

学生の「社会への発信力」育成で、地域を動かす。 岩手大学・イーハトーヴ協創ラボとの広報講座を 5/14(木)開催【岩手の“発信格差”ゼロへ】

「チャグチャグいわて PR プロジェクト 2026」子ども・若者育成部門 | 教育現場と社会をつなぐ



プレスリリース配信サービス「PR TIMES」等を運営する株式会社 PR TIMES（東京都港区、代表取締役：山口拓己、東証プライム・名証プレミア：3922）が公認する「プレスリリースエバンジェリスト」の有志らは、産学連携で岩手県内の事業者や子どもたちの情報発信力の向上に挑む「チャグチャグいわて PR プロジェクト 2026」を推進しています。

子ども・若者育成部門では、国立大学法人岩手大学・イーハトーヴ協創ラボ（岩手県盛岡市）と連携した講座「あなたの挑戦を『社会のニュース』に変える方法」を2026年5月14日（木）、同ラボで開催します。

本講座では、学生や同ラボの利用者・利用企業を対象に、広報の基礎を伝え、プレスリリースを作成するワークショップを実施します。情報発信によって社会からの信頼を獲得し、活動のファンを増やすための最初の一步を後押し。教育現場と社会をつなぐ情報発信手段の会得を支援します。

■PR TIMES 認定「プレスリリースエバンジェリスト」とは
プレスリリースへの愛と知識と経験を持ち、その活用を周りへ広める個人の方を、株式会社 PR TIMES が公認する資格者。プレスリリース未活用の方や改善の余地がある方へ、プレスリリース発信の文化を広め、情報発表によって活動を前進させられる人を増やすことが、プレスリリースエバンジェリストの主な役割。その存在と活動を通じて、地域や経験の有無を超えて、誰もが価値ある行動を伝えられる「PR の民主化」を実現することを目指す。
<https://prtimes.jp/pressrelease-evangelist/>

※本プレスリリースは、プロジェクトを推進するプレスリリースエバンジェリストと共同で執筆しています

背景 | 限られる「機会」

岩手大学に限らず、大学の研究には社会に役立つ「シーズ（種）」が数多く存在します。また、学生たちが主体的に取り組む活動の中にも、社会的意義の高い実践がたくさんあります。実際に岩手大学でも、農学部学生発の廃棄大豆プロジェクトや、畜産の知識を深め広めている研究会など、もっと世の中に知られるべき活動が多数展開されています。

一方で、学生自身が的確に自身の価値を伝える手法を学び、情報発信を通して社会とつながりながら課題を解決していく機会はまだ限られているのが現状です。メディアに届ける方法や発信力を学生時代に習得できれば、その力はそのまま「社会への切符」として機能します。

「チャグチャグいわて PR プロジェクト」は、事業者だけでなく、若者の成長を促すプログラムの実践を通して、岩手の情報発信力の抜本的な底上げを図ります。

■チャグチャグいわて PR プロジェクト詳細：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001647.000000112.html>

ワークショップセミナー概要

講演名	「あなたの挑戦を『社会のニュース』に変える方法」
主催	国立大学法人岩手大学 地域協創教育センター イーハトーヴ協創ラボ
協力	株式会社 PR TIMES
対象	岩手大学の学生、イーハトーヴ協創ラボの利用者・利用事業者
日時	2026年5月14日（木） 第1部 16:00～17:00、第2部 18:30～20:00
場所	イーハトーヴ協創ラボ（盛岡市上田三丁目 18-34 中央食堂 2階）
参加費	無料（施設の利用登録が必要です）
申込方法	イーハトーヴ協創ラボの公式サイトから https://ihatov-lab.iwate-u.ac.jp

<第1部>プレスリリースって何？広報基礎講座

「自分の活動をもっと多くの人に知ってほしいけれど、どう伝えればいいかわからない」「SNSのほかに、もっと効果的な発信方法はないだろうか」。そんな悩みを持つ方へ向けた基礎講座です。広報活動の根幹となるマインドセットから、情報の社会的価値を引き出す実践的な手法までを網羅的に解説します。

今回扱う「プレスリリース」は、企業だけでなく学生団体や個人事業主も自ら発信できる、主にメディアに向けた公式資料です。SNSでの発信とプレスリリースの使い分けや、自分たちの活動の中に眠る「ニュースの種」を見つけるワークを通じ、誰でも広報活動をスタートできる状態を目指します。

単に情報を出すだけでなく、社会からの信頼を得て、活動のファンを増やすための最初の一步を共に踏み出しましょう。

◆広報の基本

ファンをつくる「信頼」の仕組みを解説。広告との違いを知り、社会と良い関係を築くための「広報の本質」をやさしく紐解きます。

◆自分たちの「価値」を言葉にするトレーニング

誰に何を届けたいのかを整理し、活動の魅力を30秒で伝えるための言語化を学びます。

◆社会の関心と活動をつなげる「ニュースの切り口」探し

世の中のトレンドや社会の動きと自分たちの活動を掛け合わせ、メディアが注目するポイントを見つけます。

◆プレスリリースをハブにした「発信の波」のつくり方

SNSの他メディアプラットフォームなど、様々な手段を組み合わせて、情報をより遠くへ届ける戦略を考えます。

【講師】佐藤 知世 | プレスリリースエバンジェリスト

株式会社 Relic 広報マネージャー / フリーランス広報コンサルタント

岩手県一戸町出身。岩手大学卒業後、国内外で展開する古着店の広報を6年間担当し、メディア対応や社内報、SNS運営を経験。出産を機にfreeeサインへ転職し、BtoC・BtoB双方の広報を担う。執筆プレスリリースが「広報会議」誌面で銀賞受賞。2022年よりfreeeへ転籍し、新規施策や危機管理広報にも従事。2023年より現職。フリーランス広報としても活動し、慶應義塾大学医学部岸本研究室など複数企業の広報支援も行う。



【登壇によせて】一戸町で育ち、岩手大学で学んだ私にとって、母校や地域の挑戦を広報の力で後押しできることは大きな喜びです。広報は特別なセンスではなく、自らの活動の『価値』を信じ、言葉を整えることから始まります。岩手から素晴らしいニュースが次々と生まれ、挑戦者が社会と信頼でつながるきっかけを作りたい。学生の皆さんや地元企業の皆様と共に、岩手をさらに盛り上げる最初の一步を広報の視点から全力で支援します。

■プレスリリースとは

プレスリリースは、企業や団体がメディア向けに新情報を発表する公式資料です。記者が情報収集のために活用し、取材につながったりニュースとして掲載されることで、発表した情報が世の中に広がりやすくなります。また近年では、正確な最新情報がいち早く分かることから、プレスリリースそのものが一般生活者や顧客、取引先などあらゆるステークホルダー(利害関係者)にも見られるようになり、コミュニケーションツールとして発展してきました。学生が就職活動の一環で閲覧するケースも見られます。

プレスリリースの特徴は、企業・団体自らが発表する公式文書であるという点です。そのため、事業者が発信するSNSやチラシ等と比べて公共性が高く、信頼感を持って受け止められる特性があります。また、インターネットでの検索対策として重視される場合もあります。

<第2部>プレスリリースを作成しよう！

実際にプレスリリースの作成手順を体験していただきます。使用するのは、新聞の号外の型を参考にしたプレスリリースのひな型です。新聞記事は、情報を分かりやすく伝えるための技術を追求して作られています。その技術を活用することで、メディアやステークホルダー（利害関係者）への的確な情報発信につなげます。

9ブロックの構造で、本文▽見出し▽画像▽レイアウトのそれぞれを具体的に解説。実際に講座内で作成いただき、活用できる段階へ仕上げていきます。

本文 | 時系列ではなく大事なことから書く「逆三角形の文体」を解説。リードと呼ばれる導入部の作り込みをはじめ、各ブロックの役割を提示。情報の「抜け漏れ」がない発信の習得を促します。

写真 | 分かりやすい情報発信のための写真の題材や構図を紹介。実際に撮影しながら理解を促します。

見出し | 作り方の目安や、推敲方法をお伝えします。

プレスリリースの活用方法 | 完成したプレスリリースをどのように活用するのかを説明します。

【講師】加星 宙磨 | プレスリリースエバンジェリスト

株式会社プラススターHR 代表取締役。大阪市立大学大学院修士課程修了後、大阪の地元紙で18年半記者。行政、経済など10の記者クラブで計約6800本の記事を執筆。キャップ、デスクを歴任。新聞形式のプレスリリースの型「新プレ」を考案し、普及に向け起業。中小から国内の業界最大手まで年間最大約110本のリリースを制作。人材育成では、社会人だけでなく子ども向けのリリース作成講座も手掛け、大阪・関西万博で発表。全国紙やネットメディアで執筆、撮影も担当。



【登壇によせて】新聞記事の型は、情報の内容にかかわらず活用できる汎用性の高さが特徴です。また、逆三角形の文体は、大事なことを先に書くため、プレスリリースだけでなく、最後まで読まれないケースがあるインターネット上の文体としても広く使用されています。分かりやすい情報発信の手段としてぜひ活用ください。情報の伝え方の工夫をお伝えし、「発信力の格差」の解消に尽力します。

イーハトーヴ協創ラボ TOVLAB（トヴラボ）について

イーハトーヴ協創ラボ TOVLAB（運営受託事業者・株式会社 ATOMica）は岩手大学内のワーキングスペースです。地域と学生・教職員との恒常的な協創を促し、アイデア創出の場となっています。拠点の名称は、「イーハトーヴ」の英語表記『ihatov』に着目し、『私（I）は（ha）飛ぶ（Tov）』という意味が込められています。

実験室（ラボ）としての機能だけでなく、オープンな環境と安全性を両立したコミュニケーションスペースを有しています。地域と学生・教職員をつなぎ、交流や協創を通じて「多様な仲間が出会う場」「新たなアイデアや取り組みを生み出す場」「多様なニーズに応じ、学生と地域との交流・協創を恒常的に促す場」、そして「クリエイティブな活動を行う飛躍の場」として、すべての利用者に機会と人とのマッチング等の価値を提供しています。

公式サイト：<https://ihatov-lab.iwate-u.ac.jp>



チャグチャグいわて PR プロジェクトについて

社会課題の解決や経済の活性化には、情報を発信する力が求められますが、大都市圏と比べ地方発の情報量には格差があります。そこで、ファンづくりの有力な手法にもかかわらず活用の格差が顕著な「プレスリリース」をキーワードに、スタートアップ（新興企業）向けのコンテストや、中小企業を対象にした伴走型支援を展開。さらに学生・子ども向けのワークショップまで産学連携で一体的に繰り広げ、誰もが価値ある情報を伝えられる「PRの民主化」に挑戦します。各プログラムの参加費は無料です。

公式サイト：<https://prtimes.jp/pressrelease-evangelist/chaguchagu-iwatepr/>

■ 本件に関するお問い合わせ

チャグチャグいわて PR プロジェクト 2026 事務局

メールアドレス：chaguchagu-iwatepr@prtimes.co.jp

電話番号：03-6625-4887（株式会社 PR TIMES 担当：今井、杉本）

株式会社 PR TIMES について

【株式会社 PR TIMES 会社概要】

ミッション：行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ

会社名：株式会社 PR TIMES（東証プライム、名証プレミア 証券コード：3922）

所在地：東京都港区赤坂 1-11-44 赤坂インターシティ 8F

設立：2005年12月

代表取締役：山口 拓己

事業内容：- プレスリリース配信サービス「PR TIMES」 (<https://prtimes.jp/>) の運営
- ストーリー配信サービス「PR TIMES STORY」 (<https://prtimes.jp/story/>) の運営
- クライアントとメディアのパートナーとして広報・PR支援の実施
- 動画 PR サービス「PR TIMES TV」 (<https://prtimes.jp/tv/>) の運営
- アート特化型オンライン PR プラットフォーム「MARPH」 (<https://marph.com/>) の運営
- カスタマーサポートツール「Tayori」 (<https://tayori.com/>) の運営
- タスク・プロジェクト管理ツール「Jooto」 (<https://www.jooto.com/>) の運営
- 広報 PR のナレッジを届けるメディア「PR TIMES MAGAZINE」 (<https://prtimes.jp/magazine/>) の運営
- プレスリリース専用エディター「PR Editor」 (<https://preditor.prtimes.com/app/>) の運営
- Web ニュースメディア運営、等

URL：<https://prtimes.co.jp/>