

# プレスリリース について

プレスリリース  
＝報道発表資料



ニュースリリース



## プレスリリースの配信機会

	行動	結果
事業	<ul style="list-style-type: none"><li>サービス開始（製品発売・出店）、リニューアル</li><li>特許や商標の出願・取得、ロゴ・CI</li><li>キャンペーン、プロモーション、協賛</li><li>セミナーやイベントの開催、出展</li><li>新商品・サービスのリリース</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>サービスの導入事例や導入効果</li><li>事業実績や履歴</li><li>研究開発結果の発表、実用化の開始</li><li>レポート、調査結果の開示</li></ul>
組織	<ul style="list-style-type: none"><li>プロジェクト発足やプログラム実施</li><li>本社移転、支社や支店の開設</li><li>資本政策、M&amp;A、業務提携</li><li>オフィシャルパートナー契約</li><li>社内制度、福利厚生、採用、人事</li><li>ボランティア活動、寄付、贈呈</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>国、行政、機関等から受賞、選出、認定、許認可</li><li>新規上場承認や市場変更</li><li>国家レベルのVIPに関連した出来事</li><li>組織に関する公的な受賞</li></ul>

報道記者が記事にしたくなるように執筆するのが重要！！

- ✓ 生活者にとって有用性があるか
- ✓ 新しい取り組み(既存のものであっても切り口が違う)か
- ✓ 社会的背景があるか(マッチしているか)

## ◇プレスリリース 執筆する際に気を付けていること

- ・一般企業の営利に関する報道は、関係がないと報道されにくいので  
メディアの読者(例えば新聞の読者等)にいかに関係のある問題かを  
伝えることが重要
- ・報道関係者の方が、基本情報にアクセスしやすいように、  
「基本情報」「資料」と2つに分けるようにしている。  
※重要な情報は前半に(イベント開催日時や主旨など)補足資料的なものは  
後半に配置する
- ・取材問い合わせ先は、複数個所に入れ込む
- ・URLはQRコードを入れ込む
- ・文中のタイトル部分だけ読んで、大まかな概要がわかるようにタイトル付けを考える  
(小さい文字は読まれないとあって、タイトルを付ける)

## ▼プレスリリース先(事例)

高島市役所  
政策部 企画広報課  
〒520-1592 滋賀県高島市新旭町北畠 565番地  
電話 : 0740-25-8000  
<http://www.city.takashima.lg.jp/www/contents/1444283277988/index.html>

滋賀県県庁  
広報課報道係  
〒520-8577 滋賀県大津市京町四丁目 1番1号  
TEL:077-528-3993  
<https://www.pref.shiga.lg.jp/kensei/gaiyou/soshiki/chijikoushitsu/kouhouka/>

わからない場合、、、問い合わせてみましょう！

- ①行政HP検索
- ②窓口:大体、広報課、広聴課などになる
- ③電話する
  - ・一般企業からのリリースを受け付けているか
  - ・何部必要か(持込みのみか、メールでも可能か、郵送可能か)
  - ・どの媒体社が属しているか

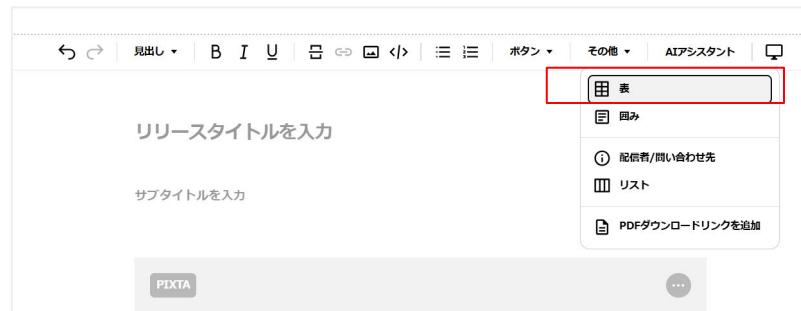
PRTIMES 設定のポイント  
<https://prtmes.jp/>

## 記事のポイント

- titleにエリア名や日付を入れる
  - PRTIMES社のお勧めのタイトルのつけ方です。  
エリア名や日付をキーワードに記事を探す報道関係者が多い為
- 記事の構成は以下にする(報道関係者への配慮)
  - 「伝えたいこと」を最初に
  - 詳細の情報は下に配置
- 印刷して持ち込むプレスリリースと違い、こちらは一般の方にも配信されるため、記事をよりわかりやすく書くように意識する

多様な機能が追加されましたが、提携サイトに配信された際にレイアウトが追い付かないことがあるため、メリットデメリットを考えて使用する必要があります。

### 1.「表」は使わない



PRTIMES上ではキレイに表示されますが、提携サイトで配信された際に、表はまるごと画像になります。

URLや連絡先などが含まれていた場合、リンクが無効になり、キーワードを入れ込んでいた場合には、SEOとしても効果も期待できません。

### 2.「詳細を見るボタン」「カスタムボタン」は文字を注意する



PRTIMES上ではキレイで見やすいボタンを作成できるが、提携サイト上ではボタンにはならず、テキストのみの表示になる。(リンクは貼られるが、見た目は通常のテキストと同じ)

使う場合には、「イベント名の詳細はこちらから」など、リンクとわかりやすいようなテキスト文章にすることをお勧めします。

### 3. 転載サイトを意識する

[画像2: <https://prtimes.jp/i/23331/426/resize/d23331-426-a7d723db91c119f44393-3.jpg>]

転載サイトでは、  
「見出し」で設定した文字の大きさや太さなどは、普通のテキストになってしまいます。

また、画像はURL表記となってしまうサイトがほとんどです。

行間や表現に注意して、転載サイトで表示された際のことも意識すると良いです。

### AIアシスタントを活用する



新エディターにはAIアシスタントが搭載されました。

タイトルや校正などに十分活用できます。

ただし、まだベータ版のため注意しながらご活用ください。

## タグ・キーワード・関連URLの設定

PRTIMESの記事を入力した、次の設定ページです。  
必ずすべて設定します。

タグ・キーワード・関連URLの設定

プレスリリースの目的 必須

イベント開催決定

種類 必須 ビジネスカテゴリ 必須 サブカテゴリ

種類を選択する

キーワード

キーワード キーワード キーワード キーワード  
キーワード キーワード キーワード キーワード  
キーワード キーワード

関連URL

キーワードは必ず10個設定する  
(詳細後述)

関連URL、忘れがちなので必ず入力

## メディア関係者への追加情報

### メディア関係者への追加情報 ?

#### 一般非公開／メディア関係者限定公開

報道関係者からの問い合わせ先を記載。

一般非公開の電話番号やメールアドレスも、フッターなら記載できます。取材受付の窓口になります。

テンプレートを選択してください

(例)

【本件に関する報道関係者からのお問合せ先】

株式会社〇〇 広報担当：〇〇

電話：〇〇〇〇 メールアドレス：〇〇〇〇 FAX：〇〇〇〇

✓ 0/1000

### 位置情報を追加する ?

プレスリリースに関係する位置情報を最大5つまで追加することができます

プレスリリースから自動取得する

+ 位置情報を追加する

テンプレートを参考に、会社名、連絡先を記入

※限定公開のため、報道関係者としてPRTIMESに登録していないと表示されない部分です。

位置情報を入力すると、PRTIMES TOPから検索できるようになります。

報道関係者が特に利用する機能です。

また、転載されるサイトの抽出にも関わってくるので必ず設定してください。

カテゴリで検索

ビジネスカテゴリ

企業カテゴリ

種類

都道府県

## キーワードの設定について

### キーワードの役割

#### 1. 転載サイト抽出に使われる

- 転載サイトはシステムにより自動で判定し転載されています。キーワードの設定如何で転載サイト数も変動します。

#### 2. 検索に使われる

- PRTIMES上の検索に使用されます。本文中の文字列は検索時にヒットするため、本文に使用していないキーワードも盛り込みたい

#### 3. ハッシュタグとしての役割

- 記事内のキーワードはハッシュタグと同じ使い方ができます。キーワードを押すと同じキーワードで投稿された記事一覧が表示されます

#### 4. SEO的役割

- PRTIMESはgoogleSEOで上位に表示されやすい傾向にあるため、このキーワードで上位表示される可能性がでます



## キーワード探し方

PRTIMESでは、TOPページからアクセスが多いキーワードをみることができます。

## いま注目のキーワード 「もっと見る」をクリック

一覧が開きます

「もっと見る」をクリック

キーワードランキングが出てくるので、ここから関連のありそうなキーワードをピックアップする

## メディアリストの設定

メディアリストは既存のものもありますが、配信内容によって別途設定するほうが掲載される率があがります

ダッシュボード

プレスリリース

メディアリスト

ストーリー

分析データ

### メディアリスト一覧

メディアリスト結合 メテ

2024年12月5日(木)の17:00~18:00の間にメディアリストのUIが切り替わることをお知らせします。それに伴い事前相談会をお伝えします。ご希望の方は下記リンクからお申し込みください。

事前相談会参加のお申し込みはこちらをクリック >

PR TIMESリスト インポートリスト

メディアリスト名	件数	メール配信元アドレス	操作
建築・空間デザイン主要メディア	182件	info@prtentimes.jp	ダウンロード コピー
住宅・マンション主要メディア	204件	info@prtentimes.jp	ダウンロード コピー

表示件数 10 1 - 2件 / 3

# メディア検索時の注意

## 検索条件

### プレスリリース配信方法

- メール&FAXで配信
- メールで配信
- FAXで配信

※FAX配信(オプションサービス別途5千円)を希望されない場合は「メール配信」を選択ください。

### メディア種類

TV番組(0) 雑誌(0) 新聞(0) インターネットサイト(0) フリーペーパー(0) ラジオ番組(0) 通信社(0)

- |        |                                 |                               |                                   |                               |
|--------|---------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| TV放送電波 | <input type="checkbox"/> 地上波    | <input type="checkbox"/> BS放送 | <input type="checkbox"/> BSデジタル放送 | <input type="checkbox"/> CS放送 |
|        | <input type="checkbox"/> ケーブルTV | <input type="checkbox"/> その他  |                                   |                               |

機関誌や研究雑誌、季刊・年鑑・不定期刊行物など(約6,000件)を検索対象に含める ?

### 報道対象地域 必須

- 全国
- 北海道・東北地方
- 北陸・信越地方
- 関東地方
- 中部地方
- 近畿地方
- 中国地方
- 四国地方
- 九州・沖縄県地方

### 検索ワード

追加の検索ワードがある場合、キーワードを入力しEnterキーを押してください。

入力してEnterで確定

0/20

### メディアの抽出方法 必須

- 300件を自動で抽出する ?
- 350件を自動で抽出し、手動で50件削除する ?
- 件数を制限しない ?

希望条件に合致するメディアが0件です。検索条件を変更してください。

「メールで配信」にチェック

メディアの種類で選考するだけでなく  
エリア名(例:長野,松本,塩尻)などで検索すると、  
地方に特化したメディアを探し出しやすい

PRTIMESは企業の振り分けが乱雑なので丁寧  
に探していく必要がある

## 転載サイトについて

転載サイトの数は、基本的には機械的に抽出されている

→20企業転載はPRTIMESで保証されている

→20以上の転載サイトは「キーワード」「位置情報」から選ばれる。

記事の内容の如何によって、転載数が決まるわけではない。

→「キーワード」「位置情報」をきちんと設定することが大切

転載サイト以外の転載(メディアリストで選んだ媒体)に掲載されたかどうかは、  
PRTIMESの基本機能ではわからない

※WEBクリップ(5000円)機能を使うと、PRTIMESが収集してくれます。

## 配信アイディアまとめ

- ・調査リリースのアクセスが多い(調査終了日から半年以内ならばrelease可能)

他社さまの事例

■調査リリース

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000852.000024101.html>  
掲載:<https://juu-tsuu.net/juutsuu/entry?eid=23561>

■機能追加などバージョンアップ時

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000003.000121931.html>

■加盟の記念すべき数の突破

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000980.000035668.html>

他の企業さまの配信ネタ参考記事

▼プレスリリースの配信機会とは? 5つの配信機会の書き方&事例を紹介

<https://prtimes.jp/magazine/prtimes-delivery-opportunity/>

▼プレスリリースのネタ・事例100選 | 15のテーマ別で配信機会を紹介

<https://prtimes.jp/magazine/press-release-theme/>

## 配信タイミング

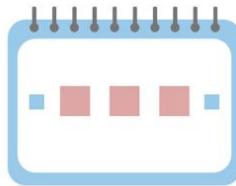
一般的なメディア関係者の活動スケジュールは暦通りです。

メディア関係者が情報収集しやすいタイミングとして、週の中日である「火・水・木曜日」の配信がおすすめです。

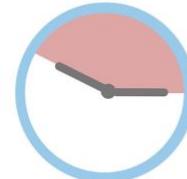
また、人によって多少異なるものの、メディア関係者の1日のスケジュールは「営業日の午前中に情報収集を行い、午後に打ち合わせや記事制作を行う」ことが多いと言われています。それらの条件を踏まえると、「午前10時から11時」がおすすめの配信タイミングとなります。

<https://prtentimes.jp/magazine/time-to-pressrelease/>

### プレスリリース配信のタイミング



火・水・木曜日



10時～15時

PR TIMES MAGAZINE

### 内容別の配信タイミング

イベント	約2週間前～
グルメ情報	週末連休の直前
新製品情報	1週間前～前日
業績報告	即日



PR TIMES MAGAZINE

PRTIMES社が出している基本の配信タイミングです。これに加え、夕方の帰宅時間に合わせて配信したところ、伸びたという話もよく聞くようになりました。記事の内容によって、配信分けをしていきましょう