

# dentsu PR consulting



株式会社 電通PRコンサルティング

電通PRコンサルティングは、  
レピュテーション・マネジメント力で社会的合意を形成し、  
クライアントと共に、新たな社会的価値や、仕組みを創る  
ソーシャル・イノベーションの実現に貢献していきます。

内外の情勢変化や自然災害、  
最新の技術や制度のもたらす変化も重なり、  
以前にも増して予測不可能なまでに複雑化する経営環境に  
柔軟に対応することが求められるようになりました。

私たちは、社会視点で本質的な課題を捉え早い段階で備える、  
すなわち、先回りする企業風土を通じて  
クライアント企業のステークホルダーとの関係づくりを支援し、  
将来の企業価値創造につながる「持続可能な三方よし」を  
実現できるよう努めてまいります。

環境変化への対応が難しい時代の中で  
迅速さと柔軟性が求められますが、  
コミュニケーション戦略立案からその実行において、  
お役に立てればと思います。



株式会社 電通PRコンサルティング  
代表取締役社長執行役員 山口恭正

## 会社概要

社名	株式会社 電通PRコンサルティング
設立	1961(昭和36)年9月20日
株主	株式会社電通グループ(100%)
資本金	4,000万円
代表者	代表取締役社長執行役員 山口恭正
従業員数	285人(2026年1月現在) ※役員を含めた「PRSJ認定 PRプランナー」124人(2026年1月現在)
本社	〒105-7001 東京都港区東新橋1-8-1 TEL 03-6216-8980(代表)
関西オフィス	〒530-8228 大阪市北区中之島3-2-4 中之島フェスティバルタワー・ウエスト TEL 06-6484-8850(代表)
ウェブサイト	www.dentsuprc.co.jp
主要加盟団体	日本経済団体連合会、日本パブリックリレーションズ協会(PRSJ)、日本広報学会、国際PR協会(IPRA)、経済広報センター、日本記者クラブ、フォーリン・プレスセンター・ジャパン、日本外国特派員協会、日本マーケティング協会、WOMマーケティング協議会、東京商工会議所、日本在外企業協会、大阪アドバタイジングエージェンシーズ協会、大阪商工会議所、日本インタラクティブ広告協会(JIAA)、インターネットメディア協会(JIMA)、日本広告審査機構(JARO) 他
関係会社	株式会社 共同通信ピー・アール・ワイヤー
海外提携先	MSL グループ、ミッチェル・コミュニケーションズ・グループ
取得認証	環境マネジメントシステムISO 14001:2015のグループ認証を取得 情報セキュリティマネジメントシステムISO/IEC 27001: 2022 /JIS Q 27001: 2023のグループ認証を取得 デジタル広告品質認証機構(JICDAQ)より、広告購入者および広告販売者の両事業領域における「ブランドセーフティ」と「無効トラフィック対策」2分野で電通グループ認証を取得

## 主要な事業内容

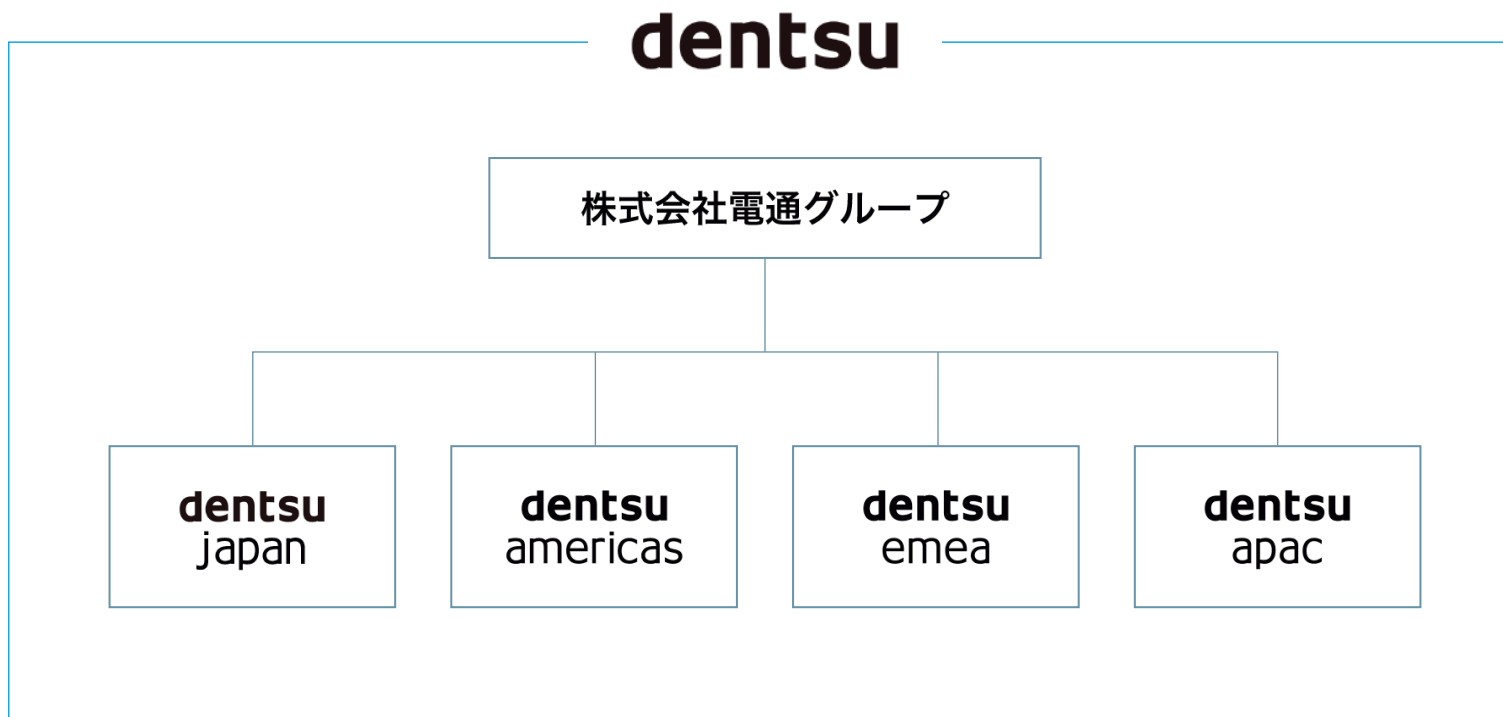
- 1 パブリックリレーションズ活動の計画実施
- 2 パブリックリレーションズ活動の調査業務、マーケティングリサーチ業務及び広告業務
- 3 各種編集、印刷、出版業務
- 4 各種情報の収集、分析及び提供サービス
- 5 各種事業計画、商品開発及び企業イメージに関するコンサルティング
- 6 企業のリスクマネジメントに関するコンサルティング
- 7 各種イベント及びセミナーの企画、立案及び運営
- 8 各種放送番組の企画・制作、販売並びに輸出入
- 9 スポーツ選手、タレントのプロモート及びマネジメント
- 10 商業施設及び公共施設の建設に関する企画及びコンサルティング
- 11 コンピュータネットワークシステム及びデータベースの企画、設計、開発、分析及び運営管理
- 12 工業所有権及びノウハウの取得、保全、販売、管理及びその仲介
- 13 警備業法に基づく警備
- 14 食品の販売
- 15 酒類の販売
- 16 労働者派遣に関する業務
- 17 各種メディア事業及びWebサイトの企画、制作、販売、運営、運用及び保守
- 18 旅行業法に基づく旅行業
- 19 上記各号に附帯する一切の業務

## グループネットワーク

### 国内外で約720社に広がる企業集団のネットワーク

dentsu(グループ総体)は、国内に約140社、海外に約580社の企業集団で構成されています。2023年度からは、新経営体制「グループ・マネジメント・チーム」を発足し、Japan、Americas、EMEA、APACの4事業地域を直接統括しています。

※当社はdentsu Japanに所属しています。



## 会社の沿革

- 1961年9月 ㈱電通の関係会社として㈱電通PRセンターを創立、PR代理店として業務を開始  
本社を中央区銀座東2-13に置く
- 1963年5月 本社を中央区銀座東3-1に移転
- 1964年4月 大阪市東区本町1-18に大阪支社を開設
- 1969年12月 本社を中央区銀座2-16-7に移転
- 1973年5月 大阪支社を東区高麗橋2-33に移転
- 1977年10月 大阪支社を西区江戸堀1-2-2に移転
- 1984年4月 資本金を4,000万円に増資
- 1985年2月 大阪支社を北区堂島2-1-16に移転
- 1996年7月 大阪支社を北区堂島2-3-5に移転
- 1996年9月 電通パブリック リレーションズへ社名変更
- 2002年5月 ㈱共同通信ピー・アール・ワイヤーに出資
- 2009年9月 ジャパン・コンサルタンシー・オブ・ザ・イヤーを受賞
- 2010年7月 電通藍標(北京)公共関係顧問有限公司共同出資・設立(2022年 提携解消)
- 2012年1月 本社を中央区築地5-6-4に移転
- 2015年9月 2度目のジャパン・コンサルタンシー・オブ・ザ・イヤーを受賞
- 2017年9月 本社を港区東新橋1-5-2に移転
- 2017年11月 関西支社(旧・大阪支社)を北区中之島3-2-4に移転
- 2018年9月 北アジアPRコンサルタンシー・オブ・ザ・イヤーを受賞
- 2021年9月 K&Dコンサルティング㈱を吸収合併  
「㈱電通PRコンサルティング」へ社名変更
- 2022年4月 本社を港区東新橋1-8-1に移転

沿革について



## サービス概要

### コーポレート PR

多様化するステークホルダーに対応

#### コーポレートブランディング

経営環境が急激に変化する中、全てのステークホルダーに対してどのような価値を提供すべきか。この考え方に立脚し、コーポレートブランディングをサポートいたします。

「話題づくり」から「価値づくり」へ

#### PR 戦略策定・広報体制構築

ありたき姿と現状の把握から貴社の「強み」「弱み」「課題」を抽出し、当社独自の「価値づくり広報モデル」「魅力度ブランディングモデル」を活用して、達成すべき「広報目標・KPI」の設定や戦略、実施計画の立案を支援いたします。

ソーシャルバリュー(社会価値)の創造

#### サステナビリティ経営

PR活動で追求すべきは「社会価値」「市場価値」「製品価値」や、そのベースとなる企業・組織・団体の存在意義(パーパス)です。この考え方で、当社が持つ有識者やメディアとのネットワークを駆使し、サステナビリティ領域の基本戦略立案から社内共有、対外発信までのサービスをワンストップでご提供します。

政策/世論の両面から価値づくりへ

#### パブリックアフェアーズ

政府・行政、ステークホルダー、メディア、生活者の動向や意見を分析し、社会的合意形成に向けた戦略策定、エビデンスづくり、キーパーソンへの働き掛け等、さまざまなエンゲージメント活動の立案とサポートを行います。

企業価値を守り、高める

#### リスクマネジメント

最も重要な平常時からの備えとして、当社独自の「リスクマネジメントモデル」により潜在リスクを洗い出し、回避や被害の軽減策を立案するイシューマネジメントの支援はもとより、危機発生時(クライシスマネジメント)では対応方針から報道対応、情報開示のアドバイスをを行うほか、収束後の再発防止・信頼回復(ブランドリカバリー)を視野に入れたサポートを、メディア出身者を含めた専門スタッフがご提供します。

従業員エンゲージメントを高める

#### インターナルブランディング

企業活動の目的や意義(パーパス)を従業員と共有し、社内のコミュニケーションや従業員相互の思いやりが活性化する環境を構築すること、すなわち従業員エンゲージメントの向上は、社員一人一人が理念の体現者となることにつながり、企業の成長に大きく貢献します。当社は独自調査を基に開発した『インターナルブランディングモデル<sup>®</sup>』を活用し、貴社における従業員エンゲージメントの向上をサポートします。

リーダーの発信力・共感力を高める

#### トップコミュニケーション

さまざまなステークホルダーにパーパスやビジョンを伝えることは、企業・組織・団体トップの重要な役割の一つです。場面や対象ごとに適切な言葉や文脈を用い、具体的な力強いメッセージを発信するためには、エビデンスの準備や伝え方の検討など、日頃からの準備が欠かせません。当社はこれまでに培った知見と強力なネットワークを駆使し、トップによる社内外へのメッセージ発信力強化に貢献いたします。

## サービス概要

### マーケティングPR・販売促進

需要を創造し「売り」につなげる

#### 新商品/サービスPR

商品の話題性を引き出し、市場に受け入れられる情報環境を整備。ソーシャルメディアの企業ページやウェブサイト、パブリシティを有効に活用し、マス広告・店頭販促との連携を図ります。

定番商品を再び活性化

#### 既存商品/サービスPR

販売後数年が経った商品を、再び市場で活性化させるため、商品の魅力の再発見や新しいファン獲得に向けたコンテキスト(文脈)を開発します。

### KPI・効果測定

レピュテーションを独自フレームで測定し、戦略構築に活用

#### ReputationMatrix®

広報活動によって、ステークホルダーに対し、どの程度情報が届いたか、その結果どのような評判を得たかを定量的・定性的に把握することは、戦略的な広報活動を行う上でとても重要です。当社は独自フレーム「ReputationMatrix®」によってこれらを統合分析し、広報活動のコンサルティングを行います。

日々の広報活動を振り返り  
次に繋げるための効果測定ツール

#### PRism Insight

WEB・新聞・テレビなどの広報露出を横断的に分析し、広報活動を可視化する効果測定サービスです。仮想ページビューによりウェブニュースの影響度を捉え、売上やサイト流入数などのアウトカムデータと掛け合わせ、露出量にとどまらない広報の成果を明らかにします。

### 業界別専門領域

医療×PRの豊富な経験値

#### ヘルスケア

医療品・医療機器分野だけではなく、食品、スポーツ、ICT 領域におけるPR 施策を提案・実施いたします。

BtoB 領域におけるビジネス需要を導く

#### BtoB

新素材、新技術などをストーリーテリングで話題化し、ビジネス需要を創造します。

生活者の自分ゴト化を起こし、ブームをつくる

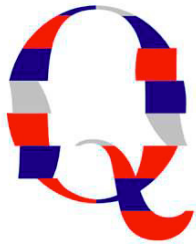
#### BtoC

電通グループならではの情報価値最大化のための戦略視点「PR IMPAKT®」に基づき、コミュニケーションをデザインします。

## 当社の強み

# 「電通PRコンサルティングの新しいプランニング専門チーム」

Public Relations  
Transformation  
Studio



## PRX Studio Q

(PRトランスフォーメーションスタジオQ)

「すべてのビジネス領域に、PRの技術を。」

「Q」が約束するのは、これまでのPR会社の枠を越えた「PRトランスフォーメーション」。経営・R&D・マーケティングやブランディング・人事や採用など、あらゆる領域に世の中視点を取り入れ、手段を問わずプロジェクトをデザインすることでビジネスに新しい成長をもたらします。



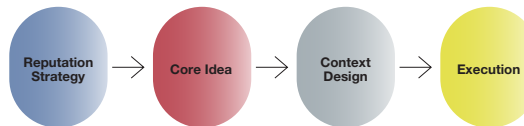
<https://www.dentsuprc.co.jp/prx-studio-q/>

PRX Studio Qがお手伝いできること。

課題に合わせて柔軟な対応が可能です

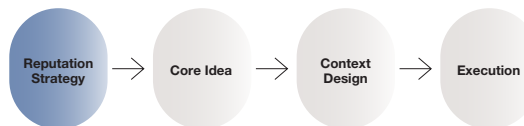
### 全体プロデュース

課題の発見から実施までをトータルで行います。  
戦略、PR、ソーシャルメディア、クリエイティブ、リスクマネジメント、各機能を持つQならではの強みです。



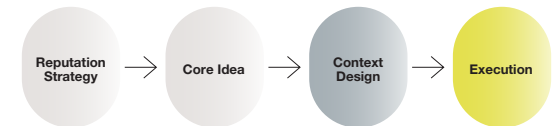
### ワークショップ/ファシリテーション

社内で議論を深めるためのヒントだけがほしい場合は、インスタントにワークショップを行いアイデアの切り口を一緒に考えます。



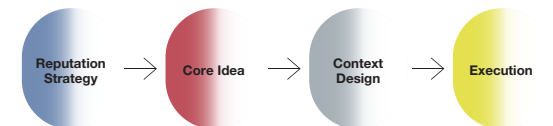
### コンテキストプランニング

コアアイデアが定まっている場合、それをどのように世の中に届ければ理想的な文脈がつくれ結果が最大化できるかをプランニングし実装します。



### コンサルティング/アドバイザー

自社内にノウハウを蓄積したい、メインのプランニングや制作は自社内で行いたい、そういった場合でも協業可能です。すべてのプロセスでPR思考に基づくコンサルティングをしながら伴走・併走します。



## 当社の強み

# 「PRにおけるデジタルソリューションの開発と研究を行う全社横断組織」

## デジタル ソリューションユニット

デジタルを通じて多くの感情が生まれ、生活者からの反響が集まる今、PRにおけるデジタルの活用は欠かせない要素となっています。

私たちはPRの思考と技術をもとに、生活者一人ひとりの気持ちに寄り添うことを大切にして、ソーシャルメディア、インフルエンサー施策、デジタル広告、Webサイト、体験型イベント、AI、ソーシャルリスク対策など、多様なデジタルソリューションの開発と研究を行っています。



<https://www.dentsuprc.co.jp/digital/>

### PRの思考と技術をもとに、 DigitalとCreativeでより良い明日へ

—私たちが取り組むテーマ—

#### - Social Experience

ソーシャルメディアをはじめとしたデジタル上の最適な生活者体験を追求する

#### - Interface Design

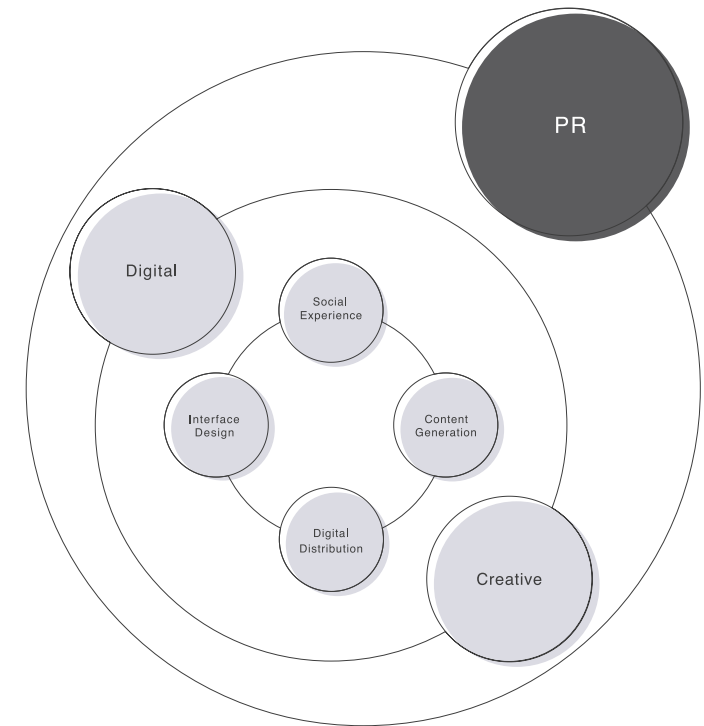
生活者視点に立ち、リアルとデジタルの接点においてより高次元での価値を提供する

#### - Digital Distribution

変わり続ける情報接触習慣に基づき、デジタルメディアを用いた情報伝達を最適化し続ける

#### - Content Generation

生活者にとって価値あるコンテンツづくりと、それを適切に発信できる体制をマネジメントする



## 当社の強み C.S.I.ー企業広報戦略研究所



企業経営や広報の専門家  
(大学教授・研究者など)と  
連携して、企業の広報戦略・体制等に  
ついて調査・分析・研究を行う  
電通PRコンサルティング内の研究組織。

### 企業広報戦略研究所の研究テーマ



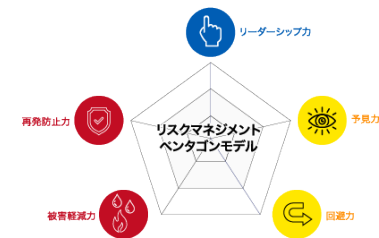
#### 価値づくり広報モデル

企業の広報活動において、根幹をなす「Strategy」、実行段階の「Activity」、基盤として押さえるべき「Management」の3つの領域と9つの広報力から分析するモデルです。



#### イノベーションPAモデル

パブリックアフェアーズ（PA：世論形成・政策形成）活動を効果的に行うことを目的に、「ソーシャルバリュー」「エビデンス」「エンゲージメント」の観点から戦略立案するモデルです。



#### リスクマネジメントモデル

企業のリスクマネジメント活動を、「リーダーシップ」「予見」「回避」「被害軽減」「再発防止」という5つの独自指標から分析するモデルです。



#### インターナルブランディング®モデル

社員エンゲージメント強化により、企業価値を向上させ、企業のブランド強化につなげることを目的としたモデルです。インターナルブランディングは当社の登録商標です。



#### 魅力度ブランディングモデル

企業のどのような活動・FACTに「魅力」を感じるのかを生活者1万人に調査。200社の企業の魅力を「商品的」「財務的」「人的」の3要素と36の魅力項目から比較分析するモデルです。



#### 非財務クロスバリュー

企業の非財務情報に対する個人投資家の評価を数値化する指標です。このモデルを活用することにより、個人投資家視点で、非財務情報のコミュニケーション設計を行うことができます。

## 当社の強み C.S.I.－企業広報戦略研究所

### 受賞

- ◆広報オクトパスモデル開発：2014年日本パブリックリレーションズ協会(PRSJ)「PRアワードグランプリ」部門最優秀賞(イノベーション/スキル部門)
- ◆危機管理イノベーション・プロジェクト：  
2015年日本パブリックリレーションズ協会(PRSJ)「PRアワードグランプリ」部門最優秀賞(イノベーション/スキル部門)
- ◆クライシス・マネジメント・イノベーション・プロジェクト：  
2016年国際PR協会(IPRA)「ゴールデン・ワールド・アワーズ・フォー・エクセレンス」BtoB (インハウス) 部門最優秀賞
- ◆企業の魅力要素と購買行動の考察：2017年日本マーケティング学会マーケティングカンファレンス2017「オールセッション2017 ベストペーパー賞」

### 書籍



『戦略思考の広報マネジメント  
～業績向上につながる  
“8つの広報力”の磨き方～』

発行：日経BPコンサルティング  
発売：日経BPマーケティング  
発売日：2015年4月6日  
価格：1,800円(税別)



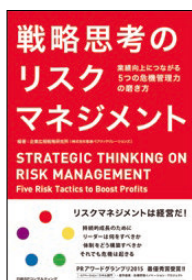
『戦略思考の魅力度ブランディング  
～企業価値を高める  
「魅力」の磨き方と伝え方～』

発行：日経BP社  
発売：日経BPマーケティング  
発売日：2018年1月29日  
価格：1,800円(税別)



『PR式経営  
パブリックリレーションズで創る  
企業価値』

発行：日経BP社  
発行日：2026年1月8日  
価格：1,800円(税別)



『戦略思考のリスクマネジメント  
～業績向上につながる5つの  
危機管理能力の磨き方～』

発行：日経BPコンサルティング  
発売：日経BPマーケティング  
発売日：2016年7月15日  
価格：1,800円(税別)



『新・戦略思考の広報マネジメント  
～企業価値向上につながる  
“8つの広報力”の磨き方～』

発行：日経BP社  
発売：日経BPマーケティング  
発売日：2020年12月1日  
価格：1,800円(税別)

## 受賞歴

### 主な受賞歴

#### PRアワード

2001年にスタートした日本パブリックリレーションズ協会が主催するアワード。PR会社以外にも、官公庁、企業、NPO、教育機関まで幅広い団体がエントリーしています。

2018年

グランプリ

「名もなき家事」撲滅へ 大和ハウス「家事シェアハウス」

大和ハウス工業(株)

2015年

イノベーション/スキル部門 最優秀賞

「産学連携：危機管理イノベーション・プロジェクト」

自社のプロジェクト

2012年

グランプリ

「もっとクロス!計画～日本赤十字PR力強化プロジェクト」

日本赤十字社

#### IPRA Golden World Awards for Excellence (GWA)

1990年にスタートした国際PR協会(IPRA)が主催するグローバルなアワード。国連が抱える課題解決に貢献したプロジェクトには、「グローバルコントリビューション賞」が授与されます。

2022年

メディアリレーション部門

スポーツ部門

「PaRa Transformation」

自社のプロジェクト

2020年

スポーツ部門

コーポレートコミュニケーション部門

コーポレートレスポンスビリティ部門

「“SAVE LIONS” Project by Seibu Lions」

㈱西武ライオンズ

2019年

グランプリ

「小林市シムシティ課」

エレクトロニック・アーツ(株)

#### PR Awards Asia

PR・マーケティング業界メディアを出版するハイマーケットメディアが主催するアジア太平洋地域のアワード。

企業、エージェンシーから選ばれた審査員とハイマーケット社から選出された審査員長が審査を行います。

2022年

PRイベント(金賞)

ベスト・ユーズ・オブ・デジタル(銀賞)

パブリックセクター(銅賞)

ジャパン/コリアPRキャンペーン・オブ・ザ・

イヤー(銅賞)

「TOKYO GEIDAI ART FES」

東京藝術大学

2016年

ベスト・ユーズ・オブ・アナリティクス(金賞)

「LOVE THERMO#WarmUpWithLove」

パナソニック(株)

2009年

キャンペーン・オブ・ザ・イヤー最高賞/

パブリックアフェアーズ/BtoB

「牛乳供給危機～30年ぶりの乳価値上げを目指したPR活動」

(一社)中央酪農会議

#### SABRE Awards

(SABRE: Superior Achievement in Branding, Reputation and Engagement)

PR業界賞として最大の応募数を誇る。全世界6地域ごとにアワードを開催し、優秀なプロジェクトはグローバルSABREアワーズにノミネートされます。

2020年

グローバルSABREアワード 2020

「Saving Laundry from Zombie Odors」

ライオン(株)

2018年

北アジアPRコンサルタンシー・オブ・ザ・

イヤー

グローバルSABRE 2018

「家事分担をJOBからJOYへ」

P&Gジャパン(株)

2015年&2009年

ジャパン・コンサルタンシー・オブ・ザ・イヤー

### カンヌライオンズ 国際クリエイティビティ・フェスティバル

カンヌライオンズ 国際クリエイティビティ・フェスティバルは、カンヌ国際映画祭の一部として劇場広告映画のコンクールからスタートし、1954年からは独立して開催されています。規模の大きさ、審査員構成、入賞作品のレベルの高さなどから、数ある国際広告賞の中でも特に高い評価を得ています。

2017年  
モバイル部門グランプリ  
「THE FAMILY WAY」  
(株)リクルートライフスタイル





**dentsu**

