



ハイパー・グローバリゼーションにおける パブリック・リレーションズ

■ 井之上 喬



パブリック・リレーションズ(PR)は、21世紀最強のソフトウェア

地球規模で変革が進み、グローバリゼーションがハイパー化する中、筆者はハイパー・グローバリゼーションを「①経済・貿易(ビジネス)と② SNS によるヒューマン・コミュニケーション、③ IoT, ビッグデータ, AI にみるシンギュラリティに繋がる破壊的技術革新の3つの力から構成されるこれまでにないグローバル化の流れ」と定義している。

インターネットの地球規模での急速な普及とともにフェイスブック、ツイッター、インスタグラムなどの SNS の登場はフェイク情報を包含したネット社会を生み出し、情報処理やコミュニケーションの在り方にも大きな影響を与えている。また、IoT や AI の進化はシンギュラリティの到来を呼び込み、異業種から自動車産業に参入したグーグルやアップルが新たなプレイヤーとして注目されている。

こうした地球規模で揺れ動く、この大変革期に対応するため、グローバルなビジネスとそれにかかわるエグゼクティブにとって、21世紀最強のソフトウェアというべきリレーションシップ・マネジメント(良好な関係性の維持・発展)を主体としたパブリック・リレーションズは、ソリューションをもたらす必須のスキルとなる。

喫緊の課題はグローバル人材育成のための教育

筆者は、これまでパブリック・リレーションズ分野において50年に及び内外の企業をはじめ政府機関、団体

■ 井之上 喬
グローバルビジネス学会 副会長

早稲田大学大学院公共経営研究科博士後期課程修了。博士（公共経営）。(株)井之上パブリックリレーションズ 代表取締役会長兼 CEO。京都大学経営管理大学院 特命教授。国際教養大学／中国伝媒大学 客員教授。『パブリックリレーションズ』（日本評論, 2015）, 『Public Relations in Hyper-Globalization』（Routledge）など。井之上ブログ：<http://inoueblog.com/>



など幅広い分野の顧客に対して危機管理も含めさまざまなコンサルティングや戦略的広報を提供してきた。こうした実践的活動を通して、パブリック・リレーションズは、「個人や組織体が最短距離で目標や目的を達成する、『倫理観』に支えられた『双方向性コミュニケーション』と『自己修正』をベースとしたリレーションズ(関係構築)活動」であり、『自己修正モデル』と呼称している。

これまでパブリック・リレーションズを戦略的に構築することで、領収書の電子データ化や国内自動車補修部品市場における「規制緩和」を実現し、国際的評価も得てきた。こうした経験も踏まえ、筆者は従来から日本が国際社会で先進国と対等に渡り合っていくためには、目標設定を明確にした人間関係構築能力、つまりリレーションシップ・マネジメントを身につけるための教育が不可欠だと強く感じている。

2004年に早稲田大学でグローバル社会における次世代のリーダー育成を目的に教鞭を執って以来、京都大学経営管理大学院、国際教養大学などパブリック・リレーションズ講座の導入を図り、他大学へも拡大している。

また、筆者が副会長を務め、グローバル人材の育成を目的としたグローバルビジネス学会(<http://s-gb.net/>)では、来る7月7日、8日の2日間にわたって早稲田大学キャンパスにて「AI（人工知能）時代に向けたグローバルビジネスのあり方」をテーマに第4回全国大会を実施する。同大学ブルー・オーシャン戦略研究所の川上智子所長を実行委員長に、日本を代表するAI専門家の学者や内閣府、企業経営者など多彩な講師が参画。ハイパー・グローバル化が当大会でも重要なキーワードになっている。