

メディアに響く！ リリースの書き方 5つのコツ



GaaaOn

株式会社ガーオン
〒142-0061 東京都品川区小山台1-3-14-1F
TEL : 03-6303-4100 FAX : 03-6412-8261 URL : <http://prnavi.jp/>

PRナビ

メディアに響くリリースの書き方 5つのコツ

<目次>

1. PRネタの分析と発掘
2. リリースの構成
3. タイトルの作成
4. 本文の作成
5. 作成の際に気をつけたいこと

コツその① PRネタの分析と発掘

まずはリリースを書く前に、発信したい情報の持つニュース性を冷静に分析。
下記のようなキーワードを抽出できれば、メディアに取り上げられる可能性大！

●社会的意義

その商品・サービスが世の中にどう影響を与えるのか

●意外性、斬新性、インパクト

今までになかった機能やサービス、差別化ができているか。常識を覆す要素はあるか。

「業界初」「世界初」「●●初」といったキーワードは注目度UP！ ※ただし、使用する最は要注意（詳しくはコツ5を参照）

●ストーリー性、ドラマ性

その商品・サービスが生まれるに当たってのストーリー性はあるか。

感動・努力・挫折は注目度UP！

●希少性

その商品・サービスに**希少性**があれば注目度UP

●記録、実績

「世界初」「人類初」「日本一」「右肩上がり」といったキーワードは注目度UP！

●流行、話題

流行ワードに便乗できるポイントはないか。**季節のイベント**や**記念日**との関連性はないか。
マスコミが多用しているキーワードに便乗する。

コツその② リリースの構成

リリースにはA4で1～3枚と、ある程度慣習として続いている基本フォーマットがあります。手書きや定形外フォーマットなどの方法もありますが、まずは基本系を押さえましょう。作成はPCソフトの「Word」や「PowerPoint」で作成するのが一般的です。

報道関係者各位 プレスリリース	会社ロゴ	2015年4月1日 株式会社ガーオン www.abc.jp
タイトル		
本文		
会社概要		
問合せ先		
1/2		

基本レイアウト例

【ヘッダー】

- ・宛先として「報道関係者各位」「メディア各位」などを記載する
- ・報道向け資料と一目で判別してもらえるよう、「プレスリリース」「ニュースリリース」「報道関係資料」を記載する
- ・日付、社名、URLを記載

【タイトル】

- ・一番先に目がいく最重要ポイントです。
- ・短く、キャッチーに、分かりやすくまとめて、フォントを工夫して目立たせましょう。（詳しくは、コツ③を参照）

【本文】

- ・6W5Hをもとに、誰でも理解できるよう分かりやすく記載する。（詳しくは、コツ④を参照）

【会社概要】

- ・会社名、代表者名、資本金、設立日、事業内容など会社の情報を記載

【問合せ先】

- ・問合せ先を必ず明記！これがなければ記事の問い合わせもできません。
- ・担当者名・電話・メール・FAXなど、コンタクト先のフル記載が丁寧で良！
- ・ページ下にはページ番号も忘れずに

コツその③ タイトルの付け方

メディアのもとには毎日大量のリリースが届きます。

多忙な報道関係者が、一つのリリースに目を通す時間は、**長くても3秒**とも言われています。

リリースでまず目が行くのはタイトル。

つまりリリースは、**タイトルで8割決まってしまう**といっても過言ではありません。

タイトル一つで、**掲載率に大きく差がつく**のです。

タイトルのポイントはレイアウトを考慮し、

1. 短くまとめ、

2. レイアウトで見せる。

人間が一度に認識できる文章は約13文字と言われています。

Yahoo!ニューストピックのタイトルは実際に13.5文字で作られています。

詳しく説明しようと、つい長くなりがちなタイトルはなるべく短く削りましょう。

どうしても長くなってしまうタイトルは、改行や記号なども活用してレイアウトを工夫し、

視認性の高いリリースを意識しましょう。

トピックス	経産	国内	海
18時1分更新			
放射能漏れ 原子力機構改革へ			NEW!
株乱高下 超高速取引が一因?			
2児章 菓子食べー晩過ごす			
アフリカ連合が部隊創設へ			
「標準時2時間早める」課題は			
カブス藤川DL入り 最悪手術も			NEW!
日本男子バレーに見えた変化			

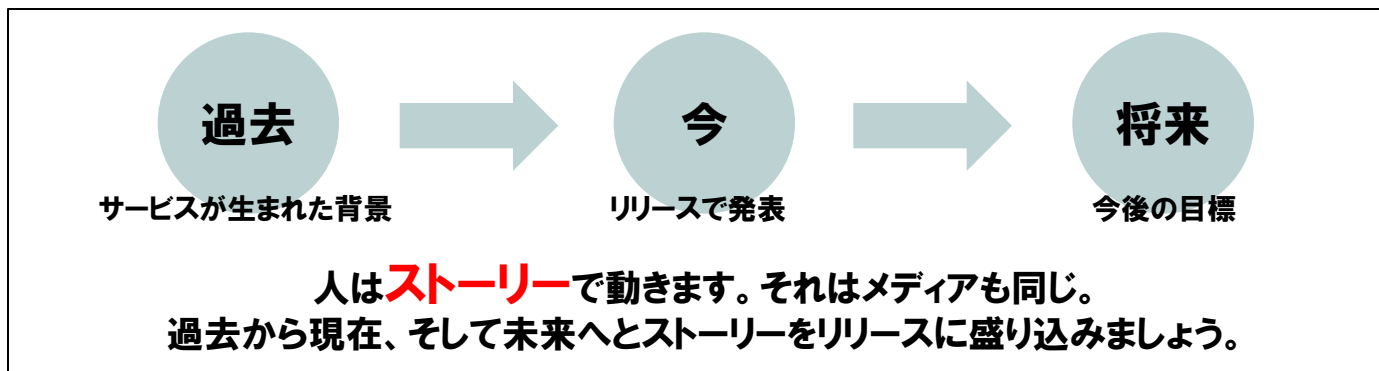
ヤフートピックスを参考に

コツその④ 本文は6W5H

価値のある情報でも、リリースに必要な情報が記載されていなければ、採用してもらえない可能性も。

リリース内容は、「**6W5H**」を意識して書くと、情報の記載忘れを防げます。

- Who 誰が（情報発信者）
 - What 何を（商品・サービス）
 - Whom 誰を（対象者、ターゲット）
 - When いつ（提供日時など）
 - Where どこで（販路、提供場所）
 - Why なぜ（背景）
- +
- How どうやって（方法、技術）
 - How much いくら（価格・金額）
 - How many いくつ（個数、生産数）
 - How long どれくらい（期間、長さ）
 - How in the future 未来は（販売目標、今後の展開）



コツその⑤ その他リリースの注意事項

●調査根拠のない「業界初」や「世界初」などは使用しない

根拠があいまいな場合は、必ず「※自社調べ」と注記を記載しましょう

●根拠のない自画自賛表現は控え、事実を客観的に記載する

自社の情報はどうしても過大評価で書いてしまいがちです。
事実を冷静に記載し、説得性のある文書にしましょう。

●写真とキャプションを効果的に使う

キャプションはボディコピーの**2倍読まれる**とも言われるほど重要な要素です。
解像度が高くイメージが伝わる写真と、そのキャプションを必ず入れましょう。

●曖昧な表現を避け、積極的に数字を使う

「たくさんの～」や「非常に多くの」といった曖昧な表現はリリースではNG。
客観性のある数字を積極的に使うようにしましょう。

●専門用語を使わない

リリースを受け取る報道関係者は、誰もが業界の専門家というわけではないはずです。
どのような人が読んでも伝わるように、一般用語を使うよう心がけましょう。

●参考データは出典を明示

有用なデータも出典が書いてなければ信用されません。出典先は必ず明記しましょう。



空に向けて咲く向日葵



ここがキャプション

最後に

ガーオンでは企業様の知名度アップ、売上アップ、ブランディングを目的とした、
広報・PR支援サービスをご提供しております。

PRプランナーによるリリースの作成もしております 効果的な広報・PR活動をしたいなら

下記担当まで、お気軽にお問い合わせください。

◆会社概要◆

社名 株式会社ガーオン
住所 東京都品川区小山台1-3-14-1F
事業内容 広報、PR業務代行及びコンサルティング
PR NAViの運営
URL <http://prnavi.jp/>
<http://gaaaon.jp>

【広報・PRサービスに関してのお問合せ】

株式会社ガーオン

TEL:03-6303-4100

FAX:03-6412-8261

MAIL:info@gaaaon.jp