

# 広報部門に、御社の注目ポイントをわかりやすく訴求

01

広報業務を支援するリーディングカンパニーとしてブランディングしていく事ができます。

02

取材企業全社に対して献本していきます。  
取材先企業に対して情報伝達するための取り組みです。

03

アドバタイムズ（Web）に記事転載することでWeb上で拡散させます。

月間PV：100万超、facebookいいね数：5万いいね  
マーケターにとって欠かせないニュースメディアになっている  
アドタイにて記事を転載していくことでバズを生み出します。



PV:1,070,942 Facebook:50,574いいね

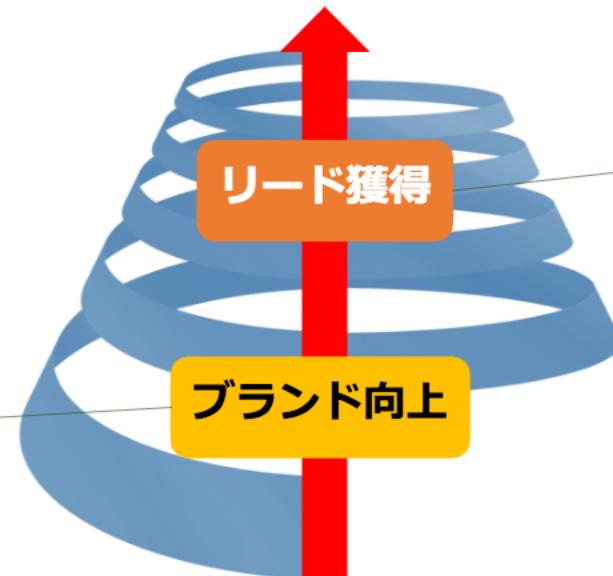


記事転載イメージ

宣伝会議が支援する、貴社の成長イメージ



誌面での展開



カスタムセミナーの実施

# 国内唯一のPR・IRの専門誌 『広報会議』とは？

**出版** 雑誌を毎月5万部発行し、全国の広報担当者にご支持いただきながら10年以上続いています。



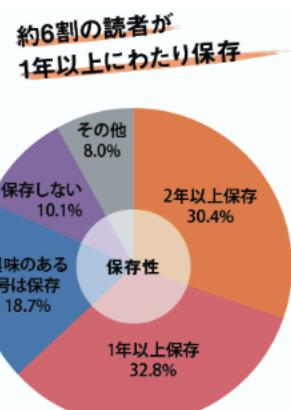
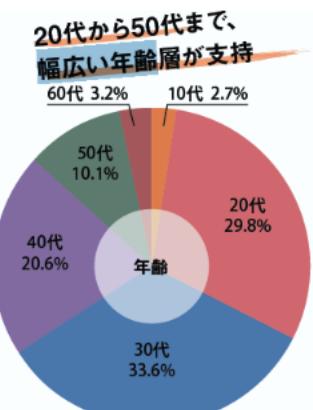
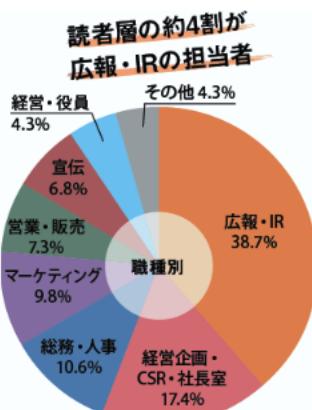
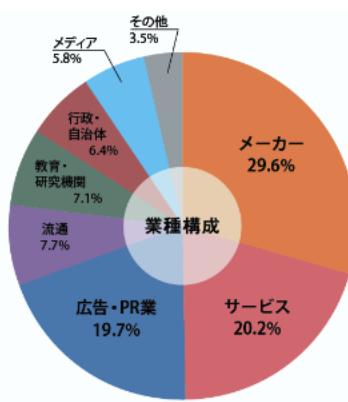
2005年4月PRIR創刊

2009年1月  
PRIRから広報会議へ  
リニューアル

2017年4月  
通巻100号

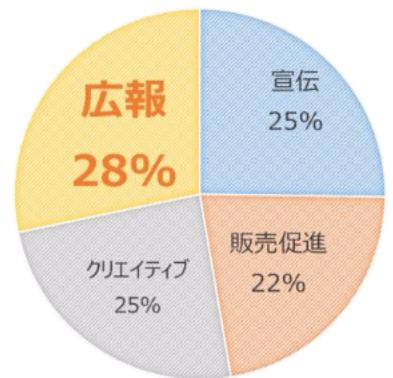
## 読者

広報部門を立ち上げられるほどある程度規模の大きい企業が中心。特に会社案内やWebサイトなど、制作物の発注は広報管轄が多いことが特徴です。



## 教育

年間の受講生のうち、広報の割合が最も高く、  
3000名以上が学びに来ています。



分野別の受講生割合



・アンケート連動企画 2ページ (デジタル版転載)  
200万円 (税抜) ※記事制作費込み



・純広告 1ページ (デジタル版転載なし)  
75万円 (税抜) サイズ : 277mm×210mm[天地×左右]



・PR会社様向け 特別企画 年間掲載 (デジタル版転載)  
150万円 (税抜)



・新春名刺広告  
5万円 (税抜)



東京都港区南青山三一十三	代表取締役 宣伝太郎	株式会社宣伝会議
--------------	------------	----------

※上記以外の特殊面などへの出稿については営業担当にお問い合わせください。

#### 「宣伝会議広告掲載審査基準」

- ・弊社広告掲載審査基準に基づき、掲載をお受けできない場合があります。
- ・表紙2、3、4、目次対向以外の本文中の掲載ページのご指定はできません。
- ・タイアップ広告制作に際し、遠方取材、著名人出演など、そのほかの経費かかる場合には別途ご請求申し上げます。

- 1 他を誹謗、中傷したり、差別するなどの個人の尊厳を損なうおそれのあるもの。
- 2 健全な社会秩序の形成を損なうおそれのあるもの。
- 3 各種業界が自主的に明示している規約や規則に反するもの。
- 4 肖像権や知的所有権を侵害するおそれのあるもの。
- 5 事実に反する誇大表現や、不正確な広告表現。読者に誤認を与えるような表現などで、読者に不利益を与えるおそれのあるもの。
- 6 広告の責任の所在が曇昧で広告表現上の明確性や相対性を欠くもの。
- 7 広告の内容について、広告主が責任を持ちえないもの。
- 8 根拠なく商品・サービスの効果、性能の著しい優良性を示す表示。  
ただし、当該表示内容を裏付ける合理的な根拠をあらかじめ持っている場合はその限りではない。
- 9 編集記事面をも含めた誌紙面、WEBサイト全体の品質、調和と損ねる表現のもの。  
事実に反して、弊社が広告主を支持し、その商品、役務、意見などを推進、または保証しているかのような表現のもの。
- 10 読者が不快感をもつもの、またはそのおそれのあるもの。
- 11 本誌紙、WEBサイトの編集記事を訂正または否定する表現のもの。  
ただし、弊社が事実を確認し、妥当と判断したものとの限りではない。
- 12 弊社の事業分野と競合する、またはそのおそれのある企業・商品・サービスの広告。  
ただし、弊社が妥当と判断したものとの限りではない。

## スケジュール

申し込み〆切  
タイアップ取材期間  
校了予定日

2017年11月24日  
2017年11月15日～12月1日  
2017年12月15日

## お問い合わせ

宣伝会議 営業支援室

TEL : 03-3475-3030

MAIL : info-koukoku@sendenkaigi.co.jp