

# PR

## Public Relations

社会をつなげる、  
未来を動かす。

PRプランナーによる「PRプランナー宣言」より



主催：公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会 後援：日本広報学会

PRプランナー資格認定制度  
検定試験 受験要項 2026年版

いま、社会にはあらゆる情報やコンテンツがあふれ、その流通チャネルも多岐に渡っています。

このような環境のもと、正しい情報を多様な価値観をもったステークホルダーに適切に届け、合意形成を図っていくことの重要性は日々高まりつつあります。

我々、PRプランナーは、幅広いスキルと高いコミュニケーション力、倫理観をもって、さまざまな課題をパブリックリレーションズで解決するための知見を有し、この“強み”をより良い社会を築くために役立てていきます。

# 社会をつなげる、未来を動かす。 私たちはPRプランナーです。

2018年3月1日に開催されたPRプランナー資格制度10周年記念特別シンポジウム「社会をつなげる、未来を動かす～A Future Vision of Public Relations」にて、2,300人(当時)を超えるPRプランナー有資格者の代表者から、これからの時代への矜持と志を語る「PRプランナー宣言」を行い、「広報・PRの未来像と、これからの時代の要請に応えるPRプランナー像」を提言いたしました。



## パブリックリレーションズとは

組織がそれを取り巻く個人や社会との間で  
信頼関係をつくり出すための考え方や  
コミュニケーション活動をさします

20世紀初頭からアメリカで発展し、日本には1940年代後半に導入されました。その後「PR」という略語は「広告宣伝」と同様の意味で使われるようになり、本来の意味から離れてしまいました。広報という言葉もよく使われますが、ともすると組織の一方的な情報発信と受け取られがちです。パブリックリレーションズが持っていた、『よい関係づくり』という本来の意味を忘れてはなりません。ちなみに『体系パブリック・リレーションズ』(カトリップ他著)では、「パブリック・リレーションズとは、組織体とその存続を左右するパブリックとの間に、相互に利益をもたらす関係性を構築し、維持するマネジメント機能である」と定義されています。

## PRプランナー資格認定制度 検定試験とは

企業とステークホルダーの双方向コミュニケーションによる信頼関係の構築が社会的な要請となり、従来のメディアリレーションズやインターナル・コミュニケーションの範疇を超えて、経営上のコミュニケーション戦略、コンプライアンス、IR、危機管理、マーケティング・コミュニケーション、ブランド・マネジメントなど、企業経営の根幹に精通した広報・PRの専門家（PRプロフェッショナル）が求められるようになりつつあります。

そこで、実際に広報・PRの仕事に就いている人、あるいは志望している人に、広報・PRの本質的な概念を理解してほしい、さらには専門性の高い広報・PR業務の社会的認知を高めたい、という使命感から、このPRプランナー試験制度は導入されました。

PRプランナー資格認定制度は、2007年に日本パブリックリレーションズ協会が設立した日本で唯一の広報・PR資格認定制度であり、総合的な基本知識を問う1次試験、専門領域別に知識を問う2次試験、実務的な企画力を問う3次試験の3段階で構成されています。さらに、試験を通して体系的に「パブリックリレーションズ」を履修できる内容となっており、レベルに応じ「PRプランナー補」「准PRプランナー」「PRプランナー」の資格を認定しています。

一人でも多くの優れた「PRプランナー」が誕生することにより、わが国の広報・PR業務従事者の職能意識が高まり、広報・PR活動による社会の新しい発展力が生まれるものと確信しております。

## 広報・PRの必要性 〈企業が求めるPRプランナー〉



### PROFILE

NTTグループにて約30年、広報・宣伝・サステナビリティ・地域共創の各分野でキャリアを築く。広報部門ではブランド戦略、メディアリレーション、危機対応、ステークホルダーコミュニケーションなど企業広報全般を担当し、九州・沖縄エリアでは支店長として行政・産業界と連携した地域振興・DXプロジェクトを推進。現在はNTTドコモビジネスにてサステナビリティ推進を担い、企業活動と社会価値を結び組みづくりに取り組んでいる。  
日本広報学会会員として、広報の社会的・経営的価値に関する研究・発表にも従事。公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会資格制度委員会 委員、PRSJ認定PRプランナー。

### 広報の力を、社会と経営の中核へ —PRプランナーとして現場に立つ私の実感—

NTTドコモビジネス株式会社  
ヒューマンリソース部 サステナビリティ推進室 田畑 好崇

#### 広報は、関係を築き続ける経営機能である

私たちPRプランナーは、広報とは単なる情報発信ではなく、多様なステークホルダーとの双方向コミュニケーションを通じて、社会的に望ましい関係を構築し、維持していくための「経営機能」とあるという考え方を拠り所に、日々の実務と学びを重ねています。情報があふれ、価値観が一層多様化する現代において、正確な情報を適切な文脈で届け、立場や利害の異なる人々の間に合意形成の土台をつくることの重要性は、これまで以上に高まっています。

広報・PRの仕事は、企業や組織の活動を社会に伝えるだけでなく、環境・社会・ガバナンスといった非財務情報を含め、組織の姿勢や価値観を丁寧に伝え、信頼を積み重ねていく営みです。その積み重ねが中長期的な企業価値を支え、経営そのものの質を高めていく。現場で経験を重ねるほどに、広報が経営の中核と深く結びついていることを実感するようになりました。

#### 広報で培われる力は、社会を越えて生きる

PRパーソンが日々の仕事を通じて培う力は、特定の業界や職種に閉じたものではありません。利害や立場の異なる人々と向き合い、対話を重ね、調整し、納得感のある結論へと導いていく力。短期的な成果にとどまらず、中長期の価値や信頼につなげて考える視点。これらはいずれも、企業の内外を問わず、社会のさまざまな場面で課題解決に活かすことのできる、汎用性の高い力です。広報の経験は決してその場限りのものではなく、キャリアを通じて形を変えながら生き続けていきます。

#### 経験を可視化し、人的資本として次につなぐ

一方で、広報の専門性や経験は、ときに言語化しにくく、評価されにくい側面もあります。PRプランナー資格は、そうした力を体系的に整理し、「可視化」と同時に、組織や立場を越えて持ち運べる力として示すための確かな足場となる制度です。資格取得を目指す過程そのものが、自身の実務を振り返り、学びを深め、次の挑戦を見据える機会にもなります。

人的資本経営が重視される時代において、広報という経営機能を担う人材の価値は一層高まっています。PRプランナー資格とその取得者に目を向け、専門性や姿勢を人材の見立て・育成・活躍につなげていくことが、企業と社会の持続的な価値創造につながると考えています。



## 参考問題と解答例を徹底分析 独自の勉強法を確立し、合格をつかむ

富士通株式会社  
広報 IR 室 三上 日菜 さん

PRプランナー資格を知ったのは入社直後。広報IR室の推奨資格でもあり、先輩社員の多くが取得していたことから、「私も挑戦したい」と考えました。さっそく7月の1次試験に向け、5月から勉強を開始。公式テキストと参考問題集を購入し、通勤時間も活用しながらテキストを1回半ほど読み込みました。分からない用語が出てきた際は必ず調べてメモを書き込み、徹底して納得できるまで理解を深めたことで合格することができました。

2次試験に向けても2カ月前から対策を開始。テキストを2回読み込んだほか、時事問題の対策としてYouTubeの解説動画を視聴したり、図書館で借りた『新聞ダイジェスト』を読んで知識を補強しました。その結果、同年11月に合格。学習時間は、1次試験114時間、2次試験128時間でした。

3次試験は、広報のプロを目指すうえで重要なステップだと考え、実務経験3年を待って受験しました。今回はテキストや問題集に加えてWeb講座も活用し、試験対策は約3カ月。ただ、ちょうど業務が忙しくなる時期だったため、休休みに昼食をとりながらWeb講座を視聴し、記述を伴う実作業はまとまった時間が確保できる土日に取り組みました。

特に力を入れたのが、参考問題と解答例の徹底分析です。例えばニュースリリース作成は、ある程度「型」があると感じたため、まずパソコン上にその型を打ち込み、問題ごとに内容を肉付けする方法で効率的に答案を作成できるようにしました。

また、広報・PR計画立案作成(コーポレート課題)では、問題文と参考解答例を照らし合わせ、解答の根拠となる部分が問題文のどこに書かれているかを整理。同時に、講座で学んだPR施策の具体的手法をすべて書き出し、「どの場面でのどの施策を使うか」を覚え込みました。

さらに、3次試験では時間配分が重要です。試験時間120分のうち、ニュースリリース作成に約20分、残りをコーポレート課題に充てる方針で臨みました。本番では、すべてのアクションプランを納得いくまで書き切ることはできませんでしたが、限られた時間の中で必要不可欠な要素を落とすことなく盛り込むことを意識したことで、なんとか合格につながったのではないかと思います。

今回のPRプランナー資格取得は、広報・PR業務を行ううえで大きな自信になりました。プレスリリースを書く際も、単なる宣伝ではなく、事業やサービスの社会的意義を捉える視点が身についたことが大きな収穫です。今後も多くのプレスリリース作成に取り組んでスキルを磨くとともに、部署内のIRや社内報の業務でも経験を重ね、プロの広報パーソンとしてさらなる成長を目指したいと考えています。



### PROFILE

慶應義塾大学文学部卒。大学時代は社会学を専攻し、フィールドワークやインタビュー調査に注力。その経験から、現場の当事者の声を聴き、その価値を社会へ届ける「広報」の仕事に魅力を感じるようになる。

新卒入社した富士通では広報IR室に配属された。

1年目から先端テクノロジー領域の広報を担当し、プレスリリース作成やメディア対応、テレビ取材の調整などに従事。2025年7月からは企業事例を軸に、課題解決に向けた自社の価値を発信し、また、新規ビジネス創出に寄与する広報活動に取り組んでいる。

### 一言メッセージ

所属部署の上司 広報IR室シニアマネージャー 桑原千明さん

現在、富士通はテクノロジー企業としてITサービスを提供する中で、事業や社内の変革を進めており、広報IR室でもプレスリリースや説明会、取材に加え、noteを活用した情報発信など、多様な広報手法を展開しています。PRプランナー資格の取得は、こうした富士通の広報・PRを担うプロフェッショナル人材の育成において重要なステップと位置づけています。そのため受験料・登録料・テキスト購入費などは会社が補助しています。また、検定試験の合格者が講師を務める勉強会を開催するなど、社内でも知識とノウハウを共有する取り組みも進めています。

## PRプランナー取得者向けイベント

### PRプランナー Meet up

「PRプランナー Meet up」は、同じスキルや関心を持つプロフェッショナル同士が集まり、第一線で活躍するベテランPRプランナーの方々も多数参加する貴重な機会です。業界の最新トレンドや実践的なノウハウを共有しながら、明日からの業務にすぐに活かせる多くの学びを得られる、立食形式のカジュアルな交流会となっています。新たなつながりやインスピレーションを得る場となっております。

参加対象：「PRSJ認定PRプランナー」資格を保有している方  
開催時間：平日夜間  
開催場所：都内



参加者同士で、「PRプランナー資格を活かした転職や異動の成功事例」や「副業・兼業での活用法」など、実体験に基づく意見交換が行われ、具体的に参考になる情報が得られます。

PRSJ認定 PRプランナー

2025年  
9月取得

## 試験勉強を通じて実務の視点を磨き、 受け身から攻めの広報へと意識が変わった

福岡ソフトバンクホークス株式会社

広報室 球団広報課 課長 篠原 周至 さん

現在の主な業務は、メディア各社からの選手や監督への取材依頼の調整や、インタビュー時のサポートを行うことです。あわせて、若手選手がファンをはじめとするステークホルダーに対して適切な情報発信ができるよう、メディアトレーニングを行うこともあります。

プロ野球球団の広報・PRは、長年にわたりテレビや新聞などのマスメディアに報道され続けてきた歴史があるため、一般企業のように主体的にメディア露出を狙った情報発信を行う機会は、必ずしも多くなかったといえます。

こうした環境の中で「PRプランナー」資格試験を受験しようと考えたのは、2017年に組織マネジメントを担う立場となり、他業界で実践されているニュースリリースの作成方法など、広報の基礎を改めて体系的に学ぶ必要性を感じたことがきっかけでした。書店で広報関連書籍を探す中でこの資格を知り、受験を決意しました。

1次試験に向けては、公式テキストや『PR手帳』（現『広報のミカタ』）を業務の合間に読み進め、約半年かけて知識の定着を図った結果、2018年に合格できました。その後、コロナ禍の影響で試験は一時休止となりましたが、再開後すぐに2次試験対策に着手。公式テキストの精読に加え、時事問題対策として新聞ダイジェストを半年分ほど通読し、2023年に2次試験に合格しました。

3次試験に向けては、日々計画的に学習時間を確保し、問題演習に取り組みました。しかし、一回目はマーケティング課題で不合格。続く二回目は、リスクコミュニケーションへの理解を深めるためにコーポレート課題を選択しましたが、合格には至りませんでした。三度目の挑戦では再びマーケティング課題を選び、2025年9月に合格することができました。

合格につながった大きな要因は、「3次試験対策講座」を受講し、時間配分や加点のポイントを把握できたことです。公式テキストや講座は、単なる試験対策にとどまらず、広報業務の考え方を整理するうえで非常に実務に即した教材だと感じました。今回の試験対策では、参考問題集を使用するだけでなく、日常業務で扱っているニュースリリース原稿やイベント企画案を、過去問の解答例に当てはめて作成することも実践しました。試験勉強を通じて身に付けた視点や整理の仕方は、現在の業務にもそのまま活かしています。

こうした学びを重ねる中で、広報業務に対する意識そのものが、受け身から主体的なものへと変わっていきました。資格取得後も、公式テキストはデスクに置き、企画立案や判断に迷った際には、改めてページを開いて読み返しています。

現在、スポーツに限らずエンターテインメント全体が多様化する中で、主体的な情報発信やメディアプロモーションを行わなければ、プロ野球であっても選ばれ続けることは難しい時代になりつつあります。PRプランナー試験を通じて得た知識やノウハウを自分なりに整理・深化させ、新たなプロ野球球団の広報・PRのあり方を模索していきたいと考えています。

### PROFILE

大学時代にメディア業界に興味を持ちつつ、福岡で最も盛り上がっている場所で働きたいと、2002年に福岡ダイエーホークス(現・福岡ソフトバンクホークス)に入社。

当初から広報部門に配属され、途中四年間、試合運営・演出を行う部門を経験した後、2017年に広報に復帰。

現在、球団広報課課長として広報計画策定をはじめ、メディア対応、プレスリリース作成などの実務を担うほか部下育成にも注力している。

### 一言メッセージ

所属部署の上司 福岡ソフトバンクホークス株式会社 広報室 室長 池田優介さん .....  
福岡ソフトバンクホークスでは、他のソフトバンクグループ各社同様、社員が自らキャリアアップに挑戦できる自己啓発支援制度が充実しています。  
PRプランナー資格取得に向けても、検定試験料をはじめ、Web講座受講料のほか、「PRプランナー Meet Up」などの交流行事への参加費用も会社側が補助しています。これらを通じて、社員のキャリア形成や情報発信力強化を今後も積極的に支援していきます。

## PRプランナー創発ワークショップ

PRプランナーの新規取得者を対象に、自身が目指す“PRプロフェッショナル像”を深く考え、ワールドカフェ形式で参加者同士が自由に意見を共有し合う創発型ワークショップです。第1部ではキャリア形成のヒントを得られる基調講演、第2部では対話を通じて理想のプロフェッショナル像を描くワークショップ、第3部ではつながりを広げる交流会と、3部構成で実施。PRプランナーとしての未来を描ききっかけとなる、学びと刺激にあふれたイベントです。



参加対象：新規「PRSJ認定PRプランナー」資格取得者（認定更新前の取得者）

開催時間：平日夜間

開催場所：都内

PRS J認定 准PRプランナー

2025年  
6月取得



## 試験勉強で身につけた知識が 就活の強い味方に。憧れのPR会社から内定！

東京経済大学コミュニケーション学部

メディア社会学科 4年 なかむら ありさ 中村 亜利沙 さん

大学には、「メディアとコミュニケーション」に関心を持って入学したので、そうした授業科目を中心に学びを広げてきました。2年次からは「PRプロフェッショナルプログラム」に参加して、広告と広報の違いを体系的に知り、「手法に縛られず、人と社会をつなぐ」広報・PRの魅力に気づき、PR業界を志すようになりました。

「PRプランナー」資格のことは、プログラムのガイダンスで紹介していただいていたので知りました。就職活動にも必ず役立つと思い、2年次に広報論の授業を受けた後、2月に1次試験へ挑戦しました。対策を始めたのは約1カ月前です。まず公式テキストを一通り読み、2回目は重要度によって3色のマーカーで色分けし、3回目は章ごとにノートで要点をまとめるとい、自分に合った方法を徹底しました。手を動かしてアウトプットする勉強法が功を奏し、無事に合格できました。

その勢いのまま3カ月後の2次試験にも挑戦。1次試験と同じ学び方を続けながら、時事問題対策として新聞ダイジェストを大学の図書館で借りて半年分読み、さらに数種類の時事問題サイトを活用し、共通するトピックをExcelでまとめることで可視化しました。IRや危機管理などの領域は、よく知らない用語が多く、不安もありましたが、1次でしっかり基礎を固めていたことで理解がスムーズに進みました。

3年の夏には、大学の授業として、PR会社で1週間の実習をすることができ、記事リサーチの方法を教わったり、メディアトレーニングの現場を見学させていただいたりして、座学ではわからない実務の世界を知り、ますますこの業界に興味を持ちました。

就職活動で、「准PRプランナー」資格は大きな強みになり、ほかの学生よりも早い段階からPRに関心を持ち学んできた証明になりました。面接では、試験勉強を通じて得られた知識をベースに、自分の言葉で自信を持って答えることができ、「よく勉強しているね」と評価していただけてPR会社から内定をいただきました。試験の勉強をしたことで、広報・PRの知識が体系立って身に付き、その知識が就活というフィールドで確かな武器になったと感じています。

将来の目標は、「信頼されるPRパーソン」になり、「人の心を動かす仕事をする」ことです。同僚やクライアント、メディアの方々など、すべての人から信頼されて、心に残るような、社会的意義のある情報を自ら生み出し、届けられるようにしたいと思っています。



### PROFILE

子供の頃から、テレビを通して「たくさんの人に情報を届けられる仕事がいい」と思うようになり、メディアについて専門的に学べる東京経済大学コミュニケーション学部へ入学。2年次からは、「PRプロフェッショナルプログラム」に所属し、PR会社での実務演習や社会調査士のワークショップ（資格取得見込み）など、実践的な授業を履修してきた。大学では成績が学年1位となり、最優秀者として表彰された。

### 一言メッセージ

東京経済大学 駒橋恵子教授

「PRプロフェッショナルプログラム」は、選抜された学生だけが所属する大学の「アドバンスプログラム」の一つです（各学年定員20名）。所属する学生は、専門的な授業（PR関連企業での実務演習等）を履修できるほか、受験料（複数回トライ可）と認定登録料が全額給付され、PRプランナー試験対策講座も授業内に受けられます（大学が費用負担）。こうした支援制度があるので、東経大からは毎年コンスタントに合格者を輩出しています。

PRプランナー資格認定検定試験  
受験者プロフィール

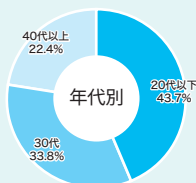
### 1次試験

(第1回～第38回累計)

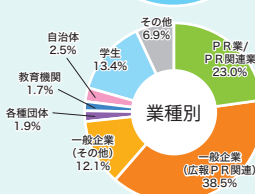
合格率 **73.7%**

受験者 18,145名  
合格者 13,369名

男性:41.4% 女性:58.6%



受験者比率



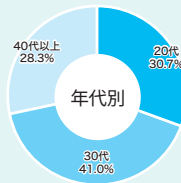
### 2次試験

(第1回～第38回累計)

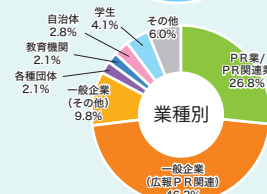
合格率 **76.5%**

受験者 9,505名  
合格者 7,274名

男性:44.9% 女性:55.1%



受験者比率



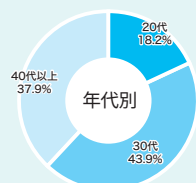
### 3次試験

(第1回～第38回累計)

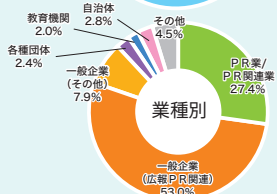
合格率 **46.9%**

受験者 8,438名  
合格者 3,959名

男性:49.8% 女性:50.2%



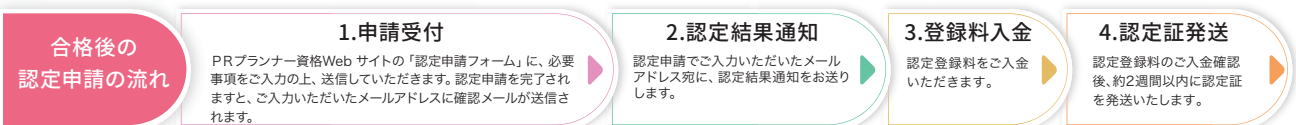
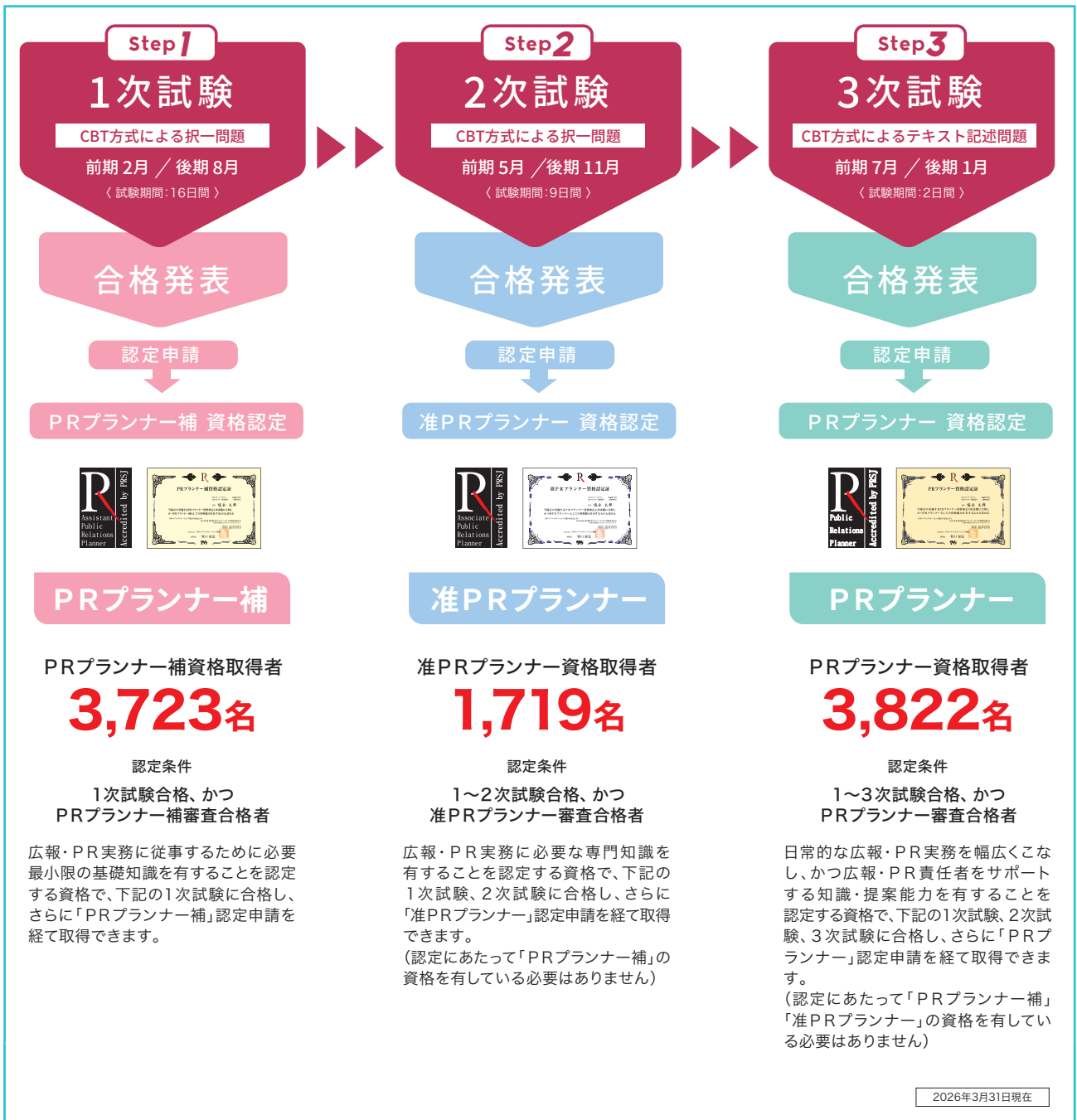
受験者比率





## 3つのステップでPRプランナーに

お申込み			試験当日
01	02	03	
<b>仮申込み</b>	<b>ユーザー登録</b>	<b>本申込み</b>	<b>試験期間内の 予約した日時・会場 で受験</b>
「PRプランナー資格Webサイト」の仮申込フォームで【受験種別】を選択し、本申込みに必要な【受験コード】を取得	「CBTソリューションズ」で【マイページ】を作成	「CBTソリューションズ」のマイページから【受験日時・会場】の選択と、【受験料】の支払い	



## 検定試験について

	1次試験	2次試験	3次試験
受験資格	とくになし	1次試験合格者	2次試験4科目合格者、かつ3年以上の広報・PR関連実務経験者
受験方法	CBT方式 (択一問題)	CBT方式 (択一問題)	CBT方式 (テキスト記述問題)
試験内容	広報・PRに関する基本的な知識 広報・PRの基本、メディアリレーションズ、マーケティングの基礎理論、CSR(企業の社会的責任)、インターナル・コミュニケーション、IR(インベスターリレーションズ)、危機管理広報、行政・団体等の広報・PR等	広報・PRの実務に関する専門知識 ・科目A:企業経営と広報・PRに関する知識 ・科目B:マーケティングと広報・PRに関する知識 ・科目C:コミュニケーションと広報・PRに関する実務知識 ・科目D:時事問題	広報・PRの実務に関する知識 ・課題A:ニュースリリースの作成 ・課題B:広報・PR計画の立案作成 ※課題Bは、「コーポレート課題」もしくは「マーケティング課題」からの選択となります。
試験時間	80分	科目A+B:80分 科目C+D:80分	120分
出題数	50問	各科目25問	各課題1問 計2問
合格基準	正答率70%以上	正答率65%以上 全出題数に対して正答率65%以上、かつ各科目の正答率がいずれも50%以上で合格とします。(全出題数に対して正答率65%未満の場合、もしくは1科目でも正答率50%未満の場合は不合格となります。)	正答率60%以上 評価の配点を、課題A(ニュースリリースの作成)25点満点、課題B(広報・PR計画の立案作成)50点満点とし、課題A・Bの総合評価が45点以上(60%以上)、かつ各課題の評価がいずれも50%以上で合格とします。

## 検定試験実施スケジュール

	1次試験	2次試験	3次試験
2026年度後期 (第40回)	試験期間:2026年8月8日(土)~23日(日) (仮申込:6月1日(月)~7月24日(金)まで)	試験期間:2026年11月7日(土)~15日(日) (仮申込:8月31日(月)~10月23日(金)まで)	試験期間:2027年1月23日(土)・24日(日) (仮申込:11月24日(火)~1月8日(金)まで)
2027年度前期 (第41回)	試験期間:2027年2月6日(土)~21日(日) (仮申込:12月1日(火)~1月22日(金)まで)	試験期間:2027年5月8日(土)~16日(日) (仮申込:3月1日(月)~4月23日(金)まで)	試験期間:2027年7月24日(土)・25日(日) (仮申込:5月24日(月)~7月9日(金)まで)

## 試験項目概要

### 1次試験

広報・PRに関する基本的な知識

出題数:50問 試験時間:80分

- 広報・PRの基本
- 企業経営と広報・PR
- 広報・PR活動のマネジメント
- コミュニケーションの基礎理論
- メディアリレーションズ
- マーケティングの基礎理論
- マーケティングと広報・PR
- ブランドの基礎理論
- CSR(企業の社会的責任)
- インターナル・コミュニケーション
- IR(インベスターリレーションズ)
- グローバル広報
- 危機管理広報
- 行政・団体等の広報・PR

### 2次試験

広報・PRの実務に関する専門知識

#### 科目A<企業経営と広報・PRに関する知識>

- 経営環境の変化と広報・PR
- CSR(企業の社会的責任)と広報・PR
- インターナル・コミュニケーション戦略
- IR活動の実務
- グローバル広報の実務
- 危機管理広報の実務

#### 科目B<マーケティングと広報・PRに関する知識>

- マーケティング・マネジメント
- マーケティング・コミュニケーションの実務
- マーケティングと広報・PRの動向

## 検定試験料金

	1次試験	2次試験	3次試験
一般 ※消費税込	11,000円	17,600円	17,600円
学生 ※消費税込	6,600円	11,000円	—
PRSJ 会員社員 ※消費税込	8,800円	13,200円	13,200円

※種別「PRSJ会員社員」は、協会の「個人会員」「准会員」としてご登録されていますご本人様、または「正会員」および「法人賛助会員」としてご登録されています会社・団体(グループ企業、系列会社・団体を除く)の社員の方が対象となります。  
 ※種別「学生」は、国、地方公共団体および学校法人が設置した学校(教育基本法第6条1、学校教育基本法第2条1、私立学校法第3条)で教育を受けている学生(社会人大学生を除く)の方が対象となります。  
 ※受験料は2023年4月1日現在のものです。今後、変更になる場合もございますので、ご了承ください。 ※消費税率が変更になった場合は、受験料も変更になります。

## 認定申請の期限について

各試験合格者の認定申請有効期限は、**試験合格後3年まで**となります。

各試験合格後3年を経過し、各認定資格を取得するには、各試験を再度受験し、合格することが必要になります。

なお、試験合格後3年以降でも上位の試験に進むことができます。

	3年以内	3年以降
1次試験合格後	<ul style="list-style-type: none"> <li>●2次試験 受験可</li> <li>●PRプランナー補の認定申請可</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●2次試験 受験可</li> <li>●PRプランナー補の認定申請不可</li> </ul> 合格後3年を経過し、PRプランナー補を申請するには、1次試験を再受験し、合格することが必要となります。
2次試験合格後	<ul style="list-style-type: none"> <li>●3次試験 受験可</li> <li>●准PRプランナーの認定申請可</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●3次試験 受験可</li> <li>●准PRプランナーの認定申請不可</li> </ul> 合格後3年を経過し、准PRプランナーを申請するには、2次試験を再受験し、合格することが必要となります。
3次試験合格後	<ul style="list-style-type: none"> <li>●PRプランナーの認定申請可</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●PRプランナーの認定申請不可</li> </ul> 合格後3年を経過し、PRプランナーを申請するには、3次試験を再受験し、合格することが必要となります。

## 認定登録料、および認定更新料について

	PRプランナー補	准PRプランナー	PRプランナー
一般	5,500円	8,800円	11,000円
学生	4,400円	6,600円	—
PRSJ 会員社員	4,400円	6,600円	8,800円

※消費税率が変更になった場合は、認定登録料/認定更新料も変更になります。

※消費税込

## 認定資格の有効期限について

認定資格の有効期限は、**取得後3年間**となります。  
 3年経過後は、下記の更新手続きを経て、資格の更新が可能です。

- いずれも、認定申請でご登録いただいたメールアドレスへ、更新のご案内メールをお送りします。
- Webサイトより更新の申請ができます。
- 更新された方には、認定証をお送りします。

### 認定更新された方は、認定カードを購入できます



※認定登録番号、資格取得日、有効期限等記載

出題数: 各科目25問  
 試験時間: 科目A+B (80分) / 科目C+D (80分)

### 科目C〈コミュニケーションと広報PRに関する実務知識〉

- マスメディアとソーシャルメディア
- メディアリレーションズの実務
- 自社メディアの種類と実務
- 広報・PR戦略立案の実務知識

### 科目D〈時事知識〉

- 政治・経済・国際・社会・文化・芸能・スポーツ
- ※時事問題の出題範囲は、5月実施の試験では試験実施前6カ月(10月~3月)、11月実施の試験では試験実施前6カ月(4月~9月)となります。

## 3次試験

### 広報・PRに関する実践技能

出題数: 2問 試験時間: 120分

- 課題A: ニュースリリースの作成
  - 課題B: 広報・PR計画の立案作成
- 「コーポレート課題」、もしくは「マーケティング課題」から、いずれか1つ選択。

※ニュースリリースと広報・PR計画の立案について、それぞれ商品や企業・団体等を取り巻く環境についての前提と課題が出題されます。

## 【参考問題】

※解答は本ページ下

### 1次試験

**問題** 危機管理体制の構築にあたって、自社に関するリスクの抽出と優先順位付けの工程があるが、優先順位を決める際に各々のリスクの大きさを算出するための次の計算式のうち、最も適切なものを選びなさい。

- a. 発生頻度×社会的な関心度
- b. 発生頻度×経営全般への影響度
- c. 発生頻度×法的位置づけ
- d. 発生頻度×売上高に与える影響

## 公式テキスト

各試験に対応した公式テキストです

### 広報・PR概説

1次試験対応テキスト



広報・PR業務を行うために必要とする基本知識を網羅した実用書。

A5サイズ / 348ページ  
日本パブリックリレーションズ協会(編)  
発行: 同友館(2026年3月)  
2,750円(税込)

### 広報・PR実践

2次・3次試験対応テキスト



広報・PR業務に関して、テーマ毎に解説した実務書。

A5サイズ / 384ページ  
日本パブリックリレーションズ協会(編)  
発行: 同友館(2024年5月)  
2,860円(税込)

### 広報・PR 資格試験 参考問題集

PRプランナー資格認定制度  
1次・2次・3次試験参考問題集



実際に出题された試験問題や、出題が想定される1次から3次にわたる試験問題を収録した問題集。

A5サイズ / 194ページ  
日本パブリックリレーションズ協会(編)  
発行: 同友館(2025年6月)  
1,760円(税込)

### 広報のミカタ2026

広報・PRメディア・ハンドブック  
(1次、2次、3次試験共通)



広報業務の基礎知識や情報を網羅した実務支援ツール。

新書判 / 266ページ  
日本パブリックリレーションズ協会  
発行: 同友館(2025年11月)  
2,310円(税込)

※上記公式テキストは、改訂のため変更する場合がございます。

### 1次試験対策講座

Web受講

通期開講(常時受付)

1次試験の出題分野となる公式テキスト「広報・PR概説」全14章を、自らPRプランナー資格を取得し受験体験のあるベテラン講師が平易に解説します。合格に求められる知識を、パソコンやスマホを利用し時と場所を選ばずフレキシブルに受講できるWeb講座です。

■全14講座  
(各講座 約20~60分)  
※全14講座一括受講となります。



### 2次試験対策講座

Web受講

通期開講(常時受付)

公式テキスト「広報・PR実践」各章、時事問題への取り組み方の解説を通じて、専門的な知識を検定する2次試験合格に必要なポイントを履修します。合格に求められる知識を、パソコンやスマホを利用し時と場所を選ばずフレキシブルに受講できるWeb講座です。

■全14講座  
(各講座 約20~60分)  
※1講座から受講可



### 3次試験対策講座

Web受講

通期開講(常時受付)

広報・PRの業務に不可欠な実務スキルを検定する3次試験。本講座は、「3次試験の概要と計画作成の基本」、「ニュースリリースの作成」、「広報・PR計画の立案作成(コーポレート課題)」、「広報・PR計画の立案作成(マーケティング課題)」の4講義+3演習と、「過去問の解答例と合格点をとるポイント(ニュースリリース課題・コーポレート課題・マーケティング課題)」で構成され、講義と演習を通じて、3次試験の合格に必要な知識やスキルを習得します。

■全7講義+3演習  
(各講義20分~120分/各演習30分~110分)  
■総合コース(7講義+3演習)、  
コーポレート課題コース(5講義+2演習)、  
マーケティング課題コース(5講義+2演習)  
のいずれかを選択して受講



※上記対策講座の内容・構成・スケジュールは、変更する場合がございます。  
※受講の際は、協会Webサイト(<https://prsj.or.jp>)の講座ページをご参照ください。  
協会Webサイト → PRプランナー資格 → PRプランナー試験対策講座

参考問題解答 1次試験: b

# PRプランナー資格取得者が在籍する企業・団体（一部）

アイ・オー・データ機器	サンスター	日本気象協会
IPGデクストラ・ジャパン	サントリーホールディングス	日本テレビ放送網
ACCESS	山日YBSグループ	日本ビューレット・パッカード
ARISE analytics	GMOメイクショップ	ニホンモニター
あさ出版	ジェイアール東日本企画	日本郵政
朝日広告社	JSP	ネタもと
朝日新聞社	ジェイ・ピーアール	野村證券
アスキー・メディアワークス	資生堂	野村総合研究所
アド近鉄	資生堂ジャパン	パイエルホールディング
アド電通大阪	シダックス	パイオニア
アリソン・アンド・パートナーズ	ジモティー	博報堂
アルプスアルパイン	シャープ	博報堂プロダクツ
アルプス システム インテグレーション	JAXA (宇宙航空研究開発機構)	パーソルテンブスタッフ
EPSホールディングス	ジヤトコ	ハッピーPR
いすゞ自動車	ジャパネックス	パナソニック
イトーキ	JCOM	パナソニックITS
出光興産	ジョンソン・エンド・ジョンソン	パナソニック ホームズ
井之上パブリックリレーションズ	新東通信	林テレンプ
特定非営利活動法人地域政策イノベーションフォーラム	スタッフサービス・ホールディングス	阪急阪神ホテルズ
インテグレート	SPACECOOL	バンダイナムコフィルムワークス
インフォーマート	住友重機械工業	パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス
ADKホールディングス	住友商事	ピーアールコンビナート
エイレックス	住友電気工業	P&I
江崎グリコ	学校法人聖学院	医療法人社団美心会 黒沢病院
エスケーエレクトロニクス	社会福祉法人生活クラブ	日立製作所
SCSK	積水化学工業	日立システムズ
SBテクノロジー	セガサミーホールディングス	ビデオリサーチコミュニケーションズ
エドベック	セブン&アイ・ホールディングス	ビルコム
NEC	セレスポ	ファンゲル
NTTアドバンステクノロジ	ゼンリン	フェリシア高等学校
NTT-ME	ソーシャルワイヤー	福岡ソフトバンクホークス
NTTデータ	ソフトバンクグループ	福島県
NTTデータ先端技術	ソフトバンク	富士通
NTTデータ経営研究所	大広	フジテレビジョン
NTTドコモ	大成建設	フジクリエイティブコーポレーション
NTTドコモソリューションズ	大日本印刷	船井総研ホールディングス
NTT東日本	大丸松坂屋百貨店	ブラップジャパン
NTT西日本	宝島社	プリンスホテル
エバラ食品工業	宝酒造	プレイブ
エル・ピー・エス	ダスキン	P&Gジャパン
遠州鉄道	タリーズコーヒージャパン	ベネッセコーポレーション
大阪ガス	中部電力	ベルテクス・パートナーズ
大阪シティ信用金庫	中萬学院	ポーラ・オルビスホールディングス
大津町	つきプランニング	幕張メッセ
オズマピーアール	TMオフィス	マツダ
小田急電鉄	TKC	丸和繊維工業
オタフクソース	TDK	マンダム
オムロン	TBWA\HAKUHODO	ミサワホーム
オリエンタルランド	ディップ	ミツカングループ本社
オリコム	デロイトトーマツ	三菱総合研究所
オリンパス	電通	三菱電機
オルビス	電通コーポレートワン	三菱UFJフィナンシャル・グループ
医療法人偕行会	電通総研	ミネベアミツミ
花王	電通プロモーションプラス	明治大学
金沢工業大学	電通PRコンサルティング	メトロウェザー
カルチュア・コンビニエンス・クラブ	電通東日本	森ビル
キャノンマーケティングジャパン	東京個別指導学院	モルテン
九州電力	東京電力ホールディングス	文部科学省
共同ピーアール	ドウシシャ	安川電機
協和キリン	東芝	ヤマザキマザック
グラムスリー	東北新社	ヤマハ
クロスメディアグループ	東北電力	ユニアデックス
京王電鉄	トークス	UNIVA・Oakホールディングス
Kプロビジョン	トータルオフィスパートナー	横河電機
ケンコーマヨネーズ	トータル・コミュニケーションズ	読売新聞大阪本社
コア	TOTO	読売新聞東京本社
コカ・コーラ ボトラーズジャパン	TOPPANホールディングス	読売広告社
国立研究開発法人国立がん研究センター	トヨタ・コニック・プロ	ライズ広告社
コスモ・ピーアール	トライベック	りえぞんプロダクツ
コミュニケーションデザイン	トレイントラックス	理経
コムデックス	トレンダーズ	りそなホールディングス
ゴルフパートナー	内外切抜通信社	良品計画
サイバーエージェント	中日本高速道路	ロッテ
さくらインターネット	西日本高速道路	ワールドピーアール
サミー	西広	YKK
国立研究開発法人 産業技術総合研究所	西松建設	YKK AP
産業編集センター	ニチイ学館	
サン・クリエイティブ・パブリシティ	ニチレイ	
サンゲツ	ニッパツ	

※掲載をご希望された方のみ記載しております

※50音順 2026年3月31日現在  
出典：PRプランナー資格Webサイト  
「主なPRプランナー取得企業」

## PRプランナーの活躍するフィールドは多彩です

# PRプランナー資格で 解決する5つの課題

～「広報機能がない組織」で起こりやすいこと～

## ベーシック編

### 1 情報発信が 場当たりの・属人的になる

広報部門がない場合、情報発信は総務・営業・経営者などが、“ついで”に行うことが多く、

- 発信の基準がなく
- 誰が何をいつ出すか決まっていない

状態になりやすいとされています。

その結果、メッセージのトーンや内容に一貫性がなくなります。

### 2 「正しく伝えていない」ために 誤解だけが広がる

広報の役割は「伝える」だけでなく、

「誤解を防ぐこと」ですが、

広報不在の組織では、

- 説明不足
- 背景情報の欠如

により、意図しない受け取られ方が生じやすくなります。

結果として、企業側は「何も悪いことをしていないのに評価が下がる」状態に陥ります。

## メディア対応が 後手・受け身になる

広報部門がない企業では、

- 記者からの問い合わせに誰が対応するか決まっていない
- 回答スピードが遅れる

といった問題が起こりやすいと指摘されています。メディア対応の遅れは、それ自体が「不誠実」と受け取られるリスクを高めます。

3

## 炎上・トラブル時に 「何もできない」

SNS 時代においては、初動対応の遅れが企業価値を大きく毀損します。

しかし広報機能がない組織では、

- 想定Q&A
- 対応フロー
- 発信責任者

が整備されておらず、結果として沈黙・迷走・二次炎上につながりやすいとされています。

4

## 社内で「広報＝文章を書く人」と誤解される

広報不在の環境では、広報の本来の役割（対話・フィードバック・信頼構築）が理解されにくく、単なる「お知らせ係」「SNS 担当」と誤認されがちです。

その結果、広報が本来果たすべき役割が組織内で機能しなくなります。

5

# PRプランナー資格で 解決する5つの課題

～「広報が経営機能として存在しない」ことで生じる問題～

## アドバンス編

### 1 経営判断と社会の受け止めのズレが拡大する

日本広報学会は広報を「経営機能」と定義していますが、

広報部門がない企業では、

- 経営の意図
- 現場の実態
- 社会の期待

をつなぐ「翻訳機能」が欠落します。

その結果、経営判断が社会的に誤解されやすくなります。

### 2 危機管理が“事後対応”にとどまる

広報部門が存在しない場合、危機管理は法務・総務主導になりがちで、

- 説明責任
- 共感
- 信頼回復

といった視点が欠けやすいと指摘されています。これは「火消しはできても、評価回復ができない」状態を生みます。

## 採用・営業・IR に悪影響が波及する

広報は単独機能ではなく、

- 採用広報
- 営業支援
- 投資家との信頼構築

に横断的に影響します。

広報がない場合、企業の魅力や実態が十分に伝わらず、長期的な競争力低下につながります。

3

## 社内の知見や実践が「言語化されず消える」

特に中小企業・地方企業では、実際には優れた取り組みをしても、それを外部に説明できないケースが多いと指摘されています。

広報不在は、

- ノウハウの属人化
- 企業価値の見えにくさを招きます。

4

## 広報投資の必要性が永遠に理解されない

広報部門がないと成果指標が存在せず、「効果が見えないからやらない → ますます効果が見えない」という悪循環に陥ります。

結果として、経営層の理解も進まず、体制整備が後回しになります。

5

# PRRSJ

## Public Relations Society of Japan

### 公益社団法人 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（略称：PRSJ）は、わが国におけるPRの発展と高揚を目的として、業種・職種にとらわれず、広報・PRに深い関心を持つ個人で構成されるユニークな団体です。各委員会・部会では、会員が幹事として活発な活動を展開しており、広報・PR業務に欠かせない研修や交流の場づくりに努めております。

### 公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会



〒106-0032  
東京都港区六本木6丁目2番31号  
六本木ヒルズノースタワー5F



PRプランナー資格制度

TEL 03-5413-6760 FAX 03-5413-2147  
<https://pr-shikaku.prsj.or.jp> (PRプランナー資格制度)  
<https://prs.or.jp> (日本パブリックリレーションズ協会)

