

広告費0円で メディアに出る方法

藤村しゅん



講座のゴール



1本のプレスリリースを完成させ、マスコミに持参する。

2012年12月18日

千葉商科大学 プレスリリース

千葉商科大学 学長 島田 雅雄

本学学生が日本航空(JAL)と共同企画 プロバスケットボール試合会場をプロデュース テーマは試合会場の「空港化」!!

千葉商科大学サービス創造学部(学部長: 吉田肇夫)の学際オフィスプロジェクト(第1)のひとつ「千葉ジュッツプロジェクト」は、分設サポーター企業(第2)の「日本航空」と共同して12月22日(土)、23日(日)に船橋アリーナでおこなわれるプロバスケットボールb1リーグ「千葉ジュッツ」の試合会場をプロデュースします。テーマは、試合会場の「空港化」です。

本学アドバンススクール「g!t!ter's」のゼンセン、体育会少林寺拳法部の国試の地、浜、日産ペナリケットの抽選会、浜、新シート採取会、浜、職員・客室乗務員の出演などを学生がプロデュースし、試合会場をワクワク感と興味のイメージで溢れさせます。

プロジェクト学生たちは、プロスポーツのリアルビジネス、航空会社の宣伝広告プロモーションから多くを学びます。

プロジェクト学生、日本航空(浜)、そして千葉ジュッツがクリスマス前に贈る試合会場の「空港化」計画をお楽しみください。

※1: 学際オフィス・プロジェクトは、サービス創造学部の3課制科目「プロジェクト実証Ⅰ」の学習であり、課題解決型学習として進捗しています。当プロジェクトのほか、「平塚ロックンロール」「エンターテインメント」「旅行」「キャラクター」などがあります。

※2: 本報発行に際しては関係先を介して下さる企業。© 2012 年 12 月 12 日 掲載

千葉商科大学×日本航空プレゼンツ b1リーグ2012-2013 シーズン公式戦

対戦チーム: 千葉ジュッツ VS 横浜ビー・コルセアーズ
開催日時: 2012年12月22日(土) 16:40 開場 18:00 開始
2012年12月23日(日) 11:40 開場 13:00 開始
会場: 船橋アリーナ(船橋市総合体育館) 千葉県船橋市志保野台7-4-1

※本学、本学の取り組みのご案内をお断り申し上げます。

<お問い合わせ先>
千葉商科大学 総務広聴センターオフィス
〒272-8512 千葉県市川市国府台1-3-1 | Tel: 047-373-9988 Fax: 047-373-9969
E-mail: g-info@ouc.ac.jp 千葉商科大学 WEBサイト: http://www.cuc.ac.jp/

CUC 千葉商科大学
Chiba University of Commerce

www.cuc.ac.jp

A SEED JAPAN

国際青年環境 NGO・A SEED JAPAN
〒160-0022 東京都新宿区新町5-4-23
Tel: 03-5366-7484 Fax: 03-3341-6030
Email: info@aseed.org URL: www.aseed.org

FAX 送信: 2枚 発行日: 2005年4月1日 発行先: 国際青年環境 NGO A SEED JAPAN 木村真樹

[A SEED JAPAN プレスリリース]
エコ野金フォーラム取材・広報協力のお断り

報道関係者各位

いつも大変お世話になっております。
国際青年環境団体・A SEED JAPAN より、私どもの企画しておりますイベント「エコ野金フォーラム～日産を愛すれば世界が変わる～」をイベント広報紙・記事に取り上げていただきたくお知らせしています。

国際青年環境 NGO・A SEED JAPAN は、1991年に設立された日本の青年による国際環境 NGO です。国境を越えた環境問題とその中に含まれる社会的な公平性に注目し、より持続可能な公正な社会を目指して活動しています。地球上の戦争、環境破壊、社会的な不正をなくすために、今、オルタナティブな経済システムを市民が求めてゆくことを、A SEED JAPAN は提案・実施しています。

A SEED JAPAN では、例年取り組んでいる環境対策事業「ゴミゼロナビゲーション」に加えて、2005年のアースデイに向けて「野金もエコで暮らす時代」をテーマに、地球の未来を守るための新しい野金スタイル「エコ野金」を呼びかける「日産を愛すれば世界が変わるキャンペーン」を企画しています。

その一環として、「エコ野金フォーラム～日産を愛すれば世界が変わる～」を2005年4月17日(日)に企画しています。金融機関の社会的責任(CSR)を焦点に、課題と展望について考えと共に、市民が、金融機関の CSR をどう捉え、どう金融機関を導いていけばよいかを考える場としています。

高野謙二に日経新聞・経済部編集委員、藤井良広氏をお迎えし、パネルディスカッションでは大手都市銀行、地銀、証券、NPO ベンチャと、規模も業態も違う金融機関の報道関係者が一同に会して議論します。どうぞよろしくお断りいたします。

当日の取材・お断り合わせ等は以下の問い合わせ先までお願いいたします。メディアの方は参加無料です。事前、もしくは当日に受付にお断りください。

【問い合わせ】
国際青年環境 NGO A SEED JAPAN (担当: 木村真樹)
Email: info@aseed.org
Tel: 03-5366-7484 FAX: 03-3341-6030
URL: http://www.aseed.org

A SEED JAPAN
Action for Solidarity, Equality, Environment and Development
青年による環境と開発と協力と平等のための国際行動 (A SEED JAPAN)

PRESS RELEASE

南山城学園
2016年10月5日

取材のご案内

京都府初！認定就労訓練事業の場所での取り組み
長期離職者の働く場所として

今、社会問題となっているニート・長期離職者の問題。なぜ彼らは生産者として働くことができないのでしょうか。
長年、社会から離れていざからといって一般的な雇用形態で働くことは大きな障壁になっています。また、企業側も長期離職を理由に採用できないといった現状があります。そこで当法人では、一般的な雇用形態で働けるようにサポートする場として、中間的就労事業(一般的就労、福祉的就労に当てはまらない働き方)を平成26年度より実施しています。そして、今年の8月に京都府初となる「認定就労訓練事業」に認定されました。

ぶちぼんとファームでは、知的・精神障害のある方、過去に引きこもりで長期離職した人を受け入れ、日中の野菜づくり・管理をしていただく6か月間雇用を経て、一般的な雇用形態での就職を目指しています。

報道関係の皆様には、本イベント又は中間的就労の取り組みをご取材いただき、内容の周知にお力添えをいただけますよう、よろしくお断り申し上げます。

記
日時: 2016年10月15日(土) 10:00～12:00, 13:00～15:00
※本イベントも開催しておりますので、合わせて取材いただければ幸いです。

会場: ぶちぼんとファームにて
(城陽市富野緑口)

▲ぶちぼんとファームで働く方(中間的就労) ▲子供の平日の様子

会員様の実績



- ・読売新聞 ・毎日新聞 ・長野毎日新聞
 - ・中日新聞 ・下野新聞 ・長野日報 ・市民新聞 ・高知新聞
 - ・富士ニュース新聞 ・世界日報新聞 ・福島民報新聞
 - ・NHK夜7時のニュース ・テレビ朝日「サンデーステーション」
 - ・テレビ東京「モヤモヤさまーず2」 ・テレビ愛知
 - ・テレビ東京 2時間でっばなし
 - ・東海テレビ ・静岡朝日放送 ・テレビ静岡(フジTV系列)
 - ・FM東京 ・FM函館 ・東海ケーブルネットワーク
- 等々

30 以上の媒体に**すべて無料で出演・掲載**

メディア活用のメリットと狙い

一次効果

- ・閲覧者からの反応・問い合わせ・来客
- ・業界での地位向上・業界からの問い合わせ

二次効果

- ・ホームページに掲載
- ・信頼性向上
- ・SEO効果
- ・記者との関係性
- ・新企画の創出

メディアの人はこんな人

新聞記者

- ・正義感が強い
- ・弱者を救済したい
- ・中小零細企業を
応援したい

- ・宣伝色があるプレス
リリースが大嫌い

TVマン

- ・時代を作っている自負
- ・動きがあって面白い
ものや人が好き

- ・宣伝色があるプレスリ
リースが大嫌い

メディア活用 全体像 7次元集客ビジネスモデル®

7 二次展開

- ・1社メディアに出たことをネタにして、さらに同内容でプレスリリースを打つ
- ・取材してくれた記者へ季節ごとにお手紙やニュースター(記者との関係性)
- ・毎月1回記者クラブに、新しいプレスリリースを持っていく

6 放送後

- ・HPの「メディア掲載実績ページ」に掲載する
- ・プレゼントと交換で、来訪してくれた方のLINE@リストを取得

5 情報開示 OKが出たら

- ・ホームページ等で番組に出演する旨を書く(演者との写真はNG。番組ロゴを載せる)
- ・放送時にLINE@で問い合わせしてくれた方や来客へのプレゼントを考える

4 取材が決 まったら

- 情報開示OKが出るまでは漏らさないこと。・TVとラジオの場合は練習・練習・練習
- ・取材時は、電源10口、水とコーヒーと紙コップと油性ペン(黒)とお茶菓子を準備。
 - ・取材が終わった日にスタッフにお礼の手紙を出す

3 リリース

- 無料: プレスリリースを書いて県庁の記者クラブに持ち込む、番組のHPの企画募集に対してアピール
- 有料: プレスリリース代行会社の活用

2 準備

メディア掲載実績がある方は、ホームページに「メディア掲載実績」というページを作る

1 企画

- ・社会性、新規性、時流
- ・コンセプト30の講義内容を活用・店主のキャラクターを強めに出す
- ・@Pressで紹介されているプレスリリースのコンセプトをオマージュ
- ・TVの場合は動きがあり、音声を消してもおもしろいかが重要

ステップ1:リリースの企画・執筆

間違いだらけの採用されない3パターン

自社の宣伝色まるだしの
リリース



社会的な意義が乏しい。
(メディアは公共のもの)

単なる自社の新商品
・新サービスのリリース



新規性が乏しい。
「またか」感がある

季節外れ・時代遅れの
リリース



タイムリーさ、時流に
合っていない。

ステップ1: 企画の3原則

1
社会性

2
新規性

3
時流

ステップ1: 企画の原則1・社会性

●名古屋市ネイルサロン「ハロービューティ」経営ダウティ妙子さん

「敬老の日記念で、介護施設のお年寄りにマニキュアをして綺麗になって喜んでもらう無料サービス」を提案。

プレスリリースを出して、中日新聞、テレビ愛知、東海TVから取材



ステップ1: 企画の原則2・新規性



「富士山盛り」

よろしく～～

～ !!

やきとりの 『三冠王』

●静岡県富士市 やきとり「三冠王」花井巖さん

「子供が製作プロデュースした、富士山盛りのかき氷」を提案。

テレビ静岡（フジTV系列）、静岡朝日テレビ、富士ニュースから取材

ステップ1: 企画の原則3・時流



● 函館 和・洋モダン貸衣装
「ギャラリーM.a.k」真柄周二
さん

「訪日客の集客で地方経済
の活性化」

BS日テレ、北海道テレビ、北
海道新聞、函館新聞、タイ国
営放送 等 から取材

ステップ2：メディアにアプローチする前の準備「メディア掲載実績」ページの作成

- 過去にメディア（TV、ラジオ、新聞、雑誌）に出たことがある人は、すること



- 輪島漆器仏具店様
<https://wajima-100.info/gallery.html>



- ハケ岳ライフ様
<https://yatsugatake-ijyuu.com/media>

ステップ3 : a 記者クラブへプレスリリース投稿

- 県庁（東京都は都庁第一本庁舎6階）、や市庁に記者クラブがある（記者が詰めている）
- プレスリリースは、A4 1枚～2枚 程度
- 事前に電話で部数（何人記者さんはいますか？）を確認
- プレスリリースは、封筒などに入れずハダカで、記者クラブにいらっしゃる事務員さんに手渡し



ステップ3 : **b** マスコミ担当者に電話とFAX

●電話で番組担当者に繋いでもらう

(例 ●●と申しますが、■(番組名)にプレスリリースを出したいので担当者様に繋いでいただけますでしょうか。

(つながったら)●●と申しますが、▲という企画でプレスリリースをお出しさせていただきたいのですがよろしいですか。
(FAX番号を教えてください)

●右記の本に電話番号がある



リリースをかいてみよう・事例

● 永田さん「熊本マラソン応援仏壇」



リリースを書いてみよう ・ 基本構成

1

【導入部分 大義名分】
社会背景・時流・
今日性

熊本地震から1年
が経ちました。
熊本の人たちに
元気を取り戻そう
という活動が盛り
上がっています。

2

【アピール部分】自社商
品・サービス 自社企画

そこで輪島漆器仏
具店では、仏具店
の立場で地域を
応援しようと、
「熊本城マラソン
応援 仏壇」を製作
しました。

3

【アクション部分】最後
に取るべき 行動・連絡
先

「マラソン応援仏
壇」は マラソン大
会当日のコースに
展示予定。ぜひ
見に来てくださ
い。

●大義名分:「行動を起こす にあたってその正当性を主張するための道理・根拠

プレスリリースの例：永田幸喜さん

●熊本県庁広報課から
朝日新聞・ヤフーニュース・
TBS「Nスタ」「ビビット」・九
州朝日放送「アサデス」熊
本放送「ニュースジャスト」
テレビ熊本「みんなの
ニュース」につながる。

「くまモン仏壇」が売れました！
なんと東京八王子の横山様から御注文です。
大のくまモンファンで、熊本地震復興支援として「くまモン仏壇」購入いただきました。7月1日(土)13:00納入予定です。
多から「くまモン仏壇」製作にかかります。
取材いただければ幸いです。
よろしくお願ひ申し上げます。
7月1日(土)13:00納入
〒192-0361



(有) 輪島漆器仏壇店 永田幸喜
年中無休24時間受付
電話 096-329-0224 携帯 090-7478-1086
〒860-0061 熊本市西区上高橋1-11-2
メール hyakunenbutudan@plum.ocn.ne.jp
ホームページ <http://wajima-100.info>

プレスリリースのコンセプトの 真似元はありますか？

▪ A 1

Googleニュースで「プレスリリース あなたの業界名」で検索をして、研究してください。

<https://www.atpress.ne.jp/>

▪ A2

@Pressさんの「プレスリリース一覧」を見て、研究してください。

<https://www.atpress.ne.jp/>



The screenshot shows the @Press website interface. At the top, there is a navigation bar with categories like 'ライフスタイル', 'エンタメ', 'フード・飲食', 'ファッション・美容', 'モバイル', 'IT', and 'ビジネス'. Below the navigation bar, there is a main content area. On the left, there is a featured article with a photo of a hand writing on a smartpen. The article title is '世界最細・最軽量の光学式スマートペンの新シリーズ「Neo smartpen M1」日本上陸！～世界最大級家電見本市・CES 2018公開モデル～'. Below the title, it says 'NeoLAB株式会社' and '2018.06.08 15:00'. On the right, there is a sidebar with a blue header 'プレスリリース配信をご検討中の方へ' and a main text area that says '日本で一番記事や取材につながるプレスリリース配信サービス。' and '3つのポイント'. Below this, there is a section titled 'お客様の声' with a testimonial and a photo of a person. At the bottom of the sidebar, there is a link 'プレスリリースを受信したい' and a footer '© NeoLAB株式会社'.

ステップ4：取材が決まったら

- 情報開示OKが出るまでは、漏らさないこと
- TVとラジオの場合は練習・練習・練習
- 取材時は、電源10口、水とコーヒーと紙コップと油性ペン(黒)とお茶菓子(まんじゅうやチョコレート)を準備
- 取材が終わった日にスタッフにお礼の手紙を出す



ステップ5：情報開示のOKが出たら

- ホームページ等で番組に出演する旨を書く
(出演者との写真は肖像権のためNG。番組ロゴを載せる)
- 放送を見てLINE@で問い合わせしてくれた方や来客してくれた方へのプレゼントを考える(とにかく見込み客リストを取る)



額縁仮面のホームページ https://peraichi.com/landing_pages/view/gakubuchikamen

ステップ6：放送後

- ・放送当日と、放送から7日間は問い合わせが多い事を想定
- ・HPの「メディア掲載実績ページ」に掲載する
- ・プレゼントと交換で、来訪してくれた方のLINE@リストを取得し、LINE@の週1回配信でコミュニケーションを開始



●ハケ岳ライフ様

<https://yatsugatake-ijyuu.com/media>

ステップ7：二次展開

- 1社メディアに出たことをネタにして、同内容でプレスリリースを打つ
- 取材してくれた記者へ季節ごとにお手紙やニュースレター（記者との関係性を築く）
- 毎月1回記者クラブに、新しいプレスリリースを持っていく
- ホームページのメディア実績ページに掲載（タレントの写真はNG）
- 営業資料にメディアに出た旨を掲載すると値引き要請が減り、大手企業も話を聞いてくれるようになります。

Q&A

Q プレスリリースを持参する以外のアプローチ方法はありませんか？

- A1 配信代行会社(有料)を使う方法もあります



The screenshot shows the homepage of the @Press website. The header features the @Press logo and navigation links. The main banner has the text '日本で一番 記事や取材につながる! プレスリリース配信サービス' and an image of a laptop with a camera. Below the banner, it states '記事になりやすさ国内No.1' and includes a bar chart showing the number of articles published. A contact number '03-5363-4870' is visible in the bottom right corner of the screenshot.

<https://www.atpress.ne.jp/service/>

- @プレス
- ネット・新聞・雑誌・テレビなど
- 3万円から・最大8500メディア
- 校正(サービス)
- 海外メディア向け配信も可能
- 掲載追跡サービスもあり

Q プレスリリースを持参する以外に メディアへのアプローチ方法はありませんか？

- ・A2 プレスリリース放送局配達サービス(有料)を使う方法もあります

PRD (Press Release Delivery) website content:

- PRDについて
- 配達エリアの範囲一覧
- 放送局別プレスリリースとは
- 法人プロフィール
- お電話の受付
- ご利用の流れ
- ご利用料金
- お持ち帰りの品物の
- お問い合せの範囲
- お問い合せ
- 運賃会社
- パートナーについて
- PRDのミーティング
- お問い合わせ

企業・団体・個人のテレビ・ラジオ番組へ取材/出演支援
プレスリリースを番組に収録して一斉配信が可能です。

無料の相談サービスもご利用ください。
テレビ番組向けのリリースの書き方をアドバイス致します。
全ての項目をご案内の上でお問い合せをお受けいたします。

平成29年8月配達分通常サービスのご案内

8月(8月1日~8月20日)配達サービス受付中
エントリー締め切りは7月10日となります

7月分配達サービスの通常受付は終了いたしました
お問い合わせはメールにての対応とさせていただきます
(お電話での対応は行っておりません)

※最新のリリース通常サービスのご案内は、こちらをご覧ください。

御に無いオンラインの才能をお持ちの方、
1つのジャンルではトップの才能をお持ちの方、
隠れた才能を最大限まで活かす等
ご相談ください。

<https://prds.jimdo.com/>

● プレスリリース放送局配達サービス「PRD」

● 手渡しで直接、東京のテレビ・ラジオ局の情報番組100番組(テレビ70・ラジオ30)の担当プロデューサーへプレスリリース配達。

● 10万8000円。別途skypeコンサル有り。

Q プレスリリースを持参するタイミングは？

- A 取材に来て欲しい日の
1ヶ月前～2週間前の木曜日
までに出す

テレビ出演のための大事な視点（極秘）

TVの情報番組の ディレクターの選球眼 (どれかに合致すれば採用確率UP)



- その情報は消音しても伝わるか、動きがあるか (TVでは動かないと、視聴者が逃げてしまう。つまり絵的に派手か?)
- 30文字以内にわかりやすく説明できるか?
(例 小学生が開発した、4色のレインボーメガカキ氷 22文字)
- 既存のものから、少しずれているか?
- 明日、友達に話したくなるか?
- 「驚き」と「発見」を与えているか? (なるほど、へえーがあるか)
- ありそうでなかったか? (例 風邪が治るクロワッサン、朝から運動させるリゾートホテル)
- 足し算をされているか? (例 ドリル+うんこ、うんこドリル)

情報番組出演時の ディレクターの選球眼 (どれかに合致すればいい)



- 今の時代を映し出しているか？（例 こんな時代だから●●）
- これからブームが来そうか
（例 2018年は、ドローン、AIスピーカーだった
今後は東京オリンピック、カジノ等）
- Facebookでいいねボタンを押したいか
（例 頭が良くなるチョコレート）
- キーワード検索に今ひっかかるか？
（「フィリピン」と多く検索されている時に、フィリピンまんじゅうを売る）
- 極端さがあるか？（例 世界一固いチョコレート）

ワーク（10分）



あなたが**TV**か**新聞**に
掲載されたい
商品・サービスを
真似元ページを見て考える