



最終回では、外部の専門家を活用することのメリットと、適切な専門家の選び方、長期的な関係性の構築について取り上げます。

1. 外部PRサービスの活用メリット

PR活動は、専門性が高く経験を要する領域です。外部のPR専門家の力を適切に取り入れることが、企業の認知度向上や好意的なイメージ醸成、そして持続的な成長にとって極めて重要です。

外部の専門家との協働で企業のニーズを的確に捉え、ターゲット層に最適化されたPR戦略を構築することにより、企業は限られた時間とリソースを節約しつつ、効果的なPR活動が可能になります。

2. PRサービスの種類と提供サービス

外部のPRサービスには、大手PR会社から個人のフリーランスコンサルタント、特定の専門領域に特化したPR会社など、様々な選択肢があります。それぞれが提供するサービス内容や強みは異なるため、自社のニーズに最も合うか、PRサービスが持つ特性と自社との相性を見極めることが重要です。

何より肝心なのは、自社のPR活動の本質的な目的を的確に定義した上で外部の専門家を最適に選定し、活用することです。単に流行りのPRサービスだからと採用するのではなく、自社の本質的なニーズとの整合性が肝心です。

3. 費用感と予算設定

大手PR会社に全面的に依頼する場合は、年間で数百万円から、記者発表会などの大型イベントを含めると数千万円の予算が必要となる可能性があります。一方、フリーランスのコンサルタントや小規模なエージェンシーなら、数十万円からのローコストで起用できる場合もあります。

4. PRサービスの選び方と依頼のコツ

まずポートフォリオやレビュー、実績を確認し、自社の業界やニーズにマッチするかどうかを見極め

ます。可能であれば、同業者や知人の口コミなども収集し、専門分野や強みなど、提供サービスの内容を比較検討します。実際に依頼する際は、期待値を明確に伝えることが大切です。達成目標や成果の測定基準を事前に決めておき、専門家とよく話し合いを重ねることで、ミスマッチを防ぐことができます。

5. 長期的な関係構築と維持

PR専門家との長期的な関係を構築し、パートナーシップを強化するため、定期的なミーティングを設け、活動の進捗状況を共有しましょう。

また、成果に基づいて戦略を見直し、状況の変化に応じて適宜調整を行います。お互いに対する理解を深め、信頼関係を築くことで、PR活動のさらなる改善とシナジー効果が生まれるはずです。

PR支援サービス選定のチェックリスト

項目	チェックポイント	
目的の明確化	自社の広報目的と事業内容に合致しているか？	☑
規模と組織構成	企業規模と組織構成に適したPRサービスか？	☑
スキルと専門知識	担当者のスキルと専門知識が自社ニーズに合っているか？	☑
相性	担当者との良好な関係構築が可能か？	☑
サービス(提案)内容	提供されるサービスが広報戦略(広報の目的)に合致するか？	☑
支援範囲	外部委託する部分の支援範囲を明確にし、自社対応範囲とのバランスを確認	☑
目的と目標	自社の広報目的と、達成可能な目標に基づいているか？	☑

PR支援サービスの選択肢

総合型PR会社



専門特化型PR会社



フリーランスPR



- 幅広いサービス
- 豊富なリソース
- 高い専門性



- 高コスト
- 柔軟性の欠如

- 高い専門性
- パーソナライズ

- サービス範囲の限定
- リソースの限定

- コスト効率
- 柔軟性と迅速性

- 限られたリソース
- 専門性の限界

(文 株式会社SPRING 代表取締役 高橋ちさ)