

地域広報活動について

ITCの活動を地域メディアにPRするために

2007年3月6日

ITコーディネータ協会
業務開発・広報委員会事務局

広告

- ▶ 新聞や雑誌のスペース、ラジオやテレビの時間を買って、その中で企業のメッセージ（商品情報を含む）を伝えていくのが広告です。
- ▶ 広告の最大の特徴は、メディアと時間を選定することにより、必要なターゲット層に対して、必要な時期に必要なメッセージを伝達できる点にあります。

広報

- ▶ 企業や団体がメディアに情報を発信し、ニュースとして掲載（放送）してもらうこと。
- ▶ 情報を報道するか否かはメディアの手に委ねられるため、掲載（放送）時期やスペース・時間を特定することは難しいが、報道されれば、そのインパクトは極めて大きく、掲載（放送）されるということは、その情報が社会に伝達する価値があると認められたこととなります。

ITC協会の地域広報活動とは

メディアリレーションズ 「点」から「面」へ

地域広報活動では、地域の新聞、雑誌、テレビなどのメディアや、商工会議所の機関誌などとネットワークを構築し、ITCの活動や、仕事内容(成功事例など)を報道してもらうことで、活動を広く認知してもらい、ビジネスに繋げていきます。

ITC自身の事業活動を、地域のメディアにとりあげてもらうことを目的としたコミュニケーション活動です。そのコミュニケーションとは、一方的でなく、ITCやその仕事内容について正しく理解してもらうために知らせていく努力と、同時に相手(メディア側)の意見や考え方を聴いて、求めていることを認識することも必要です。



この双方向のコミュニケーション活動が、記事にむすびついていくと考えてください。

主要広報活動アイテム

ニュースリリース(報道資料)の作成

発信したい情報のポイントを簡潔に説明した資料。

プレスリストの作成

組織の活動に関係する、あるいはターゲット層となる対象メディアのリスト

取材誘致 / セミナーなど

経営者セミナーなど実施するセミナーの取材誘致。

記者懇親会

記者との懇談により、ITCに対するメディアの認知、理解をはかり、
また、記者からの情報、意見を収集します。
目的によって、個別、少人数など様々な規模で実施されます。

インタビュー(ITC・顧客企業トップ)

ITCの仕事を紹介するために、ITC(自身)のインタビュー取材を仕掛けます。
また、関係した成功事例とその経営者の取材をアレンジし、その企業のIT化成功にはITCが関わっていることを紹介していきます。

プレスツアーの実施

IT化された顧客の工場などの施設見学、IT化の実態などを取材してもらうために、メディア対象のツアーを実施します。
2~3社の記者を対象に、ITCの案内で地域の顧客企業数社を視察し、取材のきっかけづくりをします。

クリッピング(記事収集)

取材、掲載された記事のクリッピング 営業ツールとして活用
顧客企業の競合企業の記事、業界関連記事のクリッピング 動向把握

ニュースリリースは、記者に読んでもらい、関心を持ってもらうきっかけをつくりだす目的で作成するものです。担当記者にいかにインパクトを与えることができるかが重要になってきます。

1) 準備

何を情報発信したいのか。

【例】イベントの取材誘致 インタビューのお願い 成功事例の紹介

メディアを選択(リスト化)

ニュースリリースの内容に合ったメディアのリストを作成する。

【例】全国新聞の地域局、地域新聞(地方紙)、経済紙誌、専門紙誌、
地域商業団体などの機関誌、フリーペーパー

メディアの担当セクション、担当者を調べる。

【例】紙メディア / 編集局経済部、産業部

テレビ / 報道局報道センター(ニュース番組)、番組あて
機関誌 / 広報担当

ニュースリリースを作成

ニュース素材の収集

掲載記事をイメージして写真、データを選びます。

2) 書き方(読みやすく、簡潔で、短く、なおかつ効果的に)

A4用紙2枚程度 ・横書き ・です、ます調 ・業界専門用語は厳禁

ひきつけるタイトル(県初、業界初) ・特徴は箇条書き

3) おさえる内容

正確に(数字・固有名詞・誤字脱字)

数字・データを入れる。(期日、価格、目標値、達成値、数字の根拠)

写真(講師の顔写真など)・図を入れる。

問い合わせ先、担当者名を明確に

4) リリース様式

報道各位(あて先)

発信日時

団体名

タイトル見出し(何を伝えたいのか)

リード文(本文内容の概略・重要ポイント)

本文(基本は5W1H/いつ、どこで、誰が、何を、何故、どのように)

背景

具体的内容(詳細内容)

特徴(箇条書き)

写真・データなどの添付

本件に関する問合せ先

5) フォロー体制

記者からの問い合わせには、万全の対応をするために担当者を決めておきます。

記者はその業界に関しては素人なので、説明はわかりやすく。

さりげなく、掲載日程をきいておきます。

人物インタビュー

その人のプロフィール、顔写真、インタビューして欲しい内容(具体的に)を書いてください。

イベント(セミナー)

主催社(団体名)、日時、場所、内容、開催目的、対象者などの情報を入れてください。

顧客企業の成功例

会社概要、社長他、関係者のプロフィール、成功内容とその数字などを書いてください。

ポイント

時事ネタ(ブーム、法改正など)や季節、行事と絡めると効果的です。

社会の動きに連動して書く。

世の中の出来事に関連する商品やサービスは取り上げられやすくなります。