メルマガ版・スポーツＰＲコミュニティ

vol	発行日	タイトル
1	2020/3/17	私がスポーツの価値を感じた時
2	2020/4/7	こういう時にスポーツに何ができるのかを考えるには
臨時	2020/4/13	事例まとめ　今、スポーツにできること
3	2020/4/21	相手に行動を促す伝え方
4	2020/5/5	スポーツをする、見る8つの動機 （前編）
5	2020/5/19	スポーツをする、見る8つの動機 （後編）
6	2020/6/2	広報PRに特に力を入れたい局面とは
7	2020/6/16	立て直しへのＰＲ体制をつくるには
8	2020/7/7	書くことは未来の自分への貯蓄
9	2020/7/21	伝えたいなら、捨てる勇気を
10	2020/8/4	オリンピックにしかないスポーツの価値とは
11	2020/8/18	「とにかくYouTube、使いたいんですけど」には答えられない理由
12	2020/9/1	伝えたい相手が見るメディアの探し方
13	2020/9/15	集客に役立つブログのネタとは
14	2020/10/6	コロナ禍の現場視察で気づいたこと
15	2020/10/20	広報PR、まずはこれだけ
16	2020/11/3	いくら言っても聞いてくれない時には
17	2020/11/17	PRはどこまでやっていいのか？
18	2020/12/1	ネタ探しに困っている人のための二つの方法
19	2020/12/15	1月1日の新聞をじっくり読んだ方がいい理由
20	2021/1/5	縦の比較、横の比較
21	2021/1/19	トップアーティストに見る場づくりの技術
22	2021/2/2	最近のスポーツカンファレンスで一石を投じたと思った話
23	2021/2/16	最後の砦は自制心
24	2021/3/2	バーチャル背景で誤解がなくなった
25	2021/3/16	PR上意味のある”見逃し三振”とは
26	2021/4/6	スポーツベッティングのPR方法とは
27	2021/4/20	スポーツと理念実現

28	2021/5/4	「聴く」のバリエーション
29	2021/5/18	パフォーマンスの方程式は共通言語
30	2021/6/1	語彙力を鍛える　私の経験
31	2021/6/15	スポーツの仕事では不確実性を受け入れる
32	2021/7/6	風が吹く前に、帆を用意する
33	2021/7/20	無観客のPR的なダメージとは
34	2021/8/3	スポーツ　日常の充実
35	2021/8/17	ぼんやりした未来をくっきりさせる方法
36	2021/9/7	知ってもらった。バンザイ!?
37	2021/9/21	面白いか?　役に立つか?
38	2021/10/5	美辞麗句じゃない。ホントの理念とは
39	2021/10/19	PR会社と広告会社の仕事の違いとは
40	2021/11/2	あなたのブランディング、間違っています
41	2021/11/16	迷ったら「営業のじょうご」を書いてみる
42	2021/12/7	悩み相談だけじゃない、1on1の使い方
43	2021/12/21	スタンドで、最近減ったなと気づいたこと
44	2022/1/4	ファンのフェーズと何を伝えるか
45	2022/1/18	説得力や影響力を変えるには
46	2022/2/1	スタジアム広告の最適解
47	2022/2/15	ホームを持っていない〝チーム〟を経営するには
48	2022/3/1	残念な事例もムダじゃない
49	2022/3/15	投稿するネタがない時に、なんとか探す方法
50	2022/4/5	スポーツイベントで、なぜ月曜日を使うのか
51	2022/4/19	反対側を体験してみる
52	2022/5/3	新聞は今や〇〇になった
53	2022/5/17	秒でできるサービス
54	2022/6/7	営業は最終的に
55	2022/6/21	大衆化するか、弱体化するか
56	2022/7/5	やっていることが楽しそうな人に見えると、〇〇になる
57	2022/7/19	DXの誤解

58	2022/8/2	事例を丸ごとパクらない
59	2022/8/16	閑散期にPRするには
60	2022/9/6	今のスポーツＰＲに求められる三つのテーマ
61	2022/9/20	メディアの進化系がイベントだ
62	2022/10/4	広報のフロントエンド、バックエンドとは
63	2022/10/18	チームで地元を発信するには
64	2022/11/1	売り込まない情報発信の成果とは
65	2022/11/15	仕事をお願いする相手を探すには
66	2022/12/6	マスコットを持つメリットとは
67	2022/12/20	スポーツ観戦にあって、コンサート鑑賞にないものとは
68	2023/1/3	26年でスポーツ観戦旅行の何が変わったか
69	2023/2/7	スポーツチームがグッズを売っている訳は
70	2023/2/21	広めるには、ネタバレを考える
71	2023/3/7	現場に行ったら収支内訳をイメージする
72	2023/3/21	アジアで日本のプロスポーツの人気を高めるには
73	2023/4/4	WBCはプロモーションイベント
74	2023/4/18	ファイターズ新球場開業のＰＲ戦略を解説
75	2023/5/2	新聞が縮む時代に欠かせないこと
76	2023/5/16	スタジアムと焼き鳥屋の共通点は？
77	2023/6/6	新人教育を広報でという思考の裏側
78	2023/6/20	スポーツが日常に入り込むには
79	2023/7/4	Japan Sports Weekで気づいた三つのこと
80	2023/7/18	文化を広めるには「〇〇」を使う
81	2023/8/1	スポーツのスポンサーになってもらうには
82	2023/8/15	″甲子園″をつくる
83	2023/9/5	応援を盛り上げる策を生み出すには
84	2023/9/19	PV数を増やすには〇〇が重要
85	2023/10/3	スポーツビジネスイベントの情報を集める３つの方法
86	2023/10/17	「いい記者会見の仕切り」って何だ？
87	2023/11/7	形まねして魂入れず

88	2023/11/21	ムラを出る決断
89	2023/12/5	2023年 最も力を入れた仕事
90	2023/12/19	神社でスポーツビジネスを考える
91	2024/1/2	１５年前のアメリカに似て来た
92	2024/1/16	ノリの商品、マジの商品
93	2024/2/6	集客の前に考えることとは
94	2024/2/20	「統一感＝ブランディング」じゃない
95	2024/3/5	事例は底上げ、その先は
96	2024/3/19	同じようなことを3回聞かれたら、〇〇する
97	2024/4/2	「スポーツ×〇〇」は本当か？
98	2024/4/16	情報発信でのAIの使いどころは
99	2024/5/7	一見売れそうにないコトを売り込むには
100	2024/5/21	広報支援が必要な時とは
101	2024/6/4	国際スポーツ大会の広報をするには
102	2024/6/18	仲介役で価値を出すには
103	2024/7/2	最近、SNSが使いにくくなってきた
104	2024/7/16	広告換算のキモ
105	2024/8/6	オンライン時代に必須の「伝わる」意識
106	2024/8/20	ファンを増やすには〇〇が重要
107	2024/9/3	見てもらうには、〇〇を磨く
108	2024/9/17	スポーツと企業に共通する「不朽のドラマ」の重要性
109	2024/10/1	ブランド強化の決め手　お客様の声の聞き出し方
110	2024/10/15	企画書は一枚にまとめるな　本当に伝えるべき点は〇〇にあり
111	2024/11/5	「調べる」を大幅に時短　Gensparkの活用法
112	2024/11/19	ネタ探し、社内の話題の見つけ方
113	2024/12/3	シャトルバスが消える？　地方都市のバス会社の現実
114	2024/12/17	言ったことをそのまま書くのではなく
115	2025/1/7	スポーツ業界の戦略は三つに一つしかない
116	2025/1/21	大衆化を諦めない
117	2025/2/4	頭のいい人が質問する前に考えていること

118	2025/2/18	差別化に本当に必要なものは
119	2025/3/4	新聞記者が新規事業？実はできる、その方法とは
120	2025/3/18	新規のスポーツ部門を社内で早く認めてもらうには？
121	2025/4/1	スポーツ選手の話し方が上手くなる方法
122	2025/4/15	マス広告の時代は遂に終わる？
123	2025/5/6	AI時代に問われる「源流の言語化」
124	2025/5/20	「良い交流会」と「悪い交流会」　見極めるポイントは
125	2025/6/3	スポーツデータ分析を広報PRで活かすには？
126	2025/6/17	「天覧試合」はPRだった～プロ野球を変えた〝あの一打〟
127	2025/7/1	その専門性、“アウェー”で語れますか？
128	2025/7/15	“こちら様の事情”になってませんか？
129	2025/8/5	アメリカで3つの女子スポーツがプロ化。その〝勝ちパターン〟とは？
130	2025/8/19	なぜこの作品がスポーツにとって重要か？　世界最高峰が選んだ答え
131	2025/9/2	どよめきのクロスボールに冷静でいられるのはなぜか
132	2025/9/16	知ってもらうには〇〇は欠かせない　世界陸上のPRに学ぶ
133	2025/10/7	テニスがファッションを動かす時代
134	2025/10/21	なぜ「体験会」では伝わらないのか？ 選手をPRで活かす方法
135	2025/11/4	日本のスポーツファンは“薄味”？ 海外とは違った三つの出来事
136	2025/11/18	もはや PV 数ではない。広報担当者がざわめいた瞬間
137	2025/12/2	タコツボから抜け出そう
138	2025/12/16	いくつかのスポーツは消えるかもしれない　その前に何をすべきか？
139	2026/1/6	AIがここまでできる時代に、スポーツの現場で価値が上がった仕事
140	2026/1/20	日本のスポーツビジネスは「速攻」が求められている
141	2026/2/3	有名人でも、ここまでやるのか。東京ドーム完売への仕掛け
142	2026/2/17	あなたが今、見ているものは「企画」か？
143	2026/3/3	なぜ大学はスタジアムに投資し続けるのか
144	2026/3/17	ネットフリックスはWBC配信で儲けていない？
145	2026/4/7	なぜF1はネットフリックスで人気爆発したのか。8本見てわかったこと
146	2026/4/21	AI活用の本質は「作業の効率化」ではなかった
147	2026/5/5	リカバリーウェアで起きた逆転劇の本質

148	2026/5/19	情報爆発時代に、偶然出会う価値が高まっている
149	2026/6/2	「プラダを着た悪魔２」に見る、今知るべきメディアの葛藤
150	2026/6/16	コアファンと新規ファンを同時に動かした動画
151	2026/7/7	私が敢えて「一気見」をする理由
152	2026/7/21	あなたの商品は、スポーツで広められるか
153	2026/8/4	視察で持ち帰るのは、事例ではない
154	2026/8/18	なぜ韓国のMLBショップには、若い女性しかいないのか
155	2026/9/1	あなたの商品をスポーツチームに売るには？
156	2026/9/15	スポーツイベントを成果につなげるには
157	2026/10/6	アジア大会を現場で見て、「なぜ、これをやっているのだろう？」と思った話
158	2026/10/20	もう、スポーツの「可能性」を語っている場合ではない