

カテゴリー	講座名	講座番号	講師	視聴目的・視聴シーン(経営者)	視聴目的・視聴シーン(広報担当者)	視聴時間
経営と広報	広報の経営効果	1	神崎英徳	・経営課題の解決に役立てる(採用、社員モチベーション向上、販路拡大など)	・社内に広報の価値を説明(理解を深める) ・経営視点で広報について考える	9:02
	社内外広報で会社の成長の循環を加速	2	神崎英徳	・経営課題の解決に役立てる(理念浸透、価値観共有、社員モチベーション向上など)	・広報活動の優先度を考える ・経営視点で広報について考える	11:12
	採用、定着のためのSDGs広報	3	神崎英徳	・経営課題の解決に役立てる(採用、社員の離職防止、モチベーション向上)	・採用についての広報の役割を知る ・採用広報について人事と話をする	7:21
	広報活動の目標の考え方	4	神崎英徳	・広報活動の目標について担当者と話をする	・広報活動の目標について考える ・広報活動の目標について経営者と話をする	7:04
	新規事業、新商品を生み出すミライのプレスリリース	5	神崎英徳	・経営課題の解決に役立てる(新規事業、新商品を生み出す)	・社内に広報の価値を説明(理解を深める) ・新規事業、商品広報について社内で話をする	8:03
	社史で理念、価値観を共有	20	神崎英徳	・理念、価値観を社内外に共有する	・理念浸透の広報施策を検討する ・周年の広報企画を検討する	8:32
	社内の風通しをよくする社内ランチ	21	神崎英徳	・経営課題の解決に役立てる(企業風土づくり、社内コミュニケーション向上など)	・社内コミュニケーションを促進する ・社内の風通しをよくする	6:24
	CSR経営と広報	27	神崎英徳	・社会の期待に応えられる企業を目指す	・広報と両輪のCSRの理解を深める ・経営視点で広報について考える	9:09
	V字回復に貢献した社内報～挑戦する風土も育む	31	堀美和子	・社内の埋もれた“宝”に目を向ける ・社内広報(社内報)の大切さに気付く	・社内報のネタ探しに困らなくなる ・広報の役割(経営の一翼を担う)の再認識	19:57
	社会とのギャップを防ぐ企業内記者	41	神崎英徳	・企業リスクを未然に防ぐ(危機管理)	・社会と企業の意識ギャップを埋める ・社内の広報への理解を深める	9:37
準備、土台づくり	社会環境の変化とメディアの関心の変化	6	神崎英徳	・社会環境の変化から経営戦略を考える	・広報に影響を与える社会の環境変化を知る ・広報戦略にかかわるメディアの関心を知る	9:33
	広報担当者の仕事内容と向いている人材	10	神崎英徳	・広報体制を強化。広報担当者を決める。 ・広報担当者の役割を検討する	・広報の仕事の全体像を知る ・広報の仕事の心構えを知る	8:26
	会社の第一印象を決める「枕言葉」	11	神崎英徳	・企業イメージを統一する ・ブランド力を高める	・自社の魅力や強みの社内理解を深める ・自社について社外に説明しやすくする	5:13
	広報担当者の心得	22	神崎英徳	・広報体制を強化。広報担当者を決める。	・広報の仕事の土台となる考え方を学ぶ	8:39
	伝える順番と共感のストーリー	23	神崎英徳	・社内外に理念やビジョンを浸透する	・自社、商品の共感ストーリーを考える ・共感のメッセージを考える	6:33
	商品、サービス完成前にファンをつくる	26	神崎英徳	・口コミ、評判のサイクルを考える	・ファンづくりのプロセスを理解する ・ファンづくりのための広報活動を検討する	8:50

	記者が聞きたいストーリー	33	堀美和子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自社のバックボーンや“根っこ”に気づく</li> <li>・自ら語る大切さを知る</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・記者の興味を知り、取材につなげる</li> <li>・プレスリリースに“深み”を作る</li> </ul>	18:26
	ファンづくりに有効な関係性の見える化	42	神崎英徳	<ul style="list-style-type: none"> <li>・口コミ、評判のサイクルをつくる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ファンづくりのプロセスを理解する</li> <li>・ファンづくりのための広報活動を検討する</li> </ul>	6:40
	ブランドブック	46	神崎英徳	<ul style="list-style-type: none"> <li>・理念を社内に浸透する</li> <li>・経営の継承、次世代に理念・価値観を受け継ぐ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・理念を社内に浸透する</li> <li>・ブランドブックをつくる</li> </ul>	7:31
広報企画	広報企画のポイント	7	神崎英徳	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新事業、商品、新サービスを検討する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広報の企画を立てる時のヒントに</li> <li>・商品企画担当者との打ち合わせ時に</li> </ul>	5:33
	広報企画の切り口① (逆転の発想)	18	神崎英徳	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新事業、新商品、新サービスを検討する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広報の企画を立てる時のヒントに</li> <li>・企画担当者との打ち合わせ時に</li> </ul>	6:04
	広報企画の切り口② (社会課題解決)	19	神崎英徳	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新事業、商品、新サービスを考える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広報の企画を立てる時のヒントに</li> <li>・商品企画担当者との打ち合わせ時に</li> </ul>	6:50
	広報企画の切り口③ (専用、絞る)	28	神崎英徳	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新事業、商品、新サービスを考える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広報の企画を立てる時のヒントに</li> <li>・商品企画担当者との打ち合わせ時に</li> </ul>	7:24
	広報×生成AI イベント企画のアイデア出し※スプレッドシートを使用します	39	北澤陽介	<ul style="list-style-type: none"> <li>・目的・KPIにあったイベントを企画する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・イベント企画の幅を広げる</li> <li>・アクションプランも同時に作成する</li> </ul>	18:22
	広報企画の切り口④ (+クリエイティブ)	43	神崎英徳	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新商品、新サービス、社会貢献などを考える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広報の企画を立てる時のヒントに</li> <li>・商品企画担当者との打ち合わせ時に</li> </ul>	10:24
	広報企画の切り口⑤ (ユニークな制度)	45	神崎英徳	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新事業、商品、新サービスを考える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広報の企画を立てる時のヒントに</li> <li>・商品企画担当者との打ち合わせ時に</li> </ul>	10:06
広報業務	メディアの取材につながるホームページ	8	神崎英徳	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ホームページで自社の信頼を高める</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リリースを出す際にホームページを見直す</li> <li>・広報視点でホームページコンテンツを検討する</li> </ul>	6:22
	取材	12	神崎英徳	<ul style="list-style-type: none"> <li>・経営者つながりで有用な情報を得る</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・取材力を高め、有用な情報を得る</li> <li>・共感、行動につながる記事を書く</li> </ul>	13:09
	プレスリリースのポイント	13	神崎英徳	<ul style="list-style-type: none"> <li>・客観的な情報発信で信頼、共感を高める</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プレスリリースの基本を理解する</li> <li>・プレスリリースについて社内に説明</li> </ul>	8:40
	プレスリリースの書き方 ①(素材、切り口、構成、タブー語)	14	神崎英徳	<ul style="list-style-type: none"> <li>・客観的な情報発信で信頼、共感を高める</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プレスリリースの基本を理解する</li> <li>・プレスリリースについて社内に説明</li> </ul>	9:01
	プレスリリースの書き方② (作成時の注意点)	15	神崎英徳	<ul style="list-style-type: none"> <li>・客観的な情報発信で信頼、共感を高める</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プレスリリースの書き方を学ぶ</li> <li>・プレスリリース作成後にチェックする</li> </ul>	8:55
	プレスリリースの掲載率を高める方法	16	神崎英徳	<ul style="list-style-type: none"> <li>・客観的な情報発信で信頼、共感を高める</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・他の部署と連携しプレスリリースの掲載率を高める</li> </ul>	13:42

	メディアリレーション	17	神崎英徳	・取材時の注意点を知る	・メディアとの良好な関係を作る ・記事の質、量を高める	10:03
	ライティング	24	神崎英徳	・寄稿やSNSなどの文章を書く時の参考に	・記事作成の注意点を知る ・読んでもらえるよう、記事の質を高める	9:54
	キャッチコピー	25	神崎英徳	・興味を引く言葉で伝える	・コピーを考える前にポイントを知る ・コピーを作成後にチェックする	5:39
	広報と広告の違いと相乗効果	29	神崎英徳	・経営課題の解決に役立てる (販路拡大、販売促進など)	・広報と広告の役割の違いを知る ・広報と広告を組み合わせる相乗効果を出す	7:52
	伝わる広報のための写真の撮り方	30	太田未来子	・ヴィジュアルでどう伝えたいかを考える	・自社での撮影スキルをアップする ・広報時に写真で目を引く方法を考える	11:08
	広報担当者なら知っておきたい社会の旬	32	堀美和子	・自社都合の発信では通じないことを認識頂く	・いくらリリースを打っても反応がないお悩みに	17:08
	元記者が伝える、掲載までの流れと準備事項	34	阿川真由	・取材の全体像を把握する	・自社を効果的に表現する ・取材への不安を軽減、取材側の動きを知る	13:54
	インフルエンサーPR	35	加納和子	・商品・サービスの認知を高めたい ・口コミや評判を広げるための具体的な施策を知りたい	・インフルエンサーとの関係構築方法を学びたい ・ファンづくりのための広報活動を実践したい	10:57
	記者から学ぶライティング①(取材準備)	36	木下 功	・企業の発信力を高めてファンを増やす	・取材準備時のポイントを知る ・読んでもらえるよう、記事の質を高める	8:53
	記者から学ぶライティング②(取材)	37	木下 功	・企業の発信力を高めてファンを増やす	・企業の発信力を高めてファンを増やす ・読んでもらえるよう、記事の質を高める	10:10
	広報×生成AI活用入門	38	北澤陽介	・広報活動の効率化を図る ・経営課題解決に役立てる	・広報活動の効率化を図る ・アイデア出しに役立てる	15:25
	広報×生成AI キャッチコピー作成※スプレッドシートを使用します	40	北澤陽介	・目的・KPIIにあったコピーを作成する	・多様な視点でキャッチコピーを作成する	12:43
	メディア研究	44	神崎英徳	・取材対応時にメディアの特性を把握する	・リリースにあったメディアリストをつくる ・取材時に、対応者にメディアの特性を説明する	14:47
広報力アップ	クリエイターとの協働	9	神崎英徳	・クリエイティブで自社の信頼を高める	・広報力を高める方法を検討する ・クリエイターに仕事を依頼する	6:23