

<企業広報実践講座>

# 報道確度をあげるプレスリリース作成のポイント

～ニュース性を高める広報素材の収集、メディアとの関係作り、広報担当者求められる“妄想力（質問力）”～

●日 時● 2015年 9月 29日（火） 10:00～17:00

●会 場● 企業研究会セミナールーム（東京・麹町）

●講 師● 株式会社第一広報パートナーズ

代表取締役／広報コンサルタント 中村 英俊 氏

【略歴】1990年神戸製鋼所入社。事業部にて経理、経営企画、販売促進等を担当の後、広報担当に。1999年関連会社と統合を含めた分社化により新会社の初代広報担当チーフとして広報機能を確立。2003年PR会社である株式会社トックスに転職し、企業や大学、業界団体、官庁などの広報コンサルティング業務に従事。同時に管理部長を兼務。2009年独立し株式会社第一広報パートナーズを設立。以来、顧客の広報担当者の育成や広報機能の確立、強化を目的とした「広報OJTサポート」を中心として活動。現在に至る。

## ◆開催にあたって

企業広報にとって、プレスリリースの作成・発信は重要な実務ですが、メディアの関心を惹き付けるためには、実際の記事を意識した魅力的なリリースを作成し、各メディアに対する戦略的なアプローチが必要となります。

本セミナーでは、“報道角度を上げるプレスリリース”を作成するためのポイントについて、集めた広報素材のニュース性を高めるための視点、記者に全文読んでもらうための表現方法、メディアとの関係作りなど、多角的な視点から分かりやすく解説していきます。また、プレスリリースの作成に携わる広報担当者にとって必要となる妄想力（質問力）とその活用方法についても、具体的な事例を用いて検証していきます。

《詳細は裏面をご覧ください》

### ●受講料● 1名（税込み、資料代・屋食代含む）

正会員	39,960円 本体価格 37,000円
一般	43,200円 本体価格 40,000円

●申込書をFAXいただくか、当会ホームページよりお申込みください。後日（開催日1週間～10日前までに）受講票・請求書をお送り致します。

●よくあるご質問（FAQ）については当会ホームページでご確認いただけます。（〔TOP〕→〔公開セミナー〕→〔よくあるご質問〕）

●お申込後のキャンセルは原則お受け致しかねますので、ご都合が悪くなった際は、代理出席をお願いいたします。  
●最少催行人数に満たない場合は、中止とさせていただきます。

一般社団法人企業研究会

担当：田中 E-mail [a-tanaka@bri.or.jp](mailto:a-tanaka@bri.or.jp)

〒102-0083

東京都千代田区麹町 5-7-2 麹町 31MT ビル 2F

TEL 03-5215-3516 FAX 03-5215-0951

企業研究会 セミナー事務局宛

FAX 03-5215-0951

\*当会ホームページ（<http://www.bri.or.jp>）からもお申込みいただけます。

151553-0404（※）		2015.9.29	
<b>申込書</b> 報道確度をあげるプレスリリース作成のポイント			
会社名	フリガナ		
住 所	〒		
TEL		FAX	
ご氏名	フリガナ	所 属 役 職	
Eメール			
備考欄（本テーマに関連し、特に講師に聞きたい事などがあれば、ご記入ください）			

\*お客様の個人情報は、本研究会に関する確認・連絡、および当会主催のご案内をお送りする際に利用させていただきます。

# 報道確度をあげるプレスリリース作成のポイント

～ニュース性を高める広報素材の収集、メディアとの関係作り、広報担当者求められる“妄想力（質問力）”～

## ● プ ロ グ ラ ム ●

- 解 説 -  
10:00

■講師 (株)第一広報パートナーズ 代表取締役／広報コンサルタント 中村 英俊 氏

### I. 情報発信の種類とプレスリリースの役割

- (1) プレスリリースの種類と使用例
- (2) 情報発信パターン別に考えるメリットとデメリット
  - ・ 会見・説明会、リリース一斉配布、個別取材の比較
- (3) 情報発信方法の検討
  - ・ ニュース性・緊急性の高低に応じた効果的な発信方法
- (4) 対象特性から考える情報収集のコツ
  - ・ 対 営業部門、開発部門などの各事業部門
  - ・ 対 経営企画部門、総務人事部門、経理部門
  - ・ 対 外部環境
- (5) 広報素材のまとめ方（『広報素材確認メモ』を用いて解説）

### II. 報道の確度を上げるリリースの切り口 ～ニュース性を高めるために～

- (1) ニュース性とは何か
- (2) ニュース性を高めるための8つの要素
- (3) ニュース性を高める広報素材の切り口
- (4) 報道の確度を上げる2つの契機
  - ・ 「発信の契機」と「報道の契機」における留意点

### III. プレスリリース作成のポイント

- (1) プレスリリースを書くにあたって必要な視点
- (2) 構成要素と表現方法におけるポイント
  - ・ 記者に全文読んでもらうために意識すべき点
  - ・ 掲載の確度と報道の質に影響を与える条件
  - ・ 表現方法として押さえておくべきNG例
- (3) プレスリリースのひな型から考える、最低限知っておくべきルール
- (4) 記事を意識した検証
  - ・ プレスリリースから自身で記事が書けるか、類似記事はどうか、過去の記事はどうか
- (5) リリースを書いたらすべきこと
  - ・ 読者に疑問を持たれるリリースによく見られる特徴
  - ・ 報道確度を下げないための対応策
- (6) 誤報発覚時の対処法

### IV. メディアの特性と関係作りのポイント

- (1) 記者の気持ち、関心事から考えるアプローチのポイント
- (2) 記者にとって都合の良いタイミング
- (3) メディア別にみるリリース発信の際の留意点
  - ・ 各メディア担当者へのアプローチ方法
  - ・ Web、映像メディア（TV）へのリリースの留意点
  - ・ B to B企業のニュースリリースにおける留意点
- (4) 記者とのお付き合いに関して最低限知っておくべき心得

### V. 事例を用いたプレスリリースの広報素材集めから作成までのポイント【演習】

- (1) ニュース性を上げるために広報担当者求められる“妄想力（質問力）”
- (2) 視点を広げ社会的位置付け（価値）を確認する妄想の仕方
- (3) リリース作成時の妄想（検証）事例 ～新商品の発売開始をケースに～
- (4) 商品PR、コーポレートPRにおける具体的プレスリリース例

17:00