



# 企業の価値を底上げする ネクスト PR のご紹介

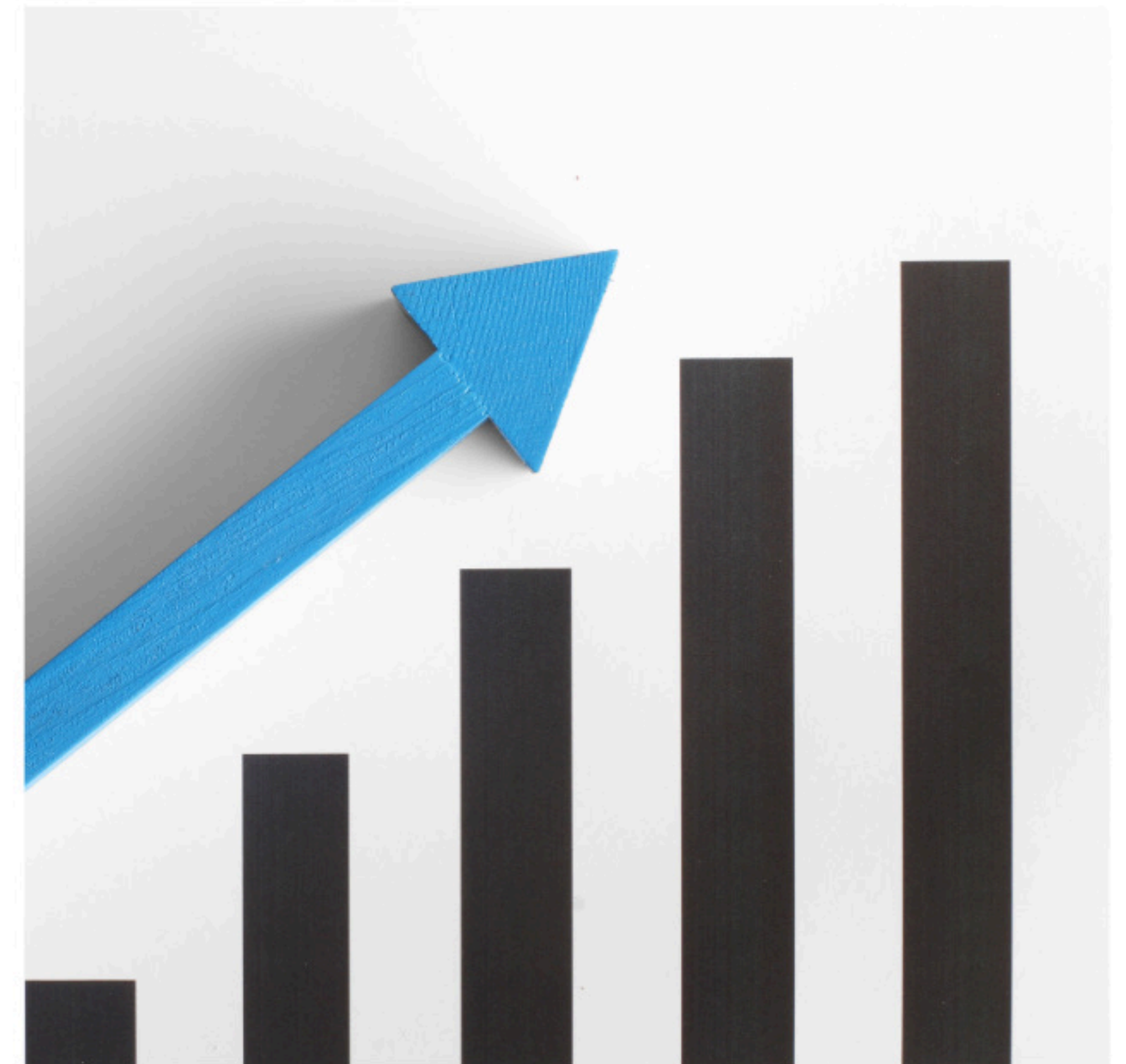
株式会社ネクスト PR



企業の価値とは、すなわち**企業の社会的地位**です。  
貴社の社会的地位が底上げされる画期的サービス！

社会的地位を上げるには PR 施策一択しかありません。  
真のブランディングである PR 施策。

デザイン、マーケティングや広告では社会的な地位や知名度は上がりません。  
ただお金がある儲かっている企業として認知されるだけです。



## 事業や取り組んでいる内容の透明・未来性

日本社会においては、職業や業種の評価には貴賤があります。医師業と賭博業であれば、ほぼ全ての企業や人が医師業の方が社会性が高い判断するでしょう。そのため、ただの事業活動だけでは無く、事業の中に高尚な理念や社会的意味づけのある事業が必須となります。SDGs に始まり、それありきの透明性や未来性を今の日本社会は企業に求めます。

## 組織の公共性（権威）

日本で多くの企業は民間である以上、国や行政機関ほどの公共性はありません。それゆえ、“誰と付き合っているのか？”ということの主軸に、人々はその組織の公共性を推し量ります。分かりやすく言えば、公共性や権威を上げるには、公共性や権威が高いところと付き合うことが最善手であり、そのための信頼の担保の蓄積が最も重要になってきます。

## 他者からの推薦や取材実績

日本人や日本の企業は、企業の信頼性を推し量るとき、自己主張よりも他人や他者の推薦を重要視します。どんなに素晴らしい取り組みをしても誰からの推薦か？で評価が決まります。その中で、新聞は報道メディアの「基幹産業」としての役割があり、最も公共性の高いメディアとしての信頼があります。その新聞に掲載されることは、他者からの推薦の中でも、最も強い推薦の1つであると言えます。

## 恒常性・定期性

多くの方はメディア=TVをイメージされます。確かにTVに1回出れば、一時的な売上げや知名度は上がるかも知れません。ですが、1回だと消えるのも早いです。しかし、TVより遙かに全国的にはマイナーと思われる地方紙や地元媒体に恒常的・定期的に掲載されることは、事業活動を行う上で最も強い信頼性の担保の1つです。それが地方の企業であれば尚更です。

上記の理由から、弊社のPR施策では**必ず全国紙・地方紙への継続的なアプローチ**施策を入れております。



求人募集をして人は来たけど、何か欲しい人達と違う。

営業していて、何回説明しても、自社の価値が伝わらない。

経営者同士なら通じるが、行政や銀行、不動産会社に  
え？何のお仕事ですか？と聞かれる

そもそも上場企業を除き、世間的に経営者とは得たいの知れない怪しい人。

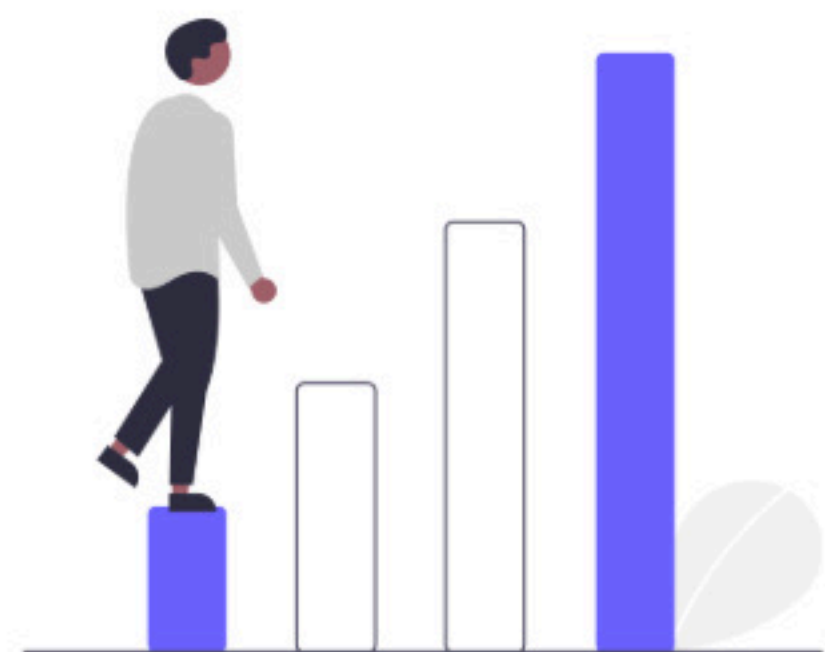
- 年商数億円、10億円を超えても社会的には、え！？何の人？
- SNSで多少有名になっても社会的地位はゼロです。
- どんなに良い想いも行いも社会に知られないと勿体ないです！



経営陣の学歴や職歴は修正出来ません。  
しかし会社の社格や社会性は向上可能です！

# 企業の価値が文章や動画ホームページで表現して 形に残る形で初めて周りに知られます！！

認知度と社会的地位向上による  
営業工数の削減や施策の劇的な効果アップ



採用のミスマッチを減らし  
優秀で真摯な募集者が増える希少な施策



## 貴社に起こり得る未来

01

行政や銀行さんの様な事業モデルを  
理解されづらい層にも、何よりも  
説得力を持って安心していただけます。

02

広告の反応率や  
営業のクロージング成約率など  
5~20%程度は上がります！

03

新聞や雑誌メディアに載っていると  
求職者の学歴と質が確実に上がります！

**無名な会社と地元や全国新聞に載っている会社さん**  
周りの方の心象がかなり変わると思いませんか？

なぜ弊社が実践出来て、その未来を作り得るのか？

## 業界歴 25 年の PR 業と共に生きる PR エグゼクティブフェローが監修

大手外資系健康系企業様や大手外資系繊維企業様やカナダを代表する  
メープルシロップ団体の PR を歴任した実績をあなたの会社に。  
また国内一般企業、介護施設、士業、個人事業主ですら新聞デビュー、  
ケースによってはテレビ出演を PR で実現した実績もございます。

単純にプレスリリースを出すといったことだけでは無く、  
多岐の PR 手法を取りそろえ、それを業界随一の費用対効果で実現するのです。  
手紙、SNS、記者クラブ、媒体に最も効果的な方法でメディア様の心を刺しに行きます。



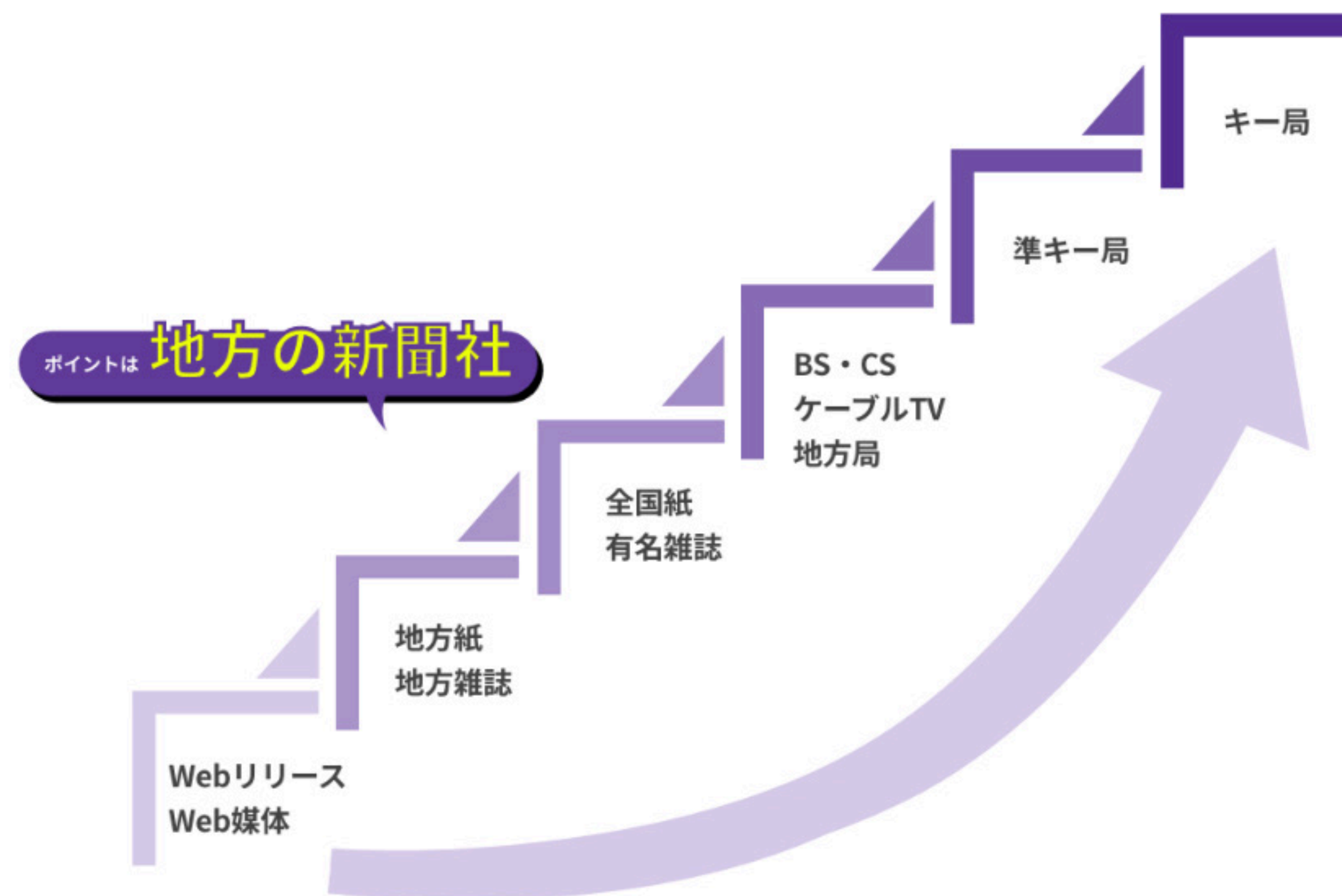


## ポイントは地方紙（地方の新聞）をしっかりと押さえること。 地域の新聞は特に地方ではかなり重要。

PR=PRTIMESさんや@プレスさんにプレスリリースを出すことだと思っ  
ている方も多いが、それだけだと第1段階すらクリア出来ない。  
併用するか、併用せずとも、まずはメディアの公器である新聞に  
載るか載らないかがPRの肝となります。

実際には地方紙に載った後にWebニュースに取り上げられることもある。  
媒体を行ったり来たり回遊させることがポイント。

地方紙・全国紙に載ると、メディアの考査（審査）も通りやすくなり  
経営にもプラスの影響が出始めます。



※実際はもっと広まっています

## 01 ヒアリング・企画立案

同じ業種であってもメディアが取り上げたくなる活動や事業というものが存在します。

クライアント様のビジョン、ミッション、バリューの確認から、日々の事業活動をヒアリングし、どういう企画だとメディアや担当者の目に止まるのか、しっかりと練り込んだ上で進めていきます。必要やリソースに応じて自社単独、或いはクライアント様より大きなところと協同や連盟で行い、より権威を高める企画手法などもあります。

※一般的な広報と弊社の PR が違う所以

広報・・・自社のことを広く報じて露出を図ること。

PR・・・いかに社会と繋がりを作り、社会性を高めるかに特化すること。

## 02 プレスリリースや原稿の作り込み

メディアが好む日本語や言葉遣いがあります。各媒体ごとが好き企画や主張があります。

過去のメディアを徹底的にリサーチしているからこそ、分かることがあります。同じ内容なのに A 社で好かれる、B 社では NG なんてことも。敢えて、過去の企画や他社の企画に寄せるから載ることもあれば、目新しいモノ × 歴史を交えた企画や文章などを作る必要があることもあります。

更に、必要に応じて、プレスリリース媒体や論文の引用やアンケート調査を用いるなど、拡散や引用、取材誘致を狙うこともあります。

そういった専門性の高い仕事をするからこそ、メディアは反応するのです。

※弊社では PR 施策の質の担保のため、PR 施策担当責任者は、弊社の基準をクリアした国立大学や早慶上智など著名私立、海外大学出身者や留学経験者が担当します。

## 03 メディアアプローチ

アプローチするメディアはクライアント様のゴールに依って様々です。一例を挙げると、

全国紙の地方支局、ブロック紙、地方紙、TV、ラジオといったメディア、雑誌や Web メディア、各地方の記者クラブなど。

アプローチ手法も、プレスリリース発信、メール、電話、手紙、持ち込み、FAX など、様々な手法で泥臭くアプローチします。

メディアアプローチには、AI や絶対掲載される法則など無く、愚直に関係構築やアプローチし、成果にコミットすることで、結果に反映されるのです。

※年々、メディアのコンプライアンス強化の流れで、コネやツテでのゴリ押しでのメディア掲載が難しくなっているため、中長期的には、コツコツとした真正面からのメディアアプローチが最も安全かつ継続的にクライアント様に益をもたらします。

## PR 実績

### カナダ メープルシロップ団体様

#### メープルシロップの認知度向上 PR 施策

実施前：ニッチな層には知られているが  
一般人には知名度は皆無。

実施後：掲載媒体数：43  
アウトリーチ数：12,516,953 UU/day  
認知度が遙かに向上。

### とある認可外保育園様

実施前：発信力が極端に弱く  
年 2~3 人の問い合わせ  
実施後：働くママさんをターゲットにした  
施策 PR が成功。毎月 1~2 人の  
新規問い合わせを得る。

### 個人事業主（スポーツトレーナー）様

実施前：無名の活動など世間は無視。  
実施後：“高校部活動の救世主”という企画や  
文化人枠を目指して PR 施策を実施。  
政治家や行政とつながりが出来、  
行政と連携が出来た。

その他、一般企業様、外資系企業様のご実績は守秘義務の関係上、許可をいただいている範囲で個別にお伝え可能です。  
個人事業主様から広報や経営企画室がある中小企業様までご対応可能です。

そもそもPRはマーケティングや広告と違います。マーケティングと広告は企業のブランド価値を上げることはありません。**企業価値を直接上げるのは、PR 施策だけです。**

Point

1

## PR の特性

PR は一言で言えば、社会性を上げて企業価値を上げる行為です。

Point

2

## マーケや広告との違い

マーケや広告はどんなにお金をかけても社会性までは上がりません。

Point

3

## PR のメリット

底上げなので、効果が長続きします。  
また、他の施策には無い社会的な信用や名声を得やすくなります。

Point

4

## PR のデメリット

食品、健康、美容分野を除き、明日の売上げには直結しづらいです。明日の売上げが欲しいなら営業か広告一択です。ですが、半年、1年、3年後にはPR 施策は社会的信用や成約率、LTV には良い影響をもたらします。

今まで、取引先に下に見られたり  
安く見積もりや交渉をされたことはありませんか？

それは、シンプルに貴社のブランド力が足りなかったからです。  
或いは、求人で思った様に良い人が集まらない。そんな経験はありませんか？  
これは単純にブランド力不足が原因です。  
つまりブランド力を上げれば解決します。  
そして、ブランド力を上げる唯一の施策。それがPRなのです。

自己満足なデザインを考えることより、広告を打つことより遙かに効果的。  
なぜなら、クライアントや求職者の方は会社の善し悪しは  
社会性を見て判断するからです。



# ブランド力を上げる PR 施策

企業の今後 3 年や 5 年を考えたとき、或いは売却や上場を考えたとき、PR をしていない会社は損をします。競合他社と商品力や差別化は難しい時代になってきています。

違いは PR で作るしかありません。

弊社は中小企業様でも選んでいただける価格帯で PR 施策を考えております。

幾ら良い PR 施策でも、毎月 100 万円の施策を打てる企業様は、限られてきます。

弊社は自社人材の報酬に全振りをして、基幹業務をリモートで 99%完結する様に仕組み化を実施。高額な家賃やキャバクラ接待などの無駄な交際費などを一切削り、顧客還元する覚悟で経営しております。

また弊社役員や執行役員は全て営業職経験者。

PR もメディア様に泥臭くアプローチするからこそ、成果が必ず出ます。

結局、AI や抜け道では無く、人の手で粘り強くコミットすることが、最もクライアント様の益になります。



# PR は今やるしかないです。

---

なぜなら、営業も採用も PR 次第で大きく変わるから。  
そして他社が先に PR を行えば、手遅れです。

顧客は一番最初の企業。一番大きな企業しか覚えないから。  
一番大きな企業は資本力で決まります。  
でも、PR は今やれば、貴社やあなたが一番です。

## PR プレミアムパッケージ

**29.9**万円 / 月 (+税)

基本プランに加えて記事も外部アンケートや論文などを盛り込み、Webバイラルから地方紙まで徹底的にメディアにアプローチします。

## PR 基本パッケージ

**20**万円 / 月 (+税)

上質な記事原稿と共に、レター、FAX、電話、プレスリリースなど効果が出るまでコミットします。弊社、上席顧問か役員、執行役員がディレクションに入り成果をしっかりと出します。

## 理念共感型 PR 思い OMOI

**10**万円 / 月 (+税)

コーチングに長けた執行役員の濱口が代表の理念や思い徹底的に引き出し、手紙によるアプローチでメディアを動かします。  
※個人事業主様や中小企業様向け



言葉だけの寄り添いなんて要りません。  
クライアント様が欲しいのは結果です。

弊社では、メディア掲載されるまで、**成果保証**いたします。

万が一、契約期間内に掲載が無かった場合、公共性の高いメディアに掲載されるまで、ご契約金額内で PR 施策を打ち続けます。

※弊社側でご契約前に、企業様ごとの審査がございます。

※成果保証は1年～契約となります。

※公共性の高いメディアとは、全国紙、地方紙などの新聞、或いは地域のシェア or 認知度が30%を超えるメディアを指します。



### ホームページ

新規 **10~30** 万円 (+税)

30~60 万円程度の品質を担保

PR には基点となるホームページが  
欠かせません。メディア対応した  
ホームページの修正から新規作成  
まで。

### 社外社内教育用ポッドキャスト 心音 KOKORONE

**10** 万円 / 月 (+税)

30~60 万円程度の品質を担保

毎週 1 対 1 で 1 時間以上社員さんと  
話していますか？  
まずは、社員さんに代表や役員の想  
いや本音をしてもらいましょう ^^  
そうすれば、格段に離職率が下がり、  
貴社の生産性が上がります。

ぜひ一緒にやりましょう！！

中小企業でしっかりと PR 施策を打っているところは皆無です。  
**今なら、貴社が一番になれるチャンスです。**



私たちがしっかりと支えます！お任せください。

# COMPANY PROFILE

## 株式会社ネクスト PR

役員	代表取締役 CEO 砂川 優太 取締役 山本 高資
設立	令和 6 年（2024 年）3 月
住所	北海道帯広市西 20 条南 5 丁目 21-14
事業内容	プレスリリース代行 ポッドキャスト運用代行