

広報と法務の連携で企業不祥事をいかに乗り切るか

ケーススタディから学ぶ 危機管理広報の勘どころ

～元報道記者・弁護士の講師による広報・法務双方の視点からの解説～

【開催要領】

※講師とご同業の方のご参加はお断りする場合がございます。※最少催行人数に満たない場合、開催中止とさせて頂く場合がございます。

日時▶ 2019年 12月 13日(金) 13:30～16:30

会場▶ 企業研究会セミナールーム(東京・麹町)

＜講師＞ 西村あさひ法律事務所 弁護士 鈴木悠介氏

【講師ご略歴】

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。[主な論文/著書]『「忖度」から考える企業不祥事“妙薬”の効能と副作用』(レグシスネクシス・ジャパン、Business Law Journal 2018年2月号)「不正・不祥事発覚後の社外対応の勘所」(レグシスネクシス・ジャパン、Business Law Journal 2017年12月号)「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5月号から連載中)、『危機管理法大全』(共編著、商事法務、2016年)『役員・従業員の不祥事対応の実務～社外対応、再発防止編～』(共編著、レグシスネクシス・ジャパン、2015年)

【申込方法】 当会ホームページ (<https://www.bri.or.jp>) からお申し込み下さい。

企業研究会Q 検索

■受講料: 1名(税込・資料代含) ※申込書をご送付いただく際は、ご使用のFAX機の使用法(0発信の有無など)をご確認の上、FAX番号をお間違えないようご注意ください。

正会員	35,200円(本体価格 32,000円)	一般	38,500円(本体価格 35,000円)
-----	-----------------------	----	-----------------------

191729-0403 (※) 危機管理広報の勘どころ

ふりがな 会社名			
住所			
TEL	FAX		
ふりがな ご氏名	所 属 職		
E-mail			

※申込書にご記入頂いた個人情報は、本研究会に関する確認・連絡および当会主催事業のご案内をお送りする際に利用させていただきます。

■申込・参加要領 : 当会ホームページからお申込みください。FAX、または下記担当宛E-mailからもお申込み頂けます。

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。

※よくあるご質問(FAQ)は当会HPにてご確認いただけます。(「セミナー・会員研究会」→「よくあるご質問」)

※お申し込み後のキャンセルはお受け致しかねますので、ご都合が悪くなった場合、代理出席をお願いします。

■お申込・お問合わせ先: 企業研究会 セミナー事業グループ 担当/民秋 E-mail:tamiaki@bri.or.jp

TEL: 03-5215-3514 FAX: 03-5215-0951 〒102-0083 東京都千代田区麹町5-7-2 MFPR 麹町ビル2F 【DM変更連絡】03-5215-3512

【プログラム】

近年、個人情報漏えい、自動車用部品や家電製品のリコール、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不祥事を起こした企業が危機管理対応に迫られる様子が数多く見られます。危機管理の場面では記者会見の開催をはじめ広報業務がより重要となります。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「世間にどう発信するか」が危機管理広報そのものではないでしょうか。そこで今回、元報道記者・弁護士としての視点から実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します。

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まり方
- (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

※最少催行人数に満たない場合、開催中止となる場合がございます。

裏面もご覧下さい! 一枚のパンフレットで
2種類のセミナーをご案内しております。