

【広報3.0の実践に役立つおすすめ書籍など10選】

(1) 『デジタル時代の基礎知識「PR思考」』（根本陽平・伊澤佑美著、翔泳社刊）



■ こんなかたにオススメ

- ・ 広報の考え方を知りたいかた
- ・ 広報の基礎知識を学びたいかた

■ 荒木コメント

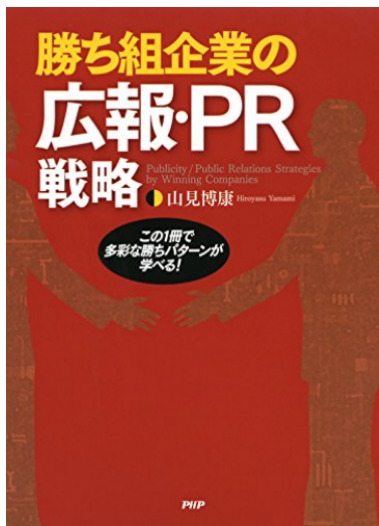
「伝わる」の先にある、「伝えたいくなる」にはどうすればいいのか。それが分かれば、ちゃんと伝えられるようになる。PRの基本から潮流までを丁寧に教えてくれるのが本書。

副題は「人やメディアが『伝えたいくなる』新しいルール」。著者の二人は、日本で最も地力のあるPR会社（と私が評価する）電通PRの社員。豊富な実績と研究成果に基づく手法は極めて実践的だ。しかも分かりやすい。広報担当者の手もとに欲しい一冊。

■ 購入ページ

[Amazon](#)

(2) 『勝ち組企業の広報・PR戦略』（山見康博著、PHP研究所刊）



■ こんなかたにオススメ

- ・ 大企業の成功法則を知りたいかた

■ 荒木コメント

大企業は、なぜ大企業になれたのか。広報をはじめとする、あらゆるコミュニケーション活動を実践してきたからだ。講座で何度も繰り返し、伝えてきたことだ。

その一端を垣間見せてくれるのが本書だ。東レ、サントリー、セブン&アイ、パナソニック、サイバーエージェントなど、誰もが知る企業を著者が訪ね、広報の成り立ちから現状までを取材した。広報が経営に欠かせない重要な機能の一つであることは明らかだ。

■ 購入ページ

[Amazon](#)

(3) 『戦略思考の魅力度ブランディング』（企業広報戦略研究所〔著〕、日経BP社刊）



■ こんなかたにオススメ

- ・ 自社をブランディングしたいかた
- ・ 上場企業のブランディングの事例を知りたいかた

■ 荒木コメント

人は企業のどこに魅力を感じるのか。何を伝えれば、「魅力的」と思ってくれるのか。どうすればブランディングできるのか。常に経営者の頭を悩ますテーマだ。

本書は、講座でも取り上げた「企業魅力度調査」の結果をもとに上場企業の広報活動の実態を明らかにしている。先進企業の取り組みとして収録した、ソニー、日清食品、三井物産へのインタビューは実に示唆に富んでいる。

■ 購入ページ

[Amazon](#)

(4) 『物語戦略』（内田和成監修、岩井琢磨・牧口松二〔著〕、日経BPマーケティング刊）



■ こんなかたにオススメ

- ・ 共感を生むストーリーをつくりたいかた
- ・ 自社の強みを見つけたいかた

■ 荒木コメント

いかにわが社のストーリーを伝えるか。そもそもわが社にストーリーがあるのか。最近、企業社会でも「ストーリー＝物語」が注目を浴びている。

なぜなのか。私たちはかつてない情報化社会を生きている。ビジネスモデルは同質化している。そんな競争環境で何が経営資源になるのか。本書は「ビジネスモデルの核に物語を埋め込め！」と訴える。分かりやすい事例とともに物語を探し出す視点も示す。一読の価値あり。

■ 購入ページ

[Amazon](#)

(5) 『BACKSTAGE』 (CBCテレビ製作/TBS系列全国28局ネット/日曜23時30分)



■ こんなかたにオススメ

- ・舞台裏の表現方法を知りたいかた

■ 荒木コメント

TBSの人気長寿番組といえば、『がちりマンデー!!』や『情熱大陸』だろうか。いずれも普段知ることのできない、企業や人の舞台裏に迫っている。

この4月、TBSがまた面白い番組を始めた。番組名は『BACKSTAGE』。そう「舞台裏」だ。番組コンセプトは、「何気ない日常の裏側で、日本を支えている人たちがいる。私たちの知らないところで、どんな働きをしているのか?」。やっぱり「舞台裏」は面白い! わが社の舞台裏を、自ら伝えてみよう。

■公式ホームページ

[URL](#)

(6) 『広報・PR概説(PRプランナー1次試験テキスト)』 (日本パブリックリレーションズ協会編集、同友館刊)



■ こんなかたにオススメ

- ・広報の基礎を学びたいかた
- ・資格を取得したいかた

■ 荒木コメント

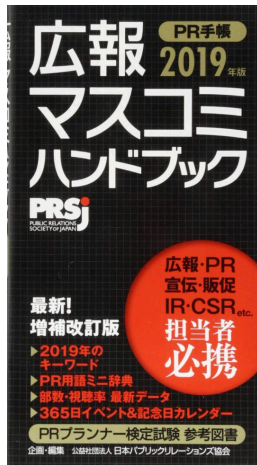
講座では紹介しきれなかったが、広報・PR業界には専門資格が一つだけある。「PRプランナー」だ。大企業の広報担当や大手PR会社などを中心に2,000人を超える取得者がいる。検定試験は1次から3次、3次まで合格すると「PRプランナー」を名乗れる。

本書はその1次試験のテキストだ。経営の視点を踏まえ、基礎的な広報・PRの知識が網羅されている。広報担当者としての共通言語を習得できる。年2回試験があるので挑戦してみてもは?

■購入ページ

[Amazon](#)

(7) 『広報・マスコミハンドブック PR手帳2019年版』（日本パブリックリレーションズ協会著、アーク出版刊）



■こんなかたにオススメ

- ・メディアの連絡先が知りたいかた
- ・プレスリリースを発行しているかた

■ 荒木コメント

「メディアからの発信（ニュースや記事など報道）」は企業評価に大きな影響力を持つ。80%の生活者が信用している。「記者クラブ」の存在は講座でも伝えた。ではどんな記者クラブがあり、その連絡先を知るにはどうしたらいいのか。記者クラブに所属していない、そのほか多くの新聞・雑誌などの連絡先を知るには、、、。

本書はその全ての情報が網羅され、しかも毎年最新情報が掲載されている。毎年1社に一冊！

■購入ページ

[Amazon](#)

(8) 『メディアガイド 2019』（博報堂DYメディアパートナーズ【編】、宣伝会議刊）



■こんなかたにオススメ

- ・メディアのリアルを知りたいかた
- ・広報または広告担当者

■ 荒木コメント

メディアは、今も昔も生活者の意識や行動に多大な影響を及ぼす。かつてメディアの構造やデータに基づく実態は、広告代理店だけが握っていた。それゆえその影響力は絶大だった。

本書はそのノウハウともいべき情報を、惜しげもなく公開している。広告業界2番手の博報堂だからなせた業といえる。タイトルに「広告ビジネスに関わる人の」とあるが、いや何、本書は全ての企業にとって貴重な情報が満載だ。

■購入ページ

[Amazon](#)

(9) 『ニュースリリース大全集』 (山見康博著、日本能率協会マネジメントセンター刊)



日本能率協会マネジメントセンター

■こんなかたにオススメ

- ・プレスリリースの事例を見たいかた
- ・別業種の広報に興味があるかた

■ 荒木コメント

講座でも伝えたとおり、企業と報道関係者をつなぐ、最も基本的な資料が「プレスリリース＝報道関係者向け発表資料」だ。ニュースリリースとも呼ばれる。

本書の著者は、日本で最も多く広報・PRに関する著書を持つ。大手企業から自治体に至るまで、実際に発信された210の実例を掲載している。人事・労務、販売、技術開発など用途別に分類している。記者からの要望や著者の三つの推奨ポイントなど、細かい配慮がうれしい。

■購入ページ

[Amazon](#)

(10) 「第22回 生活者の“企業観”に関する調査報告書」 (経済広報センター)

第22回 生活者の“企業観” に関する調査報告書

2019年3月
一般社団法人
経済広報センター

■こんなかたにオススメ

- ・市場調査を行うかた
- ・情報発信の方法を悩んでいるかた

■ 荒木コメント

なぜ、企業は自ら伝える必要があるのか。2019年3月発表の調査結果を見てみよう。

企業を評価する際に「企業からの発信」を生活者の76%が信用している。「メディアからの発信(80%)」が不動の1位。それに引けを取らない数字だ。では「SNSやクチコミは? タレントなどのコメントは?」どうだろう。興味深い結果が報告されている。経営者必見の貴重な資料だ。

■閲覧ページ (無料)

<https://www.kkc.or.jp/data/release/00000150-1.pdf>