

2025 年 6 月 25 日

公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会

日本パブリックリレーションズ協会が「PR業実態調査」を実施

- 取り扱いが増えた“情報収集”“効果測定”と“リアルイベント”
- 今後ニーズが伸びると予想されるのは“危機管理”関連
- 業務課題は“A I の活用”“他社との連携”
- 経営課題は「他社との提携」

※調査報告書 URL

https://prs.or.jp/PR_Companies_report2025PDF

公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会（東京都港区、理事長：山口恭正、略称：PR SJ）はこのほど、2024年度のPR業実態調査を実施いたしました。本調査は、PR業各社の業務傾向などからPR業界の最新の潮流を探ることを目的に隔年で実施しているもので、今回で通算10回目となります。

調査対象社は、PR業とPR関連業の当協会会員社（197社）および非会員社（24社）の合計221社で、62社から回答が得られました。有効回収率は28.1%でした。

今回の調査結果で注目されるのは、

- 前回調査（2022年度）から取り扱いが著しく伸びたのは「情報収集」「効果測定」などの“インテリジェンス活動”と“リアル（対面）のイベント”
- 今後ニーズが増えると予想されるのは「危機管理」関連。逆に、前回より著しく下がったのは“SDGs”“DE&I”“CSR”関連業務
- 業務上の課題は「生成AIの活用」「他のPR会社等との業務連携」
- 経営課題で著しく率が上がったのは「他社との提携」

調査結果の概要は以下の通りです。

<PR業実態調査の概要>

- 調査対象 : 日本パブリックリレーションズ協会の会員企業197社
非会員企業24社、計221社
- 調査方法 : 郵送法
- 回収率 : 28.1%
- 調査実施時期: 2025年3月
- 調査実施機関: 株式会社ハミングバード

<PR会社のプロフィール>

- 回答したPR会社の従業員数は「19人以下」が55%。「100人以上」は11%
- 従業員の男女構成比は男性49:女性51で、女性比率が若干高い
- 管理職における女性比率は平均で44%。前回37%より上昇
- 2025年春の予定採用人数は平均で5.8人。前回(8.5人)から減少

<今後の見通し(売上・景況感)>カッコ内は前回

- 2024年度のPR業界市場規模(売上、推計値)は1,391億円
- 58%が売上は今後増えると回答。前回(58%)と同様
- 現在の景況感は31%(前回20%)が「よい」と回答。コロナ前の景気実感に戻りつつある様相。
今後の見通しは、「現在よりもよくなる」が29%に対して「変わらない・横ばい」が37%。景気の先行きについては悲観論が強めに。

<取り扱い業務傾向>

- 広報・PR業務の取り扱い上位項目(複数回答)※カッコ内は前回

パブリシティ企画・実施	82%(79%)
(リアルでの)記者発表会/PRイベントの企画・運営	81%(74%)
リテナーでのPRコンサルティング	74%(70%)
マスコミ対応	73%(72%)
情報収集分析	73%(61%)
モニター・クリッピング	69%(65%)
(オンラインでの)記者発表会/PRイベントの企画・運営	69%(65%)
広報・PR効果測定	68%(58%)
(リアルでの)セミナー・シンポジウムの企画・運営	68%(60%)
オウンドメディアやソーシャルメディアの企画・運営	66%(63%)

※ 網掛けは前回より伸びが著しい項目

・取扱い上位項目は前回とあまり変わらないが、前回より大きく増えたのは「情報収集分析」(+12%)、「広報・PR効果測定」(+10%)のインテリジェンス系業務と、「(リアルでの)セミナー・シンポジウム」(+8%)、「(リアルでの)記者発表会/PRイベント」(+7%)の“リアル”イベント。

● 今後、ニーズが増える業務トップ10（複数回答）※カッコ内は前回

動画の制作・プロモーション	55% (51%)
インフルエンサーを活用したコミュニケーション	55% (56%)
オウンドメディアやソーシャルメディアの企画・運営	52% (58%)
リスクコンサルティング/クライシスコンサルティング	44% (32%)
パブリシティ企画実施	40% (39%)
リテナーでのPRコンサルティング	39% (35%)
マーケティングコンサルティング	39% (39%)
(危機管理関連の)メディアトレーニング	39% (32%)
グローバル広報	39% (46%)
広報・PR効果測定	37% (40%)
インフルエンサー向けイベントの企画・運営	37% (42%)
危機管理広報 (メディアトレーニング除く)	37% (35%)

前回からの伸びの目立つ、ニーズが増える業務（複数回答、伸び率）

リスクコンサルティング/クライシスコンサルティング	+12%
(危機管理関連の)メディアトレーニング	+7%
動画の制作・プロモーション	+4%
リテナーでのPRコンサルティング業務	+4%

前回トップ10で今回外れた業務（複数回答）※カッコ内は前回

SDGs/ESG投資関連コミュニケーション	36% (61%)
ダイバーシティ・インクルージョン関連コミュニケーション	31% (51%)
CSR/CSV関連コミュニケーション	21% (46%)

・ニーズが増加するとみられている項目では、ベスト3が「動画の制作」「インフルエンサー活用」「オウンドメディア、ソーシャルメディア企画」と、ネット上のコミュニケーションに関わるものが上位を占めた。伸び率が高いのは危機管理関連。
反対に、前回から大きく率を下げ、トップ10から消えたのはSDGs/ESG、ダイバーシティ/インクルージョン、CSR/CSVなどの社会課題対応に関する業務であった。

<広報・PR業務の重点課題／経営課題>

● 広報・PR業務の重点課題

広報・PR業務を進める上で今後の重点課題は、「人材育成・確保」「新しい広報・PR手法の開発」が前回と変わらず上位に挙げられている。ただし、前回は項目になかった「生成AIの活用」が初登場で3位に入り、「他のPR会社や協力会社との業務との提携」は最も伸び率が高く、4位に位置付けられた。ITの急速な進化とそれに伴うPR業務の多様化、深化への対応が喫緊の課題となっていることがうかがわれる。

(複数回答、カッコ内は前回)

人材育成・確保	68% (72%)
新しい広報・PR手法の開発	63% (58%)
生成AIの活用	48% (前回ナシ)
他のPR会社や協力会社との業務提携	42% (32%)
業務そのものの質的向上	39% (54%)

※網掛は前回から著しく伸びた、または初登場の項目

● 経営の重点課題

企業経営における重点課題については、前回同様「売上拡大」「社員のモチベーションアップ」が上位にきているものの、「他社との連携」が前回から最も大きく率を伸ばして3位に入った。PRビジネス環境の急激な変化を受けて、もともと小規模な会社が多いPR会社が業容の拡大・再編に迫られていることがうかがわれる。

(複数回答、カッコ内は前回)

売上拡大	66% (67%)
社員のモチベーションアップ	50% (65%)
他社との提携	47% (28%)
即戦力の中途採用者の確保	42% (51%)
働き方改革	36% (51%)
(人事・経理・業務管理の)DX化	32% (30%)
経営者の後継者育成	27% (32%)

※網掛は前回から伸びが著しい項目

以 上

<参考資料>

(公社) 日本パブリックリレーションズ協会について

公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会（理事長：山口恭正、略称：PRS J）は、1964年に結成された日本PR協会と1974年に設立された日本PR業協会が1980年に合併統合され、時代に即したPRの在り方の探求とPRの啓発・普及を図るために設立されました。

現在は、一般企業・団体の広報部門、PR業およびPR業関連会社を中心に、学識者を含む約800人の会員で組織されているパブリックリレーションズ（PR）のプロフェッショナル団体です。2012年4月には公益法人の認定を受け、2025年に設立45周年を迎えました。

主要な事業としては、「各種研修」「セミナー」などの教育事業、会員相互の交流事業、会員誌「協会ニュース」の刊行、PRに関連するデータを網羅した「PR手帳」などの出版事業のほか、優れたPR事例を顕彰する「PRアワード」、傑出したPRパーソンを表彰する「日本PR大賞 PRパーソン・オブ・ザ・イヤー」、広く地域社会の発展に貢献し成果を収めた人物を表彰する「日本PR大賞 PRシチズン・オブ・ザ・イヤー」の運営を行っており、これらの活動を通じてパブリックリレーションズの普及と啓発、広報・PRスキルの向上などに取り組んでいます。

また、2007年、PRパーソンとしての知識やスキル、職能意識を認定する「PRプランナー資格認定制度」をスタートさせ、協会内外の広報・PRパーソンや、広報・PRに興味を持つ学生など幅広い層に「認定PRプランナー」としての資格を付与しています。

「PRプランナー」は現在、3000名を超えており、実務の現場で活躍しています。

当協会はこれらの事業を通じて、広報・PRの普及・啓発と発展に努めています。