

危機管理広報の勘どころ

～広報と法務の連携で企業不祥事をいかに乗り切るか～

◇日時◇ 2018年12月13日(木)13:30～16:30

◇会場◇ 東京・麹町 厚生会館5階 青竹の間

◇講師◇ 鈴木 悠介 氏 西村あさひ法律事務所 弁護士 (元TBSテレビ報道記者)

2007年東京大学法学部卒、(株)TBS テレビ入社。社会部などで報道記者として事件・事故取材にあたる中で「評論家で終わるのではなく、当事者とともに、問題の解決にあたりたい」との思いを強くし弁護士を目指す。現在は、企業不祥事対応や訴訟案件等に従事しながら、最近では、AI(人工知能)と法に関する業務分野についても取り組む。公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会正会員、一般社団法人人工知能学会正会員。主な著書に、「元報道記者の弁護士が提言 メディアの動きを先読みする広報になる！」(広報会議、2016年4月から連載中)、「AIの発展・活用に伴って重要となるであろう会社法の実務上・解釈上の視点」(資料版 商事法務399号)、「『付度』から考える企業不祥事～付度の『効能』と『副作用』」(西村あさひのリーガル・アウトLOOK、2017年6月)、「不祥事による負のスパイラルを断ち切るには～企業に求められる不祥事の事後対応～(会社法務A2Z 2017年8月号、8頁)など多数。

◇参加対象◇ 広報部門、法務部門のご担当者

開催にあたって

大学スポーツをめぐる不祥事、データ偽装、食品への異物混入、トップが関与した会計処理の不正など、相変わらず、不祥事を起こした企業が危機管理対応に追われる様子が数多く見られます。危機管理対応の場面では、記者会見の開催をはじめ、広報対応も重要となりますが、こうした広報対応の如何により、企業の命運が左右されるといっても過言ではありません。

人も、人の集まりである企業も、危機に直面したときの対応にこそ、その本性、本質が表れます。不祥事の発覚という危機に直面した時に、企業の姿を「世間はどう発信するか」が危機管理広報そのものではないでしょうか。

今回、このセミナーでは、元報道記者・弁護士としての視点から、広報担当者、法務担当者にとって押さえておくべき危機管理広報のポイントを詳しく解説いたします。

- * 申込書にご記入いただいた個人情報、本研究会に関する確認・連絡および当会主催事業や刊行物のご案内をお送りする際に利用させていただきます。
- * 「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。

申込方法 当会ホームページよりお申込みください。

<https://www.bri.or.jp> *その他セミナーの最新情報もご覧いただけます。

【受講料】1名 <税込>

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

- ◎お申込み:当会ホームページまたはE-mailでお申込み下さい。
- *お申込み後(開催1週間～10日前までに)受講票・請求書をお送りいたします。
- *最少催行人数に満たない場合ほか、諸般の事情により開催を中止させていただく場合もございます。
- *会員企業一覧は当会ホームページでご確認いただけます。(http://www.bri.or.jp)
- *お申込み後のキャンセルは原則としてお受けいたしかねますのでご出席できない場合は、代理の方のご出席をお願いいたします。
- *FAXでお申込みの際、「0(ゼロ)発信のFAX機」をご使用の場合は、必ず「0」を押してから、番号入力をお願いいたします。(別番号への誤送信にご注意下さい。)

【申込先】一般社団法人 企業研究会 担当:金井
E-mail:kanai@bri.or.jp
〒102-0083 東京都千代田区麹町5-7-2 MFPR麹町ビル 2階
TEL.03-5215-3550 FAX03-5215-0951

企業研究会セミナー

182003-0403	2018.12.13	「危機管理広報の勘どころ」	
会社名			
住所	〒		
部課 役職		フリガナ お名前	
TEL	FAX		
E-mail			
部課 役職		フリガナ お名前	
TEL	FAX		
E-mail			

危機管理広報の勘どころ

～広報と法務の連携で企業不祥事をいかに乗り切るか～

◆ プログラム ◆

■日 時：2018年12月13日（木） 13：30～16：30

■講 師：鈴木 悠介 氏 西村あさひ法律事務所 弁護士（元TBSテレビ報道記者）

-解説-

13:30

1. 危機管理広報がなぜ重要なのか
 - (1) 元テレビ局の報道記者としての視点
 - (2) 企業不祥事を多く取り扱う弁護士としての視点
 - (3) 企業不祥事対応における「初手」の重要性
2. 知っておきたいマスコミの行動原理
 - (1) 「見出し」が勝負
 - (2) 事象の単純化
 - (3) ニュースバリューの決め方
 - (4) 経済部記者と社会部記者
 - (5) 記者のネタ元
3. 危機管理広報のケーススタディ
 - (1) 意図した「見出し」を戦略的に導く
 - (2) 不祥事はすべて公表すべき？
 - (3) 記者会見での謝罪は裁判で不利になる？
4. 危機管理広報を成功に導くためのハウツー
 - (1) 「見出し」からマスコミの動きを推測する
 - (2) 法律家の文章表現から学ぶリリース文
 - (3) 記者会見におけるポイント
 - (4) 不祥事発生時の社「内」広報の重要性
5. 「平時の備え」も忘れずに
 - (1) 広報と法務が連携できる体制の整備
 - (2) 不祥事の発生を防ぐ社内広報の役割

16:30

<質疑応答>