

# 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  
〒141-0021 東京都品川区上大崎4-3-14-6F  
TEL : 03-6417-4482 FAX : 03-6417-4483 URL : <http://gaaaon.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	<b>会社ロゴ</b>	2015年4月1日 株式会社ガーオン <a href="http://www.abc.jp">www.abc.jp</a>
<b>タイトル</b>		
<b>本文</b>		
<b>会社概要</b>		
<b>問合せ先</b>		
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	経済	国内	海外
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			

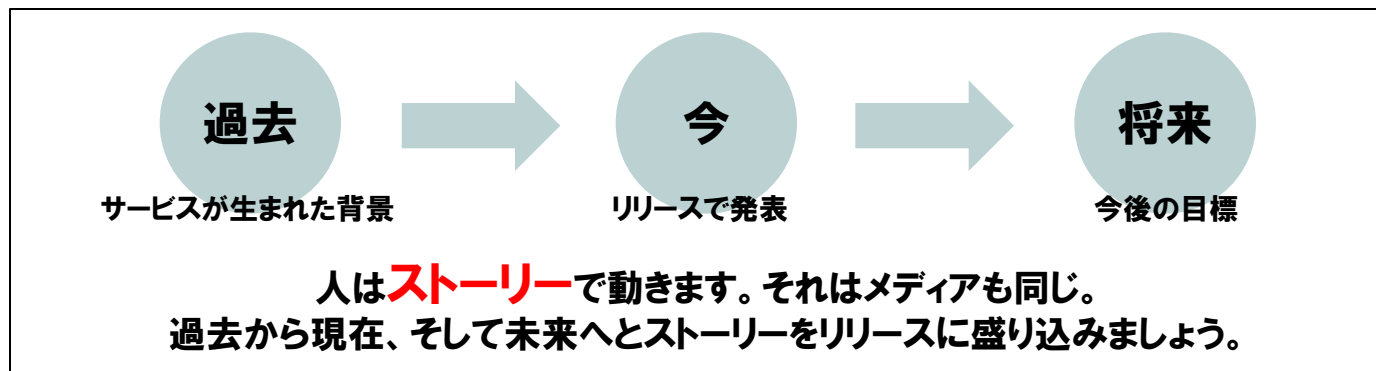
ヤフートピックスを参考に

## 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。

PRブログもご覧ください

<http://kohopr.hatenablog.jp/>

### ◆会社概要◆

社名 株式会社ガーオン  
住所 東京都品川区上大崎4-3-14-6F  
事業内容 広報、PR業務代行及びコンサルティング  
PRナビの運営  
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:03-6417-4482

FAX:03-6417-4483

MAIL:info@gaaaon.jp