2026 年 11 月 4 日

プラップノード株式会社

広報の成果と、そこに至る活動を経営陣へ
はくばくが取り組む、提案・取材・掲載の可視化

株式会社はくばくの「PR オートメーション」導入事例を公開

広報・PR のデジタルトランスフォーメーション（DX）を推進するプラップノード株式会社（本社：東京都中央区、代表取締役 CEO：渡辺幸光、以下 プラップノード）は、大麦や雑穀などの穀物製品を製造・販売する株式会社はくばくにおける、統合型広報 DX 支援ツール「PR オートメーション」の導入事例を公開しました。同社では、広報担当者自らがメディアへの提案数などを KPI として会社に提案。「PR オートメーション」で提案や取材の進捗、掲載結果を記録し、役員会議での報告にも活用しています。活動と成果を可視化したことで、経営陣と納得感を持って広報活動を評価し、対話できるようになったといいます。





はくばくの広報を担う手塚さんは、もともと製品開発の担当者として、主力商品である「もち麦」製品の品種改良などに携わっていました。製品の良さをお客様に伝えきれていないという葛藤があり、広報への異動は、その魅力を自ら届ける機会になりました。現在は専任 1 名とマーケティング兼務 2 名の計 3 名で、社内外広報や地域との連携などを担っています。

着任当初はメディアからの問い合わせ対応が中心で、明確な活動指標もほとんどありませんでした。掲載されても「たまたま運良く声がかかっただけ」と社内で捉えられるもどかしさがあったといいます。記者とのやり取りや取材履歴は担当者の頭の中に集まり、Excel のメディアリストも更新が滞っていました。

そこで手塚さんは、自ら発信する機会を増やすため、メディアリストの拡大や提案数を KPI に設定することを会社へ提案し、「PR オートメーション」で管理する体制へ移行しました。手塚さんからのこうした提案を、会社も前向きに受け止めたといいます。現在は重要媒体の記者に能動的に提案し、ツール上でのメール配信と開封状況の確認を通じて、相手の反応を確かめながらアプローチしています。実際に掲載につながったケースも生まれています。

日々の取材対応では、「取材カード」機能を活用し進捗ややり取りの履歴、掲載記事を紐づけて蓄積。案件がどの段階にあるかを把握でき、隔週のチーム定例会や役員会議の報告にも活用しています。メディアへの働きかけから取材の進行、掲載までを記録し、現場で扱う情報を社内での共有や報告にも使えることが、同社の取り組みを支えています。

役員会議では、メディアリストの増加や Web・テレビ露出の割合の変化などをグラフで報告しています。手塚さんによると、広報は「対応しているだけの部署」から「戦略を立てて提案する部署」へと認識されつつあり、活動と成果を示すことで経営陣との対話もしやすくなったといいます。

事例コラムでは、KPI を提案した背景に加え、取材カードの活用方法や役員会議で報告している指標、経営陣との対話の変化を、手塚さんの言葉で詳しく紹介しています。

■導入事例の詳細はこちら
受け身のひとり広報から、攻めの広報へ。活動の可視化で経営陣の理解を促進
https://pr-automation.jp/case/reporter-cooperation/6927/

■「PR オートメーション」について
「PR オートメーション」は、広報部門の業務過多や属人化を解決する国内初の統合型広報 DX 支援ツールです。 発売から 5 年を経て UI/UX を全面刷新し、広報活動の実行・効果測定・活動管理を一体化しました。活動と成果の関係を見える化する広報マネジメントプラットフォームへ進化しています。
PR オートメーション URL：https://pr-automation.jp/

■プラップノード株式会社　会社概要
プラップノード株式会社
設立：2020 年 3 月 2 日
代表者：渡辺幸光
資本金：2 億円（資本準備金を含む）
事業内容：デジタルコミュニケーション領域におけるソリューション提供、PR オートメーション・LOGO LABO の開発販売
URL：https://www.prapnode.co.jp/　　https://pr-automation.jp/

【 本件に関するお問い合せ先 】
プラップノード株式会社　伊藤
TEL：03-4570-3150　Mail：pr@prapnode.co.jp