



TANABE CONSULTING 2024

PR/広報研究会

ゲストご紹介資料

ビジネスの最前線を走る企業による実践型講義と現地視察で、

成功・失敗のリアルなポイントを学びます。

講義・視察を受けての提言とノウハウを

コンサルタントがわかりやすく統括し的確にサポート。

経営層との交流も図れ、

各社のノウハウを自社の強みに転換することができます。

ぜひ、ご参加ください！

▼ 詳しくはこちら

タナベ 研究会

検索



お申込み・詳細はタナベコンサルティングホームページ
または、担当コンサルタントまでお気軽にお尋ねください。



株式会社 アスカネット

イノベーション推進グループ 課長 志田原 浩文 氏

アスカネットは「未来に感動を ～INSPIRING THE FUTURE～」をビジョンに掲げ、「フォトブック事業」「フューネル事業」「空中ディスプレイ事業」の3つの事業を独自のビジネスモデルや製品・サービスとして展開中。また、新たにxR領域におけるサービス「かえでラボ」の立ち上げやメタバースが体験・交流できる施設「xlab」を開設（2023/6/1～）。

■志田原 浩文 氏 経歴

現職：xR領域における新たなサービスの立ち上げと推進

前職：地域交流ビジネス・地域ブランディングなど地方創生業務を主に担当

報道連鎖を生み出す継続したPR活動のコツと 産官学連携による新しいかたちの採用PR

1. 報道連鎖に繋げるPR活動について、PRネタの見つけ方、その発信方法、社内体制等、成果の出る持続可能な活動にするための仕組みを学ぶ。
2. 自社の強みと学生のインサイトを繋げた、産官学連携の学生との新しいリレーションシップによって採用PRへと活用した事例をご紹介いただく。
3. 企業のPRネタに繋がる「メタバース」の活用方法を実際の体験を元に学ぶ。



PR TIMES

株式会社 PR TIMES

第一営業本部 柏木 択斗 氏

プレスリリース配信プラットフォーム「PR TIMES」の営業を行い、スタートアップから大企業までのPR支援を実施。その後、タスク管理ツールを運営するJooto事業部に異動し、営業・カスタマーサクセス業務に従事。現在は「PR TIMES」を既にご利用いただいているお客様の情報発信の支援をするカスタマーサクセスチームに所属。1社1社の個別支援からセミナーなどのコンテンツの提供を行う。

プロが語る！ プレスリリースの活用方法と成功事例

1. PRの本来の目的と、それに対するプレスリリースの役割を学ぶ。
2. プレスリリースに載せるべきPRストーリーの作りかたを学ぶ。
3. 全国に報道・拡散されたプレスリリースの成功事例をご紹介いただく。



株式会社 東京片岡英彦事務所

代表取締役 片岡 英彦 氏

日本テレビの報道記者、宣伝プロデューサーを経て、アップルコンピュータのコミュニケーションマネージャー、MTVジャパン広報部長、日本マクドナルドマーケティングPR部長を歴任。ミクシィを経て、株式会社東京片岡英彦事務所代表取締役に。企業のマーケティング支援活動のほか、国際NGO「世界の医療団」の広報責任者、国立循環器病研究センター理事長特命補佐等を務める。

クロスメディア時代のPRのありかたとは ～物やサービスが売れる空気をつくる戦略PR～

1. 一時の話題化を狙った短期的施策のPRではなく、中長期的に物やサービスが売れる空気をつくりブランディングにも寄与する「戦略PR」について解説いただく。
2. 戦略PRを自社で機能させるためのプランニングのコツ、PRストーリーのつくりかたを事例を交えて解説いただく。
3. PR活動における目標設定と効果測定について解説いただく。
広告換算はなぜナンセンスなのか？ 広告換算に代わるKPIとは？



特定非営利活動法人 ブランドカレッジ

理事長 金森匠氏

日本テレビ「ZIP!」「スッキリ」「エンタの神様」など、全てのジャンルで番組の立ち上げに参画したほか、企画・構成5,000以上のテレビ番組に携わる。報道・情報・バラエティ・スポーツ・ドラマ・映画と守備範囲は業界ナンバー1。報道や情報番組で培った「埋もれた有益な情報」を世の中に発信する極意をメディアの中にある「現役の目線」で企業の広報PR担当者に伝授。ベンチャーから大手まで企業の広報職1500人が集う「広報は夜の7時」を主宰・運営中。

現役メディアの目線で語る 自社の魅力を最大限に発信するための伝え方

1. 自社の資産を報道価値のあるニュースにする考え方のコツを学ぶ
2. 自社の情報を吸い上げるためのインターナルコミュニケーションの必要性について学ぶ
3. 有名ビジネス番組に取り上げられる企業の共通点を、プロのメディア視点からご講演いただく



講演



視察



三島食品

株式会社

広報兼直販事業 マネジャー 佐伯俊彦氏

1949年に創業したふりかけなどを製造販売している食品メーカー。スーパーマーケット、生活協同組合などへ市販用商品の販売と、学校給食、産業給食、外食産業、スーパー惣菜、製菓製パン業界などへ業務用商品を販売している。積極的に広告宣伝を取り組まず、その原資を上質な原材料の仕入へ活用し、素材のおいしさを生かす調味と加工にこだわっている。また20年かけて赤しそのオリジナル種子を開発するなど、スジアオノリの陸上養殖にも力を入れている。

広告宣伝やプロモーションに頼らず 認知拡大を実現したコミュニケーション術とは

1. デジタル社会における情報伝播の変化に適応した広告宣伝に頼らないPRコミュニケーション手法を学ぶ。
2. 違いを創出する為の「独自思想→説明責任→権限移譲」によるチームの活性化を目指す。
3. 具体的な事例紹介。



西日本旅客鉄道

株式会社

経営戦略本部 コーポレートコミュニケーション部
鉄道文化推進室長 杉山 幸介氏

■京都鉄道博物館とは

鉄道の歴史を通して日本の近代化のあゆみを体感できる鉄道の総合博物館。

「地域と歩む鉄道文化拠点」を基本コンセプトとし、「鉄道を基軸とした事業活動を通じた地域の活性化に貢献する」という基本ミッションを掲げ、地域との共生を目指している。

■杉山 幸介氏

①経歴

1993年入社。金沢支社に赴任後、本社で広報・リスク管理・CS・営業などの業務に携わる。
2021年から現職。

②実績

コロナ禍で20年度に29万人まで来館者が激減したが、ポストコロナの局面において館内外の各事業者との連携、また宣伝告知のターゲティングにより、22年度には67万人の来館を達成。

新しい魅力を生み出し発信し続ける コンテンツ活用とPR戦略

1. 常に新しいイベントを開催し続けファンを絶やさない同館のコンテンツコラボ活用術を現地視察で学ぶ。
2. 地域の活性化に繋がっている地域異業種との協業について、協業にあたって直面する課題とそれを乗り越えた成功方法を学ぶ。
3. 魅力を世の中に発信し続けるPR戦略を学ぶ。