

自社や商品・サービスの認知度を高めましょう！ 「伝わる」プレスリリースの書き方

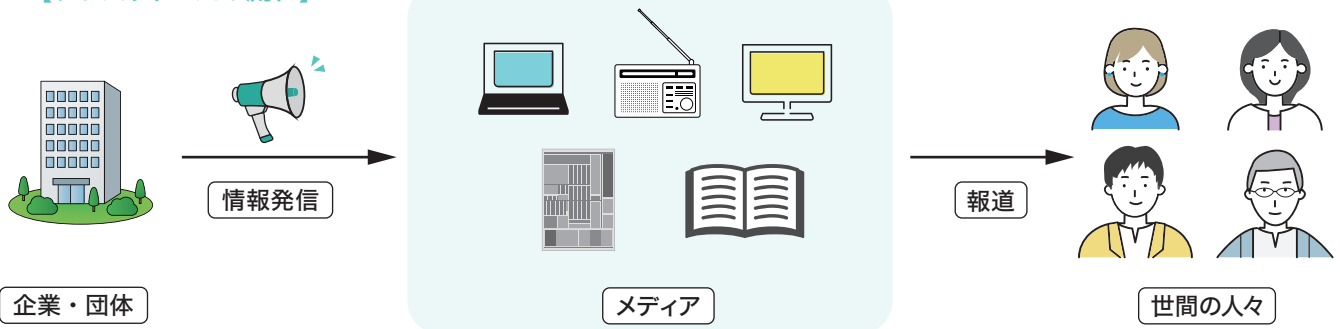
広告宣伝費は、中小企業・小規模事業者にとって大きな負担です。しかし、プレスリリースを活用することによって、広告宣伝費をかけずに企業の知名度や売上の向上を図ることができます。

また、近年ではフェイクニュースや誤った情報が飛び交っており、企業や団体が公的に発信する情報の信頼性が高まっています。メディアに正確な情報を発信してもらうには、どのようなプレスリリースが有効なのでしょう？本誌面では、そのポイントを解説します。

プレスリリースとは？期待できる2つの効果

プレスリリースとは、企業や団体がテレビや新聞、Webなど様々なメディアに対して、新商品やサービスの発表、調査結果、経営方針や決算報告、人事などを発信するためのビジネス文書です。

【プレスリリースの流れ】



効果1 企業・団体の信頼度UP！

第三者を通じて情報が
発信されることにより、
**客観的な信頼感が
生まれます。**



効果2 コストを抑えて 自社をPR！

**広告宣伝費をかけずに
多くの人にPRすること
ができます。**



確実に報道される とは限りません！

記者は、日々膨大なプレスリリースを受け取っており、その中から掲載する
内容を選別しています。そのため、
必ずしも報道されるとは限りません。

記者に選ばれるリリース文を作るためには

記者は朝刊・夕刊・ニュース番組などの締切りに日々追われているため、大量のプレスリリースの中から、どのリリースが報道に適切か、どれを優先すべきかを短時間で判断しています。

そのためプレスリリースには、「おっ、これは！」と**記者に驚きを与えるようなインパクトがある内容**を盛り込むことを意識しましょう。

Point.1

新規性

「業界初」「県内初」など、
新しいもの、独自性があるものは
ニュースバリューが高くなります。

Point.2

社会性

環境・地域に関わりのあるものなど
社会的影響力・価値が高い情報は
取り上げられる確率が高くなります。

Point.3

時事性

「トレンド」「業界動向」などの
世の中の関心事に沿った
情報は注目されやすくなります。

実際に作成してみましょう



ヘッダー

①宛名 ②リリース日時
③発信元の企業・団体名
を記載しましょう。

重要

タイトル

タイトルはプレスリリースの顔です。記者の
目を引くようなタイトルをつけましょう。

リード文

プレスリリースの主要な内容がすぐに理解
できるよう、情報を端的にまとめましょう。

本文

リリース内容の根拠や商品・サービスの
魅力を、画像やグラフを用いて記載しま
しょう。

5W2H(※)を意識して簡潔に書くこと
を意識しましょう。見出しや箇条書き、
太字や下線などの利用も効果的です。

※5W2H

When: いつ How: どのように
Where: どこで How much: どのくらい
Who: 誰が
What: 何を
Why: なぜ

問い合わせ先

「社名」「電話番号」「メールアドレス」
「担当者名」まで入れるようにしましょう。

News Release

福岡経済記者クラブ加盟社各位

令和〇年〇月〇日(〇)〇:〇

株式会社〇〇

九州限定! △△に特化した「××」を発売!

<周知・取材依頼>

お菓子の製造を手掛ける株式会社〇〇は、〇△
□ストア□□店限定で、△△に特化した「××」を
令和〇年〇月〇日(〇)から発売します。

ひんやりとした××は、これからの猛暑にピッタリ
な夏季限定アイスです。上質なミルク風味をベース
に、厳選された夏のフルーツをトッピングした全4種
類をご用意しました。シャリシャリとしたかき氷のよ
うな食感をぜひお楽しみいただけます。

<商品「××」の4つの特徴>

1. 通常商品と比較して糖質〇〇%オフ!
2. 見た目もかわいくて大満足!
マスコットキャラクター△△がデザインされた
限定パッケージ
3. 紫外線が気になる夏の肌に嬉しいビタミンを凝縮!
4. 九州産のフルーツをたっぷり使用!

<商品概要>

1. 価格: 〇〇円(税込)
2. 発売開始日: 令和〇年〇月〇日(〇)
3. 販売店舗: 〇△□ストア□□店(〇〇市〇〇区〇〇1-2-3)
4. 詳細: <https://www.〇△×.or.jp>

写真・グラフなど

写真・グラフなど

詳細は
こちら

QRコード

問い合わせ先 株式会社〇〇 ●●●●部●●●●グループ(担当者名1、担当者名2)
TEL: 092-●●●-●●●● E-mail: ●●●●@●●●●.jp
住所: ●●県●●市●●1-1-1

※リリースペーパーのフォーマットは、提供できません。



あとちょっと! プレスリリースを成功させるためのもう一步

✓ 配信タイミングを見極める

リリース内容は、情報の鮮度が重要です。
情報が古い場合、メディアの関心を引くこ
とが難しくなります。

✓ 自社のメディアでも配信

自社のホームページやSNS等にも掲載
することで、株主や取引先など、メディア
関係者以外にも情報を届けることができ
ます。

✓ リリース後の連絡対応

配信後は、記者からの連絡にすぐ対応で
きるよう、体制を整えておきましょう。

プレスリリース先の一例「福岡経済記者クラブ」

新聞社、放送局、通信社など合わせて22社が加盟する組織で、企業からのプレスリリースの受付や福岡の経
済・産業に関する取材をされています。企業にとっては、コストをかけず一度で全加盟社へアプローチできる
メリットがあります。

※記者クラブに常駐している職員・記者はいません。ご不明な点等ございましたら、当所までご連絡ください。

所在地: 福岡市博多区博多駅前2-9-28 福岡商工会議所ビル地下1階

問い合わせ先: 企画広報グループ TEL: 092-441-1112