

連載

広報ってなあ～に？

文：廣瀬千賀子
Chikako Hirose
(OFFICE HIROSE 代表)

第3回

プレスリリースを
作ってみようの巻

Press Release

2017年〇月〇日
株式会社〇〇〇〇

～期間限定販売 コーヒー通の方もコーヒーの知識を広げたい方にも訴求～
〇月1日(〇)より「店名」で
コーヒーの飲み比べ「世界各国の利きコーヒー」を開始します。

株式会社〇〇〇〇(本社：東京都港区 / 代表取締役社長：〇〇〇〇〇)は、〇月1日(〇)～〇月〇日(〇)東京都港区〇〇「店名」で、コーヒーの飲み比べ「世界各国の利きコーヒー」を開始します。「世界各国の利きコーヒー」とは、店内にある世界各地の選りすぐりのコーヒー豆約50種類から1回に10種類のコーヒーを味わうことができます。コーヒーの香り・味・特徴などを感じたままシートにご記入いただき、後ほど、五感が正しかったのか、シートの解答を行い、併せてコーヒーの解説を行います。正解率が上がっていく毎に、5段階ある利きコーヒー師として級が上がるようになり、合格毎に、認定書を授与いたします。コーヒー通の方は、より高度なコーヒー知識の向上へ、コーヒーの知識を広げたい方は、コーヒー体験を通じてコーヒーの魅力を知ることができます。また、好きなアルコールと合わせ、世界で一つのコーヒーカクテル作りにも挑戦できます。今後も「店名」では、コーヒー好きに新求できる体験型コーヒー店として価値を高めていきます。

「世界各国の利きコーヒー」概要

■実施期間
〇月〇日(〇)～〇月〇日(〇) 14時～21時まで

■内容
■「利きコーヒー師」認定について

■金額



本件に関するお問い合わせ先
株式会社〇〇〇〇
担当 〇〇〇〇
東京都港区〇〇〇
TEL: FAX:

②リード文を作ろう
本文を凝縮しシンプルに伝えるリード。タイトルとリードで本文を読んでもらえるよう印象付けます。

①タイトル(表題)を考えよう
記者さんが「おっ」と思う、簡潔で魅力的なタイトルを考えましょう。タイトルの印象は、重要!

④本文を作る
「だれが」「いつ」「どこで」「何を」「なぜ」「どんなふうにするのか」5W1Hを基本に文章を構成。チラシのように広告や宣伝にならないように!

⑤商品の詳細を書く
期間、詳細な内容などは、別枠で分かりやすく書きます。

③画像を貼り付けよう
インパクトのある画像を貼り付けることもとても重要。タイトルを見て、画像を確認し、「取材したい!」と思ってもらえるかが勝負どころ。

⑥問い合わせ先の記入
固定電話もそうですが、携帯やメールアドレスを書き、常に連絡が取れるように。

「傾向と対策」に使える雑誌なのです。前回、ぎつしり文字だけで説明した「プレスリリース」についてですが、今回は、実際のリリースで説明します。前号をもっている方は左に置き、今号を前に置きましょう。すると、より分かりやすくなります。なんと、いうことでしよう!『カフェレス』は、「傾向と対策」に使える雑誌なのです。

さて、ページ内の「プレスリリース」は、例題で作りました。こちらは、新商品や店舗オープンで使えるので、文字に当てはめてみてください。一番大切なのは、記者さんが見て興味をそそるか、解りやすいかです。ですが、巷にあるような物の商品化(二番煎じのような商品)は、企画自体をちよつ



キャサリンちか子(廣瀬千賀子) / 「広報のお手伝い」「広報の育成」を行なうOFFICE HIROSEの代表。大阪出身のバフフルな性格と、大手外食チェーンやNEXCO西日本SHDなどで培った広報スキルが身上。外食業界では誰もが知る名物広報で、「キャサリン」の愛称で親しまれる。写真はカラオケルーム(宝塚歌劇ルーム)で熱唱中に撮影。URL:<http://pr-office.jp/>

と工夫して面白くしてもらおうなど、必要かもしれないです。さて、大好評、「担当H」の人となりのコーナーです。いつしかHは、私を「先生」と呼ぶようになりました。一緒に食事をした際に「先生の顔写真掲載しているからですかね、前のテーブルの人達、先生の顔をちらちら見ますよ」と私のブライドをくすぐり、「この人、有名な先生なんですよ」と店員さんに印籠を見せるがごとく、ハイボールを濃くするよう注文をつけます。「先生」という甘美な名前を連呼し、悪代官を焚きつける、悪徳商人のようなHは、私を手のひらで弄ぶようになり、あれこれと原稿に注文をつけます。で、書いたリリースがこれです。リリースで質問がありましたら、Hにご連絡をいただければと思います。では、まだまだ残暑厳しい日が続きますが、今年後半戦張り切っていきましょう!