

中堅・中小企業のための広報PR—— 第18回 本を出版してPRする方法

株式会社アネティ 代表取締役 なかむら あきこ 仲村 明子



インターネットやデジタルデバイスの発達により、マスコミを経由する方法以外にも、自社メディアやSNSを通じて直接広報PRができる時代になりました。広報PRは、ステークホルダーの共感や信頼を得て、売上拡大や人材獲得につなげる大変有効な活動です。このコラムでは、中堅・中小企業の皆さまが広報PRを身近に感じ、すぐにでも着手していただけるよう、考え方や方法についてわかりやすく解説していきます。

広報PRのコンサルティングをしていると、本を出版したいというご相談や、書籍が出版されるのでその本をPRしたいというご依頼を受けることが多くあります。今回の記事では、出版の方法と書籍のPRについてまとめてみます。

1. 書籍を出版する方法とは

出版の方法には、「自費出版」と「商業出版」があります。自費出版はその名の通り、著者側が制作費用を負担します。一方、商業出版は、出版社側が制作費用を負担します。

自費出版の方は、例えば、企業の周年記念に社史を作って配布したり、社長の経営理念をまとめて採用活動に活用したりします。

商業出版の方は、自社の事業に直結する内容を広く知らせてブランディングやビジネスにつなげたりするために活用します。例えば、弊社のようなPR会社であれば広報PRのノウハウをまとめた書籍を、人事コンサル会社であれば人事制度の作り方に関する書籍を出版するといったイメージです。ただし、商業出版は出版社側が費用を負担するわけですから、「売れる本」にする必要があります。本を出したいからといってすぐに出版できるわけではなく、企画書を作成して出版社にアプローチしたり、出版プロデューサーに依頼して出版社と交渉してもらったりすることが必要になってきます。また、出版が決定したとしても、企業側の書きたいように書けるとは限らず、担当編集者の

意向が反映されることとなります。自費出版に比べるとかなりハードルは高いと言えます。

2. 書籍の広報PRとは

出版が実現し書籍が完成したら、その存在を多くの人に知らせて、手に取ってもらわなければなりません。自費出版でも書店に流通する契約になっているケースもありますし、特に商業出版の場合は、「売れる本」にするために、著者側も自ら広報PRすることが求められます。そこで、書籍が出版された場合の主要な広報PR方法をご紹介します。

1) プレスリリースを配信する

書籍の場合も、広報PRの基本であるプレスリリースの配信が効果的です。リリースには①書籍のタイトル、②発売日、③書籍の画像、④目次、⑤書籍の内容(ポイント)⑥書籍概要(タイトル、著者名、定価、体裁、出版社名、ISBNコードなど)、⑦著者プロフィール、⑧著者のコメント、⑨編集者のコメントなどを盛り込みます。

リリース配信のタイミングは、発売予定日またはアマゾンなどの書籍販売サイトでの予約開始日に合わせます。

リリースの配信方法は、PRTIMES、@ Press、DreamNewsといったオンライン配信サービスを活用する他、メディアへの直接配信も行います。配信先は、新聞・雑誌・Webメディアなどの書籍担当になります。「新刊紹介」や「書評」のコーナーで取り上げられることを狙います。

