

【ケーススタディで学ぶリスクマネジメント】

危機管理広報の基本と実践

～危機発生時の初動対応、メディア対応(広報のタイミング、プレスリリース作成、記者会見)の具体的ポイント～

●日 時● 2014年 8月 20日(水) 13:00～17:00

●会 場● 東京・麹町『企業研究会セミナールーム』

講 師 アサミ経営法律事務所 代表弁護士 浅見 隆行 氏

【経歴】早稲田大学卒業。2000年弁護士登録。会社法、商事法一般を中心に、危機管理、コンプライアンス、知的財産、広報など企業法務全般に精力的に取り組み、各社の指導、裁判、講演等に活躍中。知的財産に関しては、「中小企業のための知的財産戦略」「商標の基礎知識」などの研修、論文がある。実務直結の実践的指導には定評がある。中島経営法律事務所パートナーを経て、2009年1月に現事務所を開設し、現在に至る。

◆ 開催にあたって

危機発生時の適切な広報対応は、企業の信頼回復(世間からの信頼回復)と損害の拡大防止の点で極めて重要です。適切な広報対応ができないことは、メディア等から批判の対象とされてブランドイメージを傷つけるばかりでなく、業績の悪化を招くなど経営に与えるダメージは甚大になります。さらに企業にはあらゆるリスクを正確に把握した上で、“何をどこまで”広報しなければならないのかを明確にすることが求められており、「危機管理広報」機能の強化は急務であるといえます。

本講座では、これまでに発生した企業不祥事や緊急事態を検証しながら、危機管理広報の初動対応、体制作り、メディア対応(広報のタイミング、プレスリリースの作成方法、記者会見等での具体的ノウハウなど)を実務的視点から詳しく解説いたします。

＜詳細は裏面をご覧ください＞

一般社団法人企業研究会 セミナー事務局宛 FAX 03-5215-0951

* 当会ホームページ (<http://www.bri.or.jp>) からもお申込みいただけます。

●受講料● 1名(税込、資料代含む)

正会員	32,400円	本体価格 30,000円
一般	35,640円	本体価格 33,000円

●申込書に所定事項ご記入の上、下記担当者あてに FAX いただくか、当会ホームページからお申し込みください。

後日(開催日1週間～10日前までに)受講票・請求書をお送り致します。

●申込書をFAXにてご送信いただく際は、FAX番号をお間違えないようご注意ください。

●会員企業のご確認、その他セミナーに関するご不明な点につきましては、当会ホームページより〔TOP〕→〔公開セミナー〕→〔よくあるご質問〕をご参照下さい。

●最少催行人数に満たない場合は、中止とさせていただきます。

一般社団法人企業研究会

担当: 木村 E-mail kimura@bri.or.jp

〒102-0083

東京都千代田区麹町5-7-2 麹町31MTビル2F

TEL 03-5215-3513 FAX 03-5215-0951

141399-0404(※)		2014.8.20	
申込書 危機管理広報の基本と実践			
会社名	フリガナ		
住所	〒		
TEL		FAX	
ご氏名	フリガナ	所属 役職	
E-mail			
ご氏名	フリガナ	所属 役職	
E-mail			

*お客様の個人情報は、本研究会に関する確認・連絡、および当会主催のご案内をお送りする際に利用させていただきます。

危機管理広報の基本と実践

● プログラム ●

■ 講師： アサミ経営法律事務所 代表弁護士 浅見 隆行 氏

13:00

I. 最近の企業不祥事と広報の役割

1. 最近の企業不祥事例の紹介

- (1) 事例の紹介
- (2) 企業不祥事例増加の背景

2. 不祥事の際に広報に求められる役割・目的

～最近の企業不祥事における広報の例

(社内不祥事、事故発生時、顧客トラブル発生時、Web 風評の各ケースでの広報)

II. 危機管理広報と平常時広報との違い

1. 危機管理広報とは何か

2. 平常時広報との違い

～危機管理広報に要求されるものとは？

III. 危機管理広報のあり方（具体的ポイント）

1. 誰に対して広報するのか

2. いつ広報するのか

- (1) “初動”として何を行うのか
- (2) 初動時の広報に求められる役割
- (3) 広報の手じまいのタイミング

3. どうやって広報するのか

- (1) 記者会見かリリース等かの判断基準
- (2) 記者会見の場合の注意点
 - ・ 記者会見の進め方（会場の選択～記者会見の準備）
 - ・ 誰が行うのか
 - ・ 記者会見での注意点（服装、手元資料など）
 - ・ 記者会見でよくある質問に対する回答の仕方（セリフ例）
- (3) リリース等の場合の注意点
 - ・ リリーススペースの確保
 - ・ 誰の名前で行うか
 - ・ プレスリリースの書き方（リリース文例）

4. 何を広報するのか

- (1) どこまで説明するか（守秘義務、調査中の内容について）
 - ・ 広報部としてよくある質問に対する回答の仕方（セリフ例）
- (2) 記者とのやり取りでの注意点

休憩

17:00