

サニーサイドアップの 手とり足とりPR

THE MOST IMPORTANT BASICS
OF

PR

大手PR会社で
実際に使われている
実践マニュアル

Taught by

SUNNY SIDE UP Inc.

サニーサイドアップ
吉田 誠・亀山一樹・SSU社内マニュアル編集チーム [編著]

はじめに

昨今、世の中に向けて発信される情報量は爆発的に増えていきます。その反面、一つひとつの情報を生活者が目にする機会や確率は大きく減っていると考えていいでしょう。

そのため、これからの時代、**生活者に情報を届ける確率を上げるためには、「情報の質を高めること」が必須**です。それにもなって、企業と生活者との間で良好な関係性を作るための「PR（パブリックリレーションズ）」という考え方が、これまで以上に注目されています。

一方で、単に「PR」＝「パブリシティの獲得」であり、「メディアで取り上げてもらえればそれでいいんだ」という理解が多くなされていることは、とても気になる点です。**本来のPRの意味とは、もっと深い、「企業や団体が社会との良好な関係性を構築すること」**だからです。

そこで、この広い枠組みでPRを捉えながら、読者のみなさんに課題解決のためのさまざまな手法を身につけていただきたいと思い、この本を刊行するに至りました。

ですので、本書の内容は、パブリシティ獲得など、いわゆるオーソドックスなPR活動やメディアプロモートの基本的なノウハウ・要点だけにとどまりません。デジタルマーケティング、フィールドマーケティングなど多様な手法それぞれについて、わかりやすく、具体的に書いてあります。こうした、いまやとても広い範囲に及んでいるPRの全体像を一冊でつかんでいただける

よう、網羅性を持って解説していることも、この本の特徴です。

企業の広報部門の方、PRや広報の部署に配属されたばかりの方、物が売れないといわれるこの時代に苦心している方、再度PRに関して学び直したいと思っている方など、多くの方々にPRの考え方や幅広い手法について学んでいただければと思います。

もちろん、それ以外の「PRについてまったく知識がない」という方でも、現在行われているPR活動というものについて、ひと通り理解していただける本となっています。

本書は全部で6つの章で構成しています。まず第1章では総論として、PRとはどんなものなのか、何が重要なのかといった「私たちの考えるPRの全体像」を解説します。第2章から第6章は各論で、「手法としてのPR」「プランニング」「メディアプロモート」「リアルプロモーション」「デジタルマーケティング」について、それぞれ解きほぐしていきます。

本書の元は、30年以上、年間200社以上にわたって企業のPR活動を支援してきたPR会社である、私たちサニーサイドアップの社内マニュアルとして実際に使われているものです。

さまざまな手法を駆使して、世の中に「たのしいさわぎ」をおこしてきたサニーサイドアップならではの、広いジャンルを網羅した実践的な本となっています。ご自身で読まれる以外にも、社内教育や企画の参考などにいただければ、とてもうれしく思います。

PRの業務においては、私たちが仕事の現場で実際に向き合っ

ているような、目まぐるしく変わっていく最新のPRトレンドや考え方を日々アップデートしていくことも大切です。ただその前に、まずは本書で、**基本的だからこそとても重要なPRの基礎**を身につけていただければと思います。

広い意味で捉えると、PRはとても大きな可能性を秘めています。そのさまざまな手法をシンプルにまとめた本となっていますので、ぜひ手元に本書を置きながら、ご自身のフィールドで「たのしい企画」を生み出してください。

はじめに 003

第1章

PRで本当に 大事なポイントとは？

01 PRってどんなもの？ 012
02 差別化のために「PRストーリー」が必要な時代 016
03 「手法」としてのPR 021

第2章

「手法としてのPR」の原理原則

01 PRにはさまざまな手法がある 024

02	意外と知らない「プレスリリース」と「ニュースレター」の使い分け	027
03	事前のファクト作りからPRする	038
04	さまざまなコンテンツでプロモートする	042
05	いいイベントはPRの要	045
06	重要性が増している社内広報と危機管理広報	053
07	なぜ「報告書」が必要なのか？	058

第3章

「プランニング」の原理原則

01	戦略と戦術で考える「プランニング」のキホン	064
02	分析から戦略を立てる① 3C分析	066
03	分析から戦略を立てる② STP分析	069
04	戦術の立案① 施策のストーリーを組み立てる	080
05	戦術の立案② 施策の具体案を組み立てる	084
06	そのPR、効果はどれだけあったの？	090

第4章

「メディアプロモート」 の原理原則

- 01 効率的な露出を目指す
「メディアプロモート」のキホン 094
 - 02 さまざまなメディアの特徴をつかむ 100
 - 03 実践 メディアプロモート①
取材誘致のための資料作りとアプローチ 112
 - 04 実践 メディアプロモート②
ヒアリングからイベントの取材対応まで 116
 - 05 実践 メディアプロモート③
5つの確認事項と小ワザ集 123
-

第5章

「リアルプロモーション」 の原理原則

- 01 立体的な戦略を基にしたリアルプロモーション 128
- 02 セールスプロモーションでキモになる知識 130
- 03 セールスプロモーションを極める①
「認知拡大」と「来店促進」の施策 135

04	セールスプロモーションを極める② 「購買促進」「囲い込み」「流通」の施策	138
05	プロモーションのケーススタディ	147
06	もっとアピールできるキャンペーンの作り方	150
07	誰でも参加OKで広く発信できる オープンイベント	156
08	知らないはず、 リアルプロモーションに関する法律と申請	168

第6章

「デジタルマーケティング」 の原理原則

01	デジタルマーケティングって 具体的にどんなことをするの?	172
02	SNSとインフルエンサーを徹底活用する	175
03	「インターネット広告」にはどんなものがあるか	187
04	その他の制作物① いまや必須の「動画制作」	196
05	その他の制作物② 目的に合わせて「サイト」を作る	200
06	デジタルマーケティング施策の事例	204

巻末資料 お役立ちTIPS集

01 「イベント」のお役立ちTIPS	210
02 Webマーケティング用語集	212
03 「プレゼンテーション」のお役立ちTIPS	219
おわりに	222