

企業広報におけるPRイベントの実態調査



調査概要

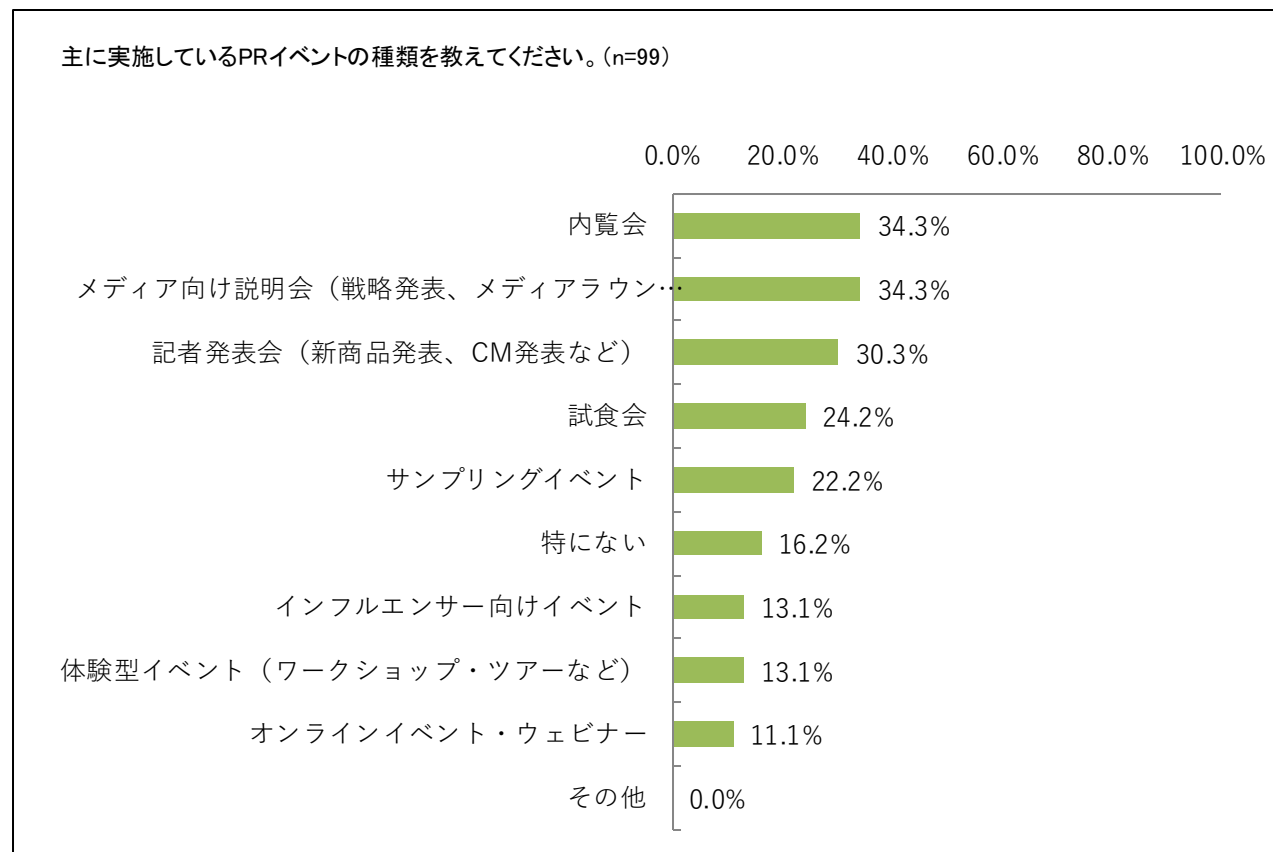
- **調査実施社**：プラップノード株式会社
- **調査概要**：企業広報におけるPRイベントの実態調査
- **調査手法**：[Fastask](#)が提供するインターネット調査
- **調査期間**：2025年5月8日ー5月15日
- **調査対象**：PRイベントの運営に携わる広報担当者
- **調査人数**：101人

調査サマリー

- PRイベントの種類は、
内覧会・説明会（34.3%）、記者発表会（30.3%）など“**お披露目型**”が中心。
- PRイベントの実施頻度は「2～3カ月に1回」（48.2%）や「月1回程度」（15.7%）が多く、全体の60%以上が2～3カ月に1回以上のペースで実施。
一部では「週1回程度」（6.0%）と、**イベントがルーティン化している企業も**存在。
- 実施形式は「オンラインのみ」（33.7%）が最多だが、
「ハイブリッド」（32.5%）、「オフラインのみ」（28.9%）も同水準。
各社が自社にあった開催形式を見出しはじめている。
- 運営の課題は「情報共有が難しい」（44.6%）で、次いで「進行管理が煩雑」（37.3%）が続く。掲載獲得などの最終成果に至るまでに、そもそも**イベント管理**
について多くの企業が壁を感じている。

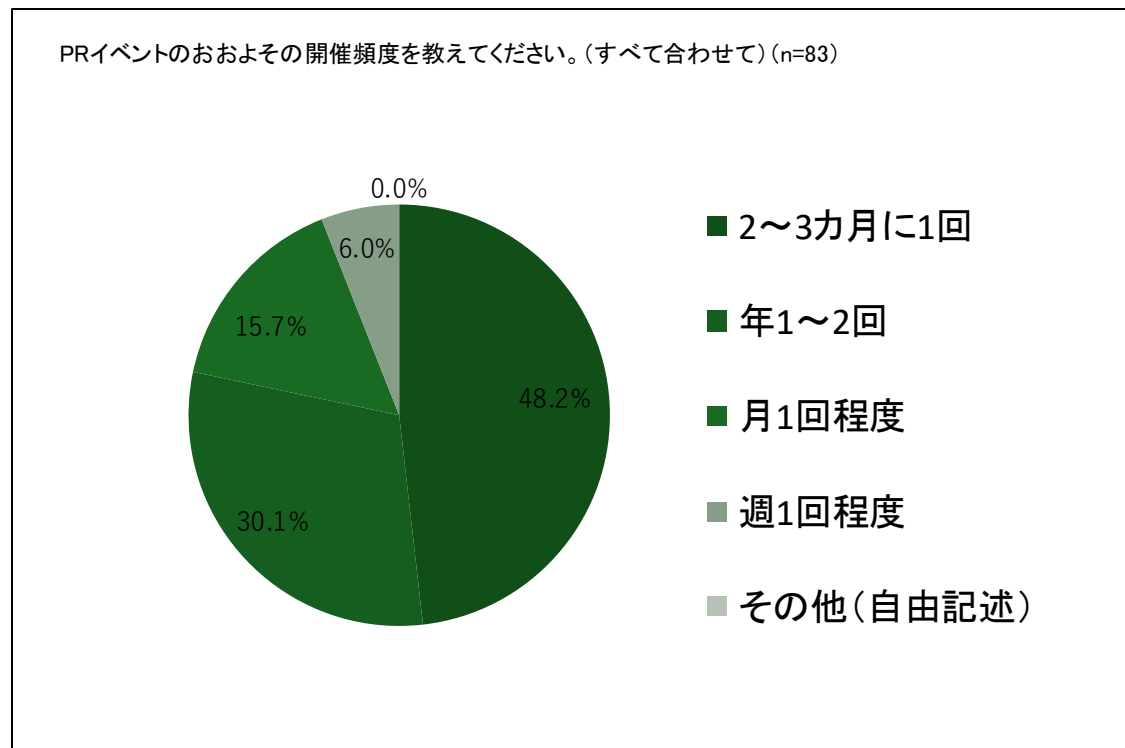
PRイベントの種類

- **内覧会やメディア向け説明会、記者発表会、試食会などの新情報イベントが多い**
オンライン限定イベントが11%を超えており、コロナ禍を経てオンライン形式のノウハウが確立されたこともうかがえる。



PRイベントの開催頻度

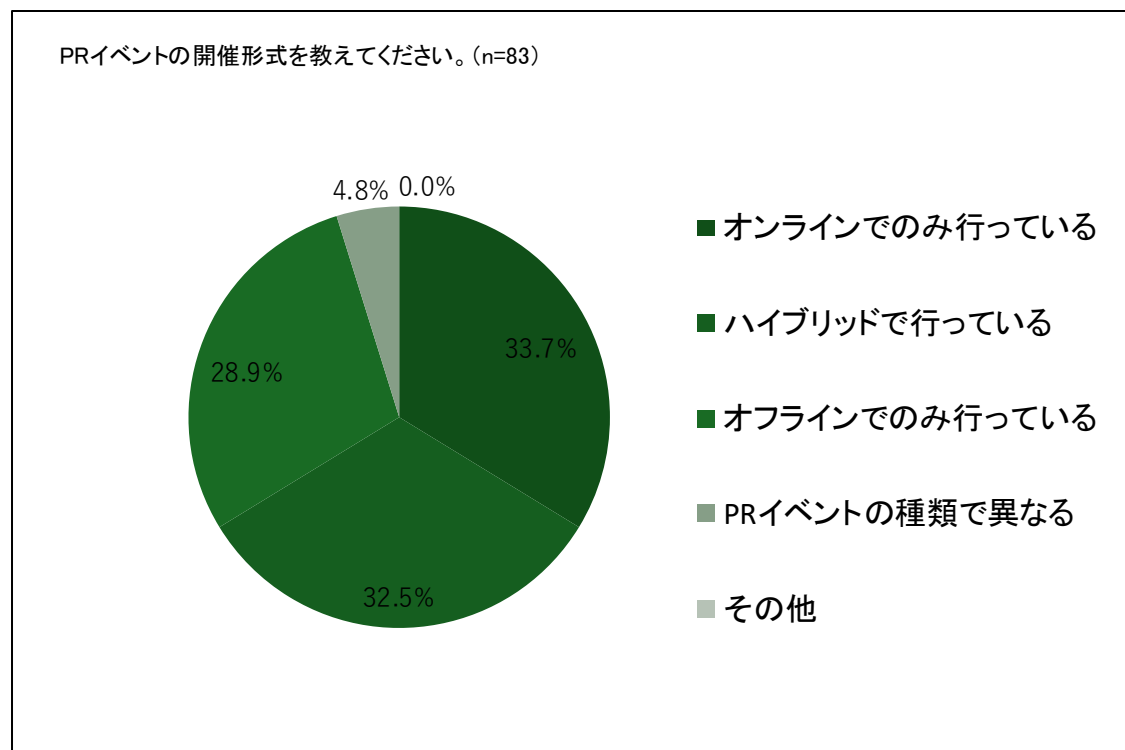
- 約6割が「2～3カ月に1回以上」の頻度でPRイベントを実施
PRイベントは単発施策ではなく、定常的な広報活動となっている。
- 「週1回程度」と回答した企業も6%
一部ではかなり高頻度でPRイベントを展開しているケースもあった。



PRイベントの開催形式

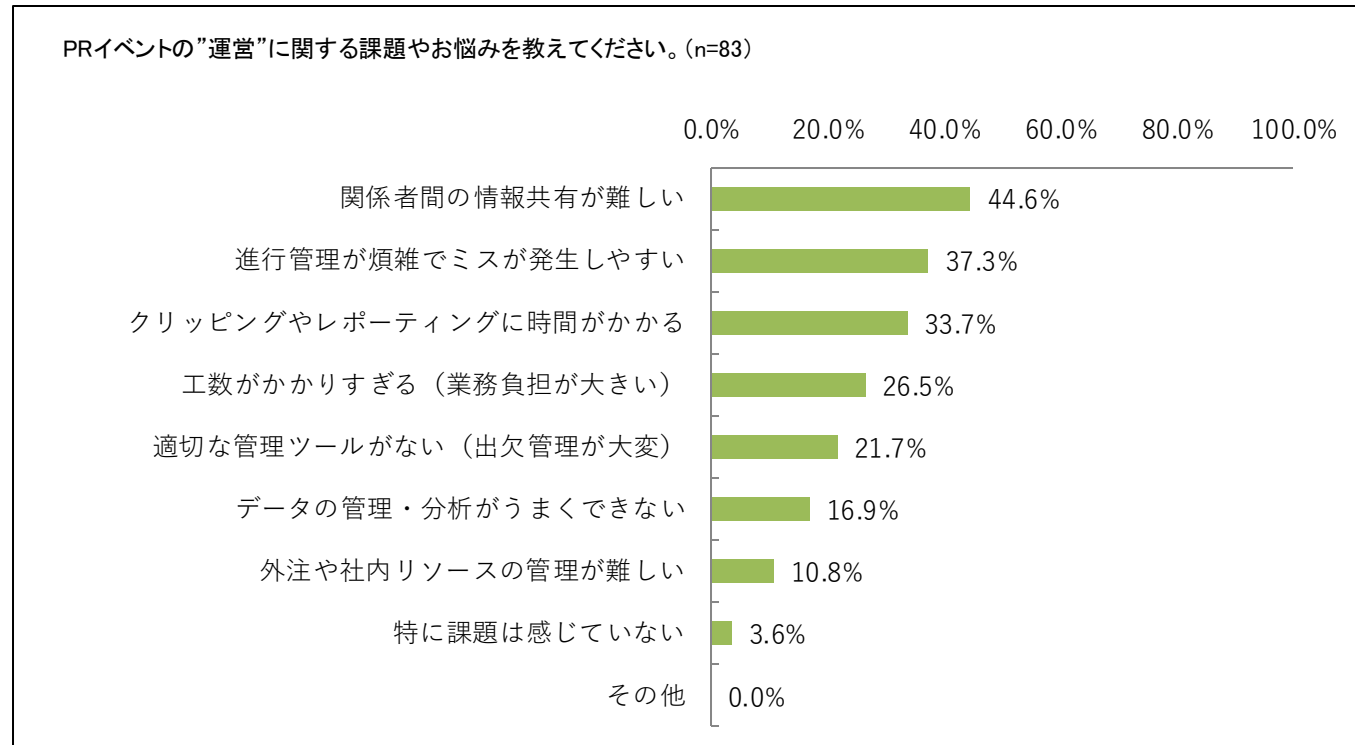
- 「オンラインのみ」が最多の33.7%を占めつつ、「ハイブリッド」「オフラインのみ」も30%前後と同水準

「PRイベントの種類で異なる」という選択肢もあるため、各社が自社にあった開催形式を見出していることがわかる。



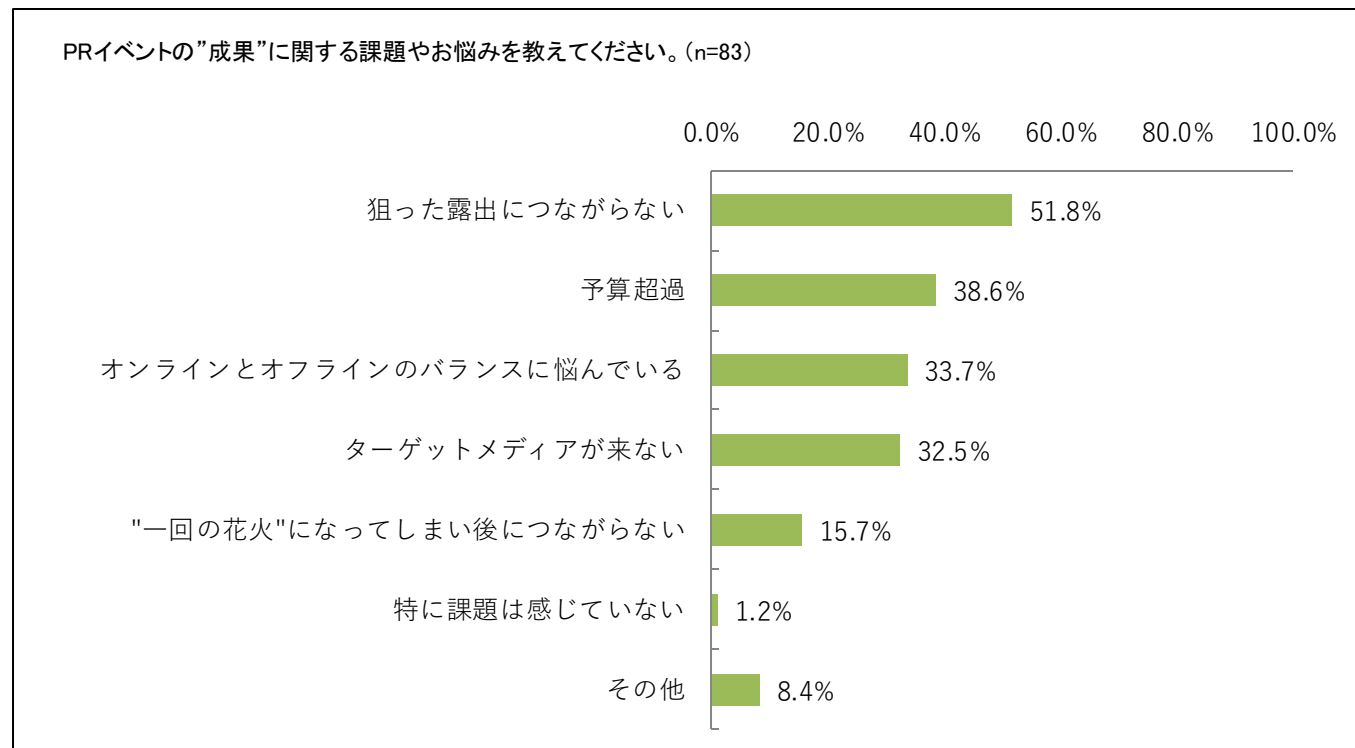
PRイベントの運用の課題

- 最多は「関係者間の情報共有」（44.6%）、次いで「進行管理の煩雑さ」（37.3%）
イベント後だけでなく、開催までの“プロセス”に課題を感じている担当者も多い。
- 「工数がかかりすぎる」「適切な管理ツールがない」といった回答も2割超
効率化やツール導入の余地が大きい領域であることがうかがえる。



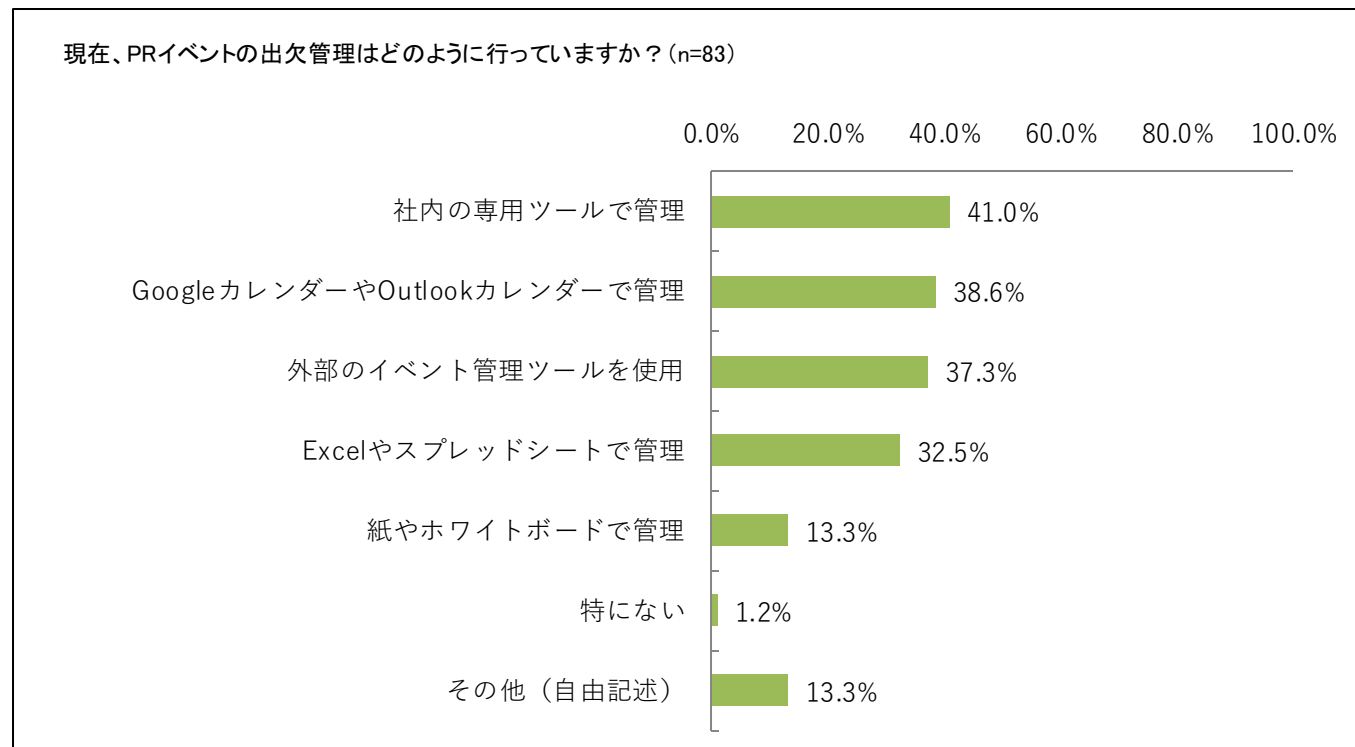
PRイベントの成果の課題

- **最多は「狙った露出につながらない」 (51.8%)**
半数以上が“開催したのに記事にならない”問題を抱えており、壁の大きさが際立つ。
- **「予算超過」 (38.6%) と「ターゲットメディアが来ない」 (32.5%) も多い**
コストパフォーマンスをよくする難しさや、メディア誘致のハードルが課題として多い。



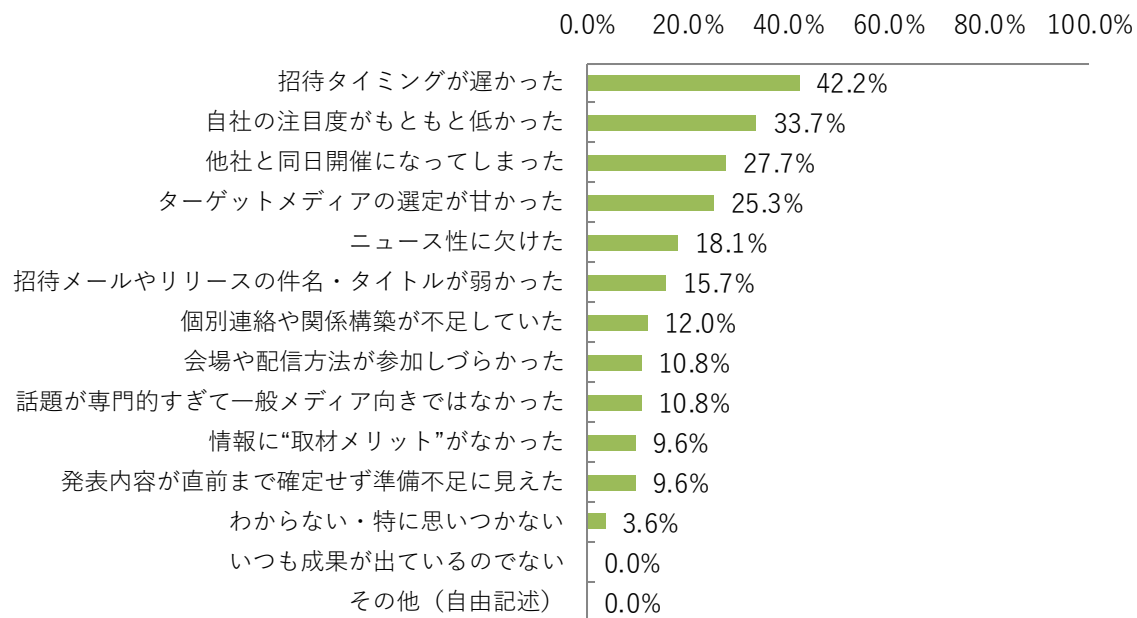
PRイベントの出欠管理

- 「**社内ツール**」が最多で**41.0%**
企業が導入しているツールの活用が多く、近年のDXの推進度合いがみえる。
- 「**Excel・スプレッドシート**」という**手動管理も32.5%**
デジタル化の波の中でも、担当の手動対応がまだまだ多い実態もうかがえる。



PRイベントに人が来なかった理由

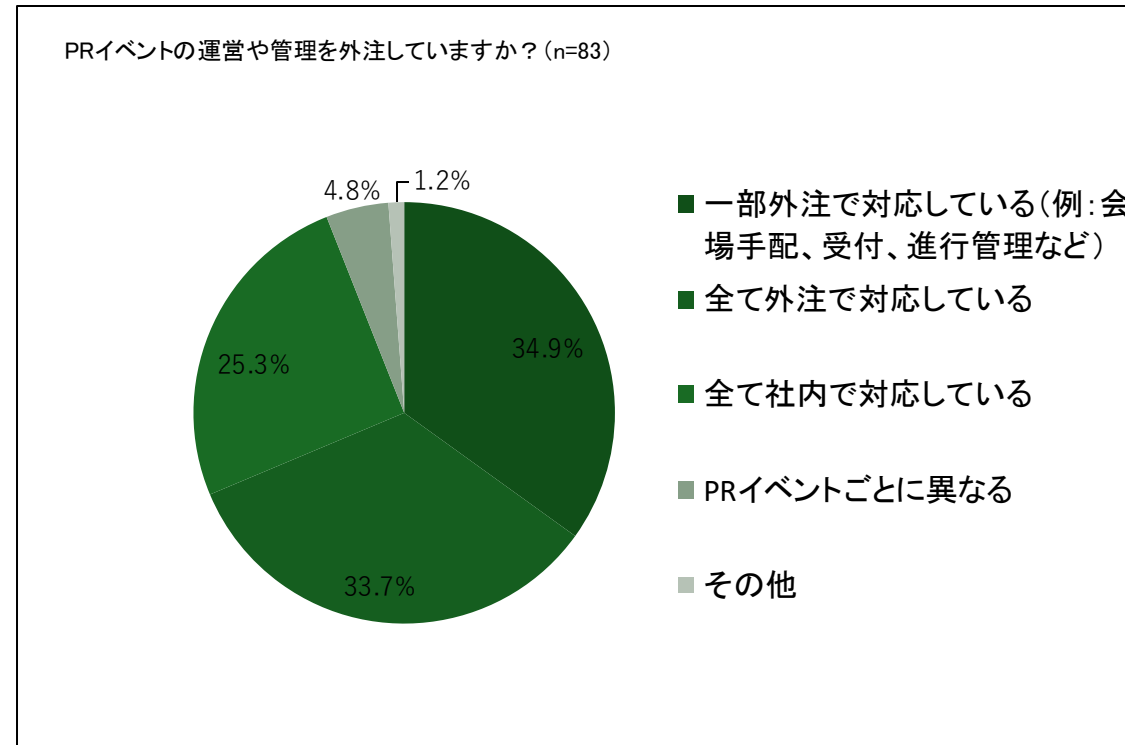
PRイベントに参加記者が少なかったとき、振り返って思う要因はなんですか？(n=83)



- **最多は「招待が遅かった」（42.2%）**
取材の可否はスケジュール次第で大きく左右されるという認識が強い。
- **次点で「自社の注目度が低い」（33.7%）、
「他社と同日開催」（27.7%）**
競合に負けない自社独自の注目度、
情報づくりが重要視されている。
- **「ニュース性に欠けた」や「タイトルの弱さ」「メディア選定ミス」も1~2割**
中身、見せ方、発信先など、様々な面に対する反省が見られた。

PRイベントの運営管理の委託状況

- 「一部外注」（34.9%）と「全て外注」（33.7%）が拮抗し、全体の約7割が外部の力を活用。
PRイベントは社内完結が難しい業務であり、
専門性やリソース確保のために外注活用が一般化している。



最後までご覧いただきありがとうございました。

当資料へのご質問などあれば
プラップノード株式会社までご連絡ください。

お問合せ先：

プラップノード株式会社広報担当：mktg@pr-automation.jp