

2018年8月18日

中国・四国地方の
日本広報学会会員各位
大学等で、広報・コミュニケーションを研究されている皆様
企業・各種団体・病院・大学・行政において広報をご担当の皆様
PR エージェンシー、広告関係の皆様

日本広報学会
中四国部会
部会長 島津 英昌
顧問 菅原 正博
顧問 石橋 陽

2018年9月15日(土)
日本広報学会『CC カフェ・おかやま』開催のお知らせ

**【今回のテーマ】 教育機関のコーポレート・コミュニケーションの
課題解決のためのディスカッション**

拝啓 暮夏の候 ますますご清栄のこととお慶びを申し上げます。

さて、私ども日本広報学会は、設立から 23 周年を迎え、企業・行政・団体から非営利組織まで、経営体の広報・コミュニケーション活動を研究の対象としております。実践の場においても意義のある研究にするため、研究者だけでなく、広報・経営の実務者も会員となり、共に協力して活動していることが、他の学会にはない大きな特徴となっております。

今年度、当学会では「中四国部会」が正式に発足しました。現在、この地域において、より多くの研究者・学生、企業・団体等で広報実務を担当されている方々に当学会へご加入いただける取り組みを進めております。

その一環として、学会会員だけでなく、広く、広報、パブリック・リレーションズ、コーポレート・コミュニケーションに携わる皆さまにご参加いただける『CC(コーポレート・コミュニケーション)カフェ』を企画いたしました。発表者からの話題提供を受け、参加者の皆さまとともに、その課題についてディスカッションをしていく、というスタイルです。

このたびは、「教育機関のコーポレート・コミュニケーション」をテーマとして取り上げます。

ご承知の通り、少子化が進み教育機関の広報担当者の悩みは大きくなるばかりかと思えます。「学部・学科の編成を大きく変える」「学齢期の若者はもちろん社会人への学びの場の提供に取り組む」といった動きや、2019年4月からは「専門職大学」がスタートするなど、学園経営を環境変化に合わせようと取り組んでおられると思いますが、より一層の生徒、保護者、経済界、地域社会を結ぶコミュニケーション活動が求められる局面に入ったとも言えます。

教育機関の広報に携わる方ばかりでなく、幅広い分野の皆さまのご参加・ご協力をお待ちしております。

敬具

【開催要領】『CC カフェ・おかやま』

■主催: 日本広報学会 中四国部会

■日時: 2018年9月15日(土) 14:00~17:15 懇親会 17:30~19:30

■会場: 学校法人中国学園 中国学園大学・中国短期大学
〒701-0197 岡山県岡山市北区庭瀬 83 番地 TEL.086-293-1100

◎交通案内

▼JR 山陽本線・伯備線 庭瀬駅下車、徒歩 14 分(約 1.2km)

※駅前にタクシーのりばもございます。タクシーの場合、約 6 分ほどです。

※岡山駅でお乗換えの場合、

①山陽本線の三原、糸崎、福山行き普通電車に、ご乗車ください。ただし、福山行き「快速サンライナー」は庭瀬駅に停車しませんので、くれぐれもご注意ください。

②伯備線の新見、備中高梁行き普通電車に、ご乗車ください。ただし、松江・出雲方面「特急やくも」は庭瀬駅に停車しませんので、ご注意ください。

※なお、庭瀬駅には窓口はなく、「自動券売機」と、コールセンターの人とお話しながら切符を購入できる「みどりの券売機プラス」の設置駅です。

■プログラム (敬称略)

| | |
|-------------|--|
| 13:30 | 受付開始 |
| 14:00 | 主催者挨拶・日本広報学会のご案内 |
| 14:05~15:25 | 話題提供のための座談会 テーマ:「教育機関のコーポレート・コミュニケーション」 司会: 日本広報学会 中四国部会 部会長 社会医療法人祥和会 広報コミュニケーショングループ課長 島津 英昌 アカデミックアドバイザー プロトビジョン代表 菅原 正博 氏 話題提供者: ①学校法人 中国学園 中国学園大学・中国短期大学 入試広報部 入試広報課 課長 中国短期大学 総合生活学科 准教授 日本広報学会会員 藤田 悟 氏 「学生募集広報に関する学科での コーポレート・コミュニケーション事例報告」【40 分】 |

| | |
|-------------|---|
| | <p>②学校法人 追手門学院 広報課 課長 日本広報学会会員 谷ノ内 識 氏 「組織力を向上させるコーポレート・コミュニケーション ～追手門学院を例に～」【40分】</p> |
| 15:25～15:35 | 休憩 |
| 15:35～16:15 | <p>③学校法人 原田学園 広島酔心調理製菓専門学校 事務部 企画・広報 宇山 巖太郎 氏 「専門学校のコーポレート・コミュニケーション ～酔心の場合～」【40分】</p> |
| 16:15～17:15 | 話題提供者と会場とのディスカッション |
| | <p>※ディスカッション終了後、会場と庭瀬駅の間にあるチェーン店の居酒屋にて、懇親会を開催します。いろいろとお話ができれば幸いです。ぜひ、ご参加ください。</p> |
| 17:30～19:30 | 懇親会 |

■参加費

- ①参加費:会員 2,000 円、一般 2,500 円、大学院生 1,500 円、大学生 1,000 円
 ②懇親会:1 人 4500 円

※当日、受付にてお支払いください。領収書も発行いたします。

■参加のお申し込み

- ▼電子メールもしくはFAXでお申し込みください。
 ▼直前の申し込みも歓迎しますが、懇親会参加ご希望の場合、会場予約の都合上、9月13日(水)までにお申し込みください。

【ご記載いただきたい事項】

- ①お名前 ②所属企業・団体名 ③部署名 ④郵便番号 ⑤住所 ⑥種別(会員、一般、大学生、大学院生) ⑦複数の場合は人数と、その方々のお名前 ⑧e-mail ⑨日中にご連絡できる電話番号 ⑩懇親会参加の有無

【申し込み先】

日本広報学会中四国部会設立準備会 部会長 島津 宛
 E-mail: shimazu-hi@shouwa.or.jp / FAX 084-926-6798

※お電話でのお問い合わせは、社会医療法人祥和会 広報コミュニケーショングループ 島津まで。

☎084-975-3909

↑↑↑ FAX 084-926-6798 ↑↑↑

社会医療法人祥和会・広報コミュニケーショングループ・島津宛

2018年9月15日(土)

日本広報学会 『CC カフェ・おokayama』参加申込書

| | | | |
|---------------------------------------|-----------------------------------|--|---|
| ふりがな お名前 | | | 様 |
| 所属企業・ 団体名 | | | |
| 部署名 | | | |
| ご住所 | 〒 - | | |
| 種別 | 会員 ・ 一般 ・ 大学院生 ・ 大学生 | | |
| 企業等で、複数 で お申し込みの場合は その方々のお名前 | 様 | | 様 |
| | 様 | | 様 |
| | 様 | | 様 |
| e-mail | | | |
| 日中に連絡できる 電話番号 | () | | |
| 懇親会参加の 有無 | 参加 ・ 不参加 | | |
| | ※当日、参加できそうでしたら、お申し出ください。お店と交渉します。 | | |

※PDF 化してご送付の場合は、

shimazu-hi@shouwa.or.jp まで、メールに添付してお送りください。

【ご参考】

本イベントにご参加いただきたい方

- ① CCに関心のある方々で、CCについての課題や問題提議のある方々(全般)
- ② CCに関心のある方々でCCの課題に対して様々な解決策を提案できる方々(全般)
- ③ CCにこれから携わってみたい方々で、上記と同様な方々
(大学・高校生、企業人、病院職員、大学職員他)
- ④ CCに携わってきた方々で、上記と同様な方々
(企業、行政、大学、病院でCC関連セクション経験者)

■『CC(コーポレート・コミュニケーション)カフェ』とは？

2016年から関西の日本広報学会会員により始められたシリーズ企画で、日本広報学会会員だけでなく、広報を研究する学生、企業や団体等で広報実務を行う方が、「気軽に」「気安く」参加できるディスカッション形式のイベントです。

コーポレート・コミュニケーション(以下 CC)の課題や悩みについて、解決策や方法を共有し、未解決の課題や悩みがあれば、次回以降の「CCカフェ」で取り上げていきます。

■『CC(コーポレート・コミュニケーション)』とは？

- CCとは、企業だけでなく行政、大学や病院等のステークホルダーに対するコミュニケーション活動のことです。CCの基本は、どの主体においても、ステークホルダーを設定することが出発点となります。
- 企業や団体において、CC活動を展開するには、

- (1)「チーフ・コミュニケーション・オフィサー(CCO)」的な存在づくりと、その4つの役割(「コーポレートブランド・マネジメント」「ステークホルダー・マネジメント」「イシュー・マネジメント」「レピュテーション・マネジメント」)の徹底を図る。
- (2)PDCAサイクルを回す。
- (3)「自己点検・自己評価」を実施すること。

- ☆CCO(Chief Communication Officer (最高広報責任者)の4つの役割
- *ステークホルダー・マネジメント (企業をとりまく利害関係者の管理)
 - *コーポレートブランド・マネジメント (企業ブランドの管理)
 - *イシュー・マネジメント (予知・予防・危機対応の管理)
 - *レピュテーション・マネジメント (企業の評判の管理)

- ☆CC(コーポレート・コミュニケーション)の自己点検・自己評価 (M=マネジメントの略)
- *ステークホルダー毎に、コーポレートブランド M、イシュー・M、レピュテーション・M についての取り組みを決定し、CCの目標(数値的な)を毎年決め、PDCAサイクルをまわすこと。

- 『CCカフェ』に集まる研究者・実務者は、戦術にはまらず・こだわらず、戦略的な取り組みの促進と徹底を狙い、これができる方々の活躍の場の拡大を目指します。
また、大学生、大学院生等に参加いただき、CCに少しでも関心のある若者の育成をめざします。