

大学・学校法人向け
大学広報活動の強化支援
～選ばれる大学となるための効果的広報活動～

PRクエスト株式会社
菊池 泰功
2018年8月

PRクエストのごあいさつ

PRクエスト(株)は、メディアを効果的に活用した広報活動の強化を実現する広報コンサルティング・サービスを提供しております。

2009年の創業以来、テクノロジー、サイエンス、ITをキーワードに、ベンチャーから大手IT企業、および大学などの広報活動を支援しています。

私は長年IT業界に勤めて、計15年間にわたり2社の広報部門で活動した経験を元に、独立・創業しました。これまでに、工学系私立大学、医学系国立大学など複数の大学の広報アドバイザーを担当してきました。

また民間企業では、ベンチャーから中堅・中小、上場企業など様々な企業の広報活動をサポートしています。

大学においても企業でも、広報活動の基本は共通です。長年の経験と、ジャーナリストとの交流を通して得た、経験とノウハウにより、大学においても上場企業並みの広報活動の展開を支援します。知名度とブランド力の向上により、選ばれる大学になるための真の広報活動をサポートしています。

PRクエスト(株)
代表取締役 菊池泰功

PRクエスト会社概要

- 社名: PRクエスト株式会社 (PRquest Inc.)
- 設立: 2009年9月17日
- 社長: 菊池 泰功 (キクチ ヤスノリ)
- 本社: 〒151-0053 東京都渋谷区代々木1-31-5 さくらビル3階
- 資本金: 250万円
- 事業内容: 広報活動のコンサルティング & アウトソーシング、
マーケティング・コミュニケーション支援業務
- 主要取引先: PRTIMES(株)、TFORT、P&C(株)、サイテック・コミュニケーションズ
- 主要顧客: 工業系私立大学、医学系国立大学、他大学
IT系企業(上場企業、中堅企業、ベンチャー)、ロボット・ベンチャーなど
- 加盟団体: イノベーションズアイ／支援機関、社会貢献学会
- 連絡先: TEL:03-5365-2760 、Eメール:kikuchi@pr-quest.jp
- WEB: <http://www.pr-quest.jp/> (「広報活動の強化」で検索！)
- FB: <https://www.facebook.com/Prquest8>

PRクエストの特長

- 豊富な広報経験を活かしたサポート
 - 15年間の企業広報の経験と、計24年間の広報経験を活かしたサポート
 - 3大学での広報アドバイザー経験を活かした、実践的な大学広報の支援
- 確実に成果を出すサポート
 - 記事という結果に拘り、確実に成果を出す責任を持ったサポート
 - 広報代理店とは異なり、企業広報の実経験ベースにした効果的なサポート
- メディアとの信頼関係を重視したサポート
 - マスコミ／記者との信頼関係を重視して記者をファンに育てる
 - 日経や新聞、専門誌の主要なジャーナリストとのコネクション

主な活動実績

- 大学関連
 - 工科系私立大学(東京) 広報アドバイザー(5年半)
 - ・ メディアリレーションの構築により、記事掲載を増加させ社会的評価を向上
 - 医学系国立大学(東京) 広報アドバイザー(6年)
 - ・ 広報部設立にあたり、部長の補佐役と広報未経験の職員のサポート
 - 工業系私立大学(埼玉) 広報アドバイザー(継続中)
 - ・ 認知度向上に向けた広報活動(プレス対応)の強化をサポート
 - 他大学関連:
 - ・ 国立工科系大学の社会連携本部諮問委員会メンバー
 - ・ 地方私立大学東京の大学院
 - ・ 京都の総合私立大学の危機管理広報・メディアトレーニング、など
- 民間企業
 - ・ IT系上場企業、IT系中堅メーカーの等の広報活動支援
 - ・ IT系調査企業、NPO IT系試験機関、化学系団体の広報活動支援
 - ・ ロボットベンチャーの広報業務委託支援

大学広報の典型的な問題点と解決策

■問題点

- 大学本位の自己満足的で一方的な情報発信
- 入試広報を重視による志願者獲得
- リアルな姿で、自学の強みや特色を積極的に紹介していない
- 横並び、内向き、前例主義が目立たない広報活動
- 不祥事における危機管理広報がわからない

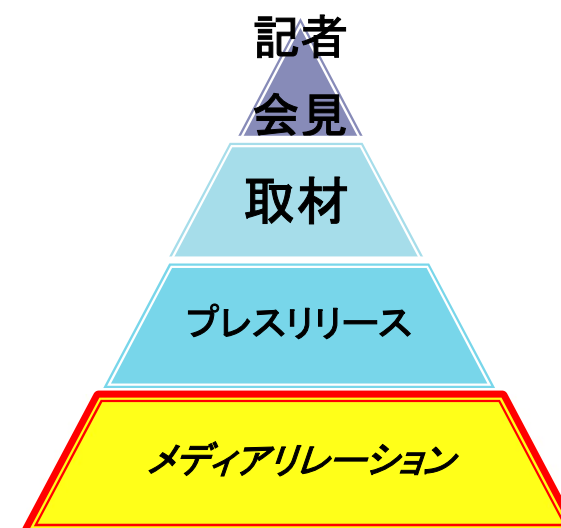
■解決策

- 継続的な情報発信によるプレス対応の強化で社会的評価を高める
- 志願者本人だけでなく関与する親・家族、先生・友人のイメージを変革も必要
- 共感を得る、ファンを作る、プレス対応と情報発信の展開
- ビジュアルで、わかりやすく、インパクトのある伝わる情報発信を工夫
- 危機管理広報のマニュアル整備とメディアトレーニングの実施

選ばれる大学への広報活動支援

大学の特色を魅力的に伝え、共感を得ることが志願者に選ばれる大学になる！

- 大学こそ**ブランド**が必要な時代に
＞マーケティングの発想で、社会へ**伝わる情報発信**
- **広告・宣伝の依存からの脱皮が必要**
＞**広告がスルー**される時代には真の広報活動が必要
- 戦略的広報で認知度向上へ
＞**公、ばったり、お墨付き**
- 伝わる情報発信と情報流通の工夫
＞大学本位ではなく、**読者目線で自分ことになる**情報発信へ
- 不祥事における危機管理広報
＞マニュアルを整備して、メディアトレーニングを実施



プレス対応により、信頼の高いメディアに**ニュースとして紹介**
されることにより**知名度向上を実現！**
＞社会的価値向上

大学広報サポート事例1

工科系私立大学の例

当初の状況(9年前)

- 志願者が十年間連続で減少
- 歴史と伝統があるのに高校生が行きたい大学として認識されていなかった
- 広報活動は広告宣伝が中心で、プレス対応は実行していなかった
- 志願者獲得強化のために入試広報に偏り過ぎ

改善点

- プレスリリース、取材等のプレス対応の強化により記事掲載を大幅増加
- 記者懇談会によりマスコミとの交流を深めてメディアとの関係強化
- 広報ツールと予算を見直し、紙からデジタルへシフト

成果

- 5年間連続で志願者増加で2.5倍へ増加
- 偏差値が大幅アップ
- 各種大学ブランド力のランキングも上昇

大学広報サポート事例2

医学系国立大学の例

当初の状況(6年前)

- 実績があるが業界・専門家以外の一般的な認知度が低かった
- 広報部門の設置にあたり、広報の経験者を求めている

改善点

- プレスリリース、取材等の適切なプレス対応の展開
- 記者懇談会の継続開催によるメディアリレーションを構築
- 危機管理の案件のサポート

成果

- プレスリリースと取材の増加による記事掲載の増加
- 研究活動以外の情報も、SNSや各種方法にて学外に発信

PRクエストのサポート

大学にも、マーケティングの発想が必要な時代が到来

➤ 大学の知名度/ブランド力を向上を大手民間企業並の活発な広報活動の展開により実現します

- ・広告／宣伝ではなく、プレス対応による真の“広報活動”により効果的な情報流通を実現
- ・メディアを通して社会的評価と価値向上を支援して「選ばれる大学」へ

<費用>

各大学の広報活動の現状と課題に関して目標設定をして、改善に必要なサポート工数から、費用をお見積りして提案します。

