

信頼を創造するアーキテクチャ 信頼を創造するアーキテクチャ AIとデータが駆動する次世代PR・IR戦略

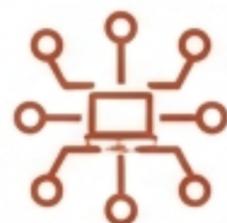


Noto Serif JP Regular

構造的転換期における「エージェント」から「アーキテクト」への進化論

構造的かつ不可逆的な地殻変動：生存のための戦略的転換

業界を揺るがす4つの潮流



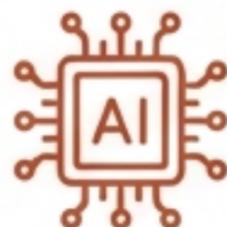
1. デジタル化によるメディアパワーの分散化



2. ステークホルダー資本主義 (ESG/SDGs) への移行

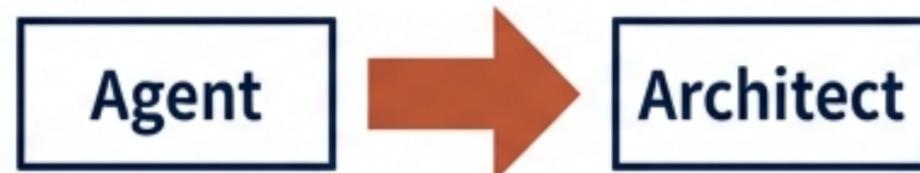


3. データに基づくROIへの厳格な要求



4. 生成AIによる「創造」と「破壊」

価値の源泉の移動



「メディアリレーション（誰を知っているか）」から「データ・戦略・高度専門性（何を知っているか）」へ。もはや単なる情報の代理人（Agent）ではなく、レピュテーションを設計する設計士（Architect）としての役割が求められる。

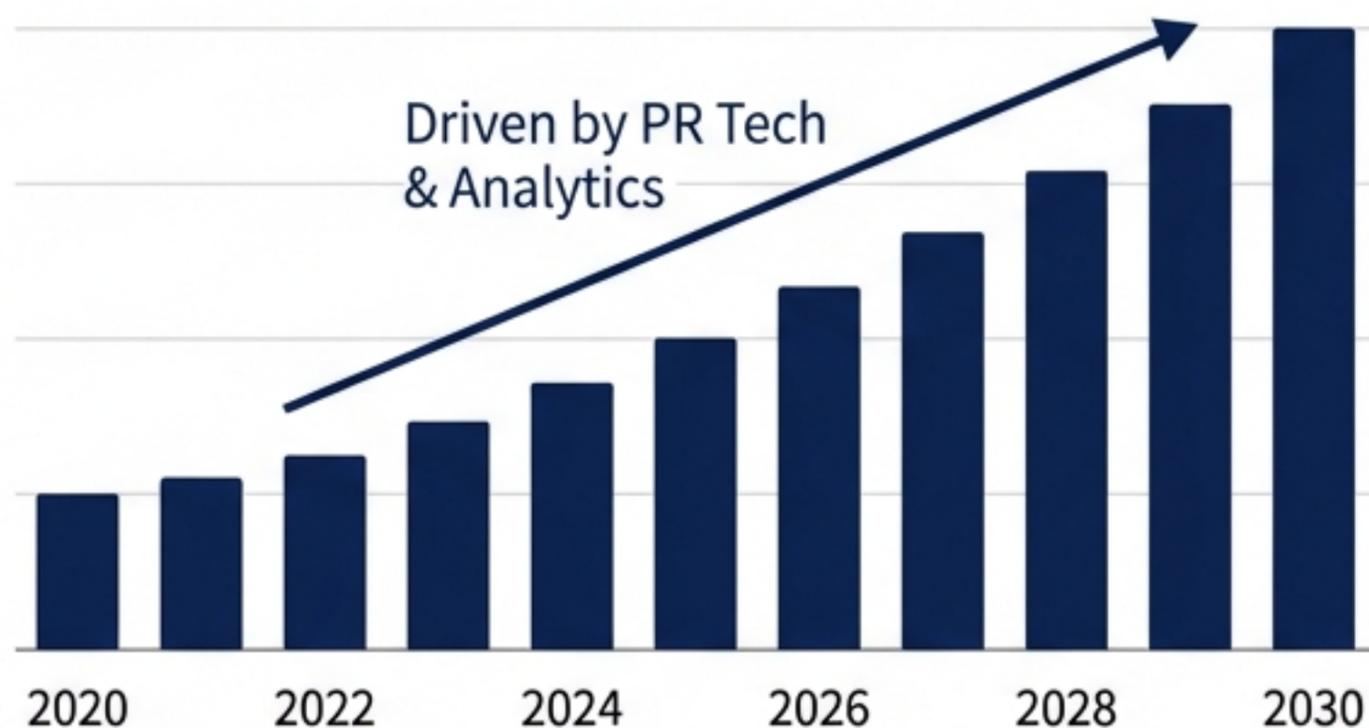
4つの戦略的柱



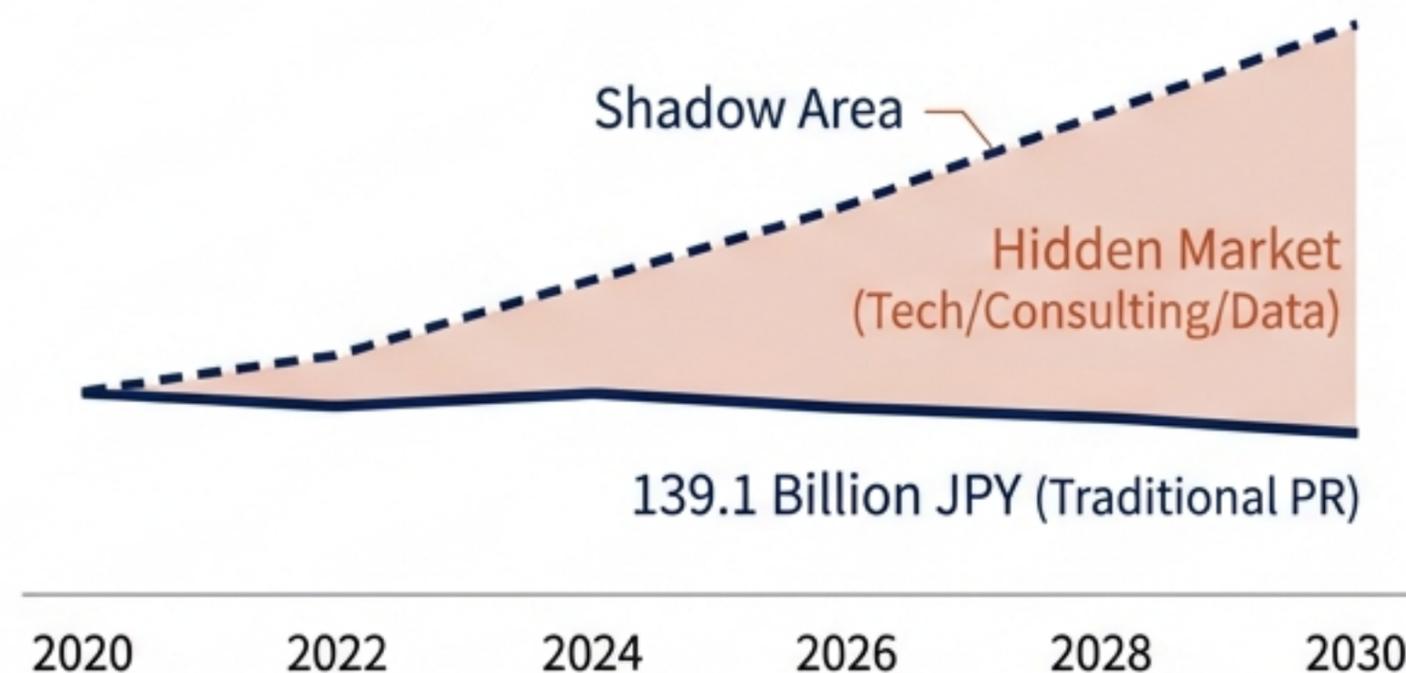
1. 事業モデル：総合レピュテーション・コンサルティングへの転換
2. テクノロジー：独自ダッシュボードとAI統合への投資
3. 人材：データサイエンティスト・ESG専門家の獲得とリスクリング
4. エコシステム：M&Aとアライアンスによる外部能力の取り込み

世界市場の拡大と国内市場の停滞：そのギャップに潜む真実

Global Market (CAGR 7.5% - 10.5%)



Japan Market & Hidden Potential



見かけの停滞、実質の拡大

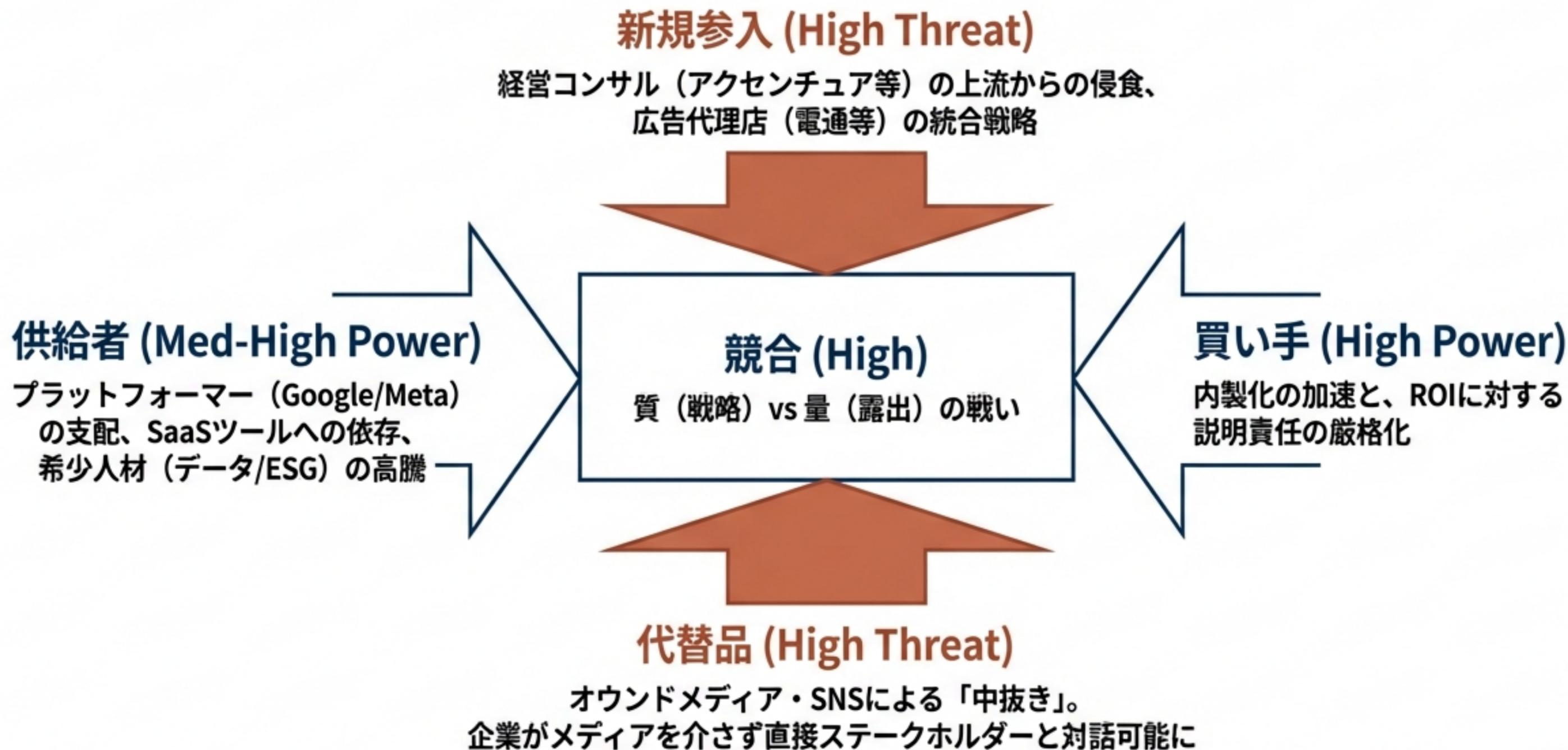
日本のPR「業」の数字は横ばいだが、広義の市場（約6,800億円規模）は拡大している。成長の果実は、伝統的なPR会社ではなく、PR Techベンダーや異業種（コンサル・代理店）が獲得している。「効果測定」や「分析」へのニーズは61%→73%へ急増中。

PESTLE分析：「信頼 (Trust) 」が問われるリスク社会



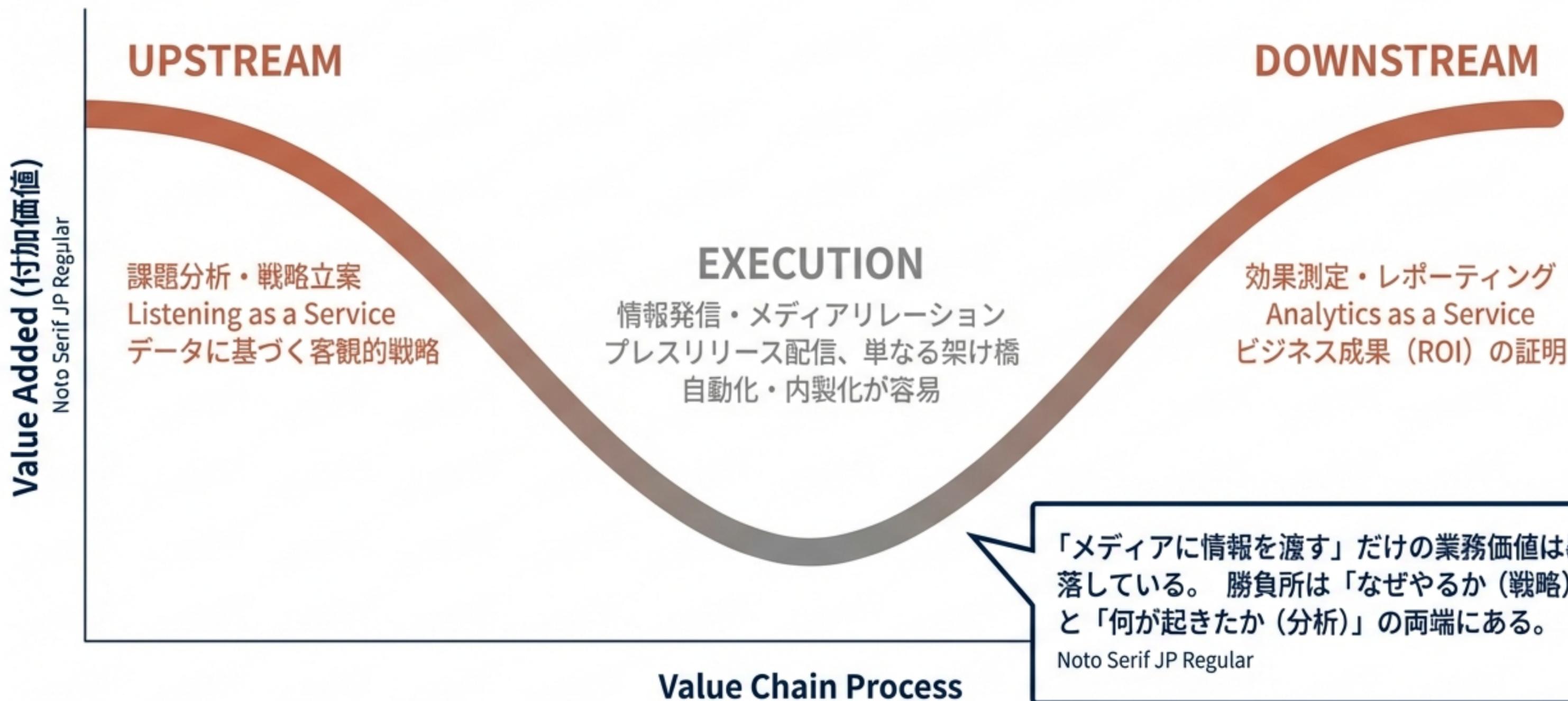
フェイクニュースやステマ規制など、社会全体で「何を信じるか」が問われる時代。PRの役割は情報の「伝達」から、情報の「信頼性担保 (Gatekeeper)」へシフトしている。

業界のアンバンドリング：全方位から迫る収益性の危機



伝統的な「メディア仲介機能」は分解（アンバンドリング）され、再構築されている。単なる仲介者は淘汰される運命にある。

バリューチェーンの変容：実行のコモディティ化と価値の両極化



顧客ニーズの深化：活動量（Activity）から成果（Outcome）へ

顧客セグメント	概要/KBF
グローバル大企業	KBF：危機管理、地政学リスク対応、グローバルガバナンス
BtoB企業	KBF：リード獲得への貢献、業界特化の専門知見、ソートリーダーシップ
スタートアップ	KBF：資金調達（Funding）のための信頼獲得、採用ブランディング
政府・公共	KBF：パブリックアクセプタンス（合意形成）、行動変容

KPI EVOLUTION

× Death of AVE: 広告
告換算価値（AVE）は
無意味化。



◎ New Standard: 認知
変容、リード獲得数、
レピュテーションスコ
ア、採用応募数など
「経営に直結する指
標」への移行。

生成AIの二面性：「創造」の民主化と「信頼」の破壊

OPPORTUNITY (Creation)



創造の効率化

コンテンツ生成の自動化（プレスリリース/ドラフト）、リアルタイム・リスニング、危機シミュレーション。

Insight: 「作業」にかかる時間は激減し、戦略思考へリソースを集中できる。

THREAT (Destruction)



信頼の危機

ディープフェイク（CEOの偽動画など）、高度な偽情報（Disinformation）、コンテンツの画一化。

Insight: 企業を守るための「真贋を見抜く目」と「即応体制」が新たな商品となる。

Strategic Takeaway: AIは「使う」ものではなく「判断する」もの。プロンプトエンジニアリング以上に、出力結果の戦略的・倫理的判断能力が問われる。

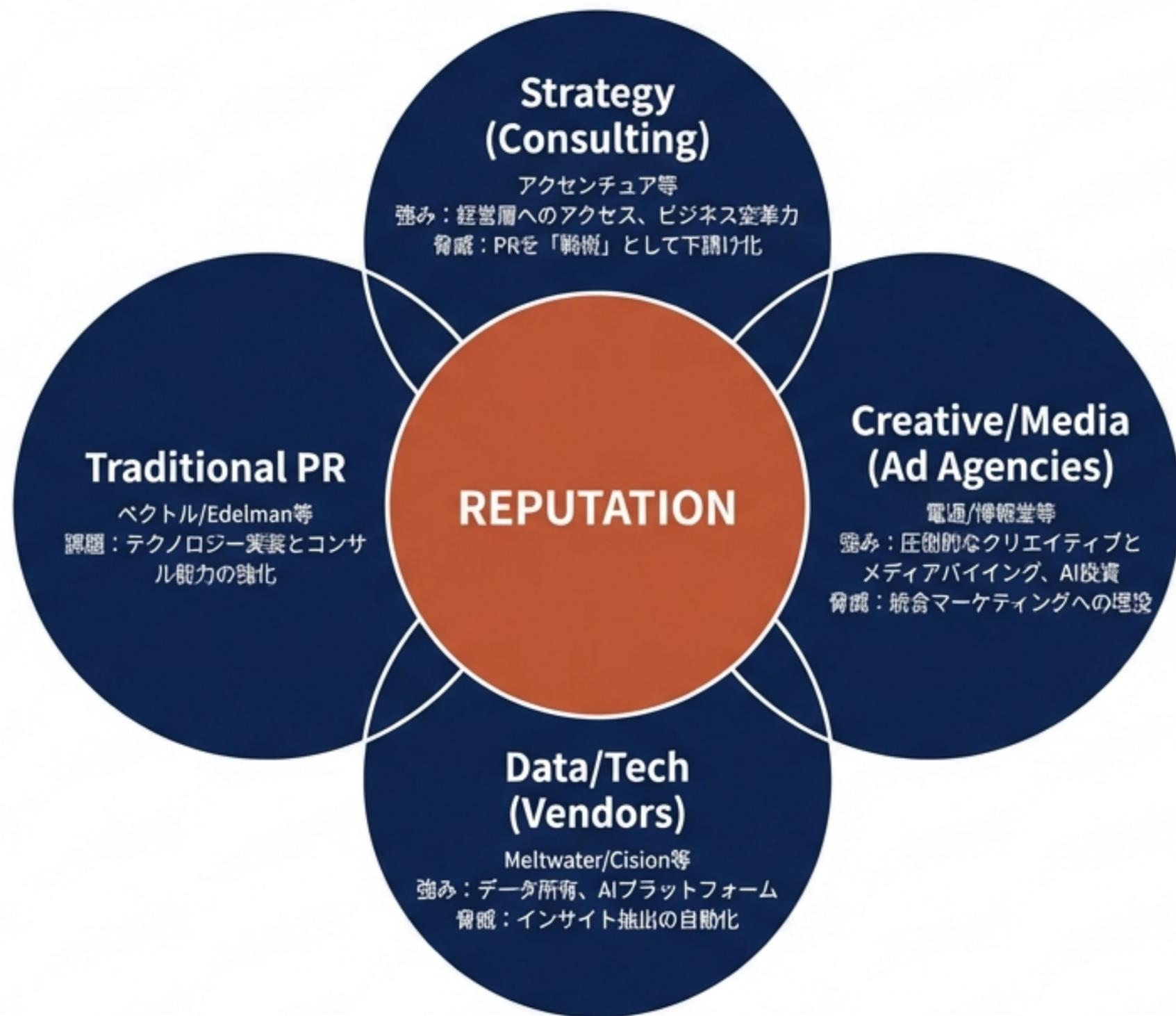
内部資源（VRIO）分析：競争優位は「人脈」から「形式知」へ

Resource	Value	Rarity	Conclusion
Media Relations (Who you know)	Low/Mid	Low	コモディティ化 (Commoditized)
Crisis Experience/IP (What you know)	High	High	競争優位の源泉 (Competitive Advantage)
Data Science/ESG Expertise	High	High	獲得競争が激化 (Talent War)

Insight

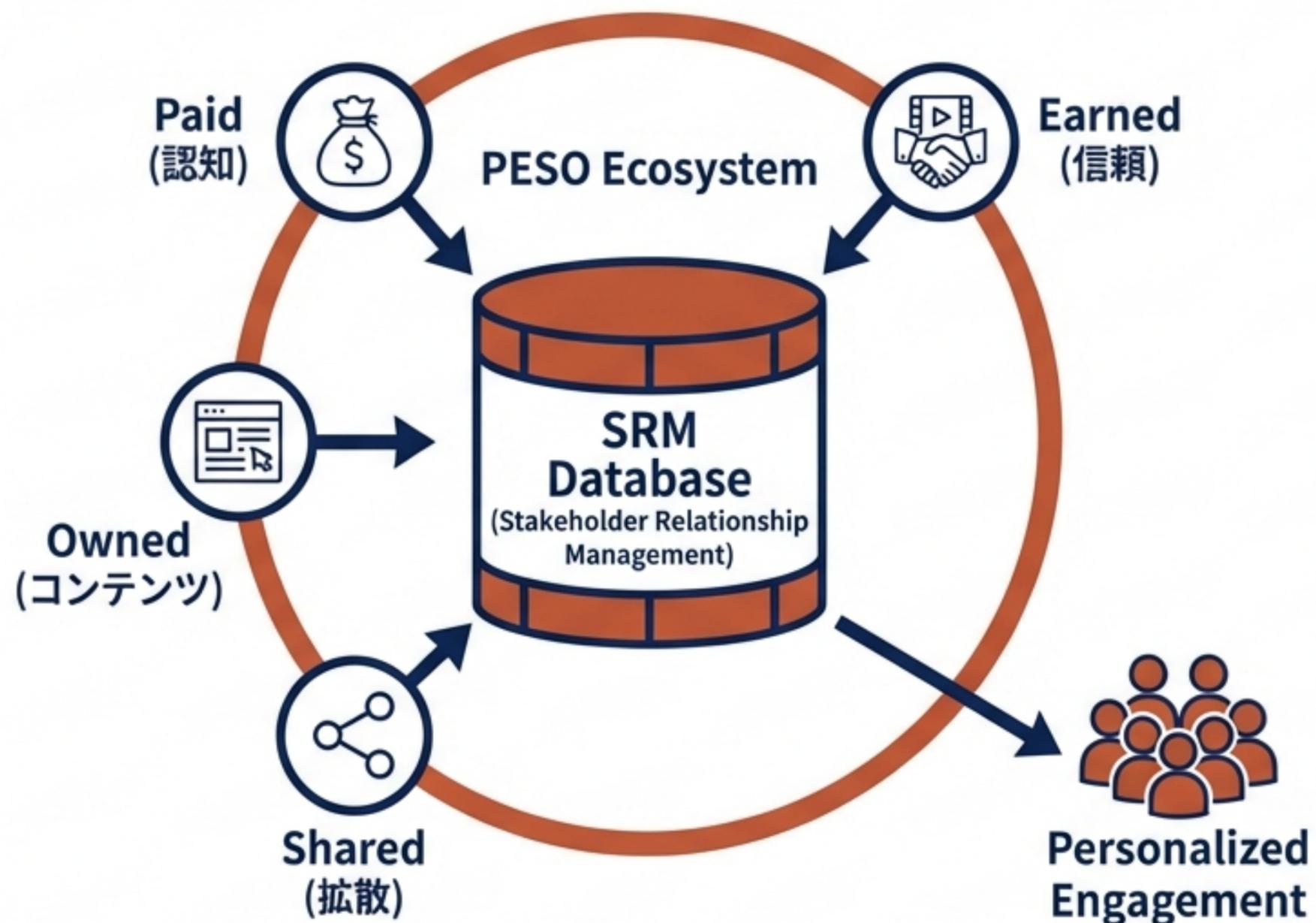
Talent Crisis: 高度専門人材（データサイエンティスト、ESGアナリスト）はコンサル・テック業界との争奪戦。年収1,000万円超の専門職を惹きつける組織文化と報酬体系が必須。

競合環境の変貌：異業種巨人とのエコシステム戦争



単独での対抗は困難。自社の強みを核にしたアライアンスが必要。

未来のトレンド：PESOの完全統合とSRM



PESO Integration: 縦割りの打破。
シームレスな循環。

SRM: 記者、投資家、インフルエンサーごとの履歴・関心をデータ化し、AIでエンゲージメントを最適化。

IR Evolution: 非財務情報 (ESG) をストーリー化し、投資家コミュニティを形成。

アイデンティティの再定義：AgentからArchitectへ

FROM: AGENT

情報の代理人 (Agent)

手段・活動量 (Media Exposure)

経験と勘 (Art)

ツールの使用者 (User)

事後対応 (Reactive)



TO: ARCHITECT

信頼の設計士 (Reputation Architect)

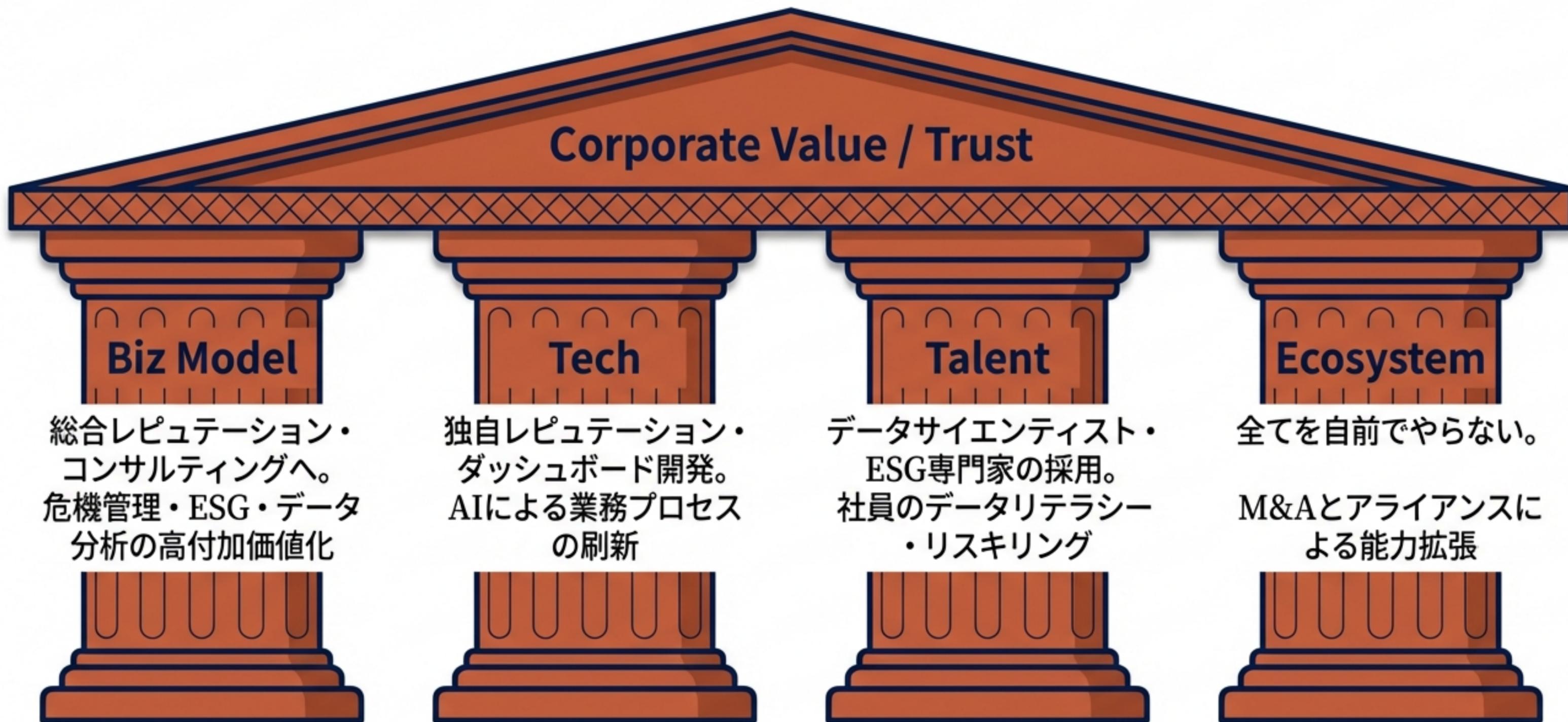
目的・解決 (Business Outcome)

データと論理 (Science & Data)

技術の指揮者 (Orchestrator)

予測・予防 (Predictive/Proactive)

戦略的アクション：4つの変革ピラー



ロードマップ：3ヶ年の実行計画とKPI



TARGET KPIs

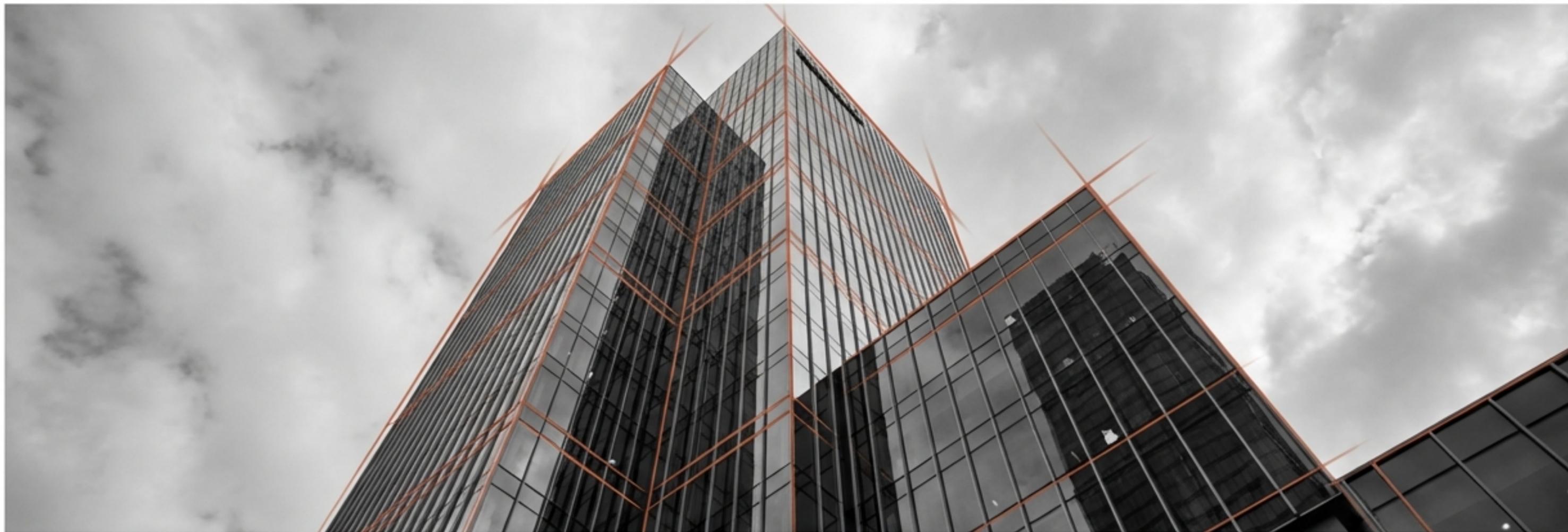
コンサルティング収益比率 > 50%
顧客単価 (ARPA) 向上
専門人材定着率

結論：信頼のアーキテクトとして未来を拓く

データとAIが業界を破壊するのではない。それらを使いこなせない者が淘汰されるだけである。

不確実な世界において、「信頼 (Trust)」こそが最強の資産である。

我々の使命は、その資産を科学的に守り、育て、企業価値へと転換することだ。



Be the Architect.