

みんなで学び合うコミュニティ型広報勉強会

# みんなで 広報会議



新しいツールの登場、会社のメッセージの一貫性が必要になり、  
広報担当の業務領域が増え続けている中、  
コロナ禍でこれまでのやり方が通用せず、先が見えない状況が続いています。  
また多くの中小企業の広報担当者は兼任の一人担当が多く、広報を理解している人が周りにおらず、  
相談相手がないことがほとんどです。

**みんなで学び合うコミュニティ型勉強会「みんなで広報会議」の目的は、**  
**事例共有をもとに、各社のそれぞれの広報活動の経験をシェアし、**  
**広報活動の引き出しを増やすこと。**  
**悩んだ時に、相談し合える関係をつくり、協働を促進していきます。**

## タイムスケジュール例

- 1 オープニング
- 2 初参加企業の自己紹介・趣旨説明
- 3 ゲストによる話題提供
- 4 具体的な広報活動について
- 5 質疑応答
- 6 広報活動の課題、悩みの共有
- 7 参加者も交えてのアイデア出し
- 8 参考になる他社の取り組みの共有
- 9 今後について、こんな協働をしたい
- 10 まとめ、感想のコメント
- 11 写真撮影

事例の紹介や  
ディスカッションを通して  
参加企業みんなで  
広報力を高め合います



## ● 広報会議概要

開催頻度 毎月 第2火曜日 形式 オンライン 費用 会費 5,500円/月

対象 ・従業員数300人以下の企業、団体  
・広報を学び合い、相談し合える仲間をつくりたい経営者or広報担当者

## ● お問い合わせ

株式会社PRリンク 担当:鈴木・地林

mail : support@prlink.jp

〒530-0028 大阪市北区万歳町4-12 浪速ビルディング 西館401A号室

▶ 趣旨や手続きについてご説明しますので、ご参加を希望される方は上記【お問合せ】よりご連絡ください

## ●これまでのみんなで広報会議の内容

- 第1回目 広報とは「巻き込まれている人を増やすこと」
- 第2回目 顧客との関係性の見える化。動画で信頼、成約率アップ
- 第3回目 対外宣言でアメリカ進出が実現、アマゾンで15万社中7社に
- 第4回目 広報、ホームページで問い合わせが1年で2.1倍に
- 第5回目 企業とクリエイターとのコラボ。商品力向上と販路の広がり
- 第6回目 コロナ禍での関係性づくり。オンラインとリアルを組み合わせ
- 第7回目 「広報活動の優先順位」「広報活動スタート期のステップ」
- 第8回目 広報担当者が「社員の誇りを高めるためにできること」
- 第9回目 コミュニティメンバーや学生など社外の人を巻き込む方法
- 第10回目 興味をもってもらえるサイトの作り方
- 第11回目 ユーザーとの距離感を縮める、SNSの発信とは
- 第12回目 顧客との関係性を深められる SNS の発信内容
- 第13回目 クラウドファンディング成功までの伏線公開
- 第14回目 どうすれば、社員にも広報を理解、協力してもらえるか
- 第15回目 理念とビジョンを推進するための広報の目標の立て方
- 第16回目
  - 3つのテーマにわかれてグループディスカッション
  - ①社内の広報の理解 広報の目標設定、活動の見える化
  - ②人手、時間 広報計画、広報活動の優先順位
  - ③認知向上 具体的な広報活動のアイデア
- 第17回目 販促目的のインスタで、どう発信すればいいか
- 第18回目 ホームページと SNS での発信、SDGs の発信について
- 第19回目 新しいことに挑戦する風土づくりに、広報としてできること
- 第20回目 テーマ、ツールも多様な中で、何に焦点を置いて広報すればいいか
- 第21回目 キャッチコピー講座
- 第22回目 オルガワークス「ヨリドコ大正メイキン」見学会
- 第23回目 J:COMプロデューサーに聞く 「こんな企業、ニュースを取材したい」
- 第24回目 学生トークセッション「学生(若者)の情報収集の実態について」
- 第25回目 広報担当者が数字目標を持つことの大切さ
- 第26回目 大阪日日新聞記者に聞く「こんな中小企業を取材したい」
- 第27回目 3社による「ホームページクロストーク」
- 第28回目 大学、専門家と協働する価値について

「コラボも生まれ、ビジコンで優秀賞に!」

山陽製紙  
産業用特殊紙  
(再生紙)

ダイワホーサン  
縫製技術

特殊紙を縫製して作った  
防災マット

初の  
リアル開催!



## ●参加者さまのご感想

広報会議で出会った仲間と応援しあったり  
理解しあったりしたことで、  
救われている部分は多々あります。



大阪書籍印刷株式会社 畠中さん、西村さん

会の魅力は、他社の事例、取り入れたいと思う施策や考え方を多く聞けること。例えば、広報はやれることが幅広く、成果を数値化しづらい。そのため社内にも説明が難しく理解を得られにくい。そうした悩みは共通だからこそ、他社では担当領域を広げすぎずに、注力することを決められているお話を聞いて、とても参考になりました。

広報担当って孤独になりがち。だからこそ広報会議で出会った仲間と応援しあったり理解しあったりしたことで、救われている部分は多々あります。うまくいくことばかりではありませんが、参加すると、やり続けていればなんとかなるんじゃないかと前向きな気持ちになれます。

今まで接点のなかった違う業界の会社と  
協働することで提案力が上がり、  
相乗効果を感じています。



株式会社ダイワホーサン 辻本小百合社長

これまでになかった貴重な出会いの場です。同じく会に参加している環境負荷の低い再生紙を製造している「山陽製紙」の丈夫な再生紙の特長を活かした防災用品の開発を協働で行い、SDGsビジネスコンテストで入賞しました。また発達障がい者がある方々の使いやすさを追及したノート「まほらノート」を製造販売する「大栗紙工」とはツイッターでコラボ企画を実施しました。

今まで接点のなかった違う業界の会社と協働することで提案力が上がり、さらに社会貢献性が高い企業さんとコラボすると、お互いのフォローがコラボ相手もフォローするなど相乗効果を感じています。