

はじめに

皆さん、こんにちは。ミアキス・アソシエイツの河西仁です。

個人や団体を問わず、すべてのものが「単独」ではなく、何かとの相関関係の元に存在します。

今から40年以上も前、伝説のマーケティング・コンサルタントのジャック・トラウトが、マーケティングに「ポジショニング」理論を持ち込みました。

彼は、企業が製品やサービスのマーケットシェア獲得競争に明け暮れて疲れ果てるより、顧客の頭の中で大きな地位を占めること＝マインドシェアを獲得することこそ、事業の成功につながると考えました。

相対的なものの見方を習得することで、企業や製品・サービスの、業界・市場における「ポジショニング」＝立ち位置を理解することができるほか、再定義する＝リポジショニングすることで、新たな可能性の追求に役立ちます。

ポジショニング自体は新しい考え方ではありませんが、ご自身の会社や製品を対象に「ポジショニング」理論の概要を理解することで、より効果的なPR業務の企画実践ができるようになります。

## ポジショニング PR の企画実践

### 目次

- 現状を知る
- PR や広告宣伝が機能しない？
- 時代によって訴求方法が変わる
- マーケットシェアからマインドシェアに
- 「ポジショニング」とは何か
- 業界内の居場所
- 自社をポジショニングする
- ポジショニングマップ
- 視点を変える
- 良いネーミング
- ターゲットに伝える
- ポジショニング PR とは
- PR 担当者の心得
- まとめ

## 著者ご紹介

日本パブリックリレーションズ協会認定 PR プランナー (登録番号: 第 00279 号)

外資系メーカー(アプライド マテリアルズ、シリコン・グラフィックス)で 10 年間、国内広報宣伝部門責任者を経て、1998 年 8 月より PR コンサルタントとして独立。以来、延べ 150 社以上の外資系エレクトロニクス企業をはじめ、IT ベンチャー、国内上場企業各社の広報 PR 業務の企画実践に関するコンサルティング業務を行っています。

クライアント向けのプロフェッショナル・サービスを提供するほか、PR 業務に関するセミナー講師や、PR 担当者(パブリスト) 向けの教育ツールの開発と提供を行っています。PR トレーニング実施は 1998 年の独立以降、延べ 300 回を数えます。

プレスリリース作成は、企業に在籍していた 1989 年から通算 1,000 本を超えました(2013 年 11 月 1 日現在 1,389 本)。

2008 年から 2012 年まで、3D/組込みグラフィックスの業界標準 API 仕様の策定を行う非営利業界団体 The Khronos Group の日本代表(Director of Japan Operations)兼 PR マネージャとして、同グループの国内広報業務および国内会員企業サポート活動の責任者を務めました。

## ミアキス・アソシエイツについて

ミアキス・アソシエイツは、プレスリリース作成代行、校正、配信代行、記事掲載調査など、企業の広報業務を支援するサービスを提供しています。新製品発表から、新会社設立、展示会出展など企業広報についてサポートが必要なとき、ミアキスにご連絡ください。

- この Eブックに組み込まれた URL は編集時点のものであり、変更または削除されている可能性があります。
- 本書は著作権法上の保護を受けています。本書の一部または全部について、ミアキス・アソシエイツ合資会社から文書による許諾を得ずに、いかなる方法においても無断で複製・複製することは禁じられています。
- 本書の内容及び PDF 不具合に関するお問い合わせ先:ミアキス・アソシエイツ合資会社 河西仁 [kasai@miacis.com](mailto:kasai@miacis.com)  
<http://www.miacis.com> からお問い合わせフォーム

発行・販売 ミアキス・アソシエイツ合資会社 ©2013 ミアキス・アソシエイツ