

2023年6月1日

公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会

PRSJが「“ひとり広報”実態調査」を実施

悩みは“成果の説明”“判断が不安”“担当範囲が広すぎる”
良さは“達成感”“自由な意思決定”“使命感・責任感”

～多様な“ひとり広報”の姿が浮き彫りに～

公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会（東京都港区、理事長：牧口征弘、略称：PRSJ）は、注目が高まる“ひとり広報”の業務や意識、課題等の現状を探るために、“自社の広報を一人で担っている人”（エージェンシー等を除く）を対象に「ひとり広報実態調査」（2023年2月）を実施しました。

その結果、“ひとり広報”のメリットや悩み、経営トップとの関係が及ぼす影響、今後の広報業務に対する意識などが浮かび上がり、決して単純ではない“ひとり広報”の多様な姿が浮かび上がりました。



1. 調査概要

【調査目的】 “ひとり広報”も業務と意識、課題等の現状を明らかにすること

【調査対象】 PRSJの企業会員、非会員および楽天インサイト社調査パネル

※自社の広報業務を一人で担っている人

【調査方法】 調査票による定量調査

【有効回収数】 138人

【実施期間】 2023年2月

【実査機関】 楽天インサイト株式会社

2. 主な調査結果

<回答者のプロフィール>

- **職種**は「会社員」(64.1%)、「会社経営・役員」(14.2%)、「公務員・教員・団体職員」(10.2%)、「自由業」(7.9%)
- **会社(組織)は創業から**「5年目以下」(11.9%)、「6～20年目」(39.9%)、「21年目以上」(44.8%)
- **広報業務歴**は「5年未満」(50.3%)、「5～10年未満」(20.8%)、「10～20年未満」(16.4%)、「20年以上」(12.6%)
- **所属部署**は「その他」(19.7%)、「マーケティング部」(14.8%)、「広報部」(12.0%)、「社長室等」(11.5%)、「営業部」(11.5%)
- **指示系統**は「トップ直轄」(55.7%)、「経営企画・総務担当役員」(17.0%)、「上長は特にいない」(12.0%)、「広報担当役員」(7.7%)

<主な回答結果>

- **マスメディア対応、自社メディアに加えて、今後は危機管理・トレーニングや動画制作を実施したい**

Q：現在の実施業務（複数回答）

マスメディアへの発信・対応	53.0%
会社案内・Webサイトの制作	43.2%
広報効果測定	42.6%
サイト・SNSの企画・運営	35.5%
トップ広報の実施	33.3%

※創業「6年～20年目」のひとり広報は、スタートアップを含む「5年目以下」や役所・学校・団体等を多く含む「21年目以上」よりも、実施している業務の種類が多い。

Q：今後実施したい業務（複数回答）

危機管理関連	18.6%
メディアトレーニング	15.8%
マーケティング調査	15.3%
動画制作	14.2%
行政等への働きかけ	12.6%

※創業「6年～20年目」のひとり広報は、スタートアップを含む「5年目以下」や役所・

学校・団体等を多く含む「21年目以上」よりも、新たな取り組みに対する意欲が高い傾向がある。

■経営トップが“広報活動を理解・支援してくれている”と思う人は、半数

Q：経営トップは広報活動を理解し、支援していますか？

広報をよく理解しており、担当者を支援してくれている	49.2%
わからない	25.7%
広報に対する理解が不足しており、担当者に対する支援もない	25.1%

※創業「5年以内」のひとり広報の約7割が“理解・支援してくれている”と感じているのに対して、「21年目以上」では約4割にとどまり、意見が分かれている。

■広報予算は「不十分」(56.3%)。アウトソーシングは「利用していない。予定もない」(50.8%)

Q：広報予算は十分ですか？

不十分である	56.3%
十分である	43.7%

※“トップが広報を理解・支援してくれている”と思う人の約6割が「十分」と回答しているのに対して、“理解・支援が不足している”と思う人の約8割が「不十分」としており、トップの理解度と予算の充足感に相関があることがうかがわれる。

Q：アウトソーシングをしていますか？

利用していない、予定もない	50.8%
利用している	20.2%
以前は頼んでいたが、現在は頼んでいない	10.9%
利用していないが検討中、または今後利用してみたい	9.8%
知らない、わからない	8.2%

※利用しない理由は「予算がない」が64.6%と圧倒的。

■他部署との連携が「ある」(70.4%)。「うまくいっている」(85.3%)

Q：他部署との連携や役割分担はありますか？

よくある	46.4%
------	-------

たまにある	24.0%
あまりない	13.7%
まったくない	15.8%

※連携が「うまくいっている（とても+まあ）」が85.3%。ただし、トップの広報への“理解・支援が不足している”と思う人ほど、他部署との連携がうまくいっていないと回答する傾向がみられる。

Q：どんな業務で連携していますか？（複数回答）

情報収集業務	51.2%
イベント・制作業務	50.4%
メディア対応業務	31.8%
デジタルコミュニケーション	23.3%

■ひとり広報の良さは“達成感”“自由な意思決定”“使命感・責任感”

Q：ひとり広報の良さ、メリットは何ですか？（項目毎に「そう思うか」を5段階評価）

良い結果が出たときに強い達成感がある	82.5%
自分で意思決定ができ、自由に動ける	80.3%
会社を背負う使命感、責任感を持てる	75.4%
結果を出せば社内からの信用・信頼が得られる	75.4%
経営全般に対する理解が深まり、今後の仕事に役立つ	73.2%
自分自身で仕事を開拓するワクワク感がある	71.6%

※上位項目。「あまり思わない+思わない」のほうが高かった項目は「社内で高い評価を得られる」（44,8%）。仕事の充実が自身の評価に必ずしもつながらない、と感じている様子が見られる。

■ひとり広報の悩みは“成果の説明”“判断が不安”“担当範囲が広すぎる”

Q：ひとり広報の悩み、デメリットは何ですか？（項目毎に「そう思うか」を5段階評価）

成果を数値化しにくい	69.9%
自分の判断が正しいかどうか不安	63.3%
担当範囲が広すぎる	61.8%
担当業務に対して人手が足りない	60.7%
相談相手がないため、判断に困る	60.1%

※上位項目。トップの広報への“理解・支援が不足している”と思う人ほど、悩みや不満を

指摘する率が高い傾向がうかがわれる。

■ひとり広報の経験は、今後“専門職として評価される”(36.1%)、“あまり関係ない”(27.3%)

Q：ひとり広報の経験は、今後の仕事にどうつながると思いますか？

社内の専門職として評価され、広報担当として継続して活躍できる	36.1%
あまり関係ない	27.3%
転職の際の武器になる	19.7%
コンサルティング業などセカンドキャリアに活かせる	8.7%
人事異動の中の貴重な経験のひとつとして社内で昇格・出世につながる	7.1%
その他	1.1%

※トップの広報活動への理解があると思う人は「社内で評価される」と考え、トップの理解度がわからない人、広報業務歴の長い人ほど「あまり関係ない」と回答する率が高く、ひとり広報の経験の価値をどうとらえるかは、意見が分かれている。

以上

<参考資料>

(公社) 日本パブリックリレーションズ協会について

公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会（理事長：牧口征弘、略称：PRSJ）は、1964年に結成された日本PR協会と1974年に設立された日本PR業協会が1980年に合併統合され、時代に即したPRの在り方の探求とPRの啓発・普及を図るために設立されました。

現在は、一般企業・団体の広報部門、PR業およびPR業関連会社を中心に、学識者を含む約800人の会員で組織されているパブリックリレーションズ（PR）のプロフェッショナル団体です。2012年4月には公益法人の認定を受け、2020年に設立40周年を迎えました。

主要な事業としては、「各種研修」「セミナー」などの教育事業、会員相互の交流事業、年鑑「PR Yearbook」や会員誌「協会ニュース」の刊行、PRに関連するデータを網羅した「PR手帳」などの出版事業のほか、優れたPR事例を顕彰する「PRアワードグランプリ」、傑出したPRパーソンを表彰する「日本PR大賞 PRパーソン・オブ・ザ・イヤー」、広く地域社会の発展に貢献し成果を収めた人物を表彰する「日本PR大賞 PRシチズン・オブ・ザ・イヤー」の運営を行っており、これらの活動を通じてパブリックリレーションズの普及と啓発、広報・PRスキルの向上などに取り組んでいます。

また、2007年、PRパーソンとしての知識やスキル、職能意識を認定する「PRプランナー資格認定制度」をスタートさせ、協会内外の広報・PRパーソンや、広報・PRに興味を持つ学生など幅広い層に「認定PRプランナー」としての資格を付与しています。

「PRプランナー」は現在、3000名を超えており、実務の現場で活躍しています。

当協会はこの事業を通じて、広報・PRの普及・啓発と発展に努めています。