

P R / 広報研究会

テーマ

多種多様な他企業の成功事例から、
自社におけるPR戦略構築～具体的実装力を強化する

POINT 01

BtoB、BtoCそれぞれ
業界別にPRを取り入れて
成功した企業の具体的
事例の紹介

POINT 02

SNSをはじめとする
デジタルツールを活用した
PR戦略の習得

POINT 03

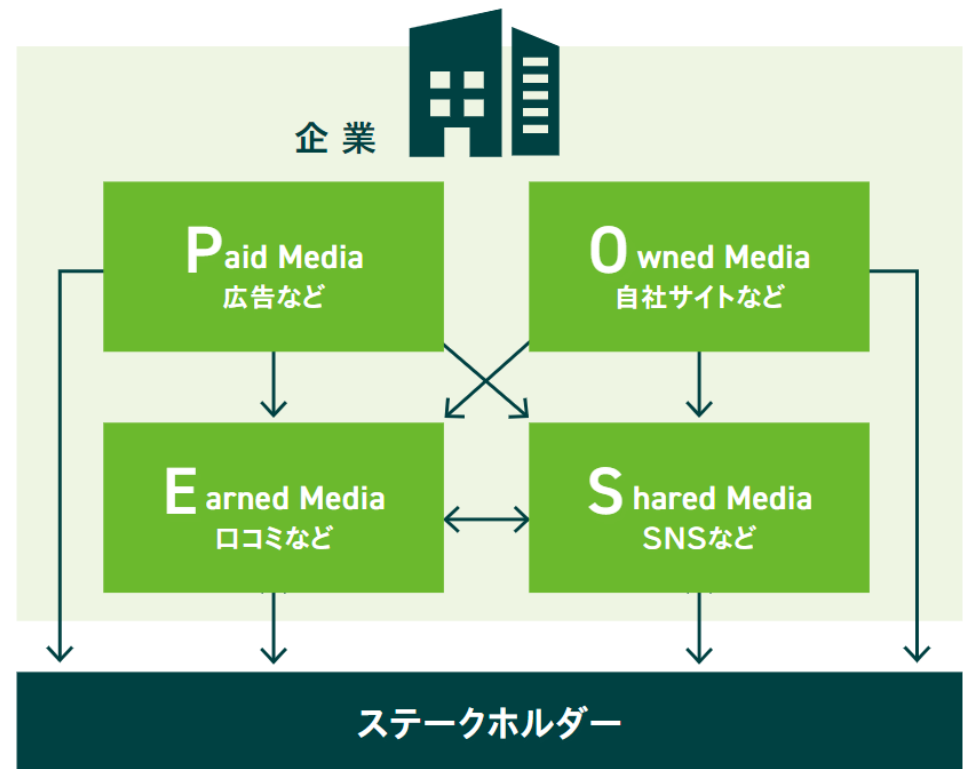
自社および
自社サービス独自の
報道価値の発見

P R / 広報研究会 テーマ設定の背景

Background

PRとPESOモデル

PR(Public Relations)とは、ステークホルダーとの良好な関係を築くための活動および考え方のことを指します。PRはPESOモデルと呼ばれるメディア戦略によって組み立てられますが、広告の力が弱まってきている近年、第三者の声である「アードメディア(口コミなど)」「シェアードメディア(SNSなど)」において、いかに情報発信・拡散されるかが重要視されています。「ペイドメディア(広告など)」「オウンドメディア(自社サイトなど)」を活用し、第三者に共感され、発信・拡散されるコミュニケーション戦略が今の時代のPR戦略には必要と言えます。



P R / 広報研究会 実施項目

Contents

タナベコンサルティング
基調講義・まとめ講義自社の真の価値を整理するため
経営的視点からの重要ポイントを講義

各回のテーマについて、基本的な考え方を弊社コンサルタントが講義。最後のまとめでは、各回で得た情報を総括し、自社に落とし込むための重要なポイントをわかりやすくお話しします。



成功企業の視察や講義

今の時代に相応しい
PR/広報戦略の事例を学ぶ

各回テーマの成功企業をお招きし、過程や失敗談も含めリアルな体験をお話いただきます。
視察では、その日・その場所でしか得られない情報を吸収。有用性を直感的に感じていただきます。

事前ワーク・
グループディスカッション参加企業のアイデアを知り
自社へ展開するヒントに

ゲストから学んだノウハウを自社にならどう展開するかを考え、参加者同士でディスカッションを行います。様々な意見は、思いもよらない発想を得られる機会となります。



夕食懇親会

ビジネスマッチングにも繋がる
出会いの場

同じ志、課題解決に取り組む参加企業、各回のゲスト企業と、交流・情報交換をします。
自社の課題解決の糸口や、新たなビジネスマッチングのきっかけにもなります。



個別面談・相談会

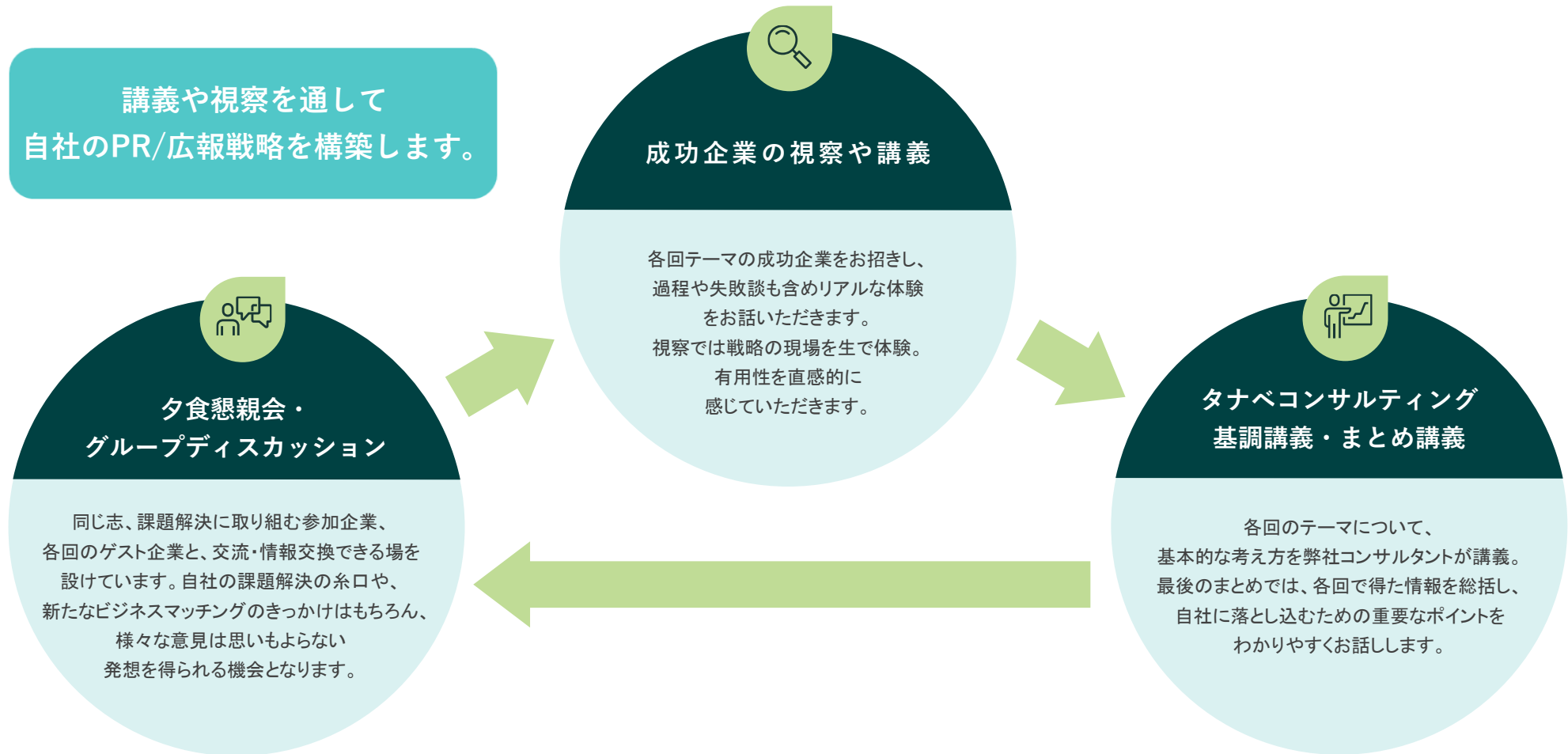
専門コンサルタントによる
手厚いフォロー体制

経営コンサルタントから、自社で実践するためのアドバイスや、参加企業との連携相談、御社トップに戦略をご理解いただくためのフォローも実施いたします。

PR/広報研究会 学びのサイクル

Learning Cycle

講義や視察を通して
自社のPR/広報戦略を構築します。



P R / 広報研究会 過去視察先

Past Company Inspection

企業規模・業種を限定しない多種多様なゲスト

※ 今期の視察・講演先ではありません

01

オタフクホールディングス株式会社
執行役員 広報部 部長 大内 康隆 氏



日本全国、そして海外へ！
鉄板粉もの文化を定着させる創業 100 周年を超えた企業の
PR

02

加和太建設株式会社
代表取締役 河田 亮一 氏
経営企画部 広報 村上 萌 氏



全社員が共通のビジョンを持つための
インターナルコミュニケーションとは

03

日本全薬工業株式会社
経営企画部 シニアコーポレート
ブランドマネージャー 小川 雅史 氏



Gazing at the future

情報と価値観を全国で共有化する
社内報活用法の A to Z

04

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



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

P R / 広報研究会 参加者の声

User's VOICE



卸売業
(取締役社長)

分かりやすく実践的な内容で
自社に取り入れるヒントが得られる。

ゲスト講義が、実際の事例を活用した分かりやすい内容で、自社のHPの見せ方などにも活用できそうでした。早速参考にして優先順位や費用感も含めて模索します。



製造業
(課長)

自分で感じていたポイント以外にも
まとめ講義で勉強できる。

まとめ講義があることで、自分で感じていたポイントだけでなく、別の目線で見たとときの重要な点など角度の違う見方に気が付くことができます。いつもゲスト講義の内容を分かりやすく端的にまとめていただけるので、良い復習にもなっています。



金融業
(主任)

「お金をかけずに結果を出す」
考え方が勉強になる。

ゲスト講義の中で、お金を使わずに知恵をしぼる考え方や手法が特に印象に残っています。固定概念から脱却し、会社の規模を言い訳にせずに社内を巻き込んで取り組む覚悟ができました。



卸売業
(課長)

自社の経営に直結する
学びがある。

研究会に参加するまではアウトブランディングに意識を寄せていましたが、いくら良いメッセージを作っても社内の実情と乖離があると意味がないことを痛感しました。自社の経営に直結する学びを得ることができ、いつも非常に有意義な時間です。

PR/広報研究会 リーダー紹介

Leader Introduction

PR/広報研究会リーダー 伊藤 健一郎

世の中の情報量が爆発的に増え、メディアの多様化と生活様式の変化によって情報収集の仕方も変化してきました。さらに広告よりもSNSの影響力が増してきたことで、企業の関知しない消費者間による情報拡散が進んでいます。こうした時代において、BtoB,BtoCに関わらず、ステークホルダーの共感を得る情報を生む「PR/広報」という考え方が改めて注目されています。「PR/広報」を自社の発展に繋げている企業の成功事例から、今の時代に相応しい自社のPR/広報戦略を見直していきましょう。

Profile

「まず自らがその商品・サービスのファンになる」ことをモットーとし、ブランドビジョンを基にブランディング活動からマーケティング戦略構築、PR観点でのプロモーションまでを、一気通貫で支援するコンサルティングを展開。特にブランディング、PRストーリーの設計とその推進マネジメントを通じた人材育成で、クライアントから高い信頼を得ている。

こんな方はぜひ
ご参加ください

- ✓ 良い商品・サービスを持ちながら売上が伸び悩んでいる企業
- ✓ 広告や販促以外の手法を活用して認知拡大、集客を狙いたい企業
- ✓ PR広報機能はある、実践しているが成果につなげていない企業
- ✓ 競合他社とのコモディティ化からの脱却を図りたい企業



PR/広報研究会 ゲストご紹介

Guest Companies

第1回 東京 2025年2月17日(月)

THANKO

サンコー株式会社

執行役員 広報部/部長 塔 晋介氏

【事業概要】家電の街、秋葉原から「面白く」「役に立つ」をコンセプトに家電を開発・販売。電気を入れると冷える「ネッククーラー」(累計120万台売上)や14分でお米が炊ける「弁当箱炊飯器」(累計20万台)、タンク式食洗機ラクア(累計売上9万台)、乗れる扇風機など一芸家電で世の中を変えていく。ガイアの夜明け、がっちりマンデー、WBSなどテレビ放映数は1,600回を超える。2022年プライム上場企業「日本毛織株式会社」グループイン。

「中小企業がメディアに取り上げられるコツとは」

- ・10億円から40億円の企業に急成長させた広報戦略
- ・テレビで取り上げられる仕組み
- ・即実践！広報アクションプラン



獨協大学

総合企画部 総合企画課 課長 朝倉 将彦氏

【事業概要】「大学は学問を通じての人間形成の場である」を建学の理念とし、1964年に埼玉県草加市で創立。4学部11学科をもつ文系総合大学。2024年に創立60周年を迎え周年事業を実施。伝統を継承しつつ新たな価値を生む契機とし、大学のブランド再構築を目指した。「つなぐ」という活動コンセプトのもと、創立以来支えていただいた多くのステークホルダーと積極的につながりを持ち、ともに発展する機会として様々な企画を実施した。

「周年事業の意義を考える ～獨協大学創立60周年事業の成果と課題～」

- ・セオリーにとらわれない
- ・企画を全教職員から公募
- ・ステークホルダーとの接点づくり
- ・ブランドの再構築



PR/広報研究会 ゲストご紹介

Guest Companies

第2回 福岡 2025年4月24日(木)



株式会社ダイショー

デジタルマーケティング課 課長代理 宮下 秀美 氏

【事業概要】 調査調味料全般の製造・販売を行っている会社。“おいしさで・しあわせをつくる”を企業理念に、豊かな「食文化」の創造を目指し、焼肉のたれ、味・塩こしょう、鍋スープ等を創意工夫のもと開発し、消費者のニーズをいち早くつかみ、市場を創造してきた。近年では「楽しい味」で世界にプラスを。」のビジョンを掲げ、「ファン(FAN/FUN)づくり」によって社会にも社員にも好きになってもらえる会社を目指し、様々な取り組みを始めている。

「ダイショーが行う広告・PRとは」

- ・「だけ」じゃないPR
- ・お金をかけずにできるPR
- ・目標は「ハウスエージェンシー」



第2回 福岡 2025年4月25日(金)



株式会社やまやコミュニケーションズ

代表取締役社長 山本 正秀 氏

【事業概要】 辛子明太子をはじめとする食品の製造販売や外食事業を行っている。これからますます大切な価値となる「安全安心であること」を何よりも重要視し、食生活だけではなく、その先の食文化となるような価値を提案し続けている。そして、私たちが存在している社会と、そこで生活する人々の幸せに貢献していくことを使命として、企業活動を続けている。

「ステーキホルダーとのリアルとデジタルでつなぐコミュニケーションポイント」

- ・「Made in KYUSHU」軸での、九州の食文化の魅力を発信PR戦略
- ・リアルとデジタルの掛け合わせによるタッチポイントの最大化
- ・顧客体験(CX)向上の取り組みにふれる



PR/広報研究会 ゲストご紹介

Guest Companies

第3回 北海道 2025年6月26日(木)



株式会社LAUGH GROUP

代表取締役 大坪 友樹 氏

【事業概要】 北海道札幌市で、養殖から加工製造、小売、通販、外食、観光まですべてのプロセスを自社内で完結する一気通貫事業を展開している企業。飲食事業部をメインに市内で10店舗を展開しているほか、商品開発、広報食育活動などその業務は多岐にわたる。「2048年問題」の解決をミッションに掲げ、北海道という大地から様々な手段で事業を拡大している。

「ミッションリンク経営の重要性と成果」

- ・企業ミッションの体現方法
- ・地位をまきこむ広報戦術
- ・多くのTV取材がくる理由



第3回 北海道 2025年6月27日(金)

HAJ

Hokkaido Arbeit Johosha



株式会社北海道アルバイト情報社

広報戦略室 室長 日景 政道 氏

【事業概要】 創業から半世紀以上、北海道の企業と求職者の「はたらく」をつないでいる企業。求人メディアの運営・発行のほか、企業と求職者が直接会って話を聞くことができる合同企業説明会や、各種セミナーの開催、仕事探しに関する相談に幅広く対応し求職活動を個別支援するサポートセンターの運営、人材紹介や採用管理ツール作成など、多彩な商品やサービスを通して、北海道の「たのしくはたらく」を増やし続けている。

「求人のプロが語る、中小企業ならではの採用PRのコツとは」

- ・片手間業務からの脱却。採用業務に専念できる体制作り
- ・できることからコツコツと。採用戦略のAtoZ
- ・明日からできる採用ブランディングの実践



PR/広報研究会 ゲストご紹介

Guest Companies

第4回 大阪 2025年8月29日(金)



牛乳石鹸共進社株式会社

コーポレートコミュニケーション室 室長 宮崎 清伍 氏

【事業概要】 1909年(明治42年)創業。コーポレートメッセージ「ずっと変わらぬ やさしさを。」のもと品質第一主義を守り、お客様の肌に、ここに、そして環境にもやさしい「ものづくり」に取り組む。フラッグシップ商品「カウブランド 赤箱 青箱」(固形石けん)の他に、ボディケア、フェイスクケア、ヘアケアなど幅広く「美と清潔 そして健康づくりに役立つ」製品を研究開発し、提供している。

「約100年商品「赤箱」から醸成された、
企業「牛乳石鹸」のファンづくりコミュニケーションとは」

- ・表裏一体、商品「赤箱」と企業「牛乳石鹸」
- ・ステーキホルダーに寄り添う「新たな価値」の発見
- ・「ファンづくり」を標榜したコミュニケーション施策



第4回 大阪 2024年8月29日(金)

非常識を、常識に。



PR株式会社企画

代表取締役 知久 哲也 氏

【事業概要】 現役のテレビマンのみで構成されたPR会社。
独自のノウハウとコネクションを駆使し、企業のテレビ番組への露出を支援する。業界歴10年以上の現役のテレビマンが必ず担当につき、番組への露出実現に向けて伴走する。
その他、ネットニュースPRやテレビクオリティの企業向け動画制作にも定評がある。

「テレビ関係者の極秘ファイル『取材が殺到する10のノウハウ』
～番組スタッフが取材したくなるのは、〇〇と△△と□□～」



PR/広報研究会 ゲストご紹介

Guest Companies

第5回 東京 2025年10月27日(月)

m i l b o n



株式会社ミルボン

コーポレートコミュニケーション部 コーポレートコミュニケーショングループ
広報室 木村 義則氏

【事業概要】美容室専用のヘアケア製品やヘアカラー剤、スキンケア製品などを製造・販売する化粧品メーカー。美容のプロフェッショナル人材の育成や課題解決支援を通じて美容室の成功を支援するとともに、確かな技術に裏付けられた製品によって美容室を訪れるお客さま一人ひとりの美しい生き方を応援している。

「BtoBtoCメーカーの広報戦略構築」

- ・広報の一般論と、ならではの難しさ
- ・広報を「自社の戦略」にするには？ — 試行錯誤の8年と、そこから生み出したもの —
- ・生まれた成果と、これから実現したいこと



第5回 東京 2025年10月27日(月)

Money Forward



株式会社マネーフォワード

コーポレートコミュニケーション室 副室長 矢頭 ユミ氏

【事業概要】「お金を前へ。人生をもっと前へ。」をミッションに、すべての人のお金の課題解決を目指し、お金の見える化サービス『マネーフォワード ME』やバックオフィスSaaS『マネーフォワード クラウド』などを提供している。

「MVVCを軸にした広報戦略とは」

- ・想いに共感いただき、一貫性と「らしさ」を伝えることができる
- ・広報活動を共創するステークホルダーとの信頼関係を構築



PR/広報研究会 開催日程と申し込み要項

Event dates and application requirements

開催日時

第1回	2025年	02月 17日 (月)	
第2回	2025年	04月 24日 (木) ・ 04月 25日 (金)	
第3回	2025年	06月 26日 (木) ・ 06月 27日 (金)	
第4回	2025年	08月 29日 (金)	
第5回	2025年	10月 27日 (月)	
第6回	2025年	12月 22日 (月) ・ 12月 23日 (火)	

開催時間 ◎1日開催…午後開始
◎2日開催…1日目／午後開始・2日目／午前終了

※日程・開催時間等は変更になる場合がございます。予めご了承ください。



ファーストコールカンパニーフォーラムの
視聴アカウント付き！

詳細は、弊社ホームページをご参照ください。

開催概要

受講対象 経営者・経営幹部・事業責任者・PR/広報責任者など

定員 30名様

会費 お1人様(全6回通し)

495,000円(税込)

1名様追加料金(同一企業様) 1回/66,000円(税込) 全6回通し/429,000円(税込)

同一企業内であれば
お申込みされた方以外の受講もOK！

【申込期限】 各研究会、開催日の1週間前までにお申込みください。

※事情により、お申込みをお受けできない場合がございます。予めご了承ください。

【受講取消】 1. お申込み期限日(第1回開催の1週間前、同一企業様からの追加お申込みの場合は

各回開催の1週間前)までの取消につきましては全額返金いたします。

2. お申込み期限日の翌日からの取消につきましては代理受講をお願いいたします。
代理受講が不可能の場合は以下の通り取消料を申し受けます。ご了承ください。

① お申込み期限日の翌日から第1回開催日の前日

(同一企業様からの追加お申込みの場合、各回開催日の前日)：会費の40%

② 第1回開催日以降(同一企業様からの追加お申込みの場合、各回開催日当日以降)：会費の全額

お申込み ホームページからお申込みください。詳細もこちらからご覧いただけます。

タナベ PR/広報研究会



E-mail | soken-lab@tanabeconsulting.co.jp



※ 弊社ホームページの研究会参加要項に掲載されている研究会規約をお読みの上、お申込みください。研究会規約 <https://www.tanabeconsulting.co.jp/t/lab> ※研究会の会費には教材費、懇親会費を含みます。交通費・宿泊費は各自手配・ご負担いただけます。※お申込み受付後、ご請求書をお送りいたします。会費の前納をもってお申込みとさせていただきます。※状況により懇親会が実施できない場合がございます。予めご了承ください。※ご希望回のみ参加されるには、必ず他に1名さま以上の全回参加のお申込みが必要です。

【個人情報の取扱いについて】タナベコンサルティングでは個人情報の保護に努めております。詳細は弊社ホームページ上に記載の「プライバシーポリシー」(<https://www.tanabeconsulting.co.jp/t/policy.html>)をご覧ください。なお、ご記入いただいたお客様の個人情報は、上記のお申込みに関する確認・連絡、および弊社発行のメールマガジンや商品・サービスのご案内などをお送りする際に利用させていただきます。