

**新刊書籍のご案内『先読み広報術～1500人が学んだPRメソッド～』**  
**全国書店・オンライン書店で7月18日発売！**  
**副業で国立大学特任准教授も務める当社広報担当役員が執筆**  
**～ SNS や ChatGPT の活用手法も収録し、新時代の「広報の教科書」として～**

アステリア株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：平野洋一郎、証券コード：3853、以下アステリア）は、マーケティング・広告・広報の専門誌を発行する株式会社宣伝会議（本社：東京都港区、代表取締役社長：東彦弥）から、当社執行役員・コミュニケーション本部長の長沼史宏による新刊書籍『先読み広報術 1500人が学んだPRメソッド』が、全国の有力書店とオンライン書店で7月18日より順次発売されることを発表します。

以下、章の構成まで、株式会社宣伝会議の発表資料より引用。

## メディアの関心を「先読み」し 掲載につなげる方法を徹底解説

大手から中小企業、ベンチャー企業まで、1500人以上が学んだ人気の広報勉強会の内容を凝縮した、実践的な広報の教科書。メディアの関心を引く話題の作り方からプレスリリースの書き方、メディア露出効果を最大化させるオウンドメディア・SNS活用法、ChatGPT活用まで、詳細にわたって解説します。広報担当者の素朴な疑問やちょっとした悩みに答える、30問のQ&Aを巻末に掲載しています。

著者は、広報勉強会の草分け「広報勉強会@イフラボ」を主催する長沼史宏氏。本業はIT企業の広報担当者の傍ら、副業で国立大学の特任准教授（客員）も務める異色の経歴の持ち主です。長沼氏の豊富な副業（複業）経験からも、幅広い領域の広報業務にマッチするノウハウが詰まった書籍となっています。

<著者> **長沼 史宏**（ながぬま・ふみひろ）

アステリア株式会社 執行役員コミュニケーション本部長  
東北大学特任准教授（客員）・コミュニケーションアドバイザー  
広報勉強会@イフラボ主催者



大手メーカーで10年以上、広報・IR担当としてのキャリアを積んだ後、2015年に新興IT業界へ転身。テレワーク、LGBT、FinTechなど旬の話題に絡めたPRを通じて“お茶の間”にリーチする話題づくりで実績を重ねる。最近では、技術の普及・生態系の保全・働き方改革に取り組む各種団体で理事などを務め、社会啓発につながるPR活動も展開中。2017年1月に開講した広報勉強会@イフラボでは自らが講師として200回以上の講義を行い、約1,500人の広報担当に、“お茶の間にリーチする露出戦略から逆算した話題づくり”の極意を伝えている。2023年4月から、東北大学のコミュニケーションアドバイザーを務める。



定価：2,090円（本体1,900円＋税）  
四六判 240ページ  
ISBN978-4-88335-571-6

# 広報担当者の 疑問に答えます！

1500人以上が  
学んだ  
広報勉強会の  
内容を凝縮

宣伝会議

- Q 大手のメディアに取り上げてもらうには？
- Q 記者会見にテレビ取材を呼ぶコツは？
- Q リークを行うことのリスクとは？
- Q メディア向け勉強会を行うメリットは？
- Q 記者クラブは誰でも使えるの？
- Q 社内のネタを発掘するコツが知りたい。
- Q 社長や経営幹部が取材対応に協力してくれません。
- Q 年末年始や連休などの期間にメディアが好むネタの傾向とは？
- Q 取材を受けたにもかかわらず、なぜ掲載されないの？
- Q SNSを活用したデジタルPRに力を入れたいです。
- Q 広報活動のKPIはどのように設定すればいいですか。 ...etc

<本書の構成>

## 第1章 広報発、お茶の間にリーチする話題はこうつくる

露出力に勝る広告、お墨付きを得るための広報  
取材したいと思ってもらうにはコツがある  
第三者目線で自社を見渡すクールなハート  
“社内”と“世の中”のギャップ  
着任当初こそ、社内に眠ったネタが見つかる  
社内の情報をいち早く入手しよう  
広報が会社の手となり口になる  
マウンティングが好かれないのは企業も同じ  
[アイスブレイク] 記事の事前チェックはできるのか？

## 第2章 広報の基本はメディアの行動原則を知ることから

新聞は広報活動の最良の教科書  
報道コンテンツを熟知するための第一歩  
「撮れ高」の有無が成否を分ける  
メディアの選定とアプローチの仕方  
「先読み」広報担当のルーティン  
[アイスブレイク] 記者との対話が広報担当者を鍛える

## 第3章 中小企業にも地方にも取材が来る、記者へのアプローチ

「報道のきっかけ」に自社の取り組みを結びつける  
テレビには記者会見で「撮れ高」を提供しよう  
定期的な記者会見の実施が有効である理由  
取材案内やプレスリリースの作り方  
テレビ、新聞、雑誌のターゲットの違い  
メディアへのアプローチ方法① 記者クラブの使い方  
メディアへのアプローチ方法② メディア向け勉強会  
メディア向け勉強会で事件の背景を解説  
[アイスブレイク] リークのメリットと弊害

## 第4章 つくり方から届け方まで プレスリリース完全攻略

事故の報告がプレスリリースの起源  
会社の公式文書としての役割  
プレスリリースの標準的なスタイル  
社会の関心事にテーマを寄せていく  
“あざとい”タイトルのつけ方  
プレスリリースを届ける3つの方法  
[アイスブレイク] メディアに安心して報道してもらうために

## 第5章 メディア露出の効果を最大化 自社サイト、SNS 活用法

広報活動をどのように評価するか  
オウンドメディア、SNS の活用は必須  
報道された内容にアクセスできるようにしておく  
広報効果測定の基本となる考え方  
多様なメディア (PESO) をフル活用  
プロの手を借りて柔軟な運用体制を  
[アイスブレイク] オウンドメディアで何を発信すれば良いのか?

## 第6章 小さな成果を積み重ねる 広報レベルアップ術

「広報レジェンド」をつくろう  
1カ月の来場目標を2日で達成させた広報の力  
社内会議に広報のヒントが眠っている  
見過ごされてきたネタの発掘方法  
広報発ヒット企画の裏側  
社外 PR スタッフ活用の考え方  
みんなで広報のポジションを高めていこう  
[アイスブレイク] 企業 PR から経営者ブランディングへ

## 巻末付録 現場の悩みを解決! 広報 Q&A

[アイスブレイク] ChatGPT を広報活動に取り入れてみよう

詳細・購入はこちらから (Amazon) <https://amzn.to/3D3Rw44>

---

### ■「アステリア株式会社」について (Web サイト <https://jp.asteria.com/>)

アステリア株式会社 (2018年10月にインフォテリアから社名変更) は、企業内の多種多様なコンピューターやデバイスの間を接続するソフトウェアやサービスを開発・販売しています。主力製品の ASTERIA Warp は、異なるコンピューターシステムのデータをノーコードで連携できるソフトウェアで、大企業、中堅企業を中心に 9,931 社 (2023年3月末現在) の企業に導入されています。また、Handbook は、営業資料や商品カタログ、会議資料などあらゆる電子ファイルをスマートフォンやタブレットで持ち運べるサービスのスタンダードとして、1,680 件 (2023年3月末現在) の企業や公共機関で採用されています。

---

### 【プレスリリースに関するお問い合わせ先 (報道機関窓口)】

アステリア株式会社 広報・IR 部：齋藤ひとみ・小出朱莉  
TEL：03-5718-1297 / 携帯電話：080-7709-5212 (齋藤) / E-mail：[press@asteria.com](mailto:press@asteria.com)

株式会社宣伝会議 書籍編集部  
TEL：03-3475-3010 / E-mail：[shoseki-henshu@sendenkaigi.co.jp](mailto:shoseki-henshu@sendenkaigi.co.jp)

アステリア、Asteria、Handbook は、アステリア株式会社の登録商標です。