

スペシャリストコース（P）



2019年入社
経営企画部 Oさん

AIフル活用で生み出した時間を、
「人にしかできない、熱量のある広報」へ

仕事内容

各仕事に対する成果

ティーベックの広報担当として、プレスリリース、メディア・外部団体との関係構築、公式SNS、取材対応、危機管理広報を担当しています。

2019年の入社以来、プレスリリースを約120本制作・配信し、公式SNSではコンテンツ制作から配信までの一連の運用フローを担当しています。

さらに、「こころのヘルスケアの日」「電話健康相談の日」「セカンドオピニオンを考える日」など、日本記念日協会認定の記念日を取得しました。各記念日に合わせた一般生活者向けの企画を7年間継続し、ニュースが生まれる仕組みをつくっています。

仕事に対する

取り組み姿勢

広報では、良いサービスが生まれるのを待つだけでなく、自ら話題をつくり、発信を止めないことを大切にしています。

企画時には「使える時間・予算・期待できる効果」を見極め、その時点での最適解を選択。患者団体や子育て団体などとの外部団体から直接声を聞き、困りごとの支援から共同企画・広報活動へとつなげていきます。

AIを効率化アップのためにフル活用する一方、体験談など「熱量」を伝えることが重要な体験談などの文章は、時間をかけて聴き、自ら書くことを大切にしています。継続できる広報活動と競合他社が簡単にはまねできない、マンパワーや費用合戦に巻き込まれないティーベックならではの広報スタイルをつくることを意識しています。

今後を含めた

当社でのキャリアの考え

年齢や社会の変化に左右されず、生涯働き続けられる専門性を身につけたいと考えています。その点で、エキスパートとして専門性を高める道を選べたことは、自分にとって大きな意味がありました。

AIの発展や情報配信が簡単になった社会で、広報の仕事は大きく変わっていくと感じています。だからこそ、AIをフル活用して生み出した時間を人との信頼関係づくりや、まだ誰も気づいていない企画の創出に充て、人にしか生み出せない広報を追求していきたいです。

広報は成果が見えにくい仕事ですが、ブランド価値の向上や営業活動につながっていると納得してもらえる成果を生み出し、スペシャリストコースの上を目指していきたいと考えています。