

緊急時の広報は待ったなし！

自社工場内での爆発事故、異物混入

経営層の不正行為と長期の隠蔽が発覚

外部から指摘、個人情報の漏洩が判明

謝罪会見でさらにイメージダウン

アルバイト従業員の悪ふざけの拡散

自社店舗施設内で重大な死亡事故が発生

連日、企業を襲うさまざまな危機。
明日、同じような危機があなたの組織にも起こるかもしれません。
あらゆる危機に対応できる正しい広報知識が、
今こそ求められています。

企 業

行政機関

公益法人

教育機関

緊急時に実施すべき広報対応の鉄則を基礎から1日で集中マスター

危機管理広報講座

東京会場（南青山）&オンライン（Zoom）開催
2025年12月11日（木）1日集中

OR

オンデマンド講座
期間内はいつでも、どこでも視聴可能
※ライブ講座と内容が異なります

【これから本格的に危機管理広報に取り組む組織の担当者におすすめの講座です】

いきなり、貴方と組織のトップをカメラの前に立たせる、
製品回収の不手際や工場での火災、死亡事故、社員の不祥事隠蔽などの危機。

「いつかやろう」と備えを怠り、
鳴り止まない電話や記者の糾問のなか対応を考えても手遅れです。

明日、あなたの組織に危機が起きたら、
どんな手を打ちますか。

「最初の記者会見」が分ける明暗
いつまでも付きまとう「責任転嫁」「被害者意識」のイメージ

後になって順当な補償・改善策を出しても回復はしない

選べる受講形態！

東京会場（南青山）
or
オンライン（ZOOM）



KAIGI GROUP
Ecosystem for Growth and Innovation in the Digital Age

ますます複雑化する企業の危機。 緊急時の迅速で正しい広報対応こそが、 企業イメージをアップさせます。

毎年さまざまな業界で製品回収時の不適切な判断や不祥事の隠ぺいなどにより、企業ブランドが大きく傷つき失墜していく場面が報道されています。その結果、消費者離れや業績悪化などの負の連鎖が生じ、継続的な企業活動を行えなくなるケースも珍しくありません。たとえば、緊急時の記者会見や取材の際、どのように対応するかによってメディアの心証は大きく変わります。誠実で迅速、かつ適切な広報対応によって、逆に良い印象を与え、一度は失墜したブランドイメージを回復し、売り上げを回復もしくは維持、場合によっては増加させたケースも過去にはあります。では、実際どのように対応すれば、被害を最少で食い止められるのか。ブランドの信用が回復するのか。日頃からどのような体制を敷いていけば、緊急時に対応できるのか。宣伝会議では、事件・事故、不祥事、災害など危機発生時の対応について、平時、緊急時および危機後にとどのように対応していけば継続的に企業活動を行っていくのかについて学ぶ「危機管理広報講座」

近年 企業・組織を襲った危機

- 2024年3月22日、小林製薬は紅麹^{こうこし}原料を含む機能性表示食品を摂取した消費者から腎疾患などの健康被害が発生したため、自主回収すると発表した。最初の症例報告から公表まで、2カ月以上を要した同社の初動対応は、大きな批判を浴びた。
- 静岡県牧之原市静波の「川崎幼稚園」で、女儿が通園バスに取り残され熱中症で死亡した事件が発生した。その後、同園は会見を開いたが、園長と副園長の対応に批判の声が殺到した。
- 兵庫県尼崎市の全市民約46万人の個人情報が入ったUSBメモリーが一時紛失した。紛失者は、市が業務委託を行っていたBIPROGYから、さらに委託を受けた企業の社員であった。
- 吉野家ホールディングス傘下の吉野家の常務が、外部の社会人向け講座に登壇した際に、「生娘をシャブ漬けにする戦略」などと発言し、大炎上した。また、2022年4月18日付で当社執行役員および株式会社吉野家取締役から解任された。
- 元陸上自衛官の女性が、当時所属していた福島県の郡山駐屯地の隊員4名から性被害を受けた問題で、防衛省は9月29日、セクハラ行為を認め、本人に謝罪した。加害者のうち3人は、強制わいせつ容疑で、検察審査会の不起訴不当議決を踏まえた再捜査の対象となっている。
- 北海道・知床半島沖の観光船「KAZU I（カズワン）」が沈没事故を起こした。乗客・乗員計26名が乗船していた。同社社長らを業務上過失致死容疑で捜査している。
- 英国の公共放送BBCが故ジャニー喜多川氏によるタレントへの性加害問題を取り上げたドキュメンタリーを放送。同事務所は記者会見は開かなかったため憶測がくすぶり続ける結果になった。この間、元所属タレントが日本外国特派員協会にて会見するなど、騒動は拡大。

STEP 1

失敗例も多数紹介、危機対応の事例をもとに 具体的な講義を行います

どんな広報業務でも、実際の経験を通じての学習が最もスキルアップに役立つことは間違いありません。しかし、「危機管理広報」だけは、実務で学ぶことは不可能です。危機時には一体どういったことが起こるのか、どのような対応が求められるのかについて、豊富な失敗事例・成功事例から学びます。

STEP 2

企業を襲った危機を振り返り、 自社で同様の事態が起きないように学習します

季節ごとに列島を襲う自然災害をはじめ、大規模な企業不祥事など、組織の危機管理体制が問われる出来事が多く発生。また社員による書き込みがソーシャルメディア上で炎上するといった新しい企業の危機も相次いで起こりました。講座で

STEP 3

社員の危機管理意識を 高めるための社内体制の作り方を学びます

危機を未然に防ぎ、発生後の損害を最小限に収めるには、広報だけの力では難しいのが現実です。そこで講座では、社員が一丸となって危機に対応する広報体制を作るための秘訣を、最前線で活躍する危機管理のエキスパートから実践的に

平時の広報

- ・ 備えを常に
- ・ リスクの予防
- ・ リスクフローの策定

危機発生

緊急時の広報

- ・ 初動が決め手
- ・ 迅速な対応
- ・ 社会的視点からの判断

初動対応 10 か条

- | | |
|----------|------------|
| ■安全確保 | ■当局への連絡 |
| ■緊急停止・遮断 | ■緊急社内連絡 |
| ■応急処置 | ■外部関係者への連絡 |
| ■状況把握・確認 | ■現場保全 |
| ■報告 | ■問い合わせ対応 |

- ホールディングスステートメントの確認、用意
- 情報収集とその整理
- ポジションペーパーの作成
- 対応方針、基本メッセージの決定
- 想定問答の作成
- プレスリリース、資料の作成
- 社内外へのレターの作成

講座では、

- ① **リスクマネジメント** (危機を予防する、平時からの広報活動)
 - ② **クライシスコミュニケーション** (危機の影響を局限する、緊急時の広報対応)
 - ③ **失敗事例から学ぶ広報対応** (今後、起こりうる危機の傾向を読み解き、対策を講じる)
- について、段階を踏まえて具体的に学んでいきます。

STEP1

リスクマネジメント

危機を予防する、 平時からの広報活動

危機そのものは、発生してしまえば制御することは難しく、管理することはできません。しかし、危機が起これにくい体制を作り、リスクを管理することは可能です。危機に対する感度を上げ、社内での対応を徹底していれば、万一危機が起こった際の拡散を防ぎ、社員や社会からの不安を最小限に抑えることができます。

STEP2

クライシスコミュニケーション

危機の影響を限りなく抑える、 緊急時の広報

危機は突然発生するもので、完全に管理することはできません。大切なのは、発生してしまった後に「どう対応したか」という点です。危機発生後の初動は、最も世間が注目するものであり、メディアの取材スタンスを決定付けます。ここで正しい対応ができれば、その後の批判や取り上げられ方でのリスクを軽減することができます。講座では、緊急時のマスコミ対応を中心に、現場での動き方など詳細をお教えします。

STEP3

失敗事例から学ぶ広報対応

思いがけない新しい危機 どのように現場は対応するか

東日本大震災のような大規模災害や、ソーシャルメディアの炎上などは、企業の広報担当者がこれまで直面したことのない、新たな次元の危機です。こうした新しい危機に直面した時に、どのように判断するのか。また今後、広報担当者はどのような危機に備えておけばよいのか。傾向と対策をしっかりと確認します。

受講生の声

大変感銘を受けた。話術が巧みで、裏事情にも精通しており、危機管理広報の本質とテクニックというものを実感できた。自治体として、常にマスコミの目にさらされ、記者会見の機会も少なくはない。啓発の必要性を実感した。



(地方自治体・広報)

講義中、実務で使えるシートや、参考書を教えていただいたので、明日から少しずつドキュメントの作成などの準備が始められると思う。早速社内フィードバックしたい。



(ITベンチャー企業・宣伝広報)

まさに求めていたセミナーでした。考え方は本を読めばわかりますが、実際に現場で対応された方のお話はなかなか聞くことができないので、非常に貴重な時間でした。次回もまた参加したいと思います。



(財団法人・経営企画)

広報担当になり日が浅く、知識・経験が不足している自分にとって、危機管理に対する認識不足を思い知ることができた。今後の新聞報道などに対する見方が変わるよい機会になりました。



(私立大学・広報)

実際に体験された事例からは現場の混乱ぶりが想像でき、事前準備が足りていないことが実感できた。恐ろしいと思った。対策マニュアルを作るのに、どこから手をつけようかと思っていたが、作成のイメージができた。



(不動産関連会社・経営企画)

今までしっかりと危機発生時の対応について学ぶ機会がなかったので、今回の講義で改めて現場での対応力強化を検討したいと思った。ノウハウを知っていれば、後手にまわることなく落ち着いた対応ができると感じる。



(素材メーカー・工場長)

広報在任中、本社、関西でのマスメディア対応を行い、主にM&A、リスクマネジメント、企業防衛に資する。不良品、苦情の類から殺人事件、社員の不祥事、利益供与と案件等等々ほとんどのリスク、クライシスマネジメント全般の対応を担当。現在、広報担当者の育成はもともと各業界のリスクマネジメントコンサルティングをはじめ講演活動も行っており、クライシスマニユレーショントレーニング、危機管理セミナーの実施は250社にのぼる。著書に「会社なんて一発で吹っ飛び!」(KKロングセラーズ刊)、「パッシングされる会社にはワケがある」(洋泉社刊)がある。



KAIGI GROUP
Ecosystem for Growth and Innovation in the Digital Age