

広報・PRサービスのご案内



GaaaOn

会社案内



ガーオンでは広報・PRを中心としたマーケティング施策を通じて、お客様のビジネスを成長させるお手伝いをしております。

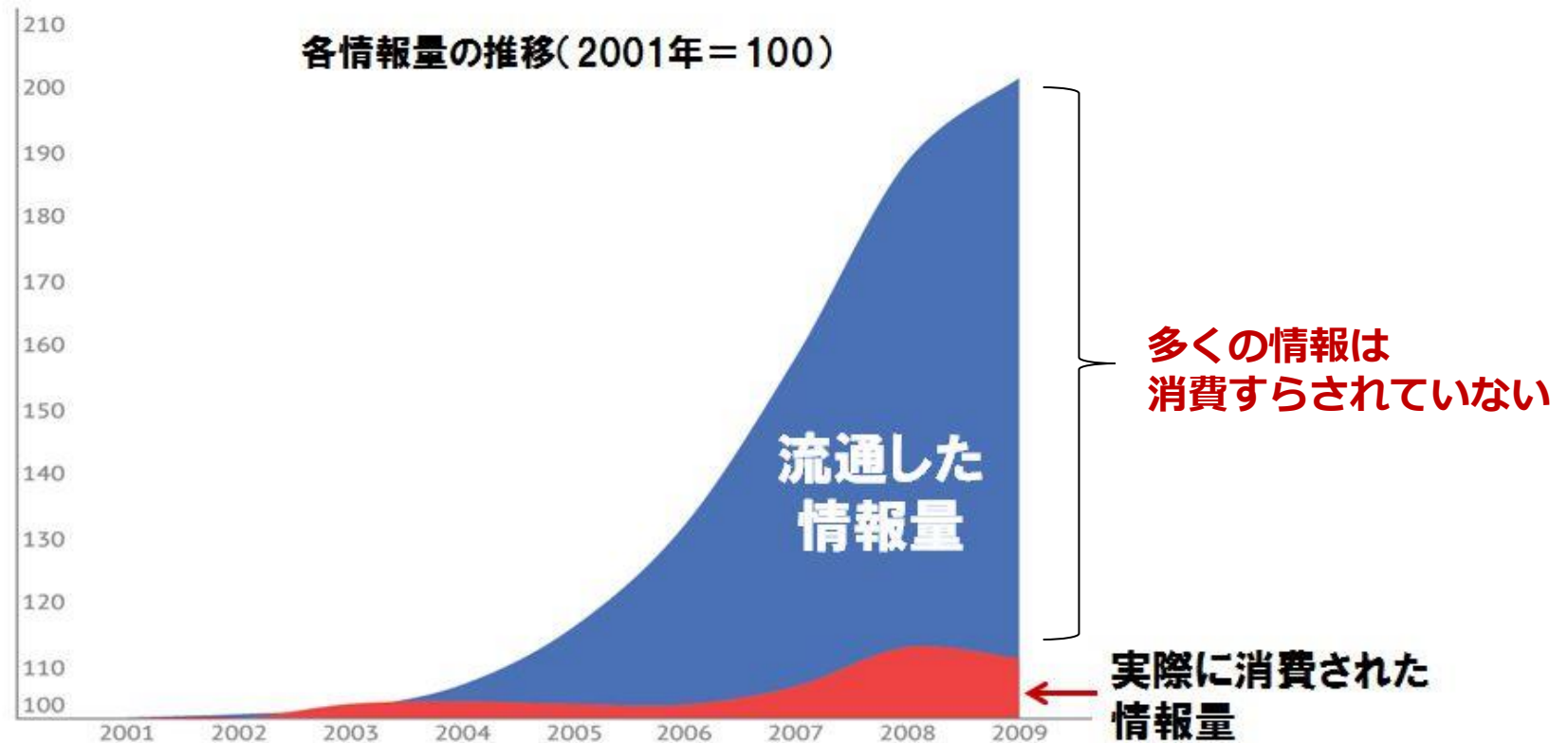
会社名	株式会社ガーオン GaaaOn
所在地	〒141-0021 東京都品川区上大崎4-3-14 フラワーヒル目黒6F
設立	2014年10月（PR事業は2009年より開始）
電話	03-6417-4482
FAX	03-6417-4483
事業内容	・ 広報・PR企画の立案及び実施、業務代行・コンサルティング ・ 宣伝広告・販促プランの企画立案、実施 ・ マーケティング業務 ・ リサーチ／分析業務 ・ SNSコミュニケーション ・ メディア露出調査／ソーシャルリスニング ・ インフルエンサー・マーケティング ・ オウンドメディアの企画・運営 ・ WEBサイト制作、デザイン・CI制作 ・ リリースサイト『PRナビ（http://www.pnavi.jp/）』の運営
代表	猪狩 優
取引銀行	三菱東京UFJ銀行



取引先企業（一部、順不同）

株式会社明光ネットワークジャパン、東京工芸大学、株式会社パドックス・ブランディング、はこねのもり女子大学、株式会社TBI JAPAN、ミドリ安全株式会社、株式会社トレジャー・ファクトリー、スターティア株式会社、株式会社ワークスアプリケーションズ、株式会社ナップス、ケイアイスター不動産株式会社、株式会社山田養蜂場、株式会社Shade3D、株式会社小田急エージェンシー、他

メッセージを伝えるために



経済産業省 情報流通インデックス計量結果

※消費情報量：情報消費者が受信した情報の内容を意識レベルで認知すること

情報が溢れる時代では、メッセージの伝え方に“工夫”が必要となります

信頼できる情報元「ニュース記事」

広告(宣伝)

企業の一方的なメッセージ



信頼性低／効果薄

記事(広報)

第三者が発信するメッセージ



信頼性高／効果高

	広告	記事
掲載決定権	企業	報道関係者
信頼性	低	高
コスト	高 (掲載枠購入費)	低
掲載確率	確実	不確実

企業が一報的にメッセージを発信する「広告」手法だけでは、情報は伝わりにくい。
一方、**第三者の視点**で書かれた「記事」は、情報を受取る側の**信頼性も高く反響も大きい**。
媒体枠購入費も必要ないため、費用対効果も高い。

ニュース報道は集客や売上にも直結

東洋経済
ONLINE

お知らせ 東洋経済新報社：新卒採用エントリーはこちら

3月6日（月）

| Tokyo Business Today | 四季報オンライン |

トップ ビジネス 政治・経済 マーケット キャリア・教育 ライフ 鉄道

ビジネス ▶ 外食

崎陽軒、「シウマイバル」出店の意外な狙い

そこにはあふれんばかりの横浜愛があった

◀ 前ページ ▶ 次ページ ▶

小関 敦之：フリーランスライター&築地の案内人

2017年03月06日

ツイート いいね! 741 シェア コメント 3 G+ B! 印刷 A A



左から、人気の

おひとりさま「ちょい飲み」需要をキャッチ

前述のとおり、シウマイと弁当販売が主力事業となっている崎陽軒が、なぜ東京駅に新業態を出店したのだろうか。野並専務はこう話す。



崎陽軒の野並専務（撮影：今井康一）

「もともと東京駅周辺の商業施設の中には、何力所か売店を出店していました。しかし、東京駅は全国から人が集まる場所なので、さらに駅に近い場所に出店できないかという希望を持っていました。そんな矢先、一番街への出店のお話をいただいたのが発端です」

「当社としては、物販での出店を念頭に置いていたのですが、今バルがある場所は間口が広いので、物販だけではなく飲食店も備えた形で出店できないか、社内で検討した結果、売店を併設した飲食店の形が最適だと判断しました」

訪れる客は1日平均200人ほどと、「予想していたより多い」（野並専務）そうで、当初の夜需要が高いという。1人で30分程度。アルコールなどを含めて

物販7、飲食3程度の割合になると予想の1カ月は物販3、飲食7と数字が逆転。メディアが取り上げたことなどから、飲食の思いがけぬ好調に現在では物販飲食は5対5程度、「おひとりさま」「ちょい飲み」ということだろう。

并を知らなかった関東圏の人以外に、バル出店のひとつの目的になって答えが返ってきた。

崎陽軒様の新業態「立ち飲みバル」をオープンするにあたり、テナント側でメディア限定の内覧会を実施。

「意外性」を訴求することで、多数メディアに取材いただき、さらに連鎖的に報道が増えました。

東洋経済オンラインより
崎陽軒 野並専務談

訪れる客は1日平均200人ほどと、「予想していたより多い」（野並専務）そうで、当初考えていたより夜需要が高いという。1人で

仕事帰りに立ち寄る客が多く、滞在時間は30分程度。アルコールなどを含めて客単価は1000～1200円程度と見る。

崎陽軒としては、当初バルの売り上げを、物販7、飲食3程度の割合になると予想していたが、フタを開けてみると、最初の1カ月は物販3、飲食7と数字が逆転した。「崎陽軒がバルを始めた」と多くのメディアが取り上げたことなどから、ちょい飲みに寄るお客が予想以上に多かったことが、飲食の思いがけぬ好調につながったと、同社では分析している（ちなみに現在では物販飲食は5対5程度）。気軽に立ち寄れるバルという形態が、「おひとりさま」「ちょい飲み」という、現在の消費スタイルにマッチしたということだろう。



参考資料

平成26年 利用しているテキスト系ニュースサービス(全年代・年代別・男女別あり) H26年総務省発表資料

	紙の新聞	新聞社の有料 ニュースサイト	新聞社の無料 ニュースサイト	ポータルサイト によるニュース配信	ソーシャルメディアに よるニュース配信	キュレーション サービス	いずれの方法でも 読んでいない
全年代(N=1500)	62.8%	2.5%	9.2%	54.5%	9.5%	5.6%	12.8%
10代(N=140)	31.4%	1.4%	3.6%	40.7%	9.3%	7.9%	33.6%
20代(N=221)	38.0%	2.7%	11.3%	68.3%	19.9%	10.9%	16.3%
30代(N=281)	47.3%	2.1%	11.7%	66.9%	12.8%	7.8%	12.8%
40代(N=303)	70.6%	3.3%	10.2%	66.3%	10.6%	5.6%	9.2%
50代(N=255)	80.0%	2.7%	10.6%	48.6%	6.3%	2.7%	7.8%
60代(N=300)	87.7%	2.3%	5.7%	32.3%	0.7%	1.0%	8.3%

近年ニュース離れとは言われているものの、国民の87%は何かしらのニュースに接しています

全体 N=1,200	信頼できる	信頼できない	はい・スピーディー	遅い	情報の内容が詳しい	情報の内容が詳しくない	情報が偏っていない	情報が偏っている	幅広く情報が得られる	おもしろい情報が得られる	知りたい情報が得られる	役に立つ情報が得られる	他では得られない情報がある	わかりやすい・理解しやすい	災害時や緊急時に役に立ちそう	自分にとってないと困る	今の時代をリードしている	利用しやすい・簡単に利用できる	利用しにくい	今後利用者が増えそう	今後利用者が減りそう
紙の新聞	66.6	2.2	11.1	10.6	39.1	1.3	10.1	9.2	30.9	9.3	15.0	23.9	6.9	15.5	8.3	17.9	2.4	30.6	4.2	1.2	22.6
電子版の新聞	12.7	1.5	17.1	0.7	6.3	1.5	2.4	3.2	6.0	2.8	4.5	4.3	1.8	1.8	4.8	1.3	9.2	6.1	11.1	15.4	0.7
テレビ	42.7	6.3	53.7	1.7	24.0	4.8	7.3	18.1	37.1	34.7	21.6	26.3	7.6	30.6	36.0	35.6	10.8	47.3	0.5	6.4	3.6
ラジオ	28.6	1.8	26.3	1.3	7.2	4.2	3.7	3.4	10.0	9.9	4.9	8.6	5.0	5.9	38.4	10.3	1.9	21.0	4.7	2.5	8.8
インターネットラジオ	6.3	2.1	9.3	0.9	1.8	1.1	1.2	1.9	4.0	2.8	2.4	2.3	1.6	1.8	8.1	1.3	6.0	3.5	10.5	6.8	1.6
雑誌	8.3	8.5	1.3	11.4	15.8	2.1	1.3	15.1	11.3	22.1	15.6	12.7	10.3	7.8	0.3	3.5	1.8	12.0	3.0	1.3	7.1
インターネットのWEBサイト	9.9	5.3	27.8	0.8	9.8	2.8	3.0	5.9	20.2	17.3	23.4	17.7	12.9	8.4	11.2	12.2	18.2	22.1	5.5	20.3	0.8
SNS	2.9	12.2	14.3	0.8	1.3	2.8	0.9	9.4	5.1	10.8	5.2	4.1	6.3	2.5	8.1	5.7	13.4	12.4	7.9	20.8	0.9
動画共有サービス	3.7	8.8	7.2	0.9	1.5	1.9	1.0	5.8	5.6	18.9	7.6	3.4	7.0	2.8	2.6	3.4	10.5	13.1	6.8	17.4	0.6

信頼できるメディア = 新聞
面白い・役立つ情報 = テレビ
知りたい情報・時代性 = WEB

...イメージ項目の中で1番高いメディア (対象：15～79歳／人口構成比に応じて割付け) 2013年日本リサーチセンター調べ

記事や番組に取り上げてもらうには

- ・ ニュースのネタが欲しい
- ・ 新製品や新サービスの情報が欲しい
- ・ 読者に有益な情報を伝えたい
- ・ 特集を組むため情報を探している
- ・ 社会に貢献している人を世に広めたい
- ・ 最新トレンド情報が欲しい
- ・ 面白い会社取材したい



情報収集・取材

情報提供



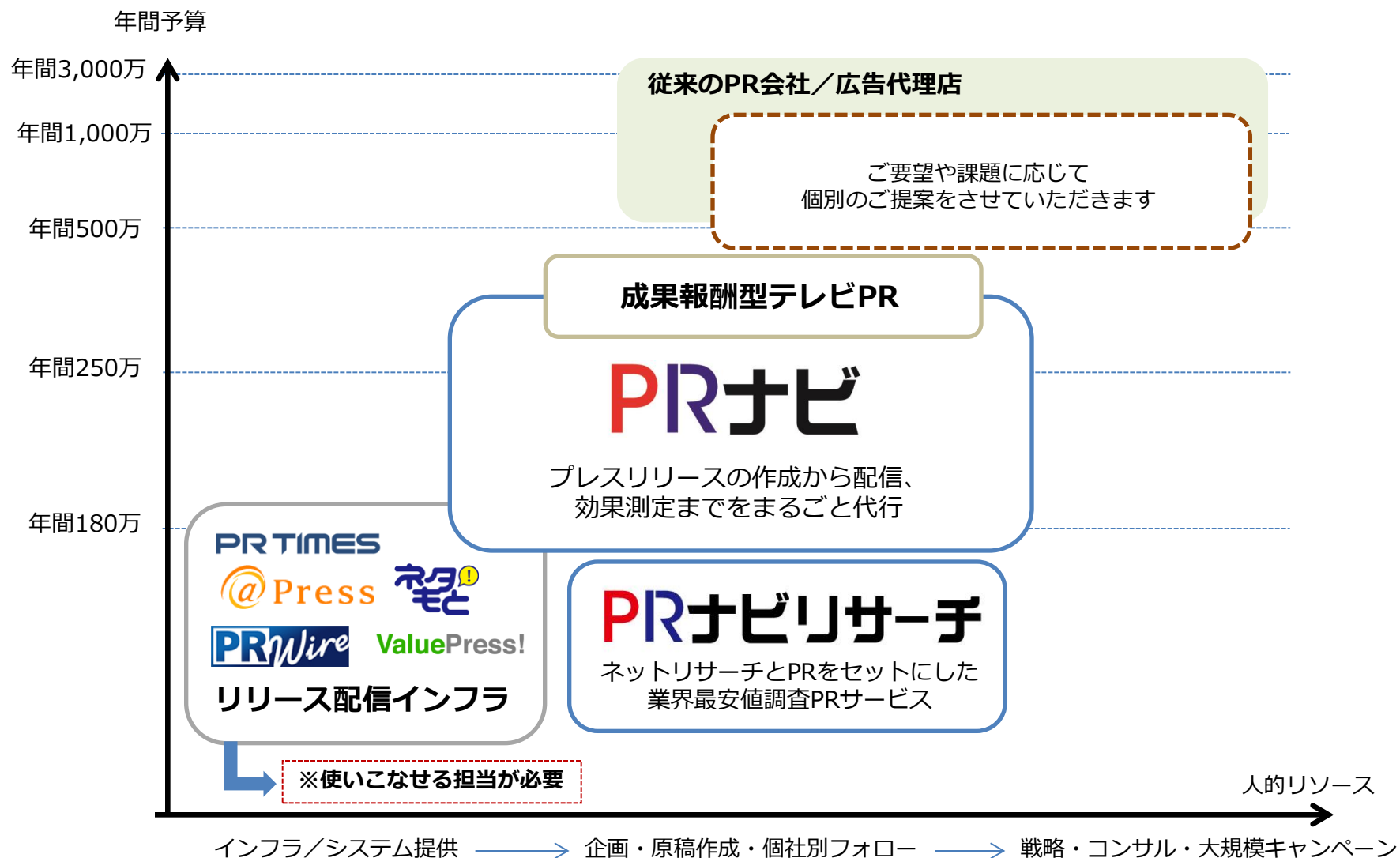
記事掲載／番組放映

**ニュースのネタを
企業から積極的に発信・提供**

- ★新規性
- ★話題性
- ★社会貢献性

**記者も日々情報（ネタ）を探しています
報道関係者向け情報資料「プレスリリース」を送ることで、
積極的に記事掲載や番組掲載を狙えます**

主なPR提供サービス



広報・PRサービス PRナビのご案内

まるごと広報代行サービス「PRナビ」

PRナビは、企業のプレスリリースを、
メディアや生活者へ伝達するリリース配信・広報支援サービスです。

**戦略設計からターゲットメディアの抽出、リリース作成・配信、
ポータルサイト掲載、記事クリッピング、広告換算値算出（効果測定）
までの広報活動を、まるごとワンストップでご提供いたします。**



PRナビでは一連の広報活動をワンストップでご提供いたします

まるごと広報代行サービス「PRナビ」



プレスリリースの切り口を発掘・ご提案いたします

PR
素材

×

業界
動向

季節
ネタ

話題

エ
ピ
ソ
ー
ド

商品・サービス



各種イベント



人物・ヒト



業界動向／各種データ



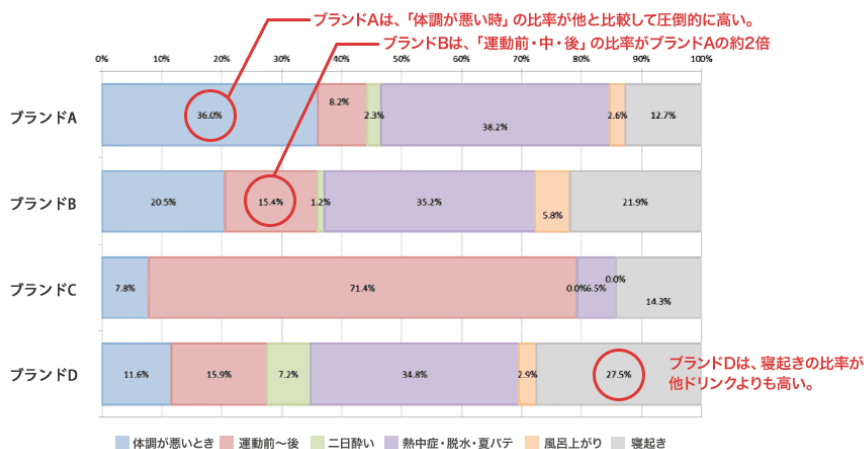
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
イベント 行事 季節ネ タ	入学 入社 新年度新学期 お花見 ダイエット	ゴールデン ウィーク 三社祭	ウェディング 梅雨 アレルギー ボーナス クールビズ	七夕 土用の 丑の日 お中元	夏休み 不眠 夏バテ	敬老の日 十五夜 夏の疲れ アレルギー 食欲の秋	ハロウィ ン 日焼け	七五三 保湿 ボジョレー ヌーボー	クリスマ ス 忘年会 年越し 冷え 鍋 歳暮	新年 正月 タイ エット	節分 花粉症	桃の節句 (ひなまつ り) イースター 春分の日 美白
記念日	エイプリルフール 省エネルギーの日 図書館記念日 世界保健デー 女性の日 昭和の日 ワインの日 Etc	憲法記念日 みどりの日 端午の節句 子供の日 母の日 世界禁煙デー チーズの日 愛犬の日 etc	父の日 ベルトの日 かばんの日 etc	クレ ジットの 日 うどん の日 納豆の 日 海の日 etc	ねぶた 祭り 原発の 日 修正記 念日 バイク の日 etc	防災の日 老人の日 敬老の日 秋分の日 etc	体育の日 コーヒー の日 etc	すしの日 文化の日 勤労感謝の日 ボタンの日 靴下の日 トイレの日 もやしの日 etc	天皇誕生 日 ビタミン の日 世界エイ ズデー etc	成人の 日 海苔巻 きの日 etc	生活習慣病 予防週間 建国記念日 パンの日 バレンタイン デー etc	消防記念日 ホワイト デー 春分の日 靴の記念日 ミュージッ クの日 etc

新商品・新サービス発表時だけがPRのタイミングとは限りません。
リリースの切り口を弊社でご提案します。

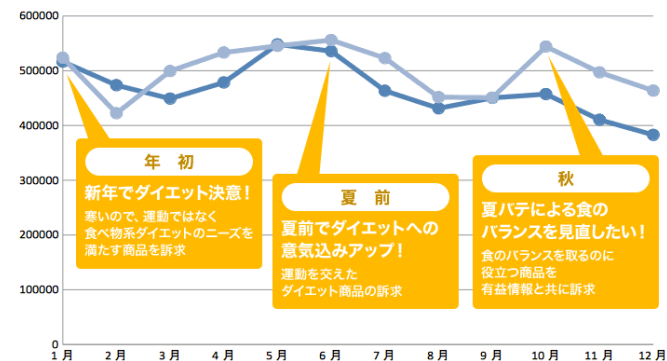
国内最大の口コミデータベース & 日経メディアデータベースを活用



2ちゃんねるとTwitterのオフィシャルデータ分析



■ ダイエットに関するクチコミ件数推移



ターゲット層の動向やメディアの報道傾向などをいち早くリサーチ
情報発信タイミングや訴求ポイントなど、最適な広報戦略をご提案いたします

まるごと広報代行サービス「PRナビ」



貴社独自のターゲットメディアリストを作成いたします

No	ジャンル1	ジャンル2	ジャンル3	媒体名	社名	発行部数
1	通信社	—	—	共同通信	共同通信社	—
2	通信社	—	—	時事通信	時事通信社	—
3	新聞	日刊	全国紙	読売新聞	読売新聞社	9,945,058
4	新聞	日刊	全国紙	朝日新聞	朝日新聞社	7,955,595
5	新聞	日刊	全国紙	毎日新聞	毎日新聞社	3,413,724
6	新聞	日刊	全国紙	日経新聞 (日経MJ/日経産業新聞)	日経新聞社	3,010,558
7	新聞	日刊	全国紙	産経新聞(フジサンケイビジネスアイ)	産経新聞社	1,609,528
8	新聞	日刊	経済紙	日刊工業新聞	日刊工業新聞社	422,607
9	新聞	日刊	ブロック紙	東京新聞	中日新聞社	545,577
10	新聞	日刊	ブロック紙	中日新聞	中日新聞社	2,702,622
11	新聞	日刊	ブロック紙	北海道新聞	北海道新聞社	1,147,188
12	新聞	日刊	ブロック紙	西日本新聞	西日本新聞社	759,243
13	新聞	日刊	地方紙	神奈川新聞	神奈川新聞社	210,473
14	WEB	日刊	ニュースサイト	マイナビニュース	マイナビ	約3500万PV
15	WEB	日刊	ニュースサイト	j-cast	ジェイキャスト	月間約2,500万PV
16	WEB	日刊	ニュースサイト	サーチナ	サーチナ	月間約1億3000万PV

例えば
ヤフーニュースを狙うのであれば・・・

JCASTニュース **ねとらぼ**
ビジネス&メディア ウォッチ

YOMIURI ONLINE AllAbout

といったWEBメディアも
重要なPRターゲットとなります。

日経やテレビを攻めるにも、まずは業界紙や
WEBメディアを攻略していくことが、
地道で重要なPR戦略の要となります。

PR活動のターゲット媒体を設定し、貴社専用のメディアリストを作成いたします。

※スポットプラン以外を対象

まるごと広報代行サービス「PRナビ」



PRプランナーがメディアに刺さるリリースを作成いたします



FAXや郵送にも活用できるA4タイプ of 原稿を作成



PRSJ認定PRプランナー

ご利用企業様のPRネタを
スタッフがヒアリング

ドラフトの作成・原稿提出

校正

プレスリリースの納品

日本で唯一の広報・PRの団体である、公益社団法人日本パブリック
リレーションズ協会（PRSJ）が正式に認定したPRプランナーが、
メディアに刺さりやすい効果的なリリースを作成いたします。

リリースの切り口から弊社でご提案しますので、“ネタ”がなくてもご安心下さい。
作成したリリースはHPなどでご自由にお使い頂けます。

まるごと広報代行サービス「PRナビ」



メール・FAX・郵送にてリリースをメディアに届けます

PRナビ

プレスリリース配信

ターゲットメディアに合わせて、
メール・FAX・郵送と**3つの手法**でリリースを届けます。



メール

約1,000名
一斉配信



FAX

100媒体程度
個別配信



郵送

50~200媒体
個別配信

「日経新聞」「NHK」など、
郵送のみをリリース対象とする
メディアも増えてきています。



報道関係者
(記者・ライター・番組制作部)



生活者
ターゲット

プレスリリース掲載

リリースを20媒体以上のポータルサイトへ掲載します

eXcite Infocook NEWS YOMIURI ONLINE 朝日新聞 & IT&メディア DIGITAL

Fresh eye goo ビジネス EX @nifty ビジネス ID 読島新聞

ジョルダンニュース! Mapien Google chnet Japan 22Net.

RBB TODAY. INTERNET COM ESDN Magazine えん食へ

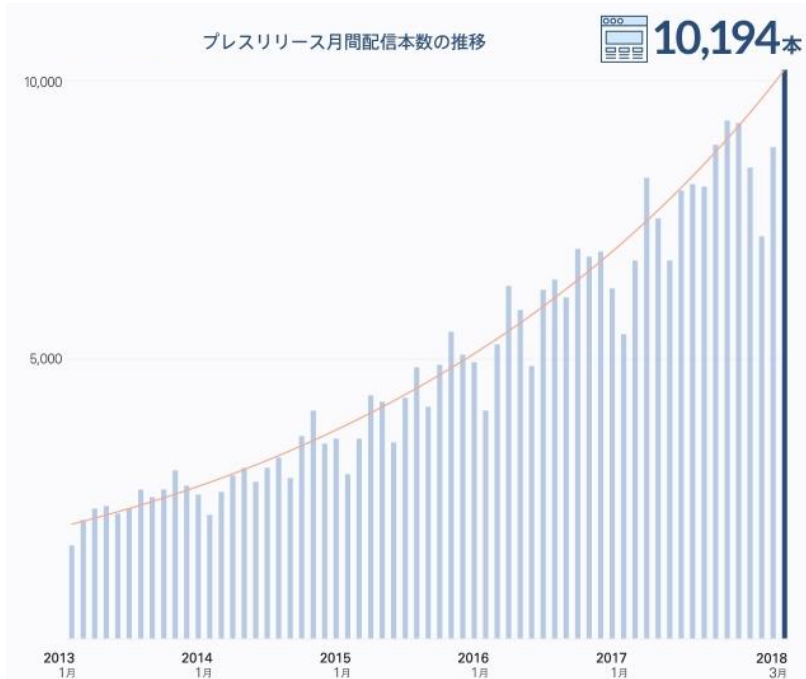
掲載協力: PRtimes

- ◆SEO効果 (ワード検索対策)
- ◆一般消費者へのリーチ
- ◆「Googleアラート」対策
- ◆情報拡散
- ◆アクセス数向上

まるごと広報代行サービス「PRナビ」



郵送でも送付することで他社リリースとの差別化を図ります



近年企業が広報・PRを強化するようになり、企業から発信されるリリース本数そのものが急拡大しています。

メールで送られるリリース本数は、

ここ**4**年で**4**倍に！

配信手段として**郵送**でも送ることで、差別化に繋がります。

- ・カラーで訴求可能
- ・開封・閲覧率向上
- ・FAXよりも鮮明なデータ

※NHKや日経新聞などは郵送のみ受け入れると公表

まるごと広報代行サービス「PRナビ」



掲載記事のクリッピングを行い、KPIとして広告換算値を算出します

新聞・雑誌

2,500媒体以上

記事の切り抜きを集計



紙メディアに掲載となった実際の記事を収集し、まとめてご報告します。

WEB

1,100媒体以上

URL付きでご報告



WEBメディアに掲載となった実際の記事を収集し、まとめてご報告します。

SNS／ブログ

実際の影響を調査

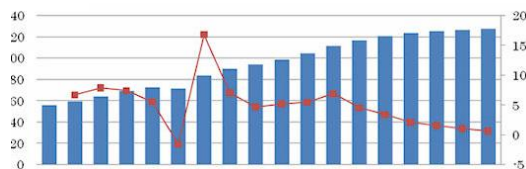
URL付きでご報告



SNSやブログなどに掲載となった書き込みを収集し、まとめてご報告します。

※Twitterは10%データとなります

効果測定指標として「広告換算値」を算出しご報告



広告換算値とは：

広報の活動指標として世界で最も活用されている指標の一つ。

記事の大きさや発行部数をもとに、同じ枠の広告を出稿した際の費用を算出します。

数値化することで広報活動を見える化し、社内用の説得データとしてもご利用いただけます。



オプションでTVデータも対応可能です。

「PRナビ」サポート費用

低予算で継続的に
PR活動を始めてみたい
という企業様向け

広報活動を積極的・
継続的に実施したい
という企業様向け

面倒な広報活動を全て
任せたいという企業様向け

プラン		ライト	スタンダード	エンタープライズ
ミーティング	PR戦略立案やリリースのヒアリングなど適宜	○	○	○
ターゲット選定	ターゲットメディアの抽出と設定・更新	○	○	○
プレスリリース作成	メディアに効果的なリリースを作成	○	○	○
メディアへの配信	メールでの配信	○	○	○
	FAXでの配信	○	○	○
	郵送での送付（サンプル同封一部可）	○	○	○
	記者クラブへの投函 （対象クラブがあり許可を得られた場合）		○	○
WEB PR	提携サイトへの掲載保障（PRtimes活用）	○	○	○
効果測定 クリッピング	WEBメディア掲載調査＜約1,100媒体＞	○	○	○
	広告換算レポート（WEB）	○	○	○
	新聞・雑誌メディア掲載調査＜約2,600媒体＞		○	○
	広告換算レポート（雑誌・新聞）		○	○
	SNS調査・分析（Twitter／ブログ／2ちゃんねる）			○
広報事務局対応	問い合わせ対応（メディア管理）			対応可
月額費用（年間契約） 15%OFF		15万円	18万円	24万円
月額費用（半年契約）		17.5万円	21万円	28万円

※契約期間は6ヶ月間～

※プレスリリースは月1～2本を想定。上記年間プランでは15本、半年プランでは6本を上限に対応いたします。

価格は税別です

その他提供サービス

●個別PR

- ・調査PR代行「PRナビ リサーチ」
- ・PR戦略コンサルティング
- ・成果報酬型テレビ番組プロモート
- ・メディアプロモート／キャラバン
- ・ペイドパブリシティ（記事広告）
- ・オウンドメディア運営
- ・記者発表会／プレスセミナー
- ・その他広告 etc



●ニュース分析

- ・ニュースメディア（国内約6,000メディア/海外約210,000）
- ・SNSの全世界自動モニタリング・分析
 - 自社:全世界最新オンラインメディア掲載のチェックに
ネガティブー 危機管理
ポジティブー リリースや施策ごとのWeb波及効果を測定
 - 業界動向:競合他社や業界動向のウォッチング・比較分析に



●テレビ分析

- ・民放6社の露出分析
（NHK、日本テレビ、TBS、フジテレビ、テレビ朝日、テレビ東京）
- ・CM分析



●広告

●ブランディング／CI制作

お気軽にご相談ください

最後に

最後までご覧いただき誠にありがとうございました。

弊社では企業様の知名度アップ、売上アップ、ブランディングを目的とした、
広報・PR支援サービスをご提供しております。

サービス等ご興味いただけましたら、
担当までお気軽にお問い合わせください。

現在PR会社やリリース配信サービスをご利用の企業様もお気軽にご相談ください。

◆会社概要◆

GaaaOn

社名 株式会社ガーオン
住所 東京都品川区上大崎4-3-14
事業内容 広報、PR業務代行及びコンサルティング
PRナビの運営
URL <http://prnavi.jp/>
<http://gaaaon.jp>

【サービスに関してのお問合せ】

株式会社ガーオン
PRナビ担当
TEL : 03-6417-4482
FAX : 03-6417-4483
MAIL : info@gaaaon.jp