



DIRECT HOLDINGS

プレスリリースって
なに？

必要性と
活用方法とは



▶ 目次

- はじめに
- ① プレスリリースとは
- ② プレスリリース作成のポイント
- ③ 配信の形式や配信先
- おわりに

▶ はじめに

ビジネスや団体が成功するためには、**その存在や提供する価値を広く知ってもらうこと**が欠かせません。しかし、情報の洪水が日々の生活を覆う現代社会において、メディアを通じて注目されることは容易ではないでしょう。

そこで今、注目されているのが**プレスリリース**です。

プレスリリースを活用しないのは、非常に勿体無い！企業の情報発信活動において、プレスリリースは様々な可能性を秘めています。

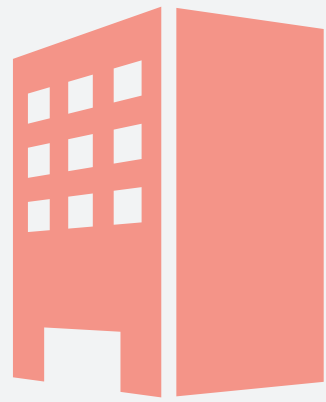
この資料では、プレスリリースの**メリットや具体的な利用方法**について説明します。ぜひ、企業がメディアを通して情報を届ける手段の一つとして、参考にいただければと思います。

▶ 1. プレスリリースとは

プレスリリースは、**企業や団体が重要な情報やニュースを広く伝えるための情報発信手段**です。うまく活用することで、新製品の発表やイベントの告知・重要なニュースの発信など、さまざまな情報を広く知らせることができます。特にテレビの露出を狙う場合、プレスリリースの配信は**効果的な手法**となります。この記事では、プレスリリースの**特徴や必要性、書く際のポイント**について解説し、また**TV 配信サービス**の例も紹介します。



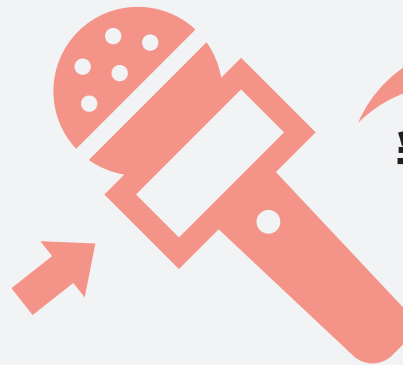
プレリリースとは



企業



プレスリリース



メディア記者

判断



番組・記事



プレスリリースとプレリリースの違い

プレスリリースはプレリリースと勘違いされることがあります。しかし、この二つは全く違うものなので気をつけましょう。

	プレスリリース (Press Release)	プレリリース (Pre-Release)
目的	重要なイベント、製品の販売など、企業の最新の活動について新聞、テレビ、雑誌、Webメディアなどに ニュースとして取り上げてもらうこと	メディアや他の関係者にプロダクトやイベントについての興味を引き、発表の日に関心を高め、 報道や取材の機会を作ること
内容	報道機関に向けて、企業、団体、政府機関などが重要な発表を行うために使用される 公式文書	新製品、新サービス、新機能、などの発表前に、メディアや関係者に 事前情報を提供するための文書やメッセージ

プレスリリースは、第三者であるメディアから報道されるので、**信頼や共感を得られやすい**です。また、文書の作成や送付にかかるコスト以外に、基本的に**費用は発生しません**。高額になりやすい広告と比べると、**費用対効果が高い手段**と言えます。

プレスリリース配信の特徴

プレスリリース配信は、日頃からメディア掲載を狙っている企業さんでは一般的ですが、新たにメディア戦略を始めようとしている方には全貌がよく分からない分野となりがちです。しっかりとした知識を確保してから作業を始めないと、時間やリソースの浪費になりかねません。そこで、プレスリリース配信の基礎知識として5つの特徴をご紹介します。

1 広報効果の高さ

プレスリリースはメディアに向けて発信する公式な情報ですので、**信頼性が高く**、一般の記事よりも**広報効果が大きい**です。報道機関が取り上げる可能性が高いため、多くの人に情報を届ける手段として非常に効果的です。

2 一斉に多くの媒体に配信可能

プレスリリースは配信サービスを利用することで、**一斉に複数（場合によっては数多く）のニュース媒体に届ける**こともできます。広報担当者が一つ一つのメディアに個別に連絡を取る必要がないため、効率的に情報を発信できる点が特徴です。

3 情報の公正性と中立性

プレスリリースは企業や団体からの公式な情報発信であるため、**情報の公正性と中立性**が求められます。企業が主体となって発信する広告や宣伝とは異なり、ニュースメディアは取材内容や発信する情報について厳格な基準を持っているため、**公平かつ客観的な情報**でなければ扱ってもらえず、むしろメディア担当者の信頼を損ねることもあります。

4 時間の重要性

プレスリリースはタイミングが重要です。情報は、**早めに配信すればするほどニュース価値が高く**、早く取り上げてもらうことで、リーチ力や信頼性のあるメディアへの掲載が期待できます。しかし、誤った情報を発信すると後から修正が困難な上、メディアの担当者からの信頼を失い次のプレスリリースの相談に乗ってもらいづらくなる為、**正確性をしっかりと担保することが大切です**。

5 メディア対応とフォローアップ

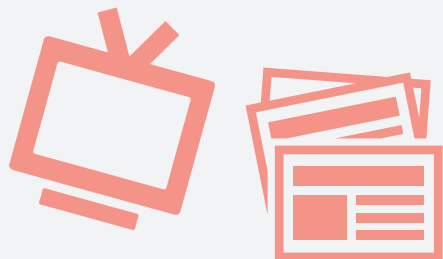
配信後はメディアからの取材要請や問い合わせに**迅速かつ丁寧に対応する**必要があります。取材が実現すれば、さらなる露出や記事の掲載につながることもあるので、**フォローアップ**が重要です。

プレスリリースの効果

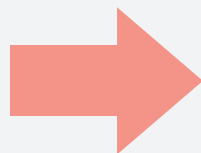
ここまで、プレスリリースの特徴について見てきました。それでは**プレスリリースの効果**は一体どのようなものなのでしょう。ここでは3つの役割について見て参ります。

広報効果の最大化

テレビや新聞の露出は企業や組織にとって**大きな広報効果**を持ちます。テレビは**視聴者数が多く、信頼性の高いメディア**です。プレスリリースを通じてテレビや新聞へ露出することで、多くの人々に情報を届けことができ、企業や団体の**イメージ向上**やブランドの**認知度向上**にも貢献します。



テレビや新聞の露出



ダイレクト
ホールディングス

新発売のいちご
美味しそう

イメージや認知度の向上

プレスリリースの効果

効果的な情報発信

プレスリリースはテレビ局やジャーナリストなど、**情報を求める関係者に対して効果的な情報発信手段**です。適切な形式で情報をまとめ、関心を引くような内容を提供することで、メディアの取材や報道の申し込みを引き寄せることができるでしょう。

信頼性の向上

プレスリリースは公式な情報発信手段であるため、**企業や組織全体の信頼性を高める効果**もあります。メディアや一般の人々は公式発表情報に注目し、信頼度の高い情報源として扱う傾向があります。



プレスリリース
= 公式な情報発信手段

信頼度の高い情報源として扱う
取材や報道の申し込みを引き寄せる



▶ 2. プレスリリース作成のポイント

それではいよいよ、プレスリリースの中身について見ていきましょう。プレスリリースの執筆には、**意識しておく**と**内容の質が上がるポイント**がいくつかあります。

脳天刺激系!?食べるとビリビリ!ぷちっとちぎって、刺激に注意「イナズマぷちっと」が10月6日に新発売!

ぷちっとちぎる感覚が楽しいソフトキャンディ「ぷちっと」シリーズから新フレーバーが登場!

簡潔で明確なタイトル



は、ぷちっとちぎる感覚が楽しいソフトキャンディ「ぷちっと」シリーズから、2種類の味と刺激が楽しめる「イナズマぷちっと」を10月6日から全国のセブン-イレブンにて先行発売いたします。

「ぷちっと」シリーズは、ぷちっとちぎる感覚が楽しいソフトキャンディです。今回発売する「イナズマぷちっと」は、まるで脳みそ!?のような形とビリビリとソフトキャンディです。キャンディは、紫色のビリビリコーラ味と黄色のメラメラジンジャーエール味で、2種類の味と刺激を楽しむことができます。ぷちっとちぎって、ひも状にして食べたり、2種類一緒に味わいを楽しんだり、いろいろな食べ方や味わいをお楽しみください。

キャンディの色やネオンカラーのパッケージは、ハロウィンなどのイベントやパーティーにも相性抜群です。面白いお菓子が好きな方やみなんでシェアして楽しみたい方はぜひ挑戦してみてください。

魅力的な文章構成

要点を先に示す



- 商品名：イナズマぷちっと
- 発売日：2023年10月6日(金)
- 容量：25g
- 販売チャネル：全国のセブン-イレブン
(※一部店舗では取り扱いが無い為、ご注意ください。)
- 特長：
 - ・まるで脳みそ!?のような形のソフトキャンディをぷちっとちぎって食べることが出来ます
 - ・ビリビリコーラとメラメラジンジャーエールの2つの味と刺激が楽しめます
 - ・歯につきにくく、もっちりとした弾力のある食感のソフトキャンディです
 - ・ネオンカラーと妖しい雰囲気のパッケージは、ハロウィンなどのイベントにもぴったりです

正確な情報の提供

【例】製菓会社

4つのポイント

簡潔で明確なタイトル

タイトルは簡潔でありながら、プレスリリースの内容を的確に表現する必要があります。キャッチーで興味を持てるようなタイトルをつけましょう。

要点を先に示す

プレスリリースでは、重要な情報や要点を最初に示すことが重要です。メディアや読者は時間が限られているため、興味を引く情報をすぐに把握できるようにしましょう。

正確な情報の提供

プレスリリースでは正確な情報を提供することが求められます。情報の信頼性を高めるために、十分な検証や確認を行いましょう。

魅力的な文章構成

読者の関心を引くような表現やストーリーテリングを取り入れると読んでもらえる確率が高まります。また、マークダウン形式で作成し、適切な見出しや段落を使用するとさらに読みやすくなります。

より注目されるための一工夫

プレスリリースは情報を効果的に伝える重要なツールですが、競争が激しい現代のメディア環境では、**注目されるためには工夫が必要**です。プレスリリースをマスコミに送っても、平凡であれば採用されることはありません。**伝えたいような面白い内容**であることが必要です。以下に、プレスリリースがマスコミに採用されやすくするための一工夫をお伝えします。

① 希少価値

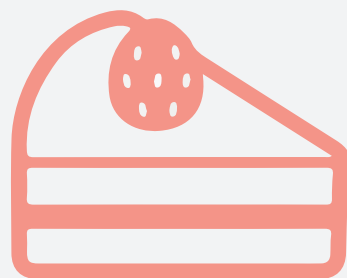
サービスや商品がどれだけ手に入りにくいかなどを伝えます。



2 季節性

その季節に合わせた情報を選びます。

クリスマス限定
ショートケーキ



秋のほくほく
焼き芋



興味・関心



3 将来性

そのサービスや商品の持つポテンシャルを伝えます。可能なら数値も出しましょう。

経済効果
100 億

コスト
3 割削減

プレスリリースの注意点

また、プレスリリースを作成する際の注意点も押さえておかななくてはなりません。
最低限チェックすべき **4つの注意点**を紹介します。

1 ニュース性

メディアや読者にとって**興味深いニュース**を提供することが重要です。ただの宣伝や情報発信ではなく、**価値のある情報**を伝えることが求められます。

2 正確性

プレスリリースに含まれる情報は**正確で信頼性のあるもの**である必要があります。誤った情報を提供することは信頼を損ないます。

3 タイムリーさ

ニュースの**タイミング**は重要です。情報が遅れている場合、メディアの関心を引くことが難しくなります。

4 短くまとめる

プレスリリースは**短くまとめることが求められます**。冗長な文や無駄な情報は避け、要点を明確に伝えるようにします。

▶ 3. 配信の形式や配信先

プレスリリースの内容が固まったら、**配信の手段**を検討しましょう。プレスリリースを効果的に配信する方法はいくつかあります。代表的な方法としては、以下のようなものがあります。

個別メディアへの送付

メディアやジャーナリストに個別にプレスリリースを送付する方法です。**特定のメディアにターゲット**したい場合に有効です。



【事例】

株式会社タニタの
オンラインプレスルーム

オンラインプレスルーム

企業や団体のウェブサイトに**オンラインプレスルーム**を設け、プレスリリースを掲載する方法です。メディアが自由に情報を閲覧できる環境を提供します。

プレスリリース配信サービス

プレスリリースを**専門の配信サービスに登録**し、多くのメディアや関係者に一斉送信する方法です。効率的かつ広範囲に情報を届けることができます。



【例】
共同通信
PRワイヤー /
PR TIMES

PR TIMES



プレスリリース配信サービス



TV 配信サービスの種類

TV 露出を狙う場合には、**テレビ局専門の配信サービスを活用**することが有効です。これにより、テレビ局や制作会社に直接プレスリリースを送付し、取材の機会を得ることができます。また、**TV 局の取材情報提供サイトやプレスリリース専門サイト**も利用すると効果的です。以下に、いくつかの TV 配信サービスの例を紹介します。

テレビ東京メディアネット

テレビ東京グループが提供する PR サービスであり、企業や組織のプレスリリースをテレビ東京系列局や関連メディアに配信します。



日本テレビ

日本テレビネットワークが提供する PR サービスであり、企業や組織のプレスリリースを日本テレビ関連メディアに配信します。

NHK

日本放送協会が提供する PR サービスであり、企業や組織のプレスリリースを NHK 関連メディアに配信します。



▶ おわりに

プレスリリースは、企業や組織が情報を広く伝えるための重要な手段であり、特に**テレビ露出を狙う場合、プレスリリースの配信が効果的**です。メディアに向けて公式な情報を提供することで、**知名度や認知度を高める**ことができます。テレビは視聴者数が多く、信頼性が高いメディアなので、プレスリリースを通じて露出を増やすことが PR において重要となってきます。**TV 配信サービスを活用して効果的に情報を発信し、企業や組織の広報効果を最大化しましょう！**



最後までお読みいただき、 ありがとうございました。



DIRECT HOLDINGS

ダイレクト・ホールディングスは、
デジタル・マーケティング事業、
SNS マーケティング事業、PR・
キャスティング事業をはじめ、多
彩な人材やノウハウを持つ広告
代理店です。

マーケティングに関するお困りご
と、ご相談がある際は、お気軽
にご連絡ください。

【お問い合わせ】

東京本社 〒163-1439

東京都新宿区西新宿 3 丁目 20 番 2 号

東京オペラシティタワー 39 階

電話番号：03-6416-4822

FAX：03-6416-4823

contact@direct-holdings.co.jp