

2010年7月15日

株式会社 電通パブリックリレーションズ

電通 PR が国際 PR 協会のアワードを 2 年連続で受賞

— 日本からは唯一の受賞 —

株式会社 電通パブリックリレーションズ（代表取締役社長：石松茂樹、本社：東京都中央区、以下電通 PR）は、国際 PR 協会（IPRA : International Public Relations Association）が優れた PR キャンペーンを表彰する「2010 年ゴールデン・ワールド・アワード・フォー・エクセレンス」（GWA）において、「コミュニケーション・リサーチ」の категорияで受賞しました。受賞したのは、北海道米販売拡大委員会のために実施した「北海道米をファーストクラスにアップグレードする」というキャンペーンで、北海道に「米どころ」としてのイメージを構築し、有力ブランドを育てることを目的とした PR 活動でした。

今年の GWA には 30 のカテゴリーがあり、42 カ国から 352 件がエントリーされました。2010 年 11 月 5 日にロンドンで行われる授賞式にて、カテゴリー賞を受賞した作品の中からグランプリが発表されます。エントリーされたキャンペーンは国連のパネルによっても審査され、国連の目的や理想に最も見合った事例には国連賞が贈られます。

電通 PR の石松茂樹社長は、「今回受賞したキャンペーンは社団法人日本パブリックリレーションズ協会が主催する 2009 年度日本 PR 大賞でもグランプリを受賞しています。国内の PR キャンペーンではありましたが、海外でもその技術を評価され、大変うれしく思っています」と述べています。

本件に関するお問い合わせ先

株式会社 電通パブリックリレーションズ 総務広報部

Tel : 03-5565-2740 Fax : 03-5565-8658

〒104-8210 東京都中央区銀座 2-16-7 <http://www.dentsu-pr.co.jp/>

<受賞したキャンペーンの概要>

◆受賞活動名：「北海道米をファーストクラスにアップグレードする」

英語名： Upgrading Hokkaido Rice to 'First Class'

◆クライアント：北海道米販売拡大委員会

◆内容：本プロジェクトの開始時、北海道は日本一の米生産量を誇り、多数の良食味の品種を生産しているにもかかわらず、全国の消費者から十分な認知と実力にふさわしい評判が得られていない状況にありました。電通 PR は北海道米の良食味を実証する試験の実施を研究機関に働きかけ、北海道米販売拡大委員会による情報発信を支援することにより、北海道米ブランドの育成に取り組みました。

◆プロジェクト担当者：株式会社 電通パブリックリレーションズ

・アカウント担当：

第2ディレクション局 長濱 憲

・戦略立案担当：

コミュニケーションデザイン局 イシューマネジメント部長 阪井 完二
第2ディレクション局 塚本 幸代 他多数

◆受賞者コメント：

「かつて『やっかいどう米』とまで揶揄された北海道米が、航空会社のファーストクラスに採用されるまでになったことをとてもうれしく思います。

他府県米が圧倒的なブランド力を誇る中で、研究機関にお米の本当の価値を検証する活動を働きかけ、『ブランドが味覚に与える影響』や『地域別お米嗜好性』などをもとに、客観的に『本当においしいお米が北海道にもある』といえるデータを構築しました。

こうした信頼できるデータに基づく戦略的な PR 活動を当社のプロジェクトメンバーが意欲的に実行し、生活者のお米に対する固定観念を改めることに成功したことが、今回海外でも評価され、とてもうれしく誇りに感じております。

これからも、北海道をはじめとした地域経済活性化を、『PR の力』で支援していきたいと思います」(阪井 完二)

(株) 電通パブリックリレーションズについて

(株) 電通パブリックリレーションズ (以下電通 PR) は、1961 年の創立以来、日本の PR 業界のパイオニアとして、国内外の企業・政府・団体のコミュニケーションをサポートしてまいりました。(株) 電通の 100%子会社である電通 PR は、大阪に支社をもつ数少ない PR 会社のひとつです。代表取締役社長である石松茂樹のもと、現在 222 名の社員 (2010 年 4 月 1 日現在) が、各種マーケティング・コミュニケーションからクライシス・イシューマネジメントなどのコーポレート・コミュニケーションまで、クライアントに総合的なサービスを提供しています。詳細はウェブサイトをご覧ください。www.dentsu-pr.co.jp

国際 PR 協会 (IPRA) の概要

国際 PR 協会 (IPRA) は、1955 年に設立された、パブリックリレーションズのプロフェッショナルによる国際的な組織です。92 カ国、900 人のメンバーが登録する IPRA は、オープンなコミュニケーションズ、倫理的なパブリックリレーションズのさらなる発展を目指しています。ネットワーキングの機会創出、行動規範や PR の職業上の知的指導を通して、この目標の達成を目指しています。IPRA はまた、毎年ゴールデン・ワールド・アワーズ・フォー・エクセレンス (GWA) を開催し、優れた PR キャンペーンを表彰しています。

本部： イギリス サリー州

住所： 1 Dunley Hill Court, Ranmore Common, Dorking, Surrey, RH5 6SX, UK

Tel: +44 (0) 1483 280 130

Fax: +44 (0) 1483 280 131

E-mail: info@ipra.org

URL: www.IPRA.org

「IPRA ゴールデン・ワールド・アワーズ・フォー・エクセレンス」の概要

IPRA GWA は全世界の優秀な PR 活動を表彰するため、1990 年に創設された賞です。カテゴリーの数は年によって異なりますが、2010 年は 30 カテゴリーとなっています。エントリー作品は国連のパネルによっても審査され、国連の業務の目的や理想に最も見合った事例には国連からも賞が贈られます。グランプリはすべてのエントリーの中から最も優秀であった事例に対して贈られます。今年の授賞式は、ロンドンで 11 月 5 日に行われます。

エントリーカテゴリ（30 カテゴリ）

1. Business-to-business

優れた B-to-B の PR キャンペーン

2. コミュニケーション・リサーチ

ビジネス／コミュニケーション戦略開発のために行われたリサーチ

3. コミュニティ・リレーションズ

政府／地方当局が行ったもの以外のコミュニティ・リレーションズ・キャンペーン

4. 既存製品のためのコンシューマーPR

コンシューマー製品のための想像力に富んだ PR 活動

5. 既存サービスのためのコンシューマーPR

コンシューマー・サービスのための想像力に富んだ PR 活動

6. コーポレート・コミュニケーションズ

コーポレート・コミュニケーションズによって企業の全体的なレピュテーションを高めたキャンペーン

7. 企業責任

CSR の優れたキャンペーン

8. クライシス・マネジメント

クライシスに際して行われた優れたコミュニケーションズ活動

9. デジタル・メディア・リレーションズ

デジタル・メディアを巧みに利用した PR キャンペーン

10. 環境

社会で持続可能な結果をもたらした環境問題に関する PR キャンペーン

11. イベント管理

PR のアングルを備えたイベントの計画と実施

12. 金融サービス&インベスター・リレーションズ

金融商品のための PR または、インベスター・リレーションズ

13. ヘルスケア

製薬会社またはヘルスケア業界における際立った PR キャンペーン

14. トラディショナル・メディアおよびニュー・メディアの統合

PR キャンペーンにおけるトラディショナル・メディアとニュー・メディアの巧みな統合

15. インターナル・コミュニケーションズ

社員を巻き込みながら、情報を提供するクリエイティブなインターナル・コミュニケーションズ・キャンペーン

16. インターナショナル PR キャンペーン

5 カ国以上の国で実施されたキャンペーン

17. 新製品のローンチ

新製品ローンチのための、よく計画された PR 活動

18. 新サービスのローンチ

新サービス・ローンチのための、よく計画された PR 活動

19. メディアリレーションズ

効果的なトラディショナル・メディアリレーションズ・キャンペーン

20. NGO キャンペーン

特定の 이슈をターゲットとするチャリティー団体や NGO による効果的な PR キャンペーン

21. オンライン・クライシス・コミュニケーションズ

クライシスに際しての、オンライン・コミュニケーションズの管理

22. 小額予算の PR

小額の予算による想像力に富んだ PR 活動

23. パブリック・アフェアーズ

よく計画・実施されたパブリック・アフェアーズ（ロビーイング）キャンペーンで、公的な政策を明確に変化させたもの

24. パブリック・セクター

イシューに関する知識や認識を高めた、あるいは、慣行を変えるような効果的なパブリック・セクターのキャンペーン（地方の行政当局、議会、政府の各部署、政府当局）

25. 出版物

ステークホルダーと、優れた、想像力に富んだコミュニケーションをとるための、ニューズレターまたは雑誌などを含む PR 出版物。プリント媒体、電子媒体（いずれもエンターリー可能）

26. オンライン上のレピュテーション&ブランド・マネジメント

オンラインコミュニケーションチャンネルを通じた企業イメージの優れたポジショニング、ブランド認知の維持で優れたキャンペーン

27. ソーシャル・メディアを活用した PR

PR のツールとしてソーシャル・メディアを活用した優れたキャンペーン

28. スポンサーシップ

イベントや活動のスponsorシップの認知を生み出し、高めるための革新的な PR キャンペーン

29. テクノロジー

テクノロジー業界における PR キャンペーン。B-to-B と B-to-C の両方を含む

30. 旅行& 観光

交通、旅行、ホテル、観光業界における PR

日本からの過去の受賞

	<u>受賞者</u>	<u>クライアント</u>
1990年	(株)サントリー	自社のキャンペーン
1991年	(株)電通PRセンター (株)電通PRセンター	文化シヤッター(株) (社)全国牛乳普及協会
1993年	(株)電通PRセンター	国立大学保健管理施設協議会エイズ・ 感染症特別委員会
1994年	(株)ジャパンカウンセラーズ	マリオン メレル ダウ(株)
1996年	(株)井之上PR	テネコオートモチィブジャパン(株) ※グランプリ受賞
1997年	(株)ジャパンカウンセラーズ (株)ジャパンカウンセラーズ	日本電気(株) (財)日本アレルギー協会
2003年	(株)電通パブリックリレーションズ	千葉県浦安市
2004年	(株)電通パブリックリレーションズ	独立行政法人国際協力機構(JICA)
2005年	(株)電通パブリックリレーションズ	エーザイ(株)、ファイザー(株) ※グランプリ受賞
2009年	(株)電通パブリックリレーションズ (株)電通パブリックリレーションズ	(株)岩波書店 (社)中央酪農会議

* 電通パブリックリレーションズは、1996年まで、旧社名:(株)電通PRセンターでした。