

「ひとり広報」実態調査」報告

書籍の刊行が相次ぐなど、注目が高まる「ひとり広報」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、コンサルタント等を除く）を対象に調査を実施。その結果、具体的な業務内容のほか、「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」の多様な姿が見えてきました。

調査概要

【調査目的】 “ひとり広報”の業務と意識、課題などの現状を明らかにすること
【調査対象】 公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会会員および非会員、
 楽天インサイト社調査モニター（sc1万ss以内）
【調査方法】 調査票による定量調査

【有効回収数】 183人

※「現在の職種」「他部署との連携業務」以外の特に注記のないものについてはN=183で算出

【調査実施期間】 2023年2月

【調査実施機関】 楽天インサイト株式会社

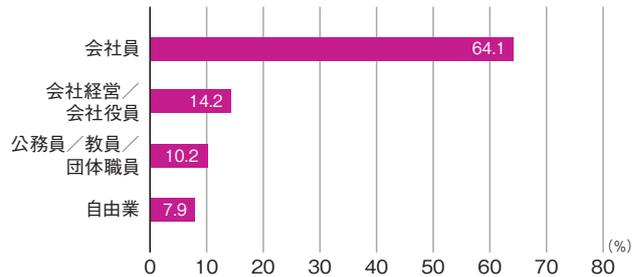
調査回答者プロフィール

【本調査の定義】

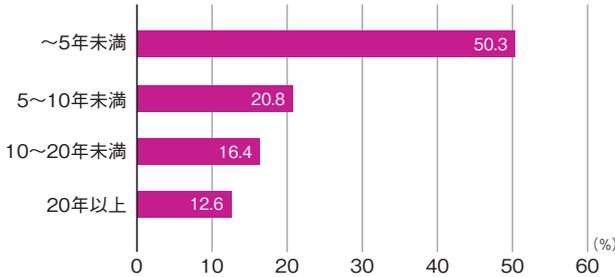
“ひとり広報”＝“自社の広報業務を一人で担っている人”

【基本属性】 広報・PRに従事し、所属チームが自分一人のみ

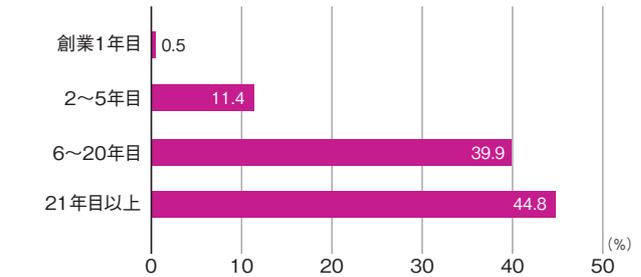
■ 現在の職種 (N=303)



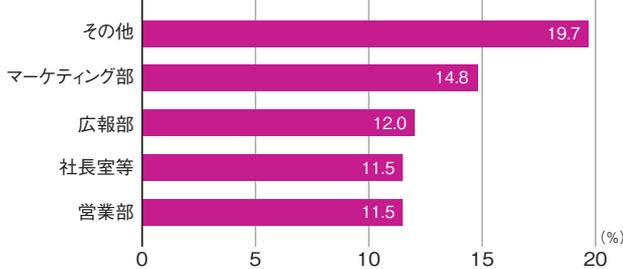
■ 広報業務歴



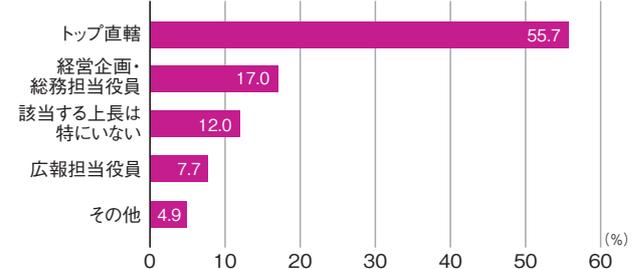
■ 創業何年目



■ 所属部署



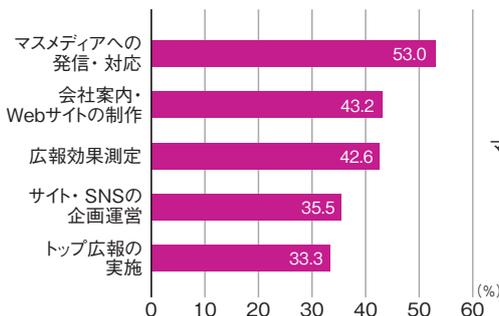
■ 指示系統



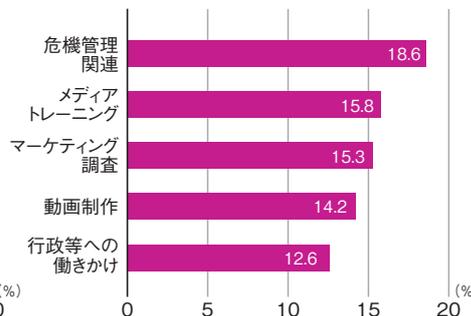
主な結果

Q. 現在の実施業務と今後取り組みたい業務は？<MA>

■ 現在の実施業務



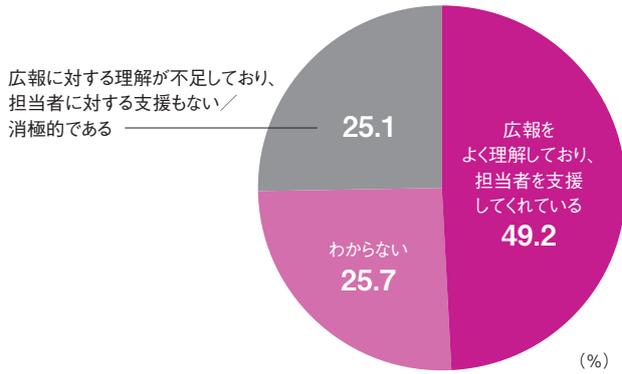
■ 今後実施したい業務



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も

現在実施している業務と、今後実施したい業務を選んでもらったところ、左のグラフの項目が上位にきました。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年目までの会社や、21年目以上（役所・学校・団体等を含む）よりも、実施している業務の種類が多く、また今後の新たな取り組みに対する意向も強いことが示されました。

Q. 経営TOPは、広報活動を理解し、支援していますか？

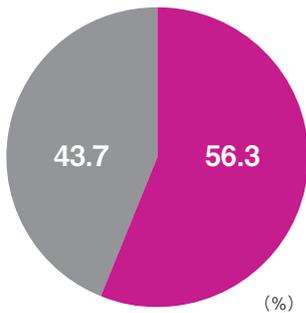


「理解・支援してくれている」が半数で、感じ方は分かれる

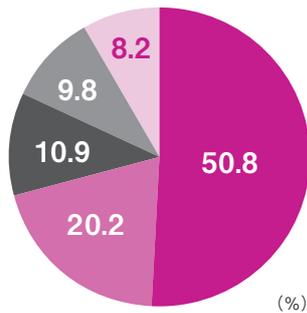
経営トップが広報を理解し、支援しているかについて、自分の考えに最も近いものを選んでもらったところ、「広報をよく理解しており、担当者を支援してくれている」(49.2%)が最多。一方で「広報に対する理解が不足しており、担当者に対する支援もない」(25.1%)、「わからない」(25.7%)と、二人に一人がトップの理解がないと感じているという結果に。スタートアップ企業など「創業5年目以内」のひとり広報の約7割が「理解・支援してくれている」と感じているのに対し、「創業21年以上」では約4割でした。トップの理解・支援のとりえ方については、意見が分かれています。

Q. 広報予算は十分ですか？ アウトソーシングをしていますか？

■ 広報予算



■ アウトソーシング



広報予算が「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%

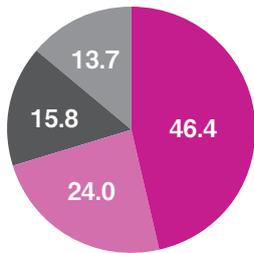
- 不十分である (予算要求がなかなか通らない)
- 十分である (必要な予算を与えられている)

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

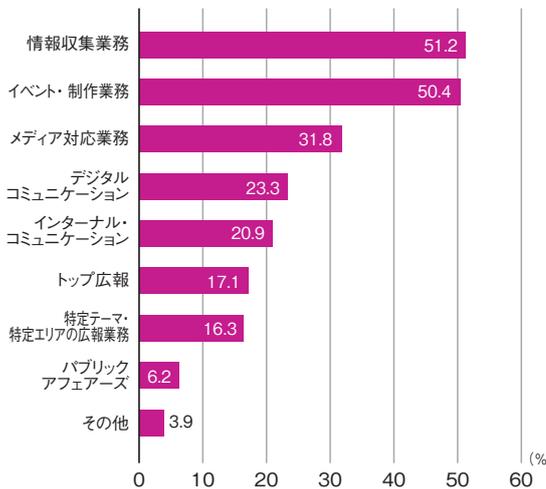
広報活動の予算が十分かどうか聞いたところ、「不十分」(56.3%)が「十分」(43.7%)を上回りました。トップの広報に対する理解が高いと思う人では約6割が「十分」と回答し、理解が不足していると思う人の約8割が「不十分」としており、予算の充足感とトップの理解の感じ方が相関していることがわかります。アウトソーシングについては、現在「利用している」が20.2%にとどまり、「利用していない、予定もない」が50.8%と過半数になっています。ちなみに、利用しない理由は「予算がない」が64.6%と圧倒的です。

Q. 他部署との連携や役割分担は？ どのような業務で連携していますか？<MA>

■ 連携はあるか



■ どのような業務で (N=129)



他部署との連携は「ある」(70.4%)
「うまくいっている」(85.3%)

他部署・部門との連携や役割分担については、「よくある+たまにある」が70.4%、連携は「とてもうまくいっている+まあうまくいっている」が85.3%と、横の連携がスムーズに行われていることがうかがえます。トップの広報への理解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」と感じる傾向がみられます。具体的な連携業務は、「情報収集」(51.2%)、「イベント・制作業務」(50.4%)、「メディア対応業務」(31.8%)などです。

Q. ひとり広報の良さ、メリットは何ですか？

■ 70%以上を得た項目

	(%)
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

■ 「あまり・そう思わない」のほうが高い項目

	(%)
社内で高い評価を得られる	44.8

良さは“達成感”、“自由な意思決定”、“使命感・責任感”

ひとり広報の良さやメリットについて、項目ごとに「そう思うか」を聞くと、左記のとおり、達成感や責任感など精神的な面での充実が上位になり、前向きな姿勢が示されています。広報業務歴で見ると、バリバリ仕事をしている中堅層ほどひとり広報をポジティブにとらえ、ベテラン層はさほどでもない様子が見えます。「トップの広報活動に対する理解・支援がある」と感じている人ほどメリットを指摘する率が高い傾向。一方で、「社内で高い評価を得られる」と“思わない”“人のほうが”思う”人よりも多い点が気になるようです。

Q. ひとり広報の悩み、デメリットは何ですか？

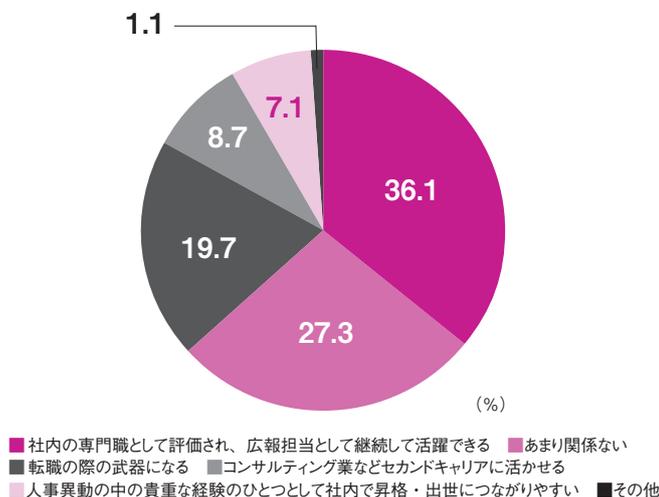
■ 60%以上を得た項目

	(%)
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
相談相手がいないため、判断に困る	60.1

悩みは“成果を説明しにくいこと”、“判断が難しいこと”、“担当業務が広すぎること”

ひとり広報の悩みやデメリットを聞くと、三大悩みは「成果を数値化しにくい」「自分の判断が正しいかどうか不安」「担当範囲が広すぎる」でした。広報業務歴で見ると、バリバリ仕事をしている中堅層ほど悩みやデメリットを感じている様子が見えます。また、「トップの広報活動に対する理解や支援が足りない」と感じている人ほど、悩みや不満を指摘する率が高い傾向にあります。

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？



上位は“専門職として社内で評価”、“あまり関係ない”、“転職の武器”

ひとり広報の経験は今後「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%)が上位3項目となりました。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、トップの理解がないと思う人は「転職の武器」と考える傾向がみられます。トップの理解度がわからない人、広報歴の長いベテランほど「あまり関係ない」と答える率が高く、ひとり広報の経験の価値をどうとらえるかは、意見が分かれています。