

平成 18 年度
広報研究会 活動報告書

平成 19 年 3 月



社団法人 コンピュータソフトウェア協会



平成 18 年度 「CSAJ 広報研究会」 活動報告

活動

広報マンの育成と研究会メンバー間の情報共有、メディアとのリレーション強化を図るため、外部有識者やメディアを招聘し、会員向けのセミナーやメディアとの懇親会を企画・実施した。また、研究会メンバーによる自社事例の発表やディスカッションを通じ、今後の広報の在り方について模索・議論した。

研究会メンバーによる自社事例の発表とディスカッション

現職の広報責任者が語る中堅 PR マン向け広報セミナーの開催

外部有識者やメディアを招聘し、パネルディスカッションやメディア懇親会を開催

メンバー(敬称略、社名 50 音順)

主査	板東 直樹	アップデートテクノロジー株式会社
委員	税所 博	株式会社インテージ
	石井 朋生	株式会社インテリジェント ウェイブ
	鴨下 昌人	エプソン販売株式会社
	松岡 紫郎	エプソン販売株式会社
	佐川 典正	NEC フィールディング株式会社
	小野 聡	株式会社大塚商会
	高田 和幸	トレンドマイクロ株式会社
	馬場 正規	株式会社富士通ビジネスシステム
	磯部 元志	株式会社メディア・ソリューション
事務局	井上 星子	(社)コンピュータソフトウェア協会
	宮下 奈緒美	(社)コンピュータソフトウェア協会

主査挨拶

広報研究会 主査 板東直樹

アップデートテクノロジー株式会社 代表取締役社長

社団法人コンピュータソフトウェア協会 広報研究会は、めまぐるしく変化するソフトウェア業界における実践的な広報活動のための事例調査研究、セミナーの開催、また、情報交換の場として活動して参りました。

平成 17 年度の広報活動の評価方法や組織体制の研究、平成 18 年度のリスクマネジメントの研究に続き、本年度は研究会メンバーの自社事例に基づいた個別具体的なケースの研究と、Internet の台頭によって大きく変貌しつつあるマスコミ自身のメディア戦略研究をセミナー形式で実施いたしました。研究会メンバー各位の地道な協力のもと、会員の皆様に貴重な情報を発信できたかと存じます。各社のご協力に厚くお礼申し上げます。次第です。

広報活動は一社一社、そのスタイルや考え方が異なり、絶対的な正解はないものとの共通認識から、より多くの具体例の研究が重要と思われれます。今後も、CSAJ 会員企業の皆様の積極的なご参加によってよりよい広報活動研究が実践されるようお願い申し上げます。

活動概要

第1回:平成18年4月19日/CSAJ会議室

活動検討、準備

第2回:平成18年5月22日/CSAJ会議室

研究会メンバーによる自社事例の発表とディスカッション

・講演「トレンドマイクロ(株) 自社事例発表について」

トレンドマイクロ(株) 高田和幸 氏

第3回:平成18年6月30日/トスラブ山王、トスラブ赤坂桃貴楼

Summer Seminar、メディア懇親会

・基調講演「媒体価値創出のキーワード」

(株)MEDIA SHAKERS 笠松良彦 氏

・パネルディスカッション「いま、メディアはこう考えている！Internetと媒体戦略」

パネラー 日経BP社 藤田俊一 氏

日経BP社 加藤栄 氏

アイティメディア(株) 藤村厚夫 氏

第4回:平成18年7月14日/CSAJ会議室

中堅PRマン向け広報セミナー(ケーススタディ)

・講演「実践的製品広報術～なぜうちの製品は掲載されないのか～」

エー・アイ・ソフト(株)(現在、エプソン販売(株)) 松岡紫郎 氏

第5回:平成18年8月24日/CSAJ会議室

研究会メンバーによる自社事例の発表とディスカッション

・講演「大塚商会における広報活動」

(株)大塚商会 小野聡 氏

第6回:平成18年10月31日/CSAJ会議室、桃貴楼

広報セミナー、メディア懇親会

・講演「メディア戦略について～メディアから効果的な広告・宣伝のあり方を伝授～」

(株)BCN 田中繁廣 氏

(株)インプレスR&D 井芹昌信 氏

第7回:平成18年11月29日/CSAJ会議室

中堅PRマン向け広報セミナー/CSAJ

・パネルディスカッション「成功するPR・IRと失敗するPR・IR」

モデレーター アップデートテクノロジー(株) 板東直樹 氏

パネラー (株)富士通ビジネスシステム 馬場正規 氏

(株)富士通BSC 熊倉利司 氏

第 8 回:平成 18 年 12 月 19 日 / CSAJ 会議室

研究会メンバーによる自社事例の発表とディスカッション

・講演「インテリジェント ウェーブにおける広報・IR 活動」

(株)インテリジェント ウェーブ 石井朋生 氏

第 9 回:平成 19 年 1 月 31 日 / CSAJ 会議室

研究会メンバーによる自社事例の発表とディスカッション

・講演「NEC フィールドイングにおける広報・IR 活動」

NEC フィールドイング(株) 佐川典正 氏

第 10 回:平成 19 年 3 月 28 日 / CSAJ 会議室

活動実績 REPORT の確認、来年度の活動検討

参加メンバーからのコメント ~ 広報研究会参加所感 ~

馬場委員 (富士通ビジネスシステム)

当広報研究会も3年に及ぶ活動により、広報経験豊富なメンバーによる中味の濃い議論ができるようになってきました。

今年度は、いかに自身のキャリア・ノウハウを若手にも伝えることができるかをテーマとして、メンバー全員で真剣に取り組んでまいりました。

研究会メンバーによる自社事例の発表や、中堅 PR マン向けセミナーおよびメディア関係者を交えた懇親会はその一環であり、大変有効であったと思います。

特に、リスク対応時の自社事例紹介は、当事者でなければ経験できなかった取材対応ノウハウと、臨場感溢れる舞台裏での広報マンの活躍が伝わり、私自身も大いに参考になりました。また、中堅 PR マン広報セミナーでは、私もパネラーとして発表致しましたが、その際は、日頃交流のなかった皆様にも多数ご参加頂くなど、各社の広報に対する問題意識の高さを改めて痛感させられました。広報の楽しさ、難しさをメンバーと共有できたことは有意義であり、是非自身の今後の仕事にも活かしていきたいと思っております。

一方、広報マンの育成・教育と広報活動の評価は、各社共通の課題であり、研究会メンバーとして毎回議論するテーマでした。各社それぞれの事情もあり、一概には言えませんが、育成・教育は“実践と経験”、評価は“定量化と定性化の組み合わせによるモチベーションの向上”が重要という点では、見解が一致しております。来年度はこの問題について、更なる議論を深めていきたいと考えております。

最後となりますが、今年度の活動として掲げた「自分達の広報ノウハウを後進に少しでも伝えること」は難しいテーマでもあり、必ずしも十分だったとは言えませんが、私自身微力ながら皆様の活動の一助となれたと自負いたしております。

今年の研究会で指導的な役割を果たされました、主査のアップデートテクノロジー株式会社の板東様と、貴重なお話を頂きましたメンバー各位に感謝の意を申し述べ、私の所感と致したいと存じます。

参加メンバーからのコメント ～ 広報研究会参加所感～

佐川委員 (NEC フィールディング)

平成 16 年度から広報研究会に参加し、今年で 3 年目を迎えました。

毎年感じるのですが、広報研究会においては、参加各社の広報ご担当の方々が実際に経験された事例を詳細にご説明いただけることが大変参考になります。自分では経験したことのない広報案件に対して、ご担当者としてどのように対処し、結果としてどのように広報されたのかといった事例は、今後の自社の広報対応に大変有意義な情報であります。

また、広報研究会の中で、自社の広報活動を事例として発表させていただいたことも、自社の活動を客観的に見直すための良い機会となりました。

小野委員 (大塚商会)

平成 17 年度に引き続き、2 年目の参加となりました。自社の広報活動を発表する機会をいただけたことにお礼を申し上げます。

各社の広報活動を事例としてディスカッションを行う中で、各社それぞれ特徴的な活動をしていることや、ターゲットとする媒体にも違いがあることが解りました。自社の活動の発表に際して、当社では改めて担当業務の洗い出しと、資料作成を広報課員で分担して行いました。結果として問題点の発見と改善につなげることが出来ました。また、各社の活動内容や参加者のご意見を聞く中で、新しいノウハウを得ることが出来て大変有意義でした。

日常の業務として行っている広報活動ですが、マニュアル通りに出来るものではありません。作成しているパッケージソフトの種類やメインターゲットとなるユーザーの業界の違いが、企業毎のノウハウの違いになっているようです。さらに広報担当者のスキルやマインドの違いも現れているようです。

今後は、この CSAJ 広報研究会で得た知識を、若手担当者に広げていくことが課題であり、そして CSAJ 加盟企業各社の広報担当者とも共有できればと考えます。

高田委員 (トレンドマイクロ)

ここ数年の CSAJ 広報研究会の活動を通じ、メディア対応を中心に日本でのコンピュータ業界としての取り組み方について、明確な課題提示、事例を交えての見解の取りまとめ、協会会員への共有と一通りの役割を果たしてきたのではないかと考えます。

今後の課題として提言していきたい内容としては、広報 (= パブリックリレーション) において、CGM (Consumer Generated Media) を代表とした Web 2.0 時代の企業情報発信方法 (将来的には効果測定までを含め) についての検討をする機会を作ってもよいのではないかと考えます。Google/Yahoo を中心としたネット検索のコモディティ化、これに従う「AIDOMA」から「AISAS」への顧客購買行動の変化といった流れを踏まえ、「広報が担う情報発信先としたメディアに加え、ブロガーを考えるべきなのか?」、「経営者・開発者ブログなどを活用したニュースリリース以外の情報開示プログラムの是非」などを CSAJ の取り組みの一環として議論していくことは価値があるのではと思います。

これらを行う上で、広く 20 歳代から 30 歳代前半 (活字離れ層と定義される世代) を中心とした広報・マーケティング担当者から参加者を募り、広く意見交換を進めていくことは協会の研究活動としても有益なものになっていくのではと思います。

参加メンバーからのコメント ～広報研究会参加所感～

石井委員（インテリジェント ウェイブ）

平成 17 年度より広報研究会に参加させて頂いております。

平成 18 年度の広報研究会では、講義形式による各社の事例発表やパネルディスカッションが行われ、規模や業態、上場・非上場など企業環境による業務の差異を知ると同時に、各社の社内体制の中で広報の位置づけや社内での認識のされ方など、同様の課題を抱えることを知り得た有意義な研究会でした。

広報担当の多くが、潜在的に広報業務自体の社内における認知向上や啓蒙の必要性などを感じており、私も研究会を通じて広報業務について自らの認識をあらため、考察を行う貴重な機会となりました。

現在の CSAJ 広報研究会参加企業は、会員全体からすれば規模の大きな企業が多いものの、広報業務が 1 業務部門として存在していない場合も多く、IR 部門や社長室などで兼任されているケースも多いこと、他業務との兼務なども含めて、幅の広い領域の業務を数人の関係者でこなしているといった実情も浮き彫りになりました。

製品や企業をいかに多くの媒体に掲出させるかを役割とした広報業務は、媒体の記者との関係構築に依存する部分も多くあります。一方、新聞や雑誌等の紙媒体も WEB に連動され、また WEB に特化した媒体がメディアとしての大きな位置を占めつつある状況の中で、情報の即時性や情報の陳腐化の早さいかに柔軟に対応できるか、情報をいかに分かりやすく見せられるか、膨大な情報の中で取り上げられるに足る内容とするか、といった対策の重要性はさらに増していると感じます。こうした状況の中で、広報担当者が、効率を意識しながら社内外の理解を得るために腐心している状況を、各社の事例を通じて知ることができました。

広報研究会については、広報としてのテクニカルなスキルを共有することだけでなく、広報に関わる立場で認識すべきモラルやマインドの醸成という意味においても、今後も継続して参加させて頂きたく思っております。今後の研究会においては、研究会の前身である広報担当責任者懇談会より多くのテーマが取り上げられ、業務として広報の抱える主だった課題については討議されてきたことが報告書からもわかりますが、研究会参加委員の部署異動等による脱会など、討議の中核を担ってきた中堅広報担当者の減少もあるため、会員企業からの追加参加を募り、既に取り上げられた課題についても視点を変え検討すると共に、広報を中心として IR や企業情報を発信する立場の方々も含めて、企業における情報発信の位置づけで討議や意見交換を行う機会を設けるなど、より開かれた場となる事も期待しております。

鴨下委員（エプソン販売）

私自身、2006 年 4 月に広報職に配属になるまでは営業職だったということもあり、中々、広報業務について具体的なイメージが湧かず、「広報業務とはなんぞや」ということを考えさせられた 1 年間でした。また、世間一般のイメージも華やかなイメージが先行し、広報業務の本当のところは伝わっていないように思われます。そのような中で、他社の広報活動事例は大変参考になりました。

今後、研究会に求めるところとしては、情報過多時代における広報のあり方についてです。情報提供対応を誤ると（マスコミとの関係構築等がまずい場合等）誤った情報が正しいものとして伝わってしまう危険性があり、情報インフラが高度に普及した現在ではそれが企業の致命傷に繋がる危険性もあると思われます。会社の窓口としての広報のメッセージが正確な形で伝わっているかどうか。最近の会社の不祥事等に対するいわゆるリスク管理としての広報のあり方などはテーマとして取り上げていただきたいと思います。

参加メンバーからのコメント ～広報研究会参加所感～

松岡委員（エプソン販売）

本研究会のメンバーは自身の経験に基づいた実践的な広報活動を行っている方が多く、研究会への参加は自分自身にとっても大変貴重なものとなりました。

参加メンバーの所属する会社は、規模、組織形態、エンドユーザーとの関わり方等それぞれ異なる点が多くありましたが、「広報活動により企業価値を高めていかなければいけない」という点については、共通の認識がありました。その共通認識により、本研究会で発表された各社のケーススタディは、単なる事例発表ではなく、それぞれの会社の実情にあわせた新しい広報活動の手段として取り込まれ、業界全体としてノウハウの発展的な水平展開が行われました。

私自身は業務の異動により残念ながら 12 月までの参加となりましたが、研究会内での討議、外部へのセミナーを通して「企業価値を高める」意義とその手法については多少なりともお役に立てたのではないかと考えております。

IT 業界においてさらに広報活動の重要性が理解され、ノウハウの継承がなされることにより、IT 業界のさらなる発展に役立てるように活動が継続されることを期待いたします。

磯部委員（メディア・ソリューション）

CSAJ 広報研究会には、唯一、マスコミ経験者としての立場で参加しています。

企業が発信する様々な情報に対して、新聞記者や雑誌・Web 編集者がどのようなことに興味を抱いて取材しているのか、どのような広報活動をしたら円滑なコミュニケーションを取ることができるのか、といった立場で意見交換をしています。

平成 18 年度は、主に研究会メンバーが自社の広報活動の事例を紹介し、それをたたき台にディスカッションしてきました。

リスクが発生した場合の「報告・連絡・相談(ほうれんそう)」の体制は？総務部や法務部など他の部門との連携は？ホームページへの記載や記者クラブへの連絡は、いつ、どのような内容で行っているのか。記者クラブとは日頃、どんなお付き合いをしているのか などなど。

広報活動は、会社の顔としての仕事だけに、メンバーは真剣そのもの。当然のことながら、会議の 2 時間はあっという間に過ぎ去ります。その後は、CSAJ 事務局近くの溜池の居酒屋へと場所を変え、時には、後輩の指導での悩み、記者との付き合い方などの話しで盛り上がっております。

平成 18 年度のもうひとつの活動は、メディア関係者を招いたパネルディスカッションや懇親会でした。こうした企画は毎年恒例になっていますが、18 年度も、マスコミの本音の部分聞き出す企画となり、CSAJ 会員の方々にも十分満足頂けたと思っております。

平成 19 年度は、新任や中堅の広報担当者をそれぞれ対象にしたセミナー活動も取り入れる予定です。ぜひ、ご参加ください。

参加メンバーからのコメント ～広報研究会参加所感～

税所委員（インテージ）

出席した会では漏れなく実務に役立つ勉強をさせていただきました。特に、事例研究においては、ベテラン広報マンの広報・広告・マスコミ対応等についての基本的な態度、効果的な手法など、駆け出しの私にとって、非常に示唆に富むものでした。

また、滅多に伺えない「失敗談」についてはさらに有益で、日常業務での留意事項や“有事”際の対処法などをリアルに学ばせていただく貴重な機会となりました。

事務局の方には、欠席の際にも、資料をお送りいただいたりして、丁寧にフォローしていただきました。併せて、御礼申し上げます。

当社は、基本的に B to B を主としたビジネスということもあり、対外広報に対する意識が必ずしも高くありませんでした。しかし、今後は、ブランドイメージ向上を目指し、さまざまな工夫・努力をすることが求められています。研究会で得た知見を実践して、いつか会員企業の皆さんに恩返しができると思います。

平成 18 年度 広報研究会 活動報告書

平成 19 年 3 月 発行

発行 社団法人 コンピュータソフトウェア協会 (CSAJ)
〒100-0014 東京都千代田区永田町 2-4-2 秀和溜池ビル 4 階
TEL : 03-5157-0780 FAX : 03-5157-0781
URL : <http://www.csaj.jp/>

©2007 Computer Software Association of Japan