

2013年5月27日
株式会社 電通パブリックリレーションズ

電通 PR が『戦略 PR の本質』(井口 理 著)を出版

本年6月7日から、全国書店にて販売

株式会社 電通パブリックリレーションズ(代表取締役社長執行役員:近見竹彦、本社:東京都中央区、以下電通 PR)は、弊社 PR プランナー 井口 理(いのくち ただし)の執筆による書籍『戦略 PR の本質 ~実践のための5つの視点~』を出版いたします(発売元:朝日新聞出版)。

ここ数年企業や各種団体の広報活動の領域で注目されている「戦略 PR」の牽引役として活躍してきた著者が、自ら手がけたものを含め国内外の様々な事例を紐解きながらその本質に迫る、電通グループ流「戦略 PR」の決定版です。

本書は、本年6月7日(金)に全国の書店にて発売いたします。また電子書籍は、「Amazon Kindle ストア」「楽天 kobo」「パピレス」などで6月末頃から随時販売していきます。

「戦略 PR」という言葉は“広告だけではモノが売れなくなった”と言われるようになった2009年頃から PR や広告の世界で盛んに使われるようになりました。以来“広告を出す前の事前の空気づくり”という狭義を含めさまざまな解釈がなされてきましたが、著者は本書の冒頭で次のように定義しています。

<著者による戦略 PR の定義>

生活者に「自分ゴト化」を引き起こす「ストーリー」を構築し、広告を含む様々なコミュニケーション施策を融合させてその「ストーリー」を伝えることで、生活者の意識変化・態度変容・エンゲージメント(共感の構築・強化)を生み出す仕組み。

ここでのキーワードともいべき「自分ゴト化」とは、インターネットの普及により出現した“情報氾濫”の中で、コミュニケーションのターゲットに対しそれまで“他人(ヒト)ごと”だと傍観していた情報を“自分に関連のある有益な情報”として認知・選択してもらうことを指します。そのためにターゲットに向けた「ストーリー」をテーマに合わせて構築し、これまで PR や広告で試みられてきた様々な手法をニュートラルな視点で選び、伝え(ストーリーテリング)、最終的には(消費財であれば)購買に結び付けていく、というのが「戦略 PR」の視点です。

著者は昨年(2012年)、世界最大規模の広告の祭典「カンヌライオンズ」※で PR 部門の審査員を務めました。この場で世界の PR 業界のリーダーたちと議論を重ねたことで、「戦略 PR」という考え方が世界的な PR の潮流とも合致していることを確認し、これを日本で PR、マーケティングに携わる方々と共有したいと強く思い、筆を執ることになりました。

こうした経験をもとに本書では、一見分分かりづらい「戦略 PR」を、国内外の豊富な事例をもとに分かりやすく解説しています。

電通 PR では、本書が企業や官公庁、団体で広報やマーケティングに携わる方々の考えるヒントとなり、また広く「PR」に対する関心を高め、理解を深めていただく一助になればと考えています。

※ カンヌライオンズとは：

正式名称「カンヌライオンズ国際クリエイティビティ・フェスティバル」は 1954 年、劇場 CM 会社の業界団体「Screen Advertising World Association」によって劇場 CM の振興のために創設された。毎年 6 月、フランスのカンヌで 1 週間にわたって開催される世界最大規模の広告の祭典で、約 1 万人の参加者と 3 万点以上の応募がある。世界 3 大広告賞の中でも抜群の知名度とプレステージを誇る。

<書籍内容>

- 第 1 章) 「PR」の理想的なポジションとは？
- 第 2 章) 世界の PR の潮流
- 第 3 章) 日本における PR のトレンド
- 第 4 章) ソーシャル・メディアへの対処法
- 第 5 章) イマドキ「戦略 PR」のススメ
- 第 6 章) 明日をつくる「戦略 PR」

<書籍販売概要>

- ・定価： 1,260 円(税込み)
- ・発売日： 2013 年 6 月 7 日
- ・ISBN コード： ISBN978-4-02-100223-6
- ・仕用： 四六判ソフトカバー 192 ページ
- ・発売元： 株式会社朝日新聞出版

※オンライン書店(Amazon、7net shopping、楽天ブックス)でもご購入いただけます。

<電子書籍販売概要>

- ・定価： 1,000 円(税込)
- ・発売日： 2013 年 6 月末頃
- ・ISBN コード： ISBN978-4-02-100223-6
- ・仕様： 192 ページ
- ・発売元： 株式会社朝日新聞出版

※下記にてご購入いただけます。

アマゾンジャパン株式会社 <http://www.amazon.co.jp/>

楽天株式会社：<http://books.rakuten.co.jp/>

株式会社パピレス：<http://papy.co.jp/>

株式会社廣済堂：<http://www.bookgate.info/>

アップルジャパン合同会社：<https://itunes.apple.com/jp/app/ibooks/id364709193?mt=8>

<著者 井口 理 (いのくち ただし) コメント>

昨今、欧米を中心に PR の定義について白熱した議論がなされており、私が参加したカンヌライオンズでも各国 PR 業界のソート・リーダーたちが今後の PR のあり方、またその方向性について日夜議論していました。それらを目の当たりにし、日本においても「戦略 PR」をはじめ、PR への関心が高まる中、PR の再定義やそのあり方の整理が必要だと感じ、この本を上梓することにしました。この本をきっかけに、日本でもPRに関する議論が活発化し、新しい方向性が見い出されることを願っています。また本書が、「戦略 PR」に取り組みたいと考える企業や団体の広報・宣伝担当者の方々の背中を一押しする一助となれば幸いです。

<著者プロフィール>

1990年株式会社電通PRセンター(現 株式会社電通パブリックリレーションズ)入社。コミュニケーションデザインを手がけるチーフ PR プランナー。PR コンテンツ創出を起点とした戦略 PR の事例多数。受賞歴に、Asia Pacific PR Award、日本 PR 協会「PR アワード グランプリ」、国際 PR 協会「ゴールデンワールドアワーズ」、Asia Pacific SABRE Award 等。

実務のみならず、大学やトレードショー、PR 協会での講義による若手育成にも従事。共著に PR 実務書の「戦略広報」。「2012 Cannes Lions」「2012 Spikes Asia」PR 部門審査員。

<電通パブリックリレーションズ 代表取締役社長執行役員 近見 竹彦 コメント>

PR は未開発の領域もまだまだ多く、大きな可能性を秘めています。この本が日本における PR のブランディングの一役を担えることを願っています。

株式会社電通パブリックリレーションズについて

電通 PR は、1961 年の創立以来、クライアントとステークホルダーの良好な関係を生み出す戦略パートナーとして、国内外の企業・政府・団体のコミュニケーションをサポートしてきました。ソーシャル・メディア、デジタル・マーケティングなどで高い専門性を備えたコンサルタントを含む、総勢 228 名の社員が、マーケティング・コミュニケーションおよびコーポレート・コミュニケーションの領域で、戦略提案から専門的なソリューションまで、フルラインでご提供いたします。

詳細は当社のウェブサイトをご覧ください。

電通 PR ウェブサイト <http://www.dentsu-pr.co.jp>

電通 PR デジタルマイクロサイト <http://www.dentsuprdigital.com>

【本リリースに関する問い合わせ先】

株式会社 電通パブリックリレーションズ 人事総務部

Tel:03-5565-2740 Fax:03-5565-8658

〒104-0045 東京都中央区築地 5-6-4 浜離宮三井ビルディング