

取り上げられる

プレスリリースのポイント

新製品や新サービスなどの新たな動きをマスコミ向けに発表するプレスリリース。インターネット環境の発展により企業の広報戦略も多様化しているが、マスコミに記事として取り上げられることは、情報の拡散や企業の信頼性の向上に欠かせない。ここでは、プレスリリースの意味や、書き方について紹介する。

プレスリリース活用セミナー(8月29日開催)より抜粋

信頼の獲得につながる記事掲載

消費者が商品やサービスを選択する際に重視するのは、安心感と信頼性である。オンラインショップで商品選択に迷ったとき、無名のオンラインショップで紹介されている商品よりも、名前の知っている商品よりも、名前の知れたところで紹介された商品を安心して購入するだろう。また、飲食店の場合、店長自身が「美味しい」と広告のように宣伝するよりも、グルメリポーターが「この店の料理は美味し」と伝えた方が消費者にとって好印象である。つまり、信頼できるメディアが第三者の視点で情報を発信することにより、自社や商品の信頼性が高まってくるのである。記事として扱われることで、自社や商品の認知が広まり、消費者からの信頼獲得につながるのだ。

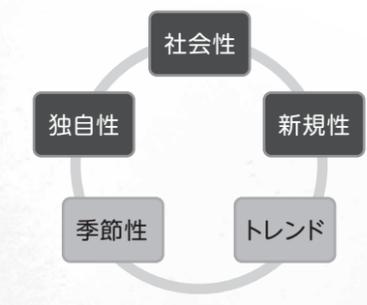
プレスリリースで重視したい「社会性」「独自性」「新規性」

記事にするための情報が紙に落とし込んだものがプレスリリースである。どうしても多くの情報を知ってほしいと、あらゆる情報を盛り込みがちだが、ポイントを抑えて表現しないと、マスコミに訴えかけるリリースにならない。そもそも、マスコミは、企業の売上向上のために記事を書くのではなく、記事に取り上げられる内容が社会的に有益であり、読者にとって有益であることを記事の選択基準とする。この特性を踏まえ、プレスリリースに盛り込む内容として

最も重要なのが、企業や製品サービスの「社会性」である。自社の強みが今の時代に求められていることをまず伝える必要がある。次に欠かせないのが「独自性」。同業者でたくさんある製品やサービスがある中で、他社と違って優れている点を伝えることで、マスコミの印象に残ってくる。社会性と独自性が備わったプレスリリースであるとマスコミの目にも留まってくるが、ここで重視したいのが「新規性」である。いつでも記事にできる内容であると、マスコミは記事にす

ることを後押しし、いつまでも記事にしてみたい。今のタイミングで取材した方が良いと思わせるものをプレスリリースしたいところである。これに加えて、季節性やトレンドを加えることで、プレスリリースの素材としての魅力は高まってくる。

記事に取り上げられるための5つの要素



しいようでは記事にはならない。多くの情報を盛り込まず、1つのテーマで「社会性」「独自性」「新規性」の要素を盛り込んだプレスリリースを心がけたい。

●枚数はA4で1~2枚程度。本文は10.5ポイント以上。です、ます調で。形容詞は控え、広告表現は使わない。

●5W1Hで、最も重要なポイントを書く。記者はこの数行で判断する。

●写真や図を何点か使用する。商品の長所(独自性のある強み)を中心に短く説明。

●問い合わせ先は巻末に明記し、発表後しばらくは問合せに対応できる体制を。

News Release

2012年9月28日
株式会社 川上

京都初、ドイツ環境学会認定天然100%ラテックスマットレス販売
10月6日(土)から10月28日(日)正しい寝姿勢体験フェア開催

～ 土に負せる地球環境にも良いマットレス ～

京都で地域に密着した家具・インテリアの店を営む創業120周年を迎える株式会社川上(本社:京都市中京区 代表取締役:川上泰司)は、ドイツECO認定ラテックス100%マットレス(※1)の体験フェアを京都市中京区、伏見区、宇治市の3店舗の売場で10月6日(土)から10月28日(日)まで行います。このマットレスは、快適な睡眠と将来の環境保護のために、体の重さを分散させ正しい寝姿勢がとれ、最終的には土に負せる地球環境にも良い商品として提案します。期間中シングルサイズを10台限定で、価格は直輸入により他社商品の3分の2となる98,000円で販売します。

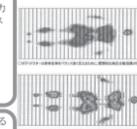
●背景

●厚生労働省の調査によると日本の成人の5人に1人が腰痛を抱えている現状。
●腰痛は、勤務中の雑音や注意力の散漫を引き起こし運動中の負傷による事故が社会問題となっています。
●体中の分散性の良い理由として、長野県工業総合センター材料技術部門 製品科学部が7.5cmと10cm厚のマットレスで、その分散度合いを調べたところ、一般のマットレスでは、臀部でShmaltzだったものが2mmaltzへと大きく分散し腰部への圧迫を軽減していることが証明されました。



●特長

●正しい寝姿勢の実現で健康を促進し地球環境にも良いマットレス
●天然ラテックスマットレスは、多くの気孔があり通気性が良く夏は涼しく、冬は暖かく快適な睡眠を実現する16cm厚みのマットレスです。
●マットレス表面材料もオーガニックコットンを使用し肌触りが良い。
●ドイツ環境学会が認定している天然ラテックス100%のマットレスは、外に出すと2~3年で土に戻るため、将来有害なゴミにならず地球環境にも良い。



(※1)ヨーロッパ最高基準と言われるドイツ環境学会のあらゆる試験に合格し、安全で衛生的な最高品質のラテックスであると認定され、ECO認定を受けています。

本件に関するメディアからのお問い合わせ先
株式会社 川上 広報担当 岡本晃和
〒604-0813 住所:京都市中京区東川端町東入丸町 557番地
TEL:075-222-1055
ホームページ: http://www.kagado.com
e-mail: okamoto@k-kawakami.co.jp

●タイトルや小見出しには、関心の高いキーワード、社会的意義を入れる。

●リードに入らなかった重要情報は第一段落に明記する。次に消費者ニーズや社会情勢など背景を書く。データがあれば強み。

●専門用語を使用する場合は、脚注を入れる。

プレスリリースの記入例

プレスリリースを書く上で、その形式はとも重要な要素は、わかりにくい形式のプレスリリースを見た記者は、その会社が広報について理解していないのではないかと考え、記事に取り上げられることを懸念しがちだ。そうならないためには、プレスリリースの形式を整える必要がある。盛り込む内容を1~2枚までにまとめ、タイトルや小見出しに、関心の高いキーワードや社会的意義を記入する。私たちは新聞記事を読む際に、タイトルを見て本文を読むか読まないかを判断する

が、同様に1日に数多くのプレスリリースを目にする記者もタイトルを見て判断するので、タイトルや小見出しの文言には気をつけたい。また、形容詞やイメージ表現を避け、背景には客観的な数字を使い、結論から伝える文章を心がけたい。プレスリリースは、すぐに記事として取り上げられなかったからと諦めてしまわないで、定期的に発信し会社の存在をアピールし続けることも重要。プレスリリースの際には左記のサービスをぜひご利用いただきたい。

京都商工会議所の

プレス広報支援サービスについて

京都経済記者クラブには新聞社・放送局17社が加盟し、個人・法人企業・団体を問わず、プレスリリースを行うことができます。京都商工会議所では、「新商品や新サービスを発表したい」「イベントを告知したい」など、マスコミ未発表の情報のプレスリリースをお手伝いします。プレスリリースの方法や資料作成のご相談など承りますので、お気軽にお問い合わせください。

※ご希望の場合、本サービスにより京都経済記者クラブでリリースされた資料を京都商工会議所ホームページ内に掲載いたします。情報発信・PRの一助としてご活用ください。

※発表希望日時の48時間前(土・日祝除く)までにお申し込みください。

※プレスリリースの可否については京都経済記者クラブ、報道についてはマスコミ各社の判断によります。

(お問合せ)

京都商工会議所 企画総務部

TEL:075-212-6432 E-mail: kikaku@kyo.or.jp