

＜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、広報担当者に求められる“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ーカスに転職し、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・昼食代含む〉	
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こともありますので、ご了承ください。

一般社団法人企業研究会
担当：田中 E-mail 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
申込書 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頂きます。

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、広報担当者に求められる“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に求められる“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における具体的なプレスリリース例

17:00