

報道資料

報道関係各位

2018年10月11日

公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会

## PRプランナー資格認定制度/検定試験 新公式テキストを10月1日に刊行 —試験項目の一部改訂(2019年8月実施の1次試験より)に対応—

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:畔柳 一典)は、PRプランナー資格認定制度/検定試験の公式テキスト(専門学習書)『広報・PR概説(1次試験対応)』と『広報・PR実践(2次・3次試験対応)』を2018年10月1日に(株)同友館から出版しました。本書の仕様はいずれもA5判、『広報・PR概説』が定価2,400円(税別)、『広報・PR実践』は定価2,600円(税別)で、全国の書店や大学生協、Amazon.co.jp等の書籍販売サイトを通じて販売されています。

新テキストは、2019年8月に実施される1次試験と、2019年11月に実施される2次試験に対応しており、1次試験および2次試験範囲となる、経営、CSR、IR、危機管理からマーケティングとブランド・マネジメント、広報・PR実務まで、幅広い範囲にわたる試験分野の内容を一冊でカバーしており、受験準備を効果的かつ効率的に行うことが可能となります。



新テキストの制作にあたっては各分野に精通した大学教授等の学識者、PRの専門会社などに所属する広報・PRの実務者が執筆を担当。新項目に合わせて全ページの内容を刷新し、最新の広報・PRで必要な領域を網羅しました。また、全章にわたって対象分野を要領よくわかりやすく解説しており、大学の教科書としても使えるように編集しています。特に、『広報・PR実践』では、新しく3次試験に対応した過去問題と解説も充実しました。

PRプランナー資格認定制度/検定試験は、2007年に第1回を開始してから今年8月の第23回1次試験で受験者は累計1万人を突破し、3次試験に合格しPRプランナーに登録した人は現在2500人超となっております。この間、Webメディアの普及、グローバル化の進展、コーポレートガバナンスやコンプライアンスの重視など、社会・経済環境は急速に変化してきました。これらの構造変化に伴い、広報・PR業務の領域拡大に対応して、試験内容に新しい要素を盛り込むことになり、この改訂に対応し新テキストを刊行しました。

**PRプランナー資格認定制度/検定試験** <https://pr-shikaku.prsj.or.jp/>

この件に関するお問い合わせは下記までお願いいたします。

公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会 担当: 宮松

TEL: 03-5413-6760 FAX: 03-5413-2147 URL: <https://prsj.or.jp/>

## 参考資料①

### 『広報・PR概説』出版概要

- 書名：2019-2020年度版  
    **広報・PR概説**  
    PRプランナー資格認定制度1次試験対応テキスト
- 仕様：A5判、338ページ
- 定価：2,400円（税別）
- 編著：公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会
- 発行：株式会社同友館
- ISBN：978-4-496-05376-4

### ● 内 容

- 第1章 広報・PRの基本
- 第2章 企業経営と広報・PR
- 第3章 広報・PR活動のマネジメント
- 第4章 コミュニケーションの基礎理論
- 第5章 メディアリレーションズ
- 第6章 マーケティングの基礎理論
- 第7章 マーケティングと広報・PR
- 第8章 ブランドの基礎理論
- 第9章 CSR（企業の社会的責任）
- 第10章 インターナル・コミュニケーション
- 第11章 IR（インベスターリレーションズ）
- 第12章 グローバル広報
- 第13章 危機管理広報
- 第14章 行政・団体等の広報・PR

※各章末に参考問題付



## 参考資料②

### 『広報・PR実践』出版概要

- 書名：2019-2020年度版  
    **広報・PR実践**  
    PRプランナー資格認定制度2次・3次試験対応テキスト
- 仕様：A5判、363ページ
- 定価：2,600円（税別）
- 編著：公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会
- 発行：株式会社同友館
- ISBN：978-4-496-05378-8

### ● 内容

#### 科目A 企業経営と広報・PR

- 第1章 経営環境の変化と広報・PR
- 第2章 CSRと広報・PR
- 第3章 インターナル・コミュニケーション戦略
- 第4章 IR活動の実務
- 第5章 グローバル広報の実務
- 第6章 危機管理広報の実務

#### 科目B マーケティングと広報・PR

- 第7章 マーケティング・マネジメント
- 第8章 マーケティング・コミュニケーションの実務
- 第9章 マーケティング・コミュニケーションの潮流

#### 科目C コミュニケーションと広報・PR実務

- 第10章 メディアの種類と特性
- 第11章 メディアリレーションズの実務
- 第12章 自社メディアの活用
- 第13章 広報・PR戦略立案の実務知識

#### 3次試験対応

- 第14章 3次試験「課題B」の対応策と参考解答例



### 参考資料③

#### 新・試験項目

#### ◆1次試験:広報・PRに関する基本的な知識

|                  |  |
|------------------|--|
| 広報・PRの基本         | 広報・PRの基本構造<br>企業の広報活動の役割と機能<br>パブリックリレーションズの歴史                           |
| 企業経営と広報・PR       | 現代の企業と社会環境<br>企業とステークホルダーの関係<br>広報・PR部門の役割<br>日本の企業広報の歴史                 |
| 広報・PR活動のマネジメント   | 経営における広報・PR戦略<br>PDCAによるマネジメント<br>広報・PR活動の調査・分析と計画策定<br>広報・PR活動実施の留意点と効果 |
| コミュニケーションの基礎理論   | コミュニケーションの基本<br>マス・コミュニケーションの歴史<br>コミュニケーション効果の諸理論                       |
| メディアリレーションズ      | メディアの種類と特性<br>パブリシティの特徴<br>メディアリレーションズの手法                                |
| マーケティングの基礎理論     | マーケティングの基本<br>消費者の購買行動<br>マーケティング・ミックス                                   |
| マーケティングと広報・PR    | マーケティング・コミュニケーションの役割<br>コーポレート・コミュニケーションとの連携<br>マーケティングにおける近年の潮流         |
| ブランドとマーケティング     | ブランドに関する諸概念  |
| CSR(企業の社会的責任)    | CSRの基本概念<br>CSRの発展と歴史的経緯<br>CSRに関する近年の潮流                                 |
| インターナル・コミュニケーション | インターナル・コミュニケーションの戦略的位置づけ<br>企業文化とコミュニケーションの機能<br>社内広報の歴史                 |

|                    |  |
|--------------------|--|
| IR (インベスターリレーションズ) | IR の基本概念<br>IR 活動の対象<br>ディスクロージャーの基本                       |
| グローバル広報            | 日本のグローバル広報の歴史<br>異文化理解のためのコミュニケーション課題<br>グローバル広報におけるメディア対応 |
| 危機管理広報             | 危機管理広報に関する基本概念<br>リスクマネジメントとしての広報の役割<br>クライシス・コミュニケーションの基本 |
| 行政・団体等の広報・PR       | 行政・団体等の広報の基本概念<br>行政広報における近年の動向<br>公共的な団体の広報の特徴            |

## ◆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          | 近年の経済・社会環境の変化<br>ステークホルダーの多様化と広報・PR戦略<br>コンプライアンスと広報・PRの課題      |
| CSRと広報・PR              | CSRの推進と広報・PR活動の役割<br>CSRに関する企業の取り組みの変遷<br>世界的なCSRの潮流            |
| インターナル・コミュニケーション戦略     | 労働環境の変化<br>インターナル・コミュニケーションの戦略的意義<br>グループ企業におけるインターナル・コミュニケーション |
| IR活動の実務                | コーポレートガバナンスの変化<br>IRの戦略と計画<br>株価と企業価値                           |
| グローバル広報の実務             | 海外進出企業の発展過程<br>グローバルな情報発信の必要性<br>日本企業におけるグローバル広報の留意点            |
| 危機管理広報の実務              | 近年の危機管理広報の動向<br>企業の危機管理における広報・PRの機能<br>クライシス・コミュニケーションの実務       |

| <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・マネジメントの基本概念<br>市場環境と市場分析<br>ブランド・マネジメントの理論                       |
| マーケティング・コミュニケーションの実務          | 戦略的マーケティング・コミュニケーション<br>生活者との接触ポイントの活用<br>マーケティングの新概念                    |
| マーケティングと広報・PRの動向              | マーケティングにおけるKPIの考え方<br>ターゲット設定と広報・PR<br>ソーシャルメディア活用術                      |
| <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              | 新聞・雑誌・テレビ・Webニュース・ソーシャルメディア<br>報道機関の組織体制<br>近年のメディア環境の変化                 |
| メディアリレーションズの実務                | 記者発表の実務<br>取材への対応<br>情報拡散の手法   |
| 自社メディアの種類と実務                  | 紙媒体・Webサイト・公式SNS等の役割<br>自社メディア作成の実務<br>ソーシャルメディアの運営                      |
| 広報・PR戦略立案の実務知識                | 広報・PR戦略の立案<br>広報・PR関連調査<br>広報効果測定  |
| <科目D：時事問題>                    |  |
| 政治・経済・国際・社会・文化・スポーツ・芸能        | 時事問題の出題範囲は、5月実施の前期試験では試験実施前6ヵ月（10月～3月）、11月実施の後期試験では試験実施前6ヵ月（4月～9月）となります。 |

## 参考資料④

### 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：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、一般企業の広報部門、PR業およびPR業関連会社、それに有識者を含む約530名で組織されている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、公益社団法人となりました。

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、年鑑「PR Yearbook」や会員誌「協会ニュース」の刊行、PRにかかわるデータを網羅した「PR手帳」などの出版事業、優れたPR事例を顕彰する「PRアワードグランプリ」、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」、広く社会や地域の発展に寄与し奨励に値する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」の運営などを行っており、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、倫理の徹底を推進しています。

2007年からは、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、幅広い人々に「PRプランナー」などの資格を付与しています。

2009年10月には、時代の要請に応える広報・PR人材育成センターを目指し、実務能力の向上を目的とした「広報PRアカデミー」を新たに開講いたしました。

また2010年4月に「広報・PR概論（PRプランナー資格認定制度1次試験対応テキスト）」、2011年3月に「広報・PR実務（PRプランナー資格認定制度2・3次試験対応テキスト）」、2012年4月に「広報・PR資格試験問題集PRプランナー資格認定制度1次・2次・3次試験過去問題集」を出版するなど、各種の事業を通じて、広報・PRの普及と発展に寄与しています。