

# PRクエストのご紹介

～効果的な広報活動の強化に向けて～

PRクエスト株式会社  
菊池 泰功  
2015 年9月

# PRクエストのごあいさつ

PRクエスト(株)は、マス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。

PRクエストでは、**テクノロジー、サイエンス、ITをキーワード**に、ベンチャーから上場企業の民間企業と、大学の広報活動を主体に広報活動を支援しています。

弊社の特長は、1)豊富な経験と強力なメディア・リレーション、2)広報ニーズに柔軟に対応した密接なサポート、3)記事の掲載という成果を追求する責任のあるサポート、を提供することです。

企業広報の時代から、**独立・創業後の今日まで21年間**におよぶ広報活動の経験とノウハウを最大限に活かして、皆様の**広報活動の強化**のニーズにお役に立ちたいと考えます。

宜しく願いいたします。

PRクエスト(株)  
代表取締役 菊池泰功

# 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 & 業務代行、  
マーケティング・コミュニケーション支援業務、
- 主要顧客： 医学系国立大学、  
IT系企業など数社(上場企業、中堅企業、ベンチャー)、NPO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
- URL： <http://www.pr-quest.jp/>

# PRクエストの特長

## ユーザの立場で柔軟なサポート

- 企業広報の経験を活し、広報部門のニーズを理解した親身なサポート
- 広報業務21年の豊富な経験を活かした実践的なコンサルティング

## 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、企業広報マンの実務経験を活かしたサポート

## メディアとの信頼関係を重視したサポート

- マスコミや記者との信頼関係を重視して記者をファンにする広報活動
- 日経や主要新聞、専門誌のキージャーナリストとの強力なコネクション

# 広報活動の典型的な課題と問題

次のような課題や悩みのご相談に対応しています

- 自社の製品やサービスを**プレス発表したい！**  
マスコミに取り上げてもらえる方法がわからない。
- **プレスリリースを時々発信しても取り上げられない！**  
日経や主要経済紙の記事になるには、どうすればいいのか？
- 自社の優れた技術を広く**アピールしたい！**  
取材を受けたいが、どのようにしたら取材をしてもらえるのか？
- 新製品の**記者発表会を開催したい！**  
どのような準備して、記者を集めればいいのか？
- **広報部門を強化、担当者を育成したい！**
- 広報代理店を使っているが**効果がでない！**

# 代表的な広報活動の強化策

## 1) 単発でなく継続的な情報発信の実現！

- プレスリリース、取材などの継続的な広報活動の展開
- ニュース素材を企画時点から共同で企画・検討・準備

## 2) メディア/記者との信頼関係の構築

- 記者との信頼関係の構築(記者をファンにする関係作り)
- ターゲット媒体へのリレーションを集中的に強化

## 3) プレスリリースの効果的な作成・発信

- 記者が書きたくなるプレスリリースの作成
- 記事のかける記者に確実に情報を届ける

## 4) 取材を仕掛ける

- 記者が取材に来たくなる情報の企画・提案／提供

## 5) 記者発表会／説明会

- 記者が足を運びたくなるプレスイベントの企画・運営のサポート

## 6) マスメディアとSNSの連携活用

- プレスリリース、HPやSNSの連携などを企画・サポート

# 主な顧客とサポート実績

顧客タイプ	事業タイプ	問題・課題	成果
私立大学	伝統のある私立 工科系大学	<ul style="list-style-type: none"> <li>・志願者が十年連続減小で半減</li> <li>・広報部門に経験者不在</li> <li>・広告宣伝主体の広報活動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・記事掲載を3年で倍増し知名度向上</li> <li>・志願者も5年連続増加で倍増しV字回復</li> <li>・記者発表会、懇談会等を定期的に開催しメディアリレーションを構築</li> </ul>
国立大学	医学系総合大学	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広報部を新設したが経験者不在</li> <li>・世界の大学ランキング向上のブランド強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・記事掲載が1年で25%増加</li> <li>・記者懇談会でメディアリレーションを強化</li> <li>・プレスリリース以外でも取材が大幅増加</li> <li>・HPリニューアル、FBで情報発信強化</li> </ul>
国産IT企業 (上場企業)	老舗ソフトウェア (SI)企業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・IR中心でPRが消極的</li> <li>・IT専門誌の記事実績なし</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日経BP、他IT専門誌での記事掲載を実現</li> <li>・取材をアレンジして効果的な記事を掲載</li> </ul>
IT調査会社	国産系IT市場 調査会社	<ul style="list-style-type: none"> <li>・担当部門はマスコミとの関係少</li> <li>・エンタープライズ系の対応力少</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プレスリリースを企画面から発信まで強化</li> <li>・調査結果を、IT専門ニュースやネットニュースで多数の記事掲載を実現</li> </ul>
IT技術者 試験団体	NPO日本法人	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事務局に広報経験者は不在</li> <li>・業界担当者以外の知名度が不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・定期的なプレスリリース、取材をアレンジ</li> <li>・記者発表会の企画・運営を担当し記者を集客、記事化を実現</li> </ul>