



在中国日系企業のコミュニケーション力強化をサポート

9月27日より「3つの中国広報支援サービス」開始

～「幹部社員メディアトレーニング」「中国危機管理広報研修」「広報担当者研修」～

2012年9月25日

ブラップチャイナ

広報・PRの支援・コンサルティングを手がける総合PR会社、株式会社ブラップジャパンの子会社の北京普樂普公共關係顧問有限公司(以下、ブラップチャイナ)[本社:中国北京市、董事長:杉田敏]は、9月27日より、上海分公司において、在中国日系企業向けに「3つの中国広報支援サービス」を開始します。

サービスは、現地での記者発表会やインタビュー取材の模擬訓練を行う「幹部社員メディアトレーニング」、製品クレームや工場でのストライキ、外交問題などの際のメディア対応を学ぶ「中国危機管理広報研修」、そして現地広報担当者向けの「広報担当者研修」です。ブラップチャイナは、この3つの広報支援サービスを通じて、今、在中国日系企業に求められるコミュニケーション力の強化をサポートします。

中国経済全体が減速する中、日系企業にとって日中国交正常化40周年は需要拡大の起爆剤として期待されていましたが、尖閣諸島問題によって、一転して厳しい局面に立たされることになりました。

「日本製品の品質の高さは認めるが、過去のことを考えると日系企業は全面的には信用できない」。

これは、日中国交回復40年を経た今も、なお、中国人消費者の中に根強く存在する共通した意識であり、この意識が日系企業と中国人消費者の間の大きな溝となっています。

製品の良さを認めながら企業に対しては信用できないという消費者の心を動かすものはコミュニケーションであると私たちは思っています。日系企業には世界に誇る“使う人のことを考えたモノづくり文化や品質を大切にする企業姿勢”があります。私達はこのモノづくりメーカーとしての思いやメッセージを中国消費者に伝え、中国消費者の声に耳を傾け、中国消費者と対話をする“広報”こそ、中国消費者との溝を埋める鍵になると考えています。

中国では、ほとんどの記事をネットで見ることができ、メディアの記事が他のメディアに転載されたり、微博(ウェイボー)に書き込まれたりするのが通常ですから、まず、メディアとのコミュニケーションが重要になります。ところが、中国メディアは、「(日系企業は)欧米企業と比べるとインパクトがない、自分たちの言いたいことだけを言って、我々の質問には答えてくれない」と日系企業のコミュニケーション不足を指摘しています。

今回、国内外の企業・各種団体組織のトップや政治家への年間約200件のメディアトレーニング、中国で15年間日系企業の広報支援を行ってきた実績をもとに、在中国日系企業のコミュニケーション力強化のために「3つの中国広報支援サービス」を用意しました。

1. 幹部社員メディアトレーニング

コミュニケーション、中国メディア事情、メディア対応のセミナーを受けていただいた後、中国メディアに伝えるべき自社のメッセージを考え、模擬インタビューを受けていただきます。模擬インタビューはビデオ撮影し、終了後、ビデオをプレイバックしながら質問に対する回答が適切だったか、誤解を受けるような発言はなかったかなど検証していきます。通訳についても、通訳の正確性、言語表現について検証します。

2. 中国危機管理広報研修

幹部社員から広報担当者まで、中国事業に携わる方に危機発生時のメディア対応の Do's and Don'ts を実習形式で学んでいただきます。短絡的な危機回避ではなく、企業ブランドを踏まえ、適切に対処することによって企業に対する社会の信頼を守るために、何を準備しておけばよいのか、事例などを用いて学び、危機発生を想定したワークショップを行います。これを通じて、不足点や、改善すべき点も明らかになります。

3. 広報担当者研修

在中国日系企業では、広報経験者の現地採用や広報部門の社員の駐在などなかなか難しく、ある意味、日本より進んでいる広報市場において、適切な広報を展開してゆくことが大きな課題となっています。企業理念や企業ブランドを踏まえたうえで、広報という業務の役割から、リリース配信、記者発表会開催、展示会などへの取材誘致、日常のメディア対応、中国メディア事情などを、セミナーやワークショップ形式で学びます

※ 3つの広報支援サービスは、中国国内すべての地域及び日本で実施可能です。言語は、日本語、中国語、英語で実施可能です。

「広報支援サービス」に関するお問い合わせ先

プラップチャイナ上海オフィス ※日本語対応

E-mail: training@prap.com.cn TEL: +86 (21) 6391-8380 ext. 1052 張菲・1010 松本

弊社のメディアトレーニングの『コミュニケーション概論』の最初のページに「コミュニケーションの最終目的は、受け手にアクションを取らせること」とあります。日系企業の思いを、どのようなメッセージにして、どのようにコミュニケーションをしていけばよいのか、3つの中国広報支援サービスを提供する中で、在中国日系企業の皆さんと一緒に考えてゆきます。

プラップチャイナは「相互に善隣友好関係を発展させることは、両国国民の利益に合致するところであり、また、アジアにおける緊張緩和と世界の平和に貢献する」という1972年の日中共同宣言の立場を尊重し、在中国日系企業広報支援を通じて、日本と中国の友好推進に貢献してゆきます。

報道関係者お問合せ先

プラップチャイナ上海オフィス 松本

TEL: +86 (21) 6391-8380 ext.1010

E-mail: y-matsumoto@prap.com.cn

株式会社プラップジャパン 広報・IR室 福島

TEL: 03-4580-9125

E-mail: ir_info@ml.prap.co.jp

【参考資料】

1. 「幹部社員メディアトレーニング」の進め方例（合計 5 時間）

セミナー	150 分	「コミュニケーション概論」 「中国広報事情とメディア特性」 「中国メディア対応の際の 12 の勘所」
メッセージ フォーミュレーション	20 分	模擬インタビューの設定をもとに、企業のスポークスパーソンとして発信すべきメッセージを考えていただきます
模擬インタビューと クリティーク(評価)	1 回目 60 分	模擬インタビューは逐次通訳で 30 分です。インタビューの様子を撮影し、終了後、ビデオをプレイバックしながら、対応の内容や様子を評価・検討します。2 回実施します。
	2 回目 60 分	
ラップアップ	10 分	最後に、まとめと Take away の確認をして終了します。

※ メディアトレーニングの受講者は 1-2 名まで。受講人数、内容の構成は、要望に応じて変更可能。

2. 「中国危機管理広報研修」の進め方例（合計 5 時間）

セミナー	150 分	「コミュニケーション概論」 「事例に学ぶ危機発生時のメディア対応のポイント」 「中国メディア対応の際の Do's and Don'ts」
ワークショップ	その① 70 分	実際に起こりうる危機を想定し、メディア対応の際の行動基準、ステートメント作成、Q&A 作成等について学びます。
	その② 70 分	
ラップアップ	10 分	最後に、まとめと Take away の確認をして終了します。

3. 「広報担当者研修」の進め方例(セミナーとワークショップは別々でも、セットでも提供できます)

セミナー ①	120 分	「コミュニケーション概論」 「広報担当者としての心得」 「日常広報の進め方」
セミナー ②	120 分	「危機管理広報の進め方」「事例に学ぶ危機対応のポイント」
ワークショップ ①	180 分	「広報戦略と広報イベントのプランニング」
ワークショップ ②	180 分	「記者発表会を実施する」
ワークショップ ③	180 分	「危機発生時のメディア対応」

■ 費用

1. 幹部社員メディアトレーニング		1 日	6 万円(約 72 万円)
2. 中国危機管理広報研修		1 日	5 万円(約 60 万円)
3. 広報担当者研修	セミナー ①, ②	各 120 分	2 万円(約 24 万円)
	ワークショップ ①, ②, ③	各 120 分	3 万円(約 36 万円)
	セミナー①+ワークショップ① or ②	5 時間	4 万円(約 48 万円)

※ 1 中国元＝12 日本円で計算しています。会場費、印刷費などの実費、増値税は別途となります。

※ 参加者、規模によって金額は変わります。直接、担当までお問い合わせください。

■ トレーナー



茅島秀夫(かやしま ひでお)

北京普楽普公共関係顧問有限公司(プラップチャイナ) 上海分公司 総経理

株式会社プラップジャパン執行役員、Chief Learning Officer

1984 年プラップジャパン入社。企業広報、製品広報業務を経て、広報戦立案及び広報コンサルティング業務を担当。2001 年より中国事業担当。在中国日系企業のコミュニケーションコンサルティングを行うとともに日中両国でのメディアトレーニング、広報セミナー、広報ワークショップを実施。2011 年 8 月より現職。

■ プラップジャパンのメディアトレーニング <http://www.prap.co.jp/team/04.html>

プラップジャパンは、国内外の企業や各種団体組織のトップ、政治家を対象にメディアトレーニングを年間約 200 件実施しています。プラップジャパンのトレーニングは、単に話し方や姿勢などをトレーニングするだけではなく、また、メディアに気に入られるような情報発信をトレーニングするものではありません。競合や市場、メディア環境、企業ブランドや企業の強みを踏まえた上で、企業がどんなメッセージを発信して行けば良いのか、経営の視点に立ってトレーニングを実施します。特に、企業危機の際は、うまく切り抜けるのではなく、企業の信頼を守り社員が誇りに思えるようなコミュニケーションを目指してトレーニングをしています。プラップジャパンは、2012 年度 THE HOLMES REPORT “THE GLOBAL 250 AGENCY RANKING”で 26 位(アジア 1 位)にランク付けされています。

■ プラップチャイナ(北京普楽普公共関係顧問有限公司) <http://www.prap.com.cn/jp/>

プラップチャイナは 1997 年に、株式会社プラップジャパンの中国現地法人として、中国北京にて業務をスタート。日系 PR 会社として初めて中国に進出し、来年で設立 15 周年を迎えます。中国でビジネスを展開する日系企業を中心に、戦略立案から実施、危機対応に至るまで、中国におけるコーポレートコミュニケーション、マーケティングコミュニケーション活動を、コミュニケーションパートナーとしてサポートしています。