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ジオ	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
	プレスリリースを広報資産に	54	神崎英徳	・チャネル全体の広報の効率・効果を高める	・広報活動の社内連携を進める ・情報発信の一貫性を高める他の企業との協働で広報力を高める	5:57
	広報戦略の考え方	55	神崎英徳	・広報戦略を考える	・広報戦略について経営者と話をする	5:17
	企業姿勢を伝える「小さな企業ミュージアム」	57	神崎英徳	・企業姿勢を「見える化」し、 社員・顧客・地域の人の信頼につなげる	・「会社らしさ」が体感できる広報活動を実践する	9:49
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	・ロコミ、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	・自社のバックボーンや“根っこ”に気づく ・自ら語る大切さを知る	・記者の興味を知り、取材につなげる ・プレスリリースに“深み”を作る	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	・ロコミ、評判のサイクルをつくる	・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	6:40
	ブランドブック	46	神崎英徳	・理念を社内に浸透する ・経営の継承、次世代に理念・価値観を受け継ぐ	・理念を社内に浸透する ・ブランドブックをつくる	7:31
	ストーリーブック（プレスキット）	58	神崎英徳	・会社の想いやこだわりの発信を強化したい	・記者が知りたい情報を整理したい ・継続的な取材につなげたい	7:21
	「書籍『広報の心』で読み解く広報業務の心」①	59	吉川公二	・広報業務の必要性 ・広報業務と危機管理 ・広報業務に於ける想像と創造	・広報業務の必要性 ・広報業務と危機管理 ・広報業務に於ける想像と創造	21:14
	「書籍『広報の心』で読み解く広報業務の心」②	60	吉川公二	・広報業務の必要性 ・広報業務と危機管理 ・広報業務に於ける想像と創造	・広報業務の必要性 ・広報業務と危機管理 ・広報業務に於ける想像と創造	14:27
広報企画	広報企画のポイント	7	神崎英徳	・新事業、商品、新サービスを検討する	・広報の企画を立てる時のヒントに ・商品企画担当者との打ち合わせ時に	5:33
	広報企画の切り口①（逆転の発想）	18	神崎英徳	・新事業、新商品、新サービスを検討する	・広報の企画を立てる時のヒントに ・企画担当者との打ち合わせ時に	6:04
	広報企画の切り口②（社会課題解決）	19	神崎英徳	・新事業、商品、新サービスを考える	・広報の企画を立てる時のヒントに ・商品企画担当者との打ち合わせ時に	6:50
	広報企画の切り口③（専用、絞る）	28	神崎英徳	・新事業、商品、新サービスを考える	・広報の企画を立てる時のヒントに ・商品企画担当者との打ち合わせ時に	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	・目的・KPIにあったイベントを企画する	・イベント企画の幅を広げる ・アクションプランも同時に作成する	18:22
	広報企画の切り口④（＋クリエイティブ）	43	神崎英徳	・新商品、新サービス、社会貢献などを考える	・広報の企画を立てる時のヒントに ・商品企画担当者との打ち合わせ時に	10：24
	広報企画の切り口⑤（ユニークな制度）	45	神崎英徳	・新事業、商品、新サービスを考える	・広報の企画を立てる時のヒントに ・商品企画担当者との打ち合わせ時に	10:06
	広報の企画⑥（言葉遊び）	53	神崎英徳	・新事業、新商品・サービスを考える	・広報の企画を立てる時のヒントに ・商品企画担当者との打ち合わせ時に	6:40
	広報企画の切り口⑦（復刻）	56	神崎英徳	・新商品、新サービス、社会貢献などを考える	・広報の企画を立てる時のヒントに ・商品企画担当者との打ち合わせ時に	5:36
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	・ホームページで自社の信頼を高める	・リリースを出す際にホームページを見直す ・広報視点でホームページコンテンツを検討する	6:22
	取材	12	神崎英徳	・経営者つながりで有用な情報を得る	・取材力を高め、有用な情報を得る ・共感、行動につながる記事を書く	13:09

	プレスリリースの ポイント	13	神崎英徳	・客観的な情報発信で信頼、共感を高める	・プレスリリースの基本を理解する ・プレスリリースについて社内に説明	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	・客観的な情報発信で信頼、共感を高める	・プレスリリースの基本を理解する ・プレスリリースについて社内に説明	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	・客観的な情報発信で信頼、共感を高める	・プレスリリースの書き方を学ぶ ・プレスリリース作成後にチェックする	8:55
	プレスリリースの掲載 率を高める方法	16	神崎英徳	・客観的な情報発信で信頼、共感を高める	・他の部署と連携しプレスリリースの掲載率を高める	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て相乗効果を出す	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・KPI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
	動画を活用すべき企業 ～動画活用のメリットと デメリットについて知ろ う～	49	勝山陽太	・動画の活用について検討する	・動画の活用方法について理解する	18:31

	ショート動画(横型動画)と通常動画(縦型動画)の使い分けについて	50	勝山陽太	・適切な動画活用が出来るようになる	・それぞれの動画の活用方法について理解する	9:41
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
	NPOとの協働	47	神崎英徳	・社会課題解決、社会貢献で自社の信頼を高める	・広報力を高める方法を検討する ・NPOと協働する	9:49
	学生との協働	48	神崎英徳	・学生の発想を事業活動に活かす ・採用に力をいれる	・広報力を高める方法を検討する ・学生と協働する	9:42
	企業との協働	51	神崎英徳	・他の企業との協働を経営に活かす	・他の企業との協働で広報力を高める	6:48
	学生との協働2	52	山本風花	・学生の発想を事業活動に活かす ・事業活動に新しい風を起こしたい	・学生が興味を持つ広報をしたい ・同じ価値観を持つ学生との関係性を深めたい	15:56