

PR/広報研究会

テーマ

PR活動を、発信業務から
「企業価値を高める経営機能」へ進化させる

POINT 01

経営視点でのPR戦略を、
経営機能に落とし込む
方法を習得する

POINT 02

企業価値を高める
PR/広報戦略を実践する
企業の事例を知る

POINT 03

広報機能を立ち上げ、
成果に結びつけている事例を
学びノウハウを吸収する

PR/広報研究会 テーマ

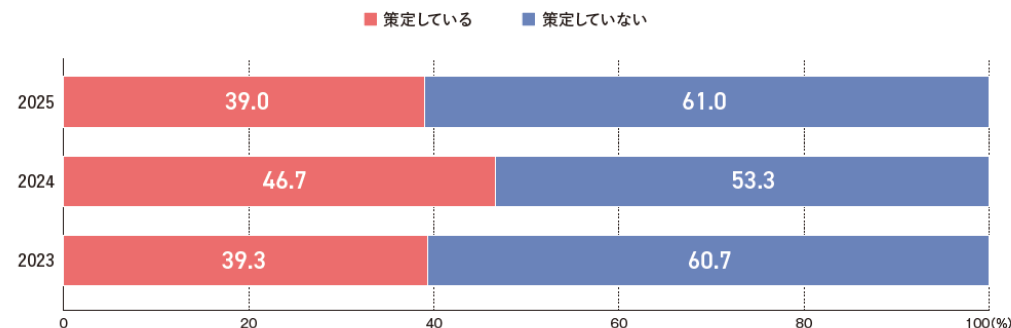
Theme

PR活動を、発信業務から 「企業価値を高める経営機能」へ進化させる

現在の日本経済では、賃上げや物価上昇、価格転嫁が常態化し、企業を取り巻く競争環境は大きく変化しています。いま企業に求められているのは、社会・顧客・市場に対して「なぜ自社が選ばれるのか」を明確に示す力です。当研究会では、PR活動を単なる情報発信やメディア対応にとどめず、企業価値を高める経営機能として再定義します。そのうえで、経営視点からPR戦略を捉え直し、コーポレート、サービス、プロダクトそれぞれのブランド価値向上につながる実践知を探究します。また露出の量ではなく、企業価値の向上や指名買い、採用力強化、提携促進、価格受容性の向上といった経営成果に結びつくPRのあり方を学びます。そして「選ばれる理由」を設計、発信し、育てていくPR経営の実装を目指しましょう。

半数以上の企業が戦略未策定！
成功の鍵は、全社的な取り組みと
明確なPR活動への落とし込みです。

【 ブランディング戦略の策定状況 】



出典：ブランディングに関する企業アンケート調査（2025年10月15日～11月7日にタナベコンサルティングが実施）

PR/広報研究会 テーマ設定の背景

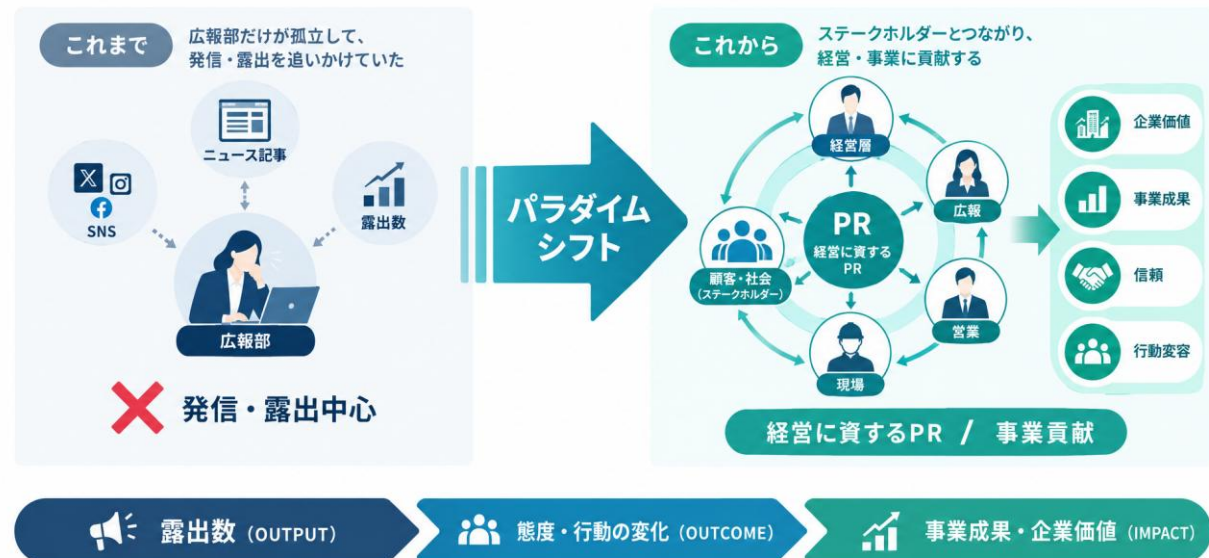
Background

「PR活動は広報の仕事」という考え方は淘汰され、PR/広報活動が経営活動の1つに

「経営層の考えや方針がうまく社内外に伝わらない」「広報として発信しているのに、自社らしさが伝わりにくい」など、現場から聞こえてくる課題は尽きません。こうした課題を持つ企業の多くは「PR活動は広報部の仕事」という感覚が強く、経営活動として広報機能を捉えられていない状態です。

一方、PR効果測定の国際基準である「バルセロナ原則4.0」では、2025年6月にPRの役割が「情報発信」から「事業貢献」に進化したことが発表されました。今までのような「ただ発信する」だけでは競合企業や市場から淘汰されてしまいます。自社のPR活動が、どれだけ経営活動、即ち事業貢献に結びついているかを効果検証することが求められている今だからこそ、経営に資する「機能」として、自社の企業価値を高めなる活動が求められます。

PRは、広報部の仕事から経営活動へ



出典:国際基準AMEC提供「バルセロナ原則4.0」よりタナベコンサルティングにて作成

PRという経営機能の実装によって解決できる課題と成功例

Problem and Success case

PR機能が実装されていない企業が抱える課題

CASE

1

信頼形成の難化により選ばれにくい状態となる



PR機能を実装することによって生み出される状態

支持・共感・協力を得やすく、
長期的な関係が構築された状態

CASE

2

ステークホルダーとの接点の多チャンネル化による
分断コストの顕在化と一貫性の欠如



接点ごとの説明のばらつきが減り、
全ステークホルダーの企業理解の軸がそろった状態

CASE

3

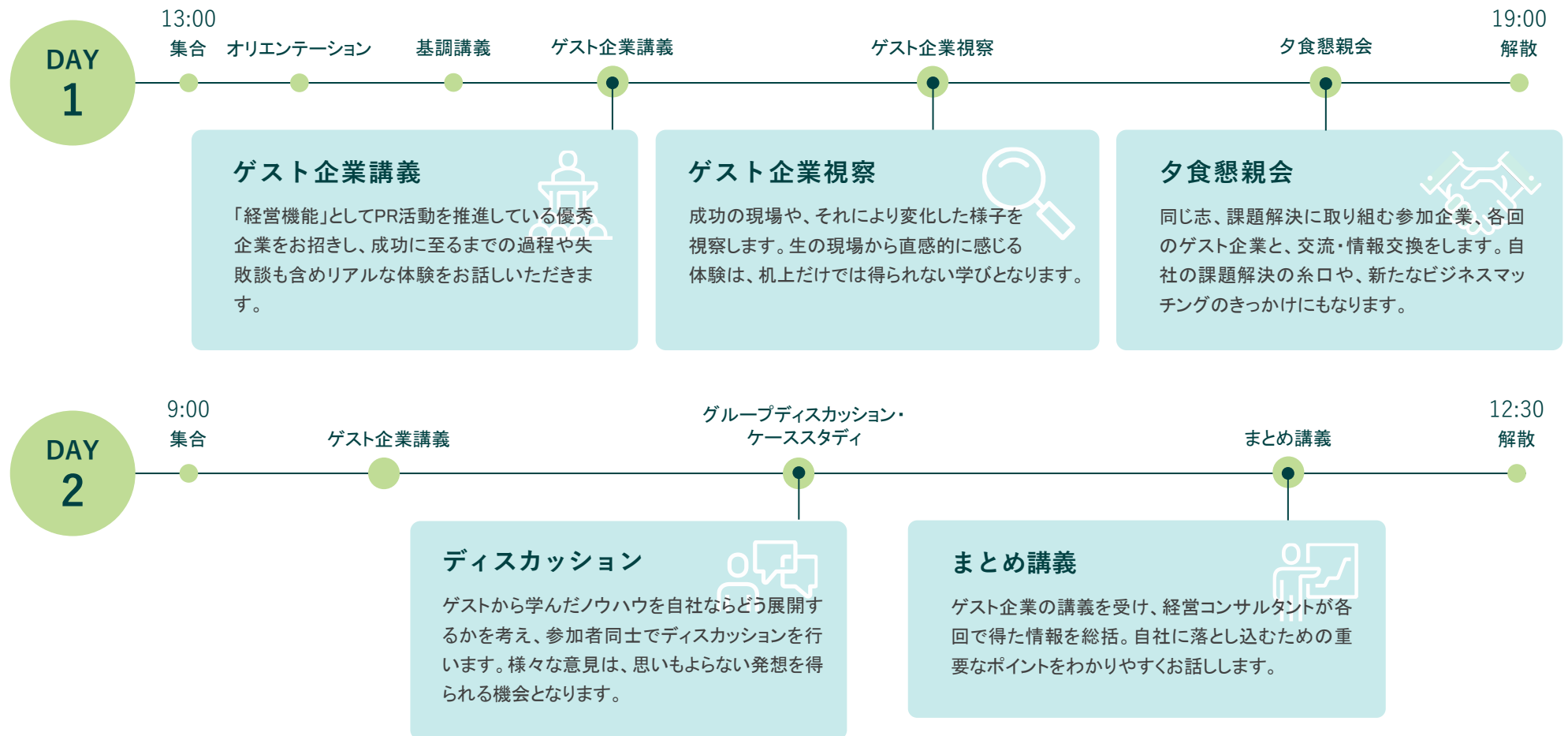
外部ステークホルダーの評価・意見を継続的に
把握することができず、経営への反映が遅れる



外部ステークホルダーの評価・意見を収集・把握し、
経営・事業・サービス改善にタイムリーに反映された状態

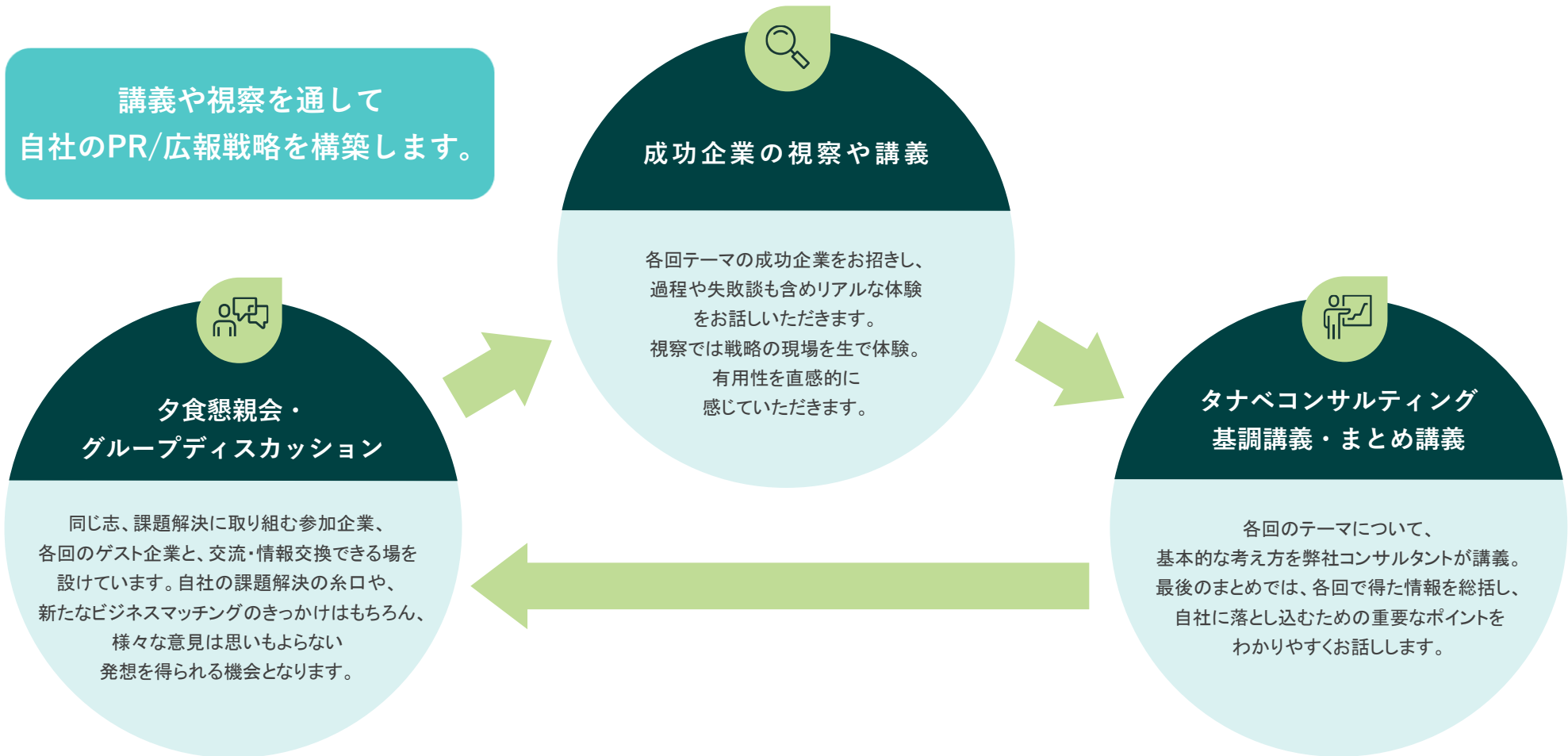
P R / 広報研究会 当日のスケジュール

Schedule



PR/広報研究会 学びのサイクル

Learning Cycle



P R / 広報研究会 過去視察先①

Past Company Inspection

企業規模・業種を限定しない多種多様なゲスト

※ 今期の視察・講演先ではありません

01

獨協大学
総合企画部 総合企画課 課長
朝倉 将彦 氏



周年事業の意義を考える
～獨協大学創立60周年事業の成果と課題～

02

株式会社ダイショー
デジタルマーケティング課 課長代理
宮下 秀美 氏



ダイショーが行う広告・PRとは

03

株式会社やまやコミュニケーションズ
代表取締役社長
山本 正秀 氏



ステークホルダーとのリアルとデジタルでつなぐ
コミュニケーションポイント

04

株式会社LAUGH GROUP
代表取締役
大坪 友樹 氏



ミッションリンク経営の重要性と成果

P R / 広報研究会 過去視察先②

Past Company Inspection

企業規模・業種を限定しない多種多様なゲスト

※ 今期の視察・講演先ではありません

05

株式会社北海道アルバイト情報社
広報戦略室 室長
日景 政道 氏

H A J

Hokkaido Arbeit Johosha

求人のプロが語る、中小企業ならではの採用PRのコツとは

06

牛乳石鹼共進社株式会社
コーポレートコミュニケーション室 室長
宮崎 清伍 氏



ずっと変わらぬ やさしさを。

牛乳石鹼約100年商品「赤箱」から醸成された、
企業「牛乳石鹼」のファンづくりコミュニケーションとは

07

株式会社ミルボン
コーポレートコミュニケーション部
コーポレートコミュニケーショングループ
広報室 木村 義則 氏

m i l b o n

BtoBtoCメーカーの広報戦略構築

08

株式会社マネーフォワード
コーポレートコミュニケーション室
副室長 矢頭 ユミ 氏

**Money Forward**

MVVCを軸にした広報戦略とは

P R / 広報研究会 過去視察先③

Past Company Inspection

企業規模・業種を限定しない多種多様なゲスト

※ 今期の視察・講演先ではありません

09

株式会社ヨックモック
マーケティング部ブランドコミュニケーショングループ
グループ長 三宅 香菜子 氏
リーダー 松本 純 氏 寺島 沙織 氏



企業価値を最大化させるためのブランド体験

10

株式会社生活の木
マーケティング本部 ゼネラルマネージャー
重永 創 氏



「生活の木」が提案する
自然の恵み&香りによるブランディング

11

株式会社あいホーム
代表取締役社長
伊藤 謙 氏



「過去」と「今」に立脚した
地域工務店のリブランディング・PR戦略

12

株式会社粧苑すきや
取締役
由佐 憲靖 氏



メタ認知思考
～ 一段上から客観的に捉える能力 ～

P R / 広報研究会 過去視察先④

Past Company Inspection

企業規模・業種を限定しない多種多様なゲスト

※ 今期の視察・講演先ではありません

13

株式会社丸信
総務部 課長代理
田中 敏彦 氏



地方BtoB企業こそ広報PRが必要
広報部門立ち上げエピソードからひも解く広報戦略

14

株式会社大賀薬局
広報 兼 薬剤師YouTuber
和田 浩嗣 氏



ヒーローやSNSを活用した広報活動、
薬育啓発活動やSNS戦略による地域密着広報事例

15

オリオンビール株式会社
執行役員
樽岡 誠 氏



沖縄から世界へ、
オリオンビールのブランディングと広報活動を学ぶ

16

株式会社デポアイランド
取締役
奥原 優 氏



地域価値向上によるまちづくり

P R / 広報研究会 過去視察先⑤

Past Company Inspection

企業規模・業種を限定しない多種多様なゲスト

※ 今期の視察・講演先ではありません

17

八海醸造株式会社
会長
南雲 二郎 氏

HAKKAISAN

永遠に終わらない会社を目指して

18

株式会社AIRMAN
代表取締役社長
佐藤 豪一 氏

AIRMAN

知られていない会社が、どうやって存在感をつくるか

19

株式会社千石
代表取締役
千石 滋之 氏

The logo for SENGOKU, featuring a stylized red and blue 'S' followed by the word 'SENGOKU' in blue capital letters.人と技術と現場から生まれた、
アラジンブランドストーリー

20

ケンミン食品株式会社
代表取締役社長
高村 祐輝 氏

The logo for Kenmin, featuring a cartoon character holding a bowl of food next to the word 'ケンミン' in blue Japanese characters.「広報は経営戦略のひとつ」を実践する
ビーフン No.1 カンパニーの広報戦略

P R / 広報研究会 参加者の声

User's VOICE



卸売業
(取締役社長)

分かりやすく実践的な内容で
自社に取り入れるヒントが得られる。

ゲスト講義が、実際の事例を活用した分かりやすい内容で、自社のHPの見せ方などにも活用できそうでした。早速参考にして優先順位や費用感も含めて模索します。



情報通信業
(部長)

実行力の重要性を痛感。

広報PRについて、自社でも少しずつ活動を進めていきたいと考えております。「この取り組みに意味があるのだろうか」「失敗したらどうしよう」と悩むのではなく、「やってみよう」と思い立ったら、まず行動に移すこと。そうした実行力こそが何よりも重要なのだと、強く感じました。



建設業
(部長)

他業種の課題や取り組み内容が
参考にも励みにもなる。

実務でPRを担当されている人だけでなく、会社経営者のお話もあったりと毎回楽しく参加しています。また毎回ワークショップがあるので、受け身ではなくちゃんと考える機会があることが良いなと思っています。



卸売業
(係長)

自社の経営に直結する
学びがある。

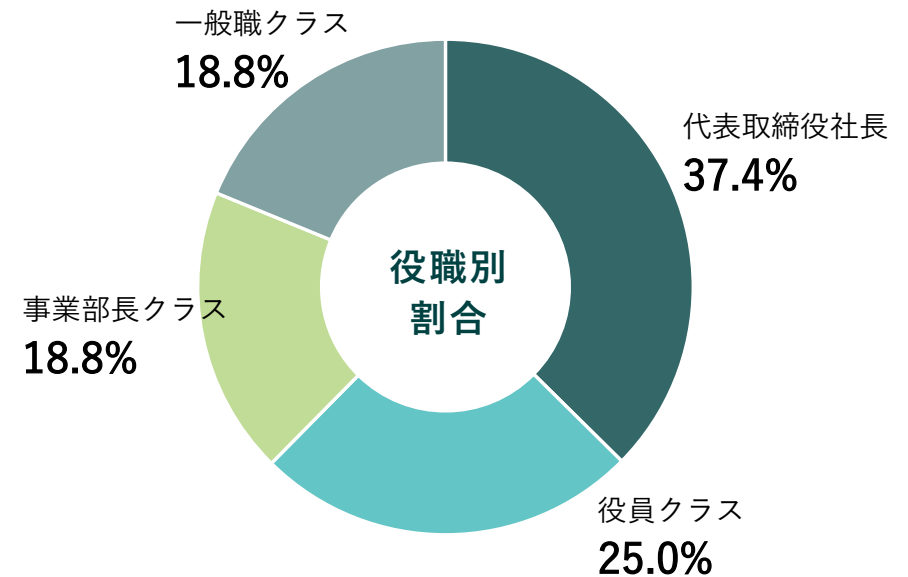
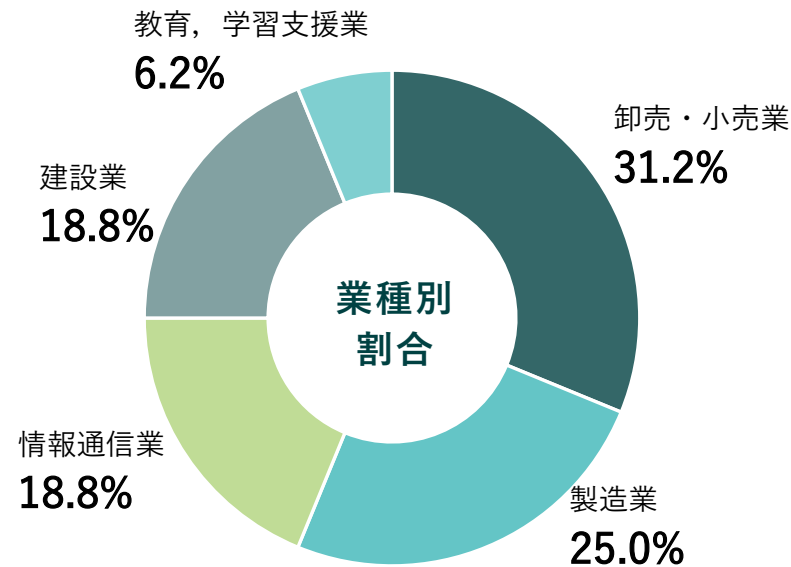
研究会に参加するまではアウトターブランディングに意識を寄せていましたが、いくら良いメッセージを作っても社内の実情と乖離があると意味がないことを痛感しました。自社の経営に直結する学びを得ることができ、いつも非常に有意義な時間です。

P R / 広報研究会 参加者属性

Participant Attributes

同志と繋がる人脈形成

当研究会は、業種に関係なく、また広報担当者だけでなく経営層の方にもご参加いただいております。同じ志を持つ「同志」として、ゲスト企業をはじめ、研究会に参加している他の企業との交流の場を設けています。研究会を通して繋がった他企業との情報・意見交換が知的好奇心を刺激し、ビジネスへのチャレンジ精神をかきたてます。そして自社の課題解決の糸口や新たなアプローチの発見のきっかけになります。



※昨期にご参加いただいた会員様の属性です
今期の情報ではありません

P R / 広報研究会 参加者特典

Participant Benefits

お役立ち資料を参加者全員にプレゼント！

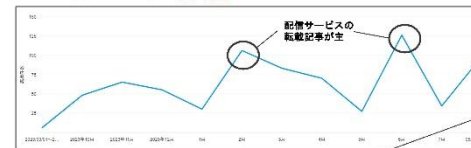
報道分析

ブランド価値の発信に有効な手段のひとつが、メディアが取り上げた情報を他メディアやSNSが取り上げることで情報の輪が拡散する「報道連鎖」。そのためには、ブランドや市場に対して、メディアが何に注目し、どう発信しているのかを理解する必要があります。報道分析ツールを活用し、市場における報道の在り方の客観的把握とその分析から、広報戦略における勝ち筋の材料とします。

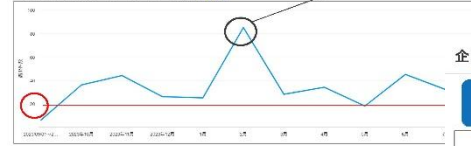
企業名XX社 露出件数

露出件数
(20XX.X.XX~202X.X.XX)
XXX件
(WEB媒体のみ、新聞連載除く)

▼PR TIMESなどのニュースワイヤー転載記事あり



▼PR TIMESなどのニュースワイヤー転載記事多く



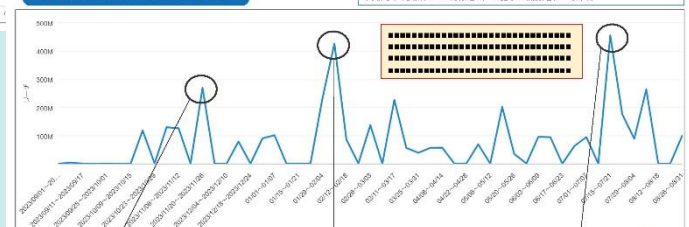
XXXXX新聞社



企業名XX社 リーチ数推移

リーチ数推移
(20XX.X1.XX~20XX.X.XX)

【推定リーチ数】
掲載媒体のリーチ数 (PV数) を推定。
掲載された媒体のPV総数を1日の記事件数で割る。



<一併転載>

※PR TIMESなどのニュースワイヤー転載記事除く



P R / 広報研究会 参考資料DL

Reference Materials Download

専門サイトにてブランディング・PR戦略の参考資料DLも可能！

タナベコンサルティンググループがご提案する、ブランディング・PR戦略の専門サイト。
豊富な経験から導き出したメソッドや、実施した成功事例、課題解決のためのフレームワークや
データ活用ツールなどもご紹介しています。

ダウンロード資料(一部抜粋)

詳細はWEBをご覧ください ▼

タナベ PRサイト



P R / 広報研究会 リーダー紹介

Leader Introduction

P R / 広報研究会リーダー 伊藤 健一郎

経営活動を行う上で、「PR/広報」は切り離せない経営活動の1つとなってきました。

自社の経営理念、PMVVに基づいたブランド戦略を基に、ステークホルダーに対しPR活動を行うことが求められています。

まさに、PR活動は経営に「インパクト」を生み出す「経営機能」の一つと言ってよいでしょう。

自社の伝えたい(発信したい)内容を明確にし、ターゲットに伝わるPRストーリーに落とし込み、自社のブランディング戦略に沿ったPR戦略策定に向け、先進企業からの学びを通して、自社の経営活動に「インパクト」を生み出すPR戦略と一緒に検討していきましょう。

Profile

「まず自らがその商品・サービスのファンになる」ことをモットーとし、ブランドビジョンを基にブランディング活動からマーケティング戦略構築、PR観点でのプロモーションまでを、一気通貫で支援するコンサルティングを展開。特にブランディング、PRストーリーの設計とその推進マネジメントを通じた人材育成で、クライアントから高い信頼を得ている。

こんな方はぜひ
ご参加ください

- ✓ PR/広報機能の立ち上げを検討している経営者
- ✓ 経営活動とPR/広報活動をリンクさせられていない企業
- ✓ コーポレート、サービス、プロダクトのブランド価値向上に課題がある企業



P R / 広報広報研究会 ゲストご紹介

Guest Companies

第1回 滋賀 2027年2月25日(木)

たねや



株式会社たねや

代表取締役社長 山本 昌仁 氏

【事業概要】 1872年、滋賀県近江八幡に創業した和菓子舗。2015年にはたねや・クラブハリエの旗艦ショップ店ラコリーナ近江八幡を、2025年には琵琶湖岸にたねやの単独店舗LAGO大津をオープン。素材にこだわるお菓子づくりを続けながら、素材を育む「農」や生き物のいとなみを支える「水」についても多様な人とつながり、様々な取り組みを進めている。

本物が共感をよぶ一ふるさと近江からの魅力発信—

- ・ラコリーナ、LAGOの「水」と「土」
- ・伝統は変えていくこと
- ・自然と文化を未来へつなぐ



第3回 長崎 2027年6月28日(月) or 29日(火)



MARUHIRO Inc.

株式会社マルヒロ

代表取締役社長 馬場 匡平 氏



【事業概要】 1957年創業。長崎県波佐見町を拠点に、波佐見焼の食器やインテリア雑貨を企画・販売する陶磁器メーカー。自社工場を持たず、産地の分業制の中で職人とともにものづくりを行い、「HASAMI」「BARBAR」などのブランドを展開。HIROPPAの運営を通じ、産地と暮らし、人と文化をつなぐ場づくりにも取り組む。

焼き物の産地に、公園を作る

— 波佐見焼のものづくりから、HIROPPAの場づくりへ —

- ① 産地の職人とつくり、届ける — 「HASAMI」「BARBAR」を通じた波佐見焼の魅力発信
- ② 産地に人が訪れるきっかけをつくる — HIROPPAの構想から実現まで
- ③ 産地と暮らしをつなぐ — HIROPPAの運営を通じた、人・地域との関係づくり



P R / 広報広報研究会 ゲストご紹介

Guest Companies

第5回 北陸 2027年10月21日(木) or 22日(金)



日の出屋製菓産業株式会社

代表取締役社長 川合 洋平 氏

【事業概要】大正13年(1924年)に富山県南砺市で創業した米菓メーカー。伝統の製法を守り、地元産の素材にこだわった米菓の製造・販売を手がけている。富山県産米100%と富山湾産のしろえびを使用した看板商品「しろえびせんべい」をはじめ、直営部門「ささら屋」や卸部門「富山柿山」などのブランドを展開。近年は「SHIRO SASARAYA」「COCOKIRIKO」といった新ブランドの創出や、海外輸出にも注力している。

1924年から続く伝統×5代目の挑戦。

売上拡大と地域貢献への広報PR。

- ・地域一番企業を目指す「富山と言えば日の出屋製菓戦略」
- ・ローカルの価値で世界へ「グローカル戦略」
- ・地域の価値を活かした「マルチブランド展開」



PR/広報研究会 開催日程と申し込み要項

Event dates and application requirements

開催日時

第1回	2027年	02月 25日 (木)	・	02月 26日 (金)
第2回	2027年	04月 22日 (木)	・	04月 23日 (金)
第3回	2027年	06月 28日 (月)	・	06月 29日 (火)
第4回	2027年	08月 26日 (木)	・	08月 27日 (金)
第5回	2027年	10月 21日 (木)	・	10月 22日 (金)
第6回	2027年	12月 16日 (木)	・	12月 17日 (金)

開催時間 1日目／午後開始・2日目／午前終了

※日程・開催時間等は変更になる場合がございます。予めご了承ください。

研究会参加者(全回参加の方のみ)には
ファーストコールカンパニーサミットの
視聴アカウント付き！

詳細は、弊社ホームページをご参照ください。

開催概要

受講対象	経営者・経営幹部・事業責任者・経営企画・PR/広報責任者など
定員	30名様
会費	お1人様(全6回通し) 561,000円(税込) 1名様追加料金(同一企業様) 1回/77,000円(税込) 全6回通し/495,000円(税込)
【申込期限】	各研究会、開催日の1週間前までにお申込みください。 ※事情により、お申込みをお受けできない場合がございます。予めご了承ください。
【受講取消】	1. お申込み期限日(第1回開催の1週間前、同一企業様からの追加お申込みの場合は各回開催の1週間前)までの取消につきましては全額返金いたします。 2. お申込み期限日の翌日からの取消につきましては代理受講をお願いいたします。 代理受講が不可能の場合は以下の通り取消料を申し受けます。ご了承ください。 ① お申込み期限日の翌日から第1回開催日の前日 (同一企業様からの追加お申込みの場合、各回開催日の前日)：会費の40% ② 第1回開催日以降(同一企業様からの追加お申込みの場合、各回開催日当日以降)：会費の全額

同一企業内であれば
お申込みされた方以外の受講もOK！

お申込み ホームページからお申込みください。詳細もこちらからご覧いただけます。

タナベ PR研究会

E-mail | soken-lab@tanabeconsulting.co.jp

※ 弊社ホームページの研究会参加要項に掲載されている研究会規約をお読みの上、お申込みください。研究会規約 <https://www.tanabeconsulting.co.jp/t/lab> ※研究会の会費には教材費、懇親会費を含みます。交通費・宿泊費は各自手配・ご負担いただけます。※お申込み受付後、ご請求書をお送りいたします。会費の前納をもってお申込みとさせていただきます。※状況により懇親会が実施できない場合がございます。予めご了承ください。※ご希望回のみ参加されるには、必ず他に1名さま以上の全回参加のお申込みが必要です。

【個人情報のお取り扱いについて】タナベコンサルティングでは個人情報の保護に努めております。詳細は弊社ホームページ上に記載の「プライバシーポリシー」(<https://www.tanabeconsulting.co.jp/t/policy.html>)をご覧ください。なお、ご記入いただいたお客様の個人情報は、上記のお申込みに関する確認・連絡、および弊社発行のメールマガジンや商品・サービスのご案内などをお送りする際に利用させていただきます。