

新刊書籍のご案内

月刊『広報会議』の人気連載を書籍化 このリリースも、本書の筆者が書いています！

広報の皆様へ朗報！

「採用基準レベルのプレスリリースを書けない」企業がなんと 80%
「メディアに情報を伝えたいが伝わらない」企業、必読の書がついに完成

宣伝会議 『実践！プレスリリース道場 完全版』発売

- 特長(1) 広報分野におけるコンサルティングの第一人者・井上岳久が累計1万本のリリースからエッセンスを抽出
 特長(2) 宣伝会議発行の広報の専門誌『広報会議』で10年間連載！厳選した企業のプレスリリースを1冊に！
 特長(3) 近畿大学、ポーラ、高島屋、三陽商会、ハウス食品、ヤマトホールディングスなど広報先進企業およびガリガリ君(赤城乳業)、ルンバ(アイロボット)、タニタ食堂(タニタ)などのヒット事例、38社のリリースを収録

広告・マーケティングの専門誌を発行している株式会社宣伝会議(本社:東京都港区)は3月31日(木)、企業の広報・PR部門やPR会社向けの新刊『実践！プレスリリース道場 完全版』を発売します。「プレスリリースの書き方が分からない」「書き方が分かってもメディアに伝わらない、取り上げてもらえない」という企業の悩みを解決する一助となる一冊です。

本書は広報・PRの専門誌『広報会議』にて約10年連載中の人気企画、『実践！プレスリリース道場』から厳選した38社の事例を1冊にまとめたものです。広報分野におけるコンサルティングの第一人者である著者・井上岳久氏がプレスリリースの書き方、および先進トップ企業のリリース作成の要諦をまとめました。

<内容>

第1章 入門編:プレスリリースの目的とは？

初心者にも分かりやすい！プレスリリースの基本書式、役割、要素などの理論を簡潔にまとめています。

第2章 実践編:殿堂入り「PR優秀企業」トップ3に密着

ポーラ化成工業/タニタ/ヤッホーブルーイング・・・
リリースの上手さだけでなく、経営に広報戦略が組み込まれている企業を選出。その裏側に密着しました。

第3章 実践編:10年間の取材からセレクト！凄腕リリース10選

筆者が「これはスゴイ！」となったリリースをベスト10にしました。
随所にノウハウやテクニックが隠されています。

第4章 実践編:あのヒット商品のリリースを見てみたい！

ガリガリ君/ザクとうふ/ルンバ/ノンフライヤー ほか

第5章 資料編:目的・タイプ別に探せる リリース20選

見よう見まねですぐに活用できる、モデルとなりそうなリリースをタイプ別に紹介。新商品やイベント、CSR、BtoBや地方自治体など、多種多様なタイプ別にお手本になるリリースを選びました。

<発売> 3月31日(木)全国の書店およびネットにて

<出版社> 株式会社宣伝会議



➡詳しくは特設ページもご覧ください! <http://www.sendenkaigi.com/release/>

◆連絡先 (献本、著者への取材などご相談ください)

株式会社宣伝会議 広報会議編集部 担当: 赤井 kouhou@sendenkaigi.co.jp TEL: 03-3475-7660
〒107-8550 東京都港区南青山 3-11-13 <http://www.sendenkaigi.com>

◆著者プロフィール

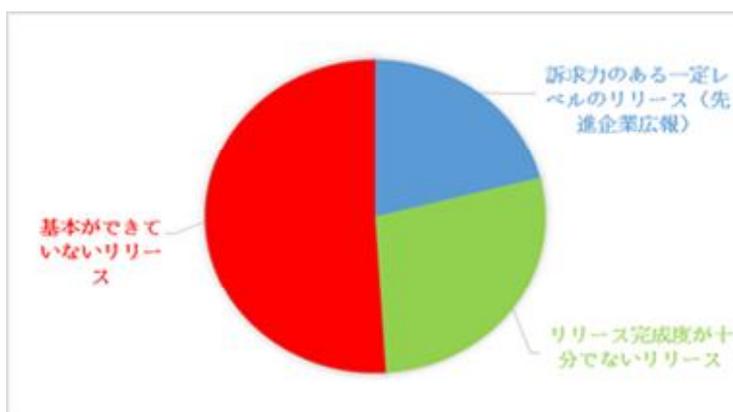


井上 岳久 TAKAHISA INOUE

1968 年生まれ。井上戦略 PR コンサルティング事務所 代表。カレー業界を牽引する第一人者でもあり、カレー総合研究所 所長。横濱カレーミュージアム・プロデューサーを経て現職に至る。同ミュージアムでは年間 300 本以上のリリースを配信するなど独自の手法で成功に導いた。2006 年 10 月独立。2007 年から『広報会議』で企業のプレスリリースに関する取材活動をスタート、これまで 100 社以上へ取材を敢行。著書に『マスコミが思わず取り上げたくなる PR マル秘戦略』(インデックス・コミュニケーションズ)など 10 冊以上。事業創造大学院大学客員教授、昭和女子大学現代ビジネス研究所研究員。中小企業診断士、日本広報学会会員。株式会社宣伝会議が主催する全国の広報担当者向け講座での講師実績も多数。

◆参考 DATA

井上戦略PRコンサルティング事務所 で 1 万本以上のプレスリリースを分析した結果、約8割が「訴求力に欠けるリリース」という結果が出ています！



◆株式会社宣伝会議／月刊『広報会議』について

- ・1954 年に創業したマーケティング・コミュニケーションの総合シンクタンク。マーケティングに関わる全ての人に向け、雑誌・書籍の出版や教育講座を全国展開しています。
- ・月刊『広報会議』は日本で唯一の広報実務者のための専門誌。企業・自治体などあらゆる組織にとって、社会からの「評判」は信頼につながる重要な要素です。企業にとってマイナスとなる情報の流出を抑えるリスクマネジメントから、メディアに取り上げてもらうための攻めの広報活動まで、実践に役立つ広報の基本と最先端を事例とともにお届けします。

以上