

日本企業のアジアビジネスを支援する、PR戦略の専門家組織

「PR Collective Asia」始動

アジア市場の多様な社会インサイトを捉えたナラティブを設計

株式会社本田事務所（社長：本田哲也、本社：東京都港区）は、シンガポール・タイ・インドネシア・ベトナム・マレーシア・フィリピンの6カ国を代表するPRストラテジストと連携し、各国の文化・宗教・商習慣・メディア構造等のローカルインサイトを踏まえたコミュニケーション戦略の策定を通じて、日本企業のアジア進出を支援するコレクティブネットワーク「PR Collective Asia」を3月31日（火）に発足いたしました。

また、本取り組みの発足を記念し、6月1日（月）13時～16時に、日本企業のアジアビジネスの最前線と未来戦略を探るビジネスカンファレンス「Asia Insight 2026」を大手町三井ホールにて開催いたします。味の素株式会社 取締役 代表執行役社長 最高経営責任者・中村茂雄氏、ダイキン工業株式会社 広告宣伝グループ長・片山義丈氏、株式会社ロッテ グローバル本部 グローバルマーケティング部 部長・野津健次郎氏が登壇し、アジアビジネスの実例や事業成長の視点をテーマに、講演およびパネルディスカッションを行います。



■発足背景

アジア市場は、日本企業の今後の成長を左右する最重要エリアのひとつです。国際通貨基金（IMF）の推計（※1）によれば、2025年のASEANの名目GDPは日本とほぼ同規模に達し、成長市場としての存在感が一層増しています。さらに、東アジア・ASEAN経済研究センターが2024年に公表した資料（※2）では、ASEANへの投資拡大が中国を上回る水準で推移していることが示されています。加えて、経済産業省が発表した「第54回海外事業活動基本調査」（※3）によると、日本企業の海外現地法人数に占めるASEAN10カ国の割合も年々高まっており、日本企業にとってアジアが重要な進出先となっている実態が明らかになっています。

一方で、アジア各国の市場環境は隣国であっても大きく異なり、その文化的・社会的背景の多様性は、日本企業にとって大きな挑戦となっています。そのため、日本国内で成功した手法をそのまま展開するだけでは、現地におけるブランド価値の確立や市場浸透に十分につながらない場合があります。その要因は、ローカルインサイトを経営や事業戦略視点で活用しきれていないことに起因すると捉えています。

世界的に、個々の専門性を束ねる“コレクティブ（専門家集団）”なアプローチが注目されるなか、私たちは日本企業の支援を目的に、東京とシンガポールに拠点を置き25年以上にわたり戦略PR・企業広報に携わってきた経験と知見を活かして、このたび「PR Collective Asia」を発足しました。

(※1) IMF「World Economic Outlook (October 2025)」 ASEAN : <https://www.imf.org/external/datamapper/profile/SEQ> JAPAN : <https://www.imf.org/external/datamapper/profile/JPN>

(※2) https://www.mof.go.jp/pri/research/conference/fy2024/naigai202412_1.pdf

(※3) <https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00550120&tstat=000001011012&cycle=7&year=20240&month=0&tclass1=000001023635&tclass2=000001229185>

■ 「PR Collective Asia」とは

成長著しいアジア市場においては、文化的・社会的背景の多様性が、日本企業にとって大きな挑戦となっています。ローカルインサイトの十分な把握なしに、有効な事業戦略やマーケティング戦略、広報戦略を描くことは難しく、日本企業の理解と各市場の理解、その双方が求められます。本ネットワークは、日本とアジア各国市場をつなぐ架け橋として、各国のPRストラテジストが連携し、ローカルインサイトを基にしたグローバルレベルの戦略コミュニケーションを通じて、持続的な事業成長を後押しします。（サイト URL : <https://hondaoffice.co.jp/prcollective/>）

提供内容

- ・戦略PR（BtoC/BtoB）のプランニング、実行支援
- ・統合マーケティングのプランニング、実行支援
- ・企業広報コンサルティング、実行支援
- ・コーポレートブランディング戦略のプランニング、実行支援
- ・ブランドナラティブ/コーポレートナラティブの策定支援

組織体制

本ネットワークは、代表を本田哲也、事務局を本田事務所が務め、運営・管理を統括します。日本企業の支援は、案件ごとに各国のPRストラテジストと連携する協働体制を構築しています。なお、すべての案件の窓口は本田事務所が担当します。

PRストラテジスト プロフィール

Yvonne Koh（イヴォン・コー／シンガポール）

Saeloun Asia 創業者兼マネージングディレクター



アジア太平洋と米国において約30年にわたり、レピュテーション・危機管理、組織改革を専門とするPRストラテジスト。エデルマンやMSL Groupといった世界的なPR会社でリーダーを歴任。PayPalではアジア太平洋地域コミュニケーション・ディレクターとして、域内全市場を統括する広報体制の構築を主導。インド洋大津波発生時には、スリランカ観光局の危機管理広報を指揮し、世界14市場における観光復興プロジェクトを成功に導く。アジア系組織への助言において深い知見を持ち、AVPN、AIA、シンガポール国家遺産庁、ハイアールなど、アジアでのPR支援実績多数。

Matthew Underwood (マシュー・アンダーウッド／ベトナム)

Matterhorn Communications マネージングディレクター



ベトナムで20年以上にわたり、新興市場におけるレピュテーション構築およびベトナム展開支援を専門とするPRストラテジスト。

Matterhorn Communicationsの創業者。同社をホーチミンに本社を置く有力PR会社へ成長させ、グローバル企業の市場参入および広報戦略を主導。それ以前は、シンガポールのUpstream Asiaで2年間リージョナルアカウントディレクターを務めたほか、オーストラリアのWrightsでアカウントマネジメントなどを歴任。

Sophis Kasemsahasin (ソフィス・カセムサハシン／タイ)

Brand Foresight 創業者兼CEO



20年以上にわたり、戦略コミュニケーションおよび危機管理の分野で活躍するタイを代表するPRストラテジスト。世界的なPR会社フライシュマンヒラードにて、タイ法人創業マネージングディレクターとしてグローバル企業および政府の変革期を支援。タイ政府の「Rebranding Thailand」や2011年洪水危機対応、2022年APEC CEO Summitを主導した。HP、TikTok、AstraZenecaなどのグローバル企業をはじめ、三菱UFJフィナンシャルグループ、日産自動車、キッコーマンなど、日本企業との実績も多数。

Andy See Teong Leng (アンディ・シー・テオン・レン／マレーシア)

Perspective Strategies 創業者兼マネージングディレクター



マレーシアを中心に、25年以上にわたり戦略的コミュニケーションおよびイシューマネジメントを専門とするPRストラテジスト。世界的なPR会社エデルマンにて、上場企業および多国籍企業を対象に広報およびブランド構築を専門にキャリアを確立。それ以前は、ボストンコンサルティンググループにてナレッジマネジメント、リサーチおよびマーケティングコミュニケーションに従事。政府機関や金融、エネルギー、消費財、不動産、インフラ分野の企業に対し、レピュテーション管理やステークホルダー対応を支援している。

テイラーズ大学メディアコミュニケーション学部の客員教授も務めるほか、マレーシア廈門大学のインダストリアルアドバイザーを務める。PRCA Malaysiaの元会長であり、現在も同団体のエグゼクティブ・コミッティーを務めている。

Harry Tumengkol (ハリー・トゥメンコル／インドネシア)

Image Dynamics 共同創業者兼パートナー



インドネシアにて、インハウスおよびコンサルタントの両面で30年以上の戦略的コミュニケーション経験を持つPRストラテジスト。世界的なPR会社APCO Worldwideやバーソン・マーステラなどでリーダーを歴任。それ以前は、オーストラリアの天然資源企業BHP Indonesiaや、のちにMNCグループへと発展した総合メディア複合企業

Bimantara Citraでも経験を積む。Google、WhatsApp、Coca-Cola、British American Tobaccoなどのグローバル企業、本田技研、ユニクロ、花王など日本企業の実績も多数。

Malyn Molina (マリン・モリーナ/フィリピン)

EON 社長兼 COO



20年以上にわたり、レピュテーション管理、ブランド戦略、公共政策広報、危機対応の分野を牽引してきたPRストラテジスト。その深い知見と先見性で、ステークホルダーリレーションズを実践している。フィリピン最大級かつ歴史ある統合型コミュニケーション・コンサルティング会社の一つであるEONの社長兼COOとして、同社を継続的な業界評価へと導き、「Philippines PR Agency of the Year」などの受賞を実現。同社では、アジア開発銀行をはじめとする国際機関や主要政府機関との地域横断プロジェクトを拡大し、規制産業におけるレピュテーション戦略を構築した。国家ブランド強化に向けたプロジェクトも推進。日産、ユニクロ、味の素など日本企業の支援実績も多数。

■本田哲也コメント・プロフィール

株式会社本田事務所 代表取締役 / PRストラテジスト



「私自身が3年前に拠点をシンガポールに移し、成長著しいアジアに身をおいて日本企業の支援を行う中、日本企業のアジアでの成功を左右する大きな要因のひとつが、ローカルインサイトを理解した戦略的なコミュニケーションだと強く感じました。私も含めた7人のPR専門家が、日本企業のアジアでの成功を戦略的に支援してまいります」

「世界でもっとも影響力のあるPRプロフェッショナル300人」に『PRWEEK』誌によって選出されたPR専門家。2006年にブルーカレントを設立し代表に就任。2009年に「戦略PR」を上梓。P&G、花王、ユニリーバ、サントリー、トヨタ、資生堂、ロッテ、味の素など国内外の企業との実績多数。2019年より株式会社本田事務所としての活動を開始。2023年にシンガポールに活動拠点を移す。著書に「戦略PR 世の中を動かす新しい6つの法則」、「ナラティブカンパニー 企業を変革する「物語」の力」、「パーセプション 市場をつくる新発想」など多数。世界最大の広告祭カンヌライオンズでは、公式スピーカーや審査員を務めている。2024年には、世界的なPR業界情報機関であるPRovoke Mediaの「Innovator 25 Asia-Pacific 2024」に選出。（お問い合わせ先：info@hondaoffice.co.jp）

株式会社本田事務所サイト : <https://hondaoffice.co.jp/>
株式会社本田事務所 Facebook : <https://www.facebook.com/hondaoffice.inc/>
株式会社本田事務所 LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/honda-office/?originalSubdomain=sg>