

はじめて広報・PRに携わる方へ
広報・PRの基礎講座

いま、なぜPRか？

広告よりもPRがウケる理由

なぜPRするのか

世の中に対して

- ①知ってもらいたいモノがある
- ②知ってもらいたいコトがある
- ③イメージを向上・定着させたい



世の中と良好な関係を築くため
= Public Relations

広告とPRの違いについて

広告 → 自分で言う

自分で言う表現は、好きなように言えてしまう。

PR → 第三者に言ってもらう

第三者の発言＝評価は、コントロールできない。



PRは、事実や行動をつくって伝えることが重要。

PRは広告の代わりになるか

PRは広告のようなセールスをしない代わりに

売れる空気感をつくります

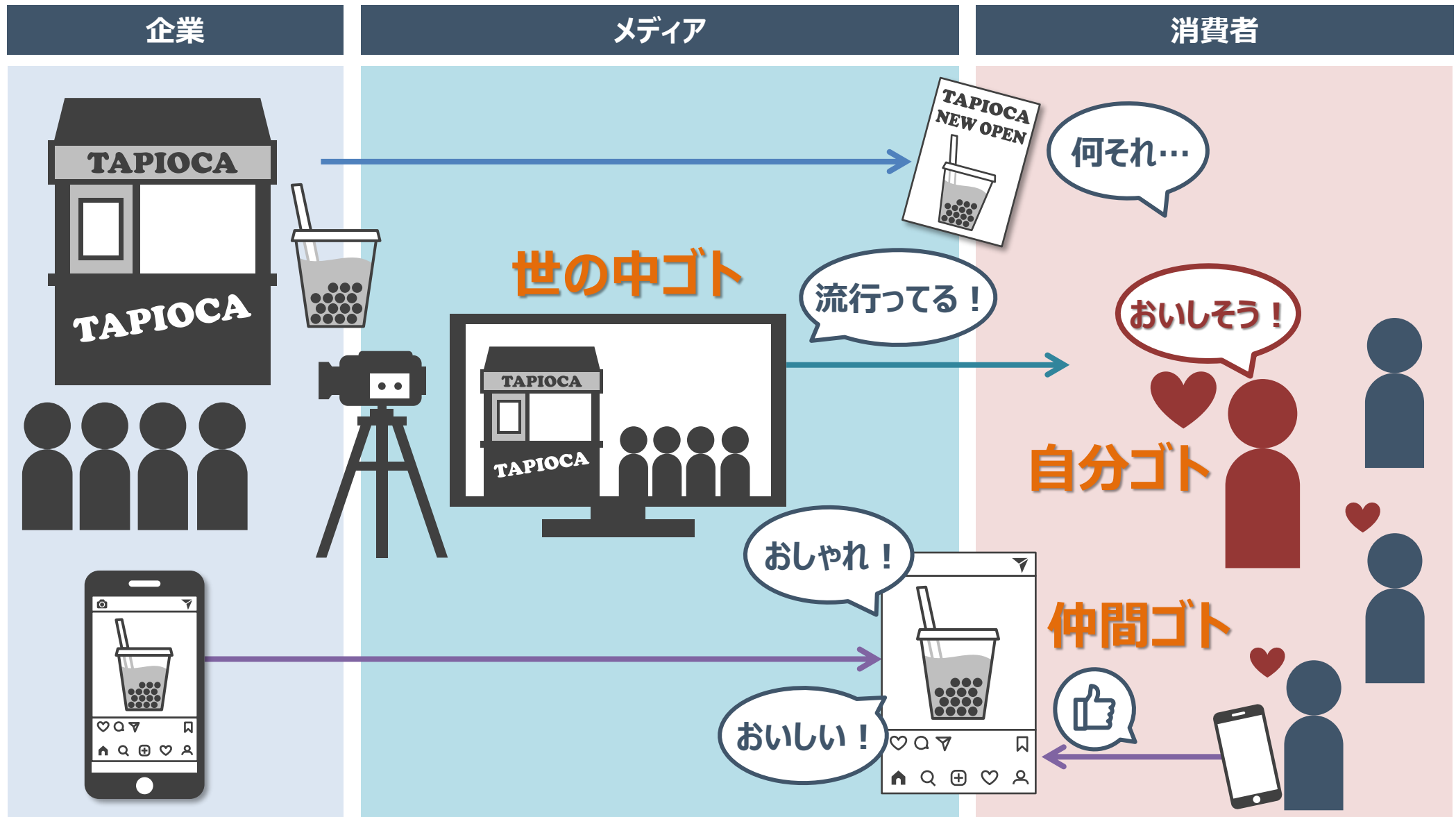
消費者にとって信頼できる人たちが
企業やサービスについて評価すると
消費者はその評価を信じます。

その評価が広まると「売れる空気感」をつくります。

PRってどんなもの？

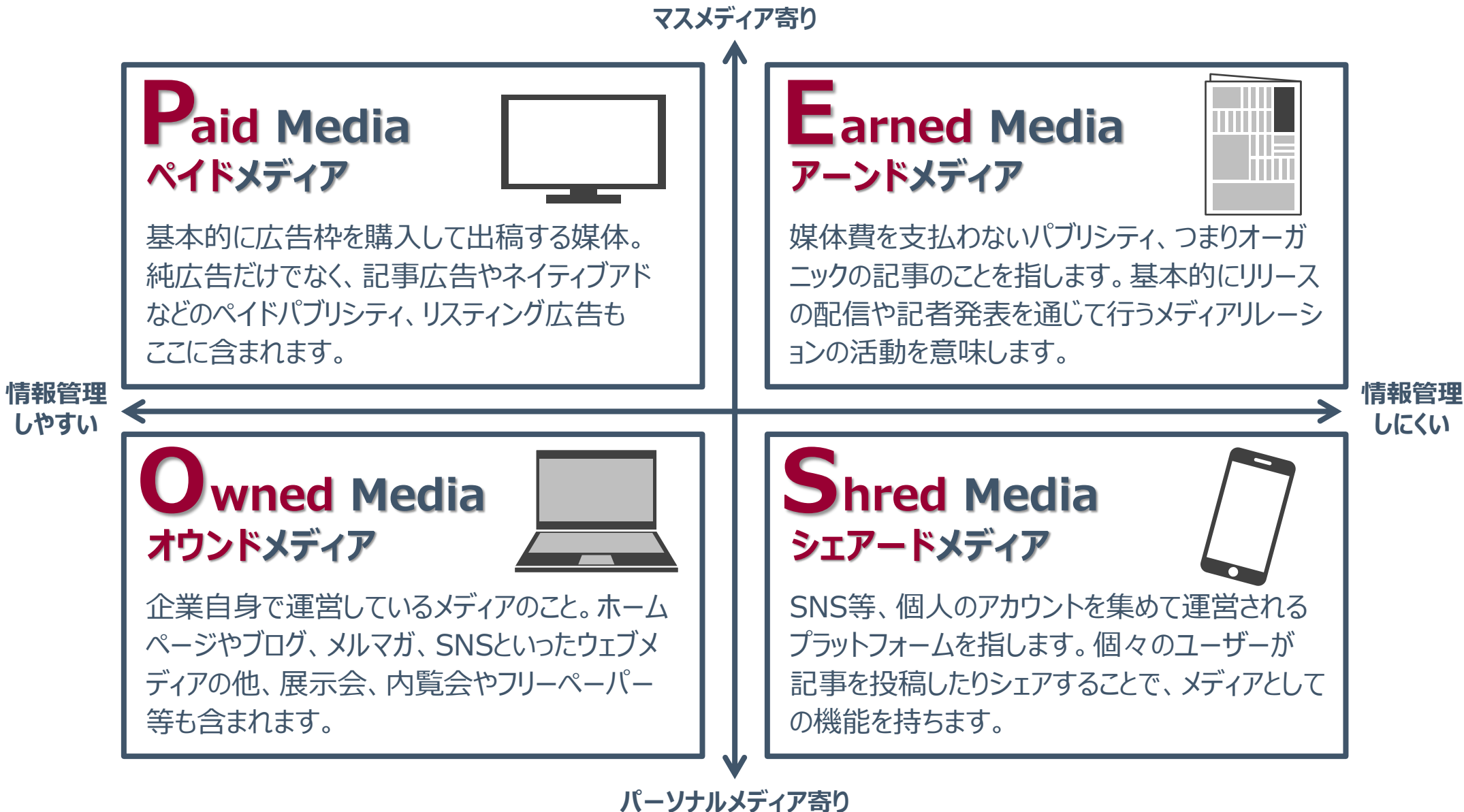
情報流通とメディアの関係

「売れる空気感」のイメージ



4種類のメディア

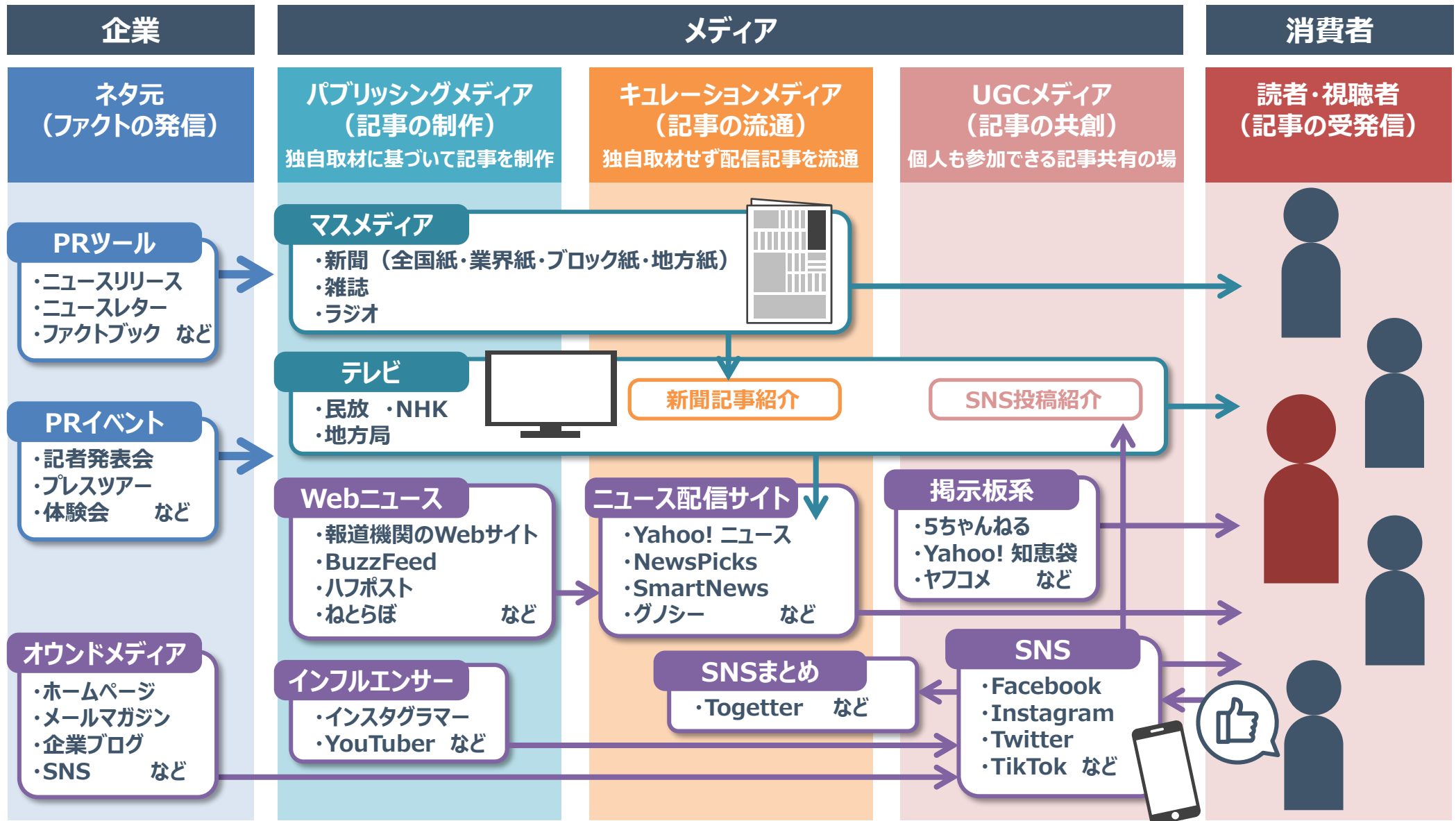
※ジニ・ディートリッヒ氏による提唱
(2014年・米) に加筆



情報流通とメディアの関係

オールドメディア

デジタルメディア



PRってどうやるの？

広報担当者の仕事内容

広報部門の4つの役割

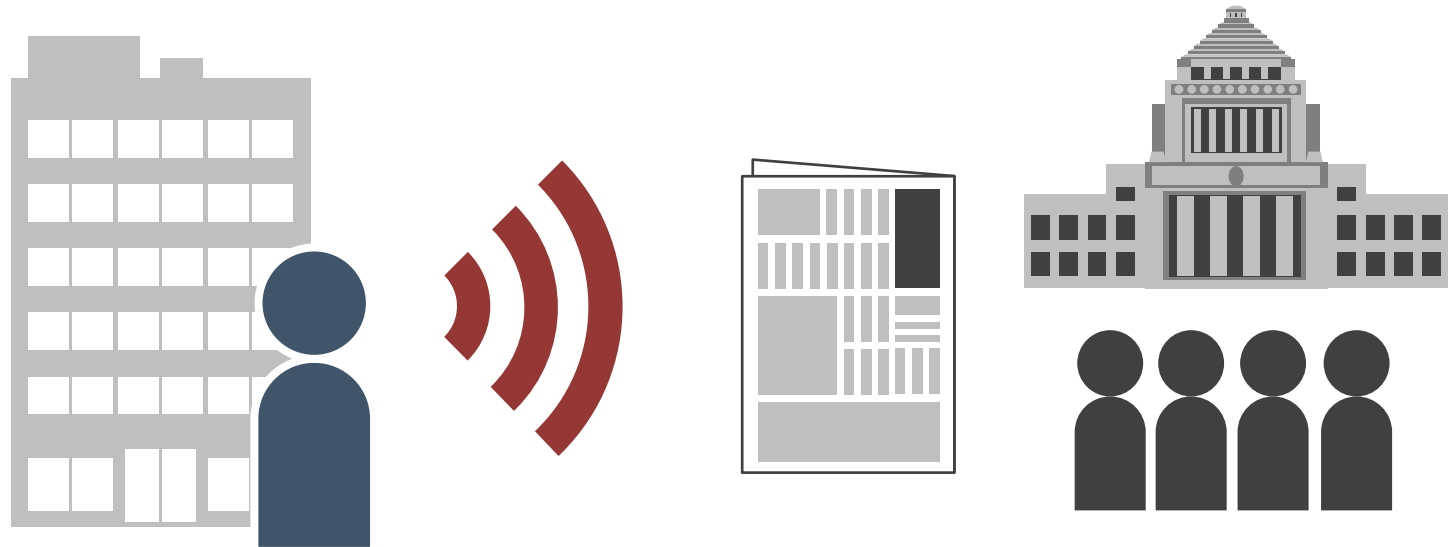
- ①センサーとしての役割
- ②企業の良心としての役割
- ③コミュニケーターとしての役割
- ④モニターとしての役割

※米PR会社バーソン・マーステラの創業者ハロルド・バーソン氏による

広報部門の4つの役割

①センサーとしての役割

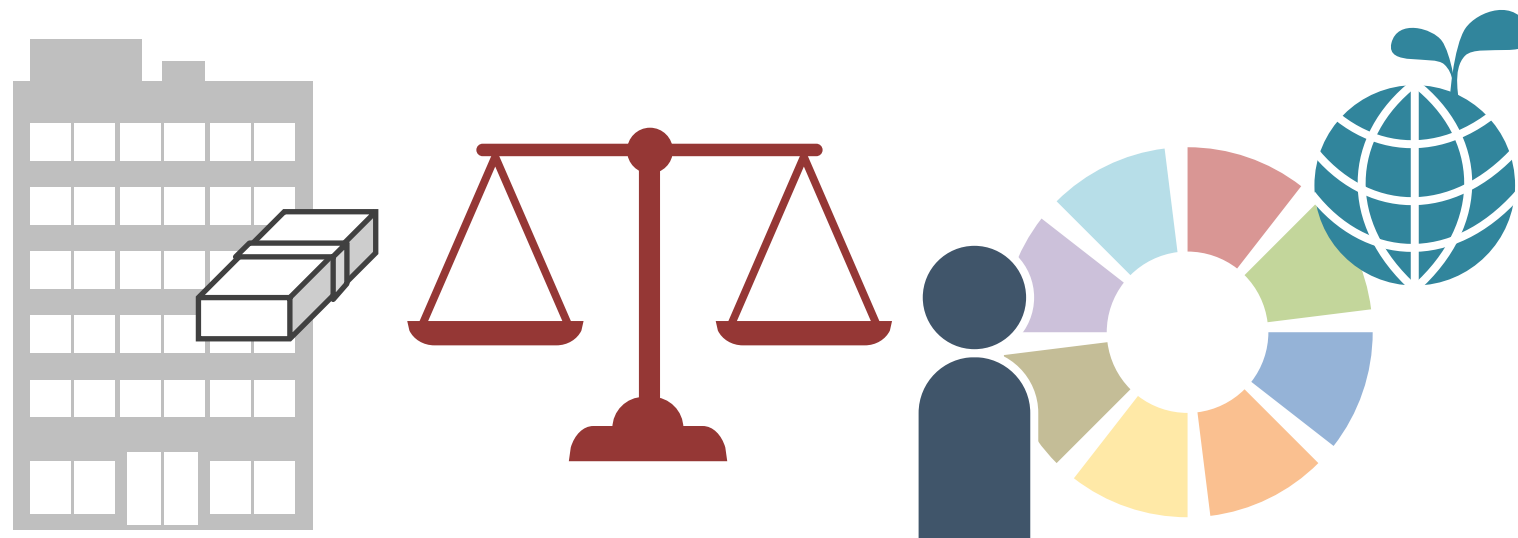
社会情勢や政治、世論など、世の中や市場の変化をいち早く察知する役割。



広報部門の4つの役割

②企業の良心としての役割

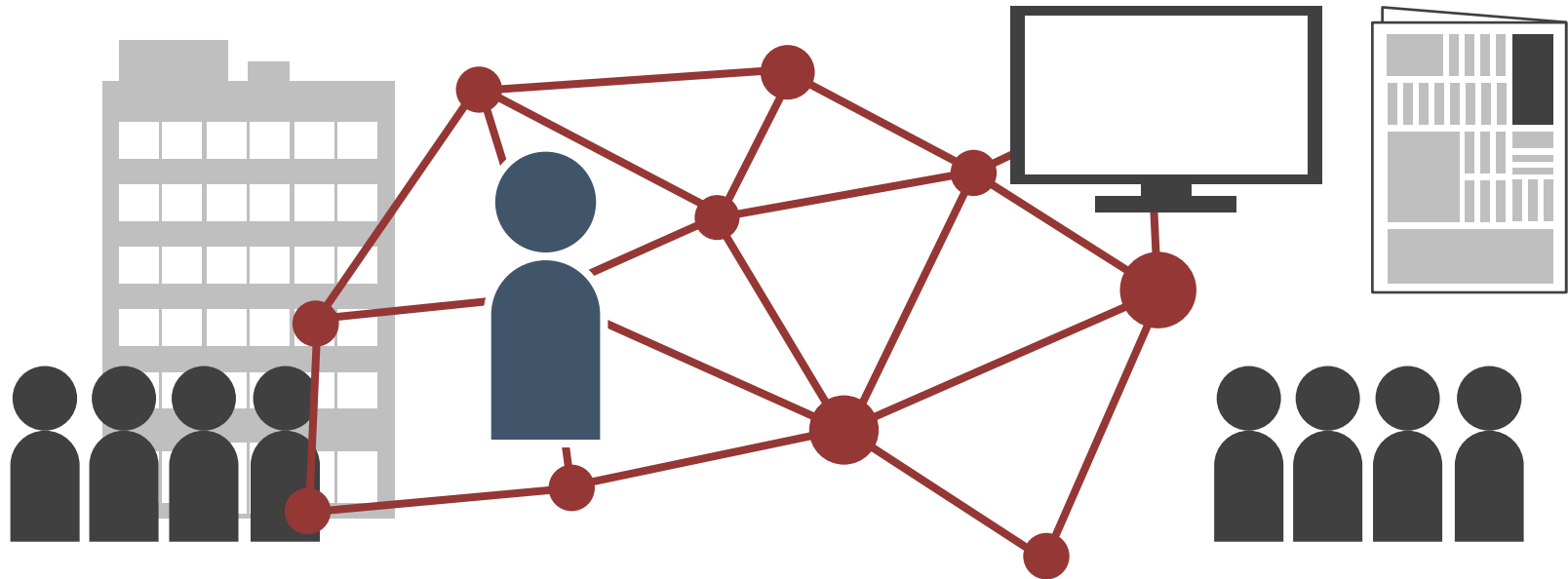
企業経営が利益のみに傾倒することがないように、倫理や道德の観点から示唆する役割。



広報部門の4つの役割

③コミュニケーターとしての役割

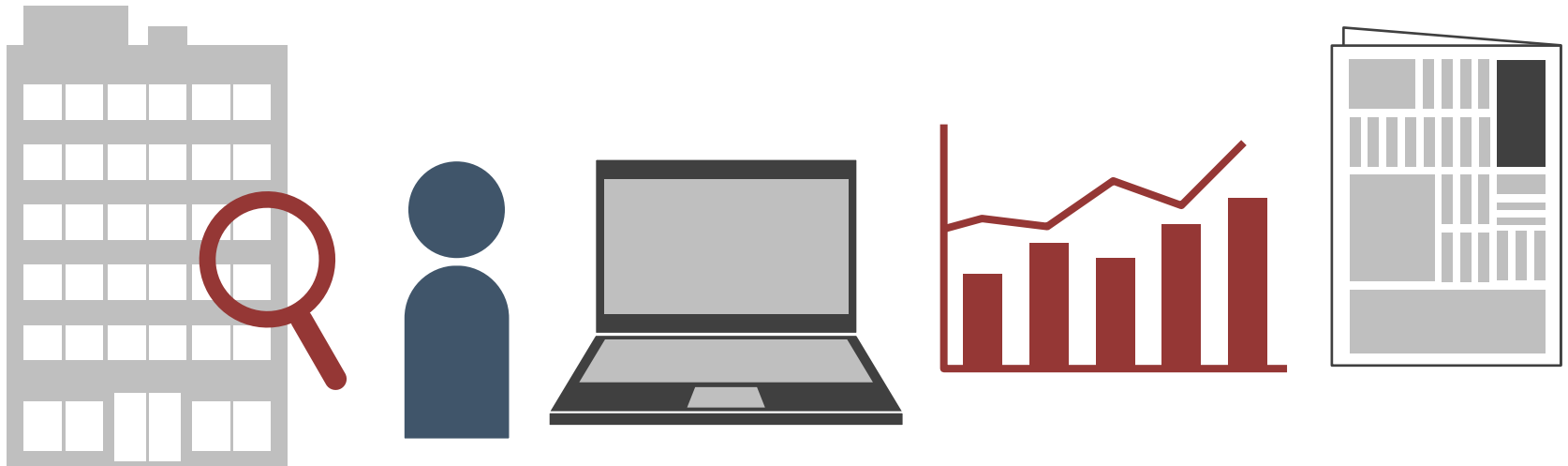
社内外に向けた的確な情報共有をするべく、
細かなコミュニケーションを実行する役割。



広報部門の4つの役割

④モニターとしての役割

企業の行動が社会の期待に応えているかを、
オンブズマンとして確認する役割。

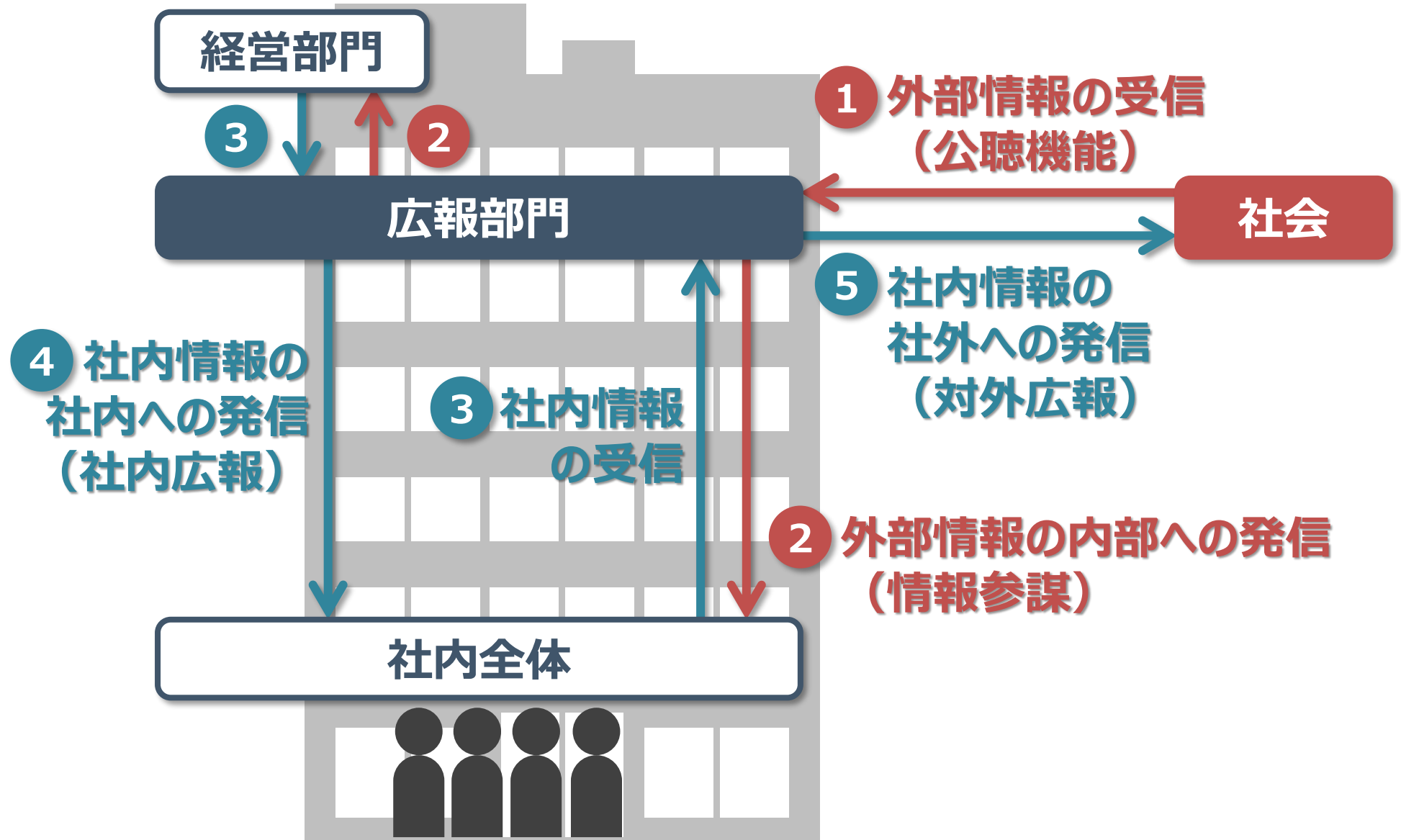


広報部門の5つの機能

- ①外部情報の受信
- ②外部情報の内部への発信
- ③社内情報の受信
- ④社内情報の社内への発信
- ⑤社内情報の社外への発信

※日本パブリックリレーションズ協会ホームページ「広報・PRの定義」より

広報部門の5つの機能



広報担当者の仕事内容

**事実のみを
適切な方法で
発信し続けること**

広報担当者の仕事内容

情報ツール作成

ニュースリリース

企業から外部に発信する新しい情報を、簡潔に記載したシート。
必要な要素は1～2ページにまとめ、
タイトルのみで内容が把握できるようにすると良い。

ファクトブック

ニュースリリースには記載しにくい詳細について掲載した資料集。
具体的な数値や取り組みの背景など、
全体像についてのデータを記載することで、
記事化に必要な情報を提供する。

プレスキット

プレスリリースを補完するための素材を
まとめたツール。
プロダクトのサンプルやロゴデータ、解説
動画など、世界観を表現するためのものを
同梱することも多い。

ホームページ

企業のビジョンや組織運営の全体像を
表現する包括的ツール。
上記3ツールについて、ホームページ上に
アップすることも多いので、アクセシビリティ
には配慮することが望ましい。

広報担当者の仕事内容

メディアリレーション

メディアリスト作成

リリース等を配信するメディアの宛先をまとめたリストの作成。
企業ごとではなく、媒体や番組ごとに担当者を記録し、異動があるたびにアップデートしていく。

リリース配信

ニュースリリースやニュースレターを定期的に配信する。最近ではファクスよりもメールの方が重宝されるケースも。
記者クラブの場合は各所によって配信方法が異なるため事前確認が必要。

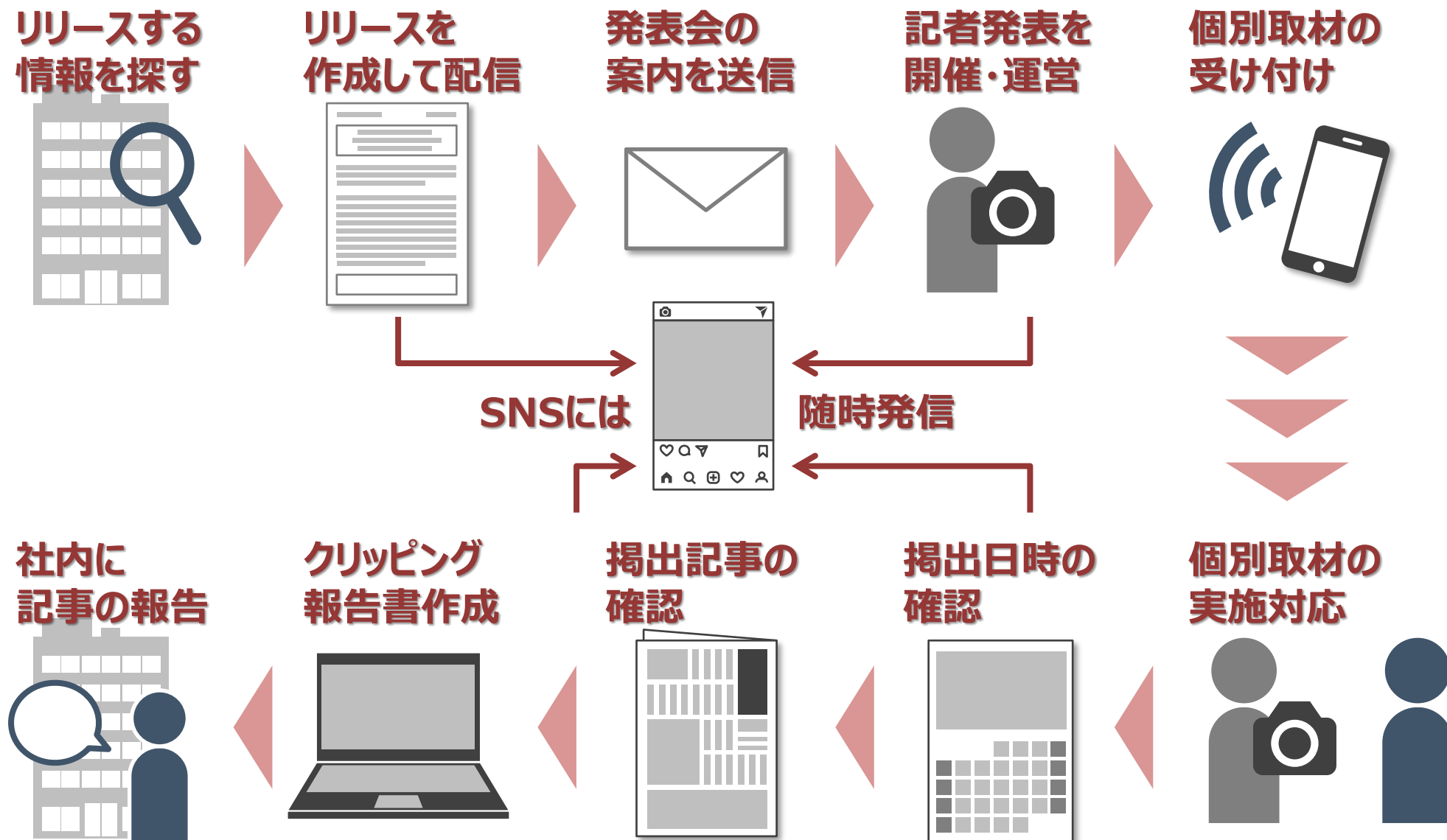
記者発表イベント

メディアに案内を出し、記者を招いてニュース発表するイベントの開催。
最近では記者だけでなく、YouTuberやブロガー等も、インフルエンサーとして招待することがある。

個別取材対応

リリースや発表会で興味を持ったメディアから、取材の申し込みがあった際の対応。
社長インタビューや生産現場の取材等、取材対象は様々だが、広報が付き添ってアテンドすることが求められる。

記者発表の例



本資料に掲載されている内容および画像の著作権については、
MOON-LABOおよび引用元に帰属します。