

PRとは

PR = Public Relations (パブリック・リレーションズ)
 パブリック = 右図のような企業や団体・組織に関係する各種のグループ。企業は、これらのパブリックスに関わらずに単独で企業活動はできない。
 リレーションズ = これらのパブリックと良好なリレーション(関係)を作っていく必要がある。複数であるところが興味深い。

PRに関する基本書籍である「Effective Public Relations」(米国 Prentice-Hall Inc.刊)の定義;
 Public Relations is the management function that establishes and maintains mutually beneficial relationships between an organization and the publics on whom its success or failure depends.

概略的には、PRとは、商品や企業に対する人々の受け止め方を管理するビジネス(パーセプション・マネジメント)といえる。

巷間、PRの定義(広義/狭義)や理解、誤用にいろいろあるが、しっかりとした認識をしておこう。

危機管理やIR(インベスターズ・リレーションズ)、それにロビーイングも対外パブリックスが絡む経営機能であることから、広義的にPRとよんでいいだろう。

