

市民活動・NPO団体等の情報発信応援講座

人を巻き込むPR・広報術

株式会社エス・ピー・シー 横山ぬい

2024.2.2

本日の内容

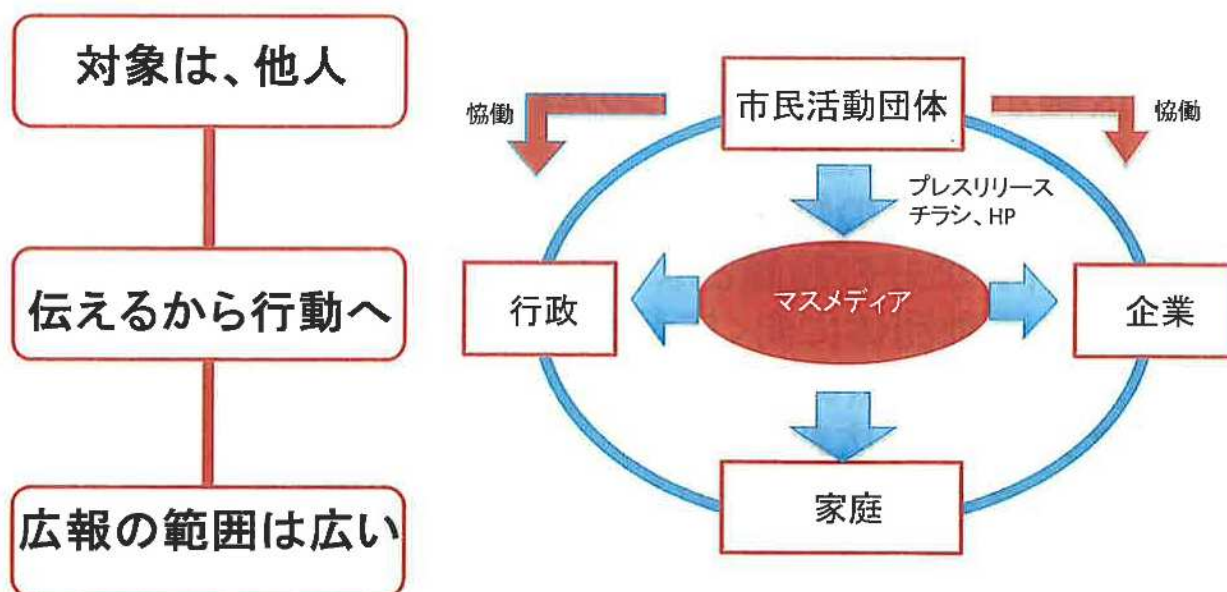
- 1 なぜ、広報が必要なのか？
- 2 広報のしくみ
- 3 広報がうまくいかない3つの理由
- 4 広報と広告の違い
- 5 各種メディアの特性
- 6 メディアが好む話題とは？
- 7 市民活動団体に向く広報の手法
- 8 メディアと接点の作り方
- 9 ワンシートで広報プレゼン
 - 1) 本文を書くコツ
 - 2) データ作成のコツ
 - 3) キャッチコピーのコツ
 - 4) 団体紹介文のコツ
 - 5) 問い合わせ先
 - 6) 見やすい読みやすいレイアウト
- 10 オウンドメディア、SNSの活用
- 11 事例1、2、3

1 なぜ、広報が必要なのか？

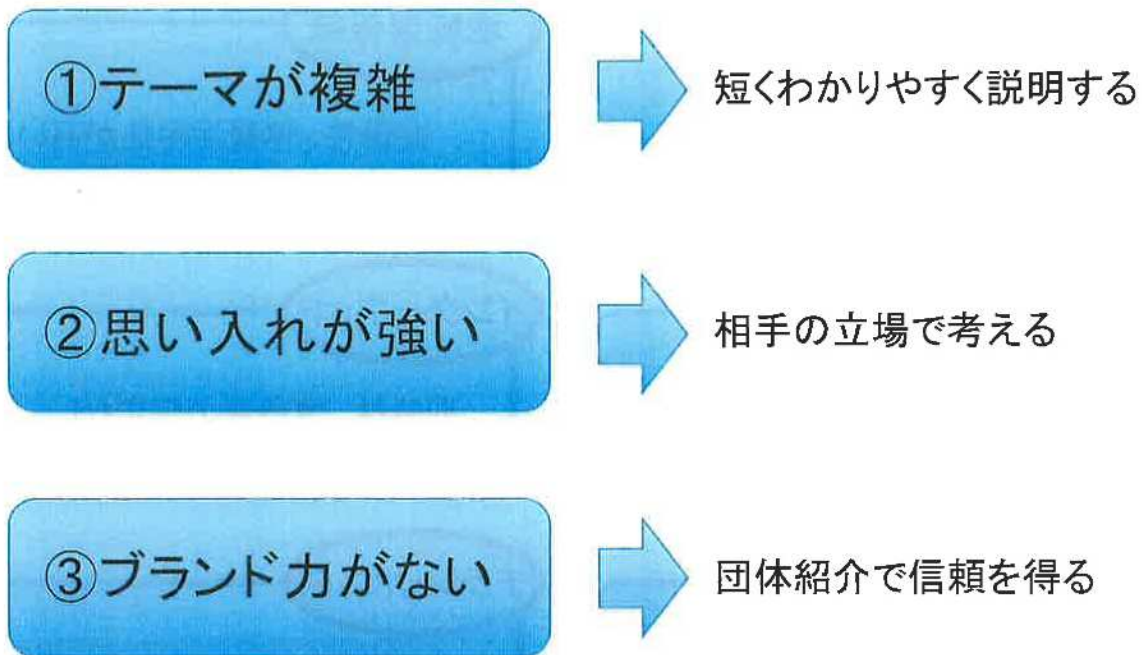
広報の目的

- 活動のための資源を集める
- 会員とのコンセンサス確立、コミュニケーション
- 社会における環境、基盤づくり

2 広報のしくみ



3 広報がうまくいかない3つの理由



4 広報と広告の違い

	広報(パブリシティ)	広告
費用	無料	有料
表現	客観的	主観的
掲載場所	編集記事、番組	広告面、CM枠
メディア	新聞、雑誌、テレビ、ラジオ他	新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、チラシ、パンフ、ポスター、DM、ホームページ、メルマガ、ブログ、SNS等
発信者	他薦	自薦
メリット	広範囲の伝達性 他薦の客観性、信頼感が高い=お墨付き	時期、表現などこちらの要望、計画に沿って掲載できる =圧倒的な露出力
デメリット	メディア側の判断に委ねるため、掲載の保証がない。また表現方法もこちらの要望、意図とは違う場合がある	広範囲の伝達には多額の費用を要する。インターネットの登場で広範囲の伝達が可能にはなったが、あふれる情報の中で注目されるには、技術と費用が必要

5 各種メディアの特性

新聞

報道としての客観性、
大きな広報効果

地域情報紙

記憶性、情報活用性が高い。

テレビ

視覚による認知の強さ、
広範囲に届く

インターネット

即時性、情報量の限定なし。

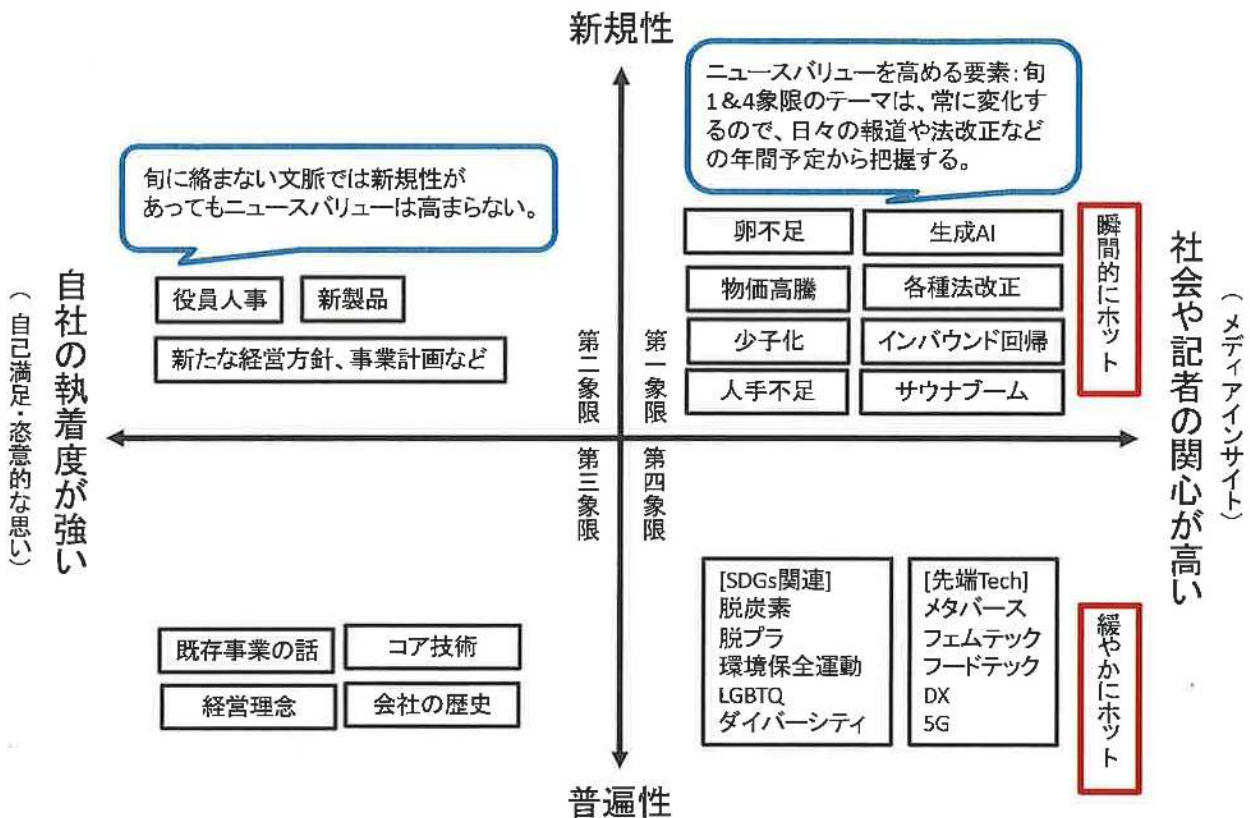
ラジオ

聴覚に訴え、記憶に残る。
繰り返し放送も。

チラシ・ポスター

主体的に作成、
最も手軽なツール。

6 メディアが好む話題とは？



7 市民活動団体に向く広報の手法

広報面から見た市民活動団体の強みは、



8 メディアとの最初の接点の作り方

PR手帳の活用	PR手帳には、一般的なメディアから業界・専門メディアまで幅広く紹介されているので、各メディアの連絡先に加えて、業界ごとにどのような専門メディアが存在するのかについても把握することができる。 業界・専門メディアに連絡すると、リリースの送付方法を教えてくれる。
記者クラブを通じた配信	都道府県庁を含めた各省庁に設置されている記者クラブには、大手メディアが在籍しており、設置されている省庁の管轄領域と同じテーマを担当する記者が所属している。記者クラブにプレスリリースを投函することで、大手メディアの記者に話題を届けることが可能。 なお、一般的なメディアと専門メディアが所属する記者クラブが別々に設置されている場合がある。業界紙・誌にも届ける場合はそちらにも投函する。(例:〇〇専門記者会)。主要な記者クラブはPR手帳に連絡先などが掲載されているほか、各省庁の代表電話に連絡すると記者クラブにつないでもらえる場合が多い。

9 ワンシートで広報プレゼン

③キャッチコピー	フリースペース
①本文	
②データ	地図
⑤問い合わせ先	④団体紹介文

1) 本文を書くコツ

①いつ when	
②どこで where	
③誰が who	
④何を what	
⑤なぜ why	
⑥どのように how	
⑦追加アピールポイント	

書く順番

だれが③ → いつ① → どこで② → 何をする④ →
なぜ⑤ → どのように⑥ → アピールポイント⑦

ひとこと団体紹介文

数字を活かす

漢字は正確に

=ブランド力

2) 相手が必要な情報を揃えるデータ作成のコツ

イベントの場合

日時	* 曜日、終了時間も
場所	* 住所、地図、連絡先も
料金	* 子供料金の年齢表示等
申込先	* 問い合わせ先との整合性
主催	* 団体の正式名称
後援	* 知名度、信頼性重視で選択してよい

3) 相手の立場で考えるキャッチコピーのコツ

本文とデータを作成してから考える

相手を大切にする

お得感を伝える

焦点を絞る

地域を限定する

年齢や性別を限定する

キャッチコピーは15文字まで

4) 信頼を生む「団体紹介文」のコツ

団体名	* 団体の種類、名称の読み方
設立	* どこの誰がいつ設立したか
会員	* 年齢層、職業、人数など
ミッション(使命)	* 短く簡潔に目指す目標を
活動①	* 中心的活動概要、エリア、頻度、参加人数
活動②	* 2番目に中心となっている活動紹介
公的機関との連携	* これまでの小さな実績もOK

何よりも信頼感

読んで40秒

使い道いろいろ

5) ブランド力を生む「問い合わせ先」

携帯だけでなく固定電話番号も

ホームページはアドレス＋検索キーワードを

問い合わせ対応力を万全に

6) 見やすい読みやすいレイアウト

一番伝えたいことは、上1/3に

書体は3種類

装飾はしない

余白を恐れない

思いを伝えるフリースペース

10 オウンドメディア、SNSの活用は必須

Webサイトや公式SNSからの情報発信



報道による露出の最大化

Webサイトや
SNSへの投稿例

・報道されることに関する事前告知
(テレビ局などメディアの事前許可は必要)
※事前告知NGの場合があるので、メディア
の指示に従う。報道直後の掲載でもOK

・報道された内容に関連したセミナーや
イベントの参加募集に関する情報を
あらかじめ掲載しておく

・報道で紹介された製品・サービスに関する
プレスリリースやコンテンツを掲載
(ウェブサイトのトップページからすぐに
たどれると良い)

11 事例1(プレスリリース活用)

目的: 広島版ランチパスポートの
販売促進

配布方法: 広島県庁記者クラブ

掲載メディア: テレビ新広島(2番組)
広島テレビ放送、中国放送、
中国放送ラジオ、ひろしまFM、
コミュニティFMチューピー、経済レポート
広島経済レポート、タウン情報ひろしま
リビングひろしま、他多数

成果: 発行部数20,000部約1ヶ月で完売

PRESS RELEASE

報道関係者各位



全国で既に15版以上のベストセラー
街の元気を応援する「ランチパスポート」が
ついに、広島に上陸します！

2013年8月吉日

簡単お昼ご飯を済ませている人たちに、ランチをきっかけに外食産業を増やしてもらおう、そこで店の味を知ってもらううえで夜の来店にも繋げようと発案した「お昼ごはん向上委員会」。喜び、外食をきっかけに街に人を呼び、街の元気を盛り上げる地域活性化活動です。そんな活動の一環として発刊されているのが「ランチパスポート」で、現在では全国の19箇所が発刊されており、発売と同時に売れるベストセラーとして話題になっています。実際に、松山では「旅行く人がみんな持っている」と噂になり、地元テレビ局の方々のニュース番組で社会現象として特集されました。そんな媒体が広島でも発刊されることになりましたので、ここにお知らせさせていただきます。下記に概要を記載させていただきますので、ぜひ貴社の情報としてご紹介いただけると幸いです。ご多用のところ大変恐縮ですが、何卒よろしくお問い合わせ致します。

●ランチパスポートの3大ポイント

- 1) 掲載店にて提示をすれば、通常700円以上のランチメニューを500円にて利用できる
- 2) 利用できる期間は3カ月間
(2013年8月25日～11月24日)
- 3) 1店舗あたり3回まで使用可能
- 4) 掲載は08店舗
内訳：中区7件、南区10件、東区4件、安佐南区4件

●既刊エリア



北海道(2エリア)、山形県、宮城県(仙台)、栃木県、神奈川県(予定)山梨県(予定)、静岡県、愛知県、三重県、奈良県(2エリア)、大規模(予定)、兵庫県(予定)、岡山県、島根県、広島県、香川県、徳島県、高知県、愛媛県、福岡県(予定)

- 価格/980円
- 発行部数/20,000部
- 販売場所/市内の主要書店、コンビニエンスストア
- 発売日/2013年8月25日(日)

▼広島版発売



▼お昼イメージ



▼松山版がテレビ放映化した様子は、タワンのニュース番組で紹介されました。



□この件に関する問い合わせ先
発行元/株式会社エス・ピー・シー
タウン情報まつやま
ランチパスポート編集部 担当/渡邊
松山市浜町7丁目3番地5
TEL089-843-2000 FAX089-931-6661

11 事例2(プレスリリース活用)

目的: 愛媛県伊方町の映像作品コンテスト
募集促進

配布方法: 愛媛県庁記者クラブ
公募ガイドkoubo

掲載メディア: NHK松山放送局、南海放送、
テレビ愛媛、愛媛朝日テレビ、あいテレビ、
FM愛媛、南海放送ラジオ、タウン情報まつやま
愛媛こまち、公募サイト「登竜門」、「JDN」、
「コンペナビ」、「CREATIVE VILLAGE」、
「シネマプランナーズ」他多数

成果: 総計約300点の全国応募、特設サイトの
訪問は、約158,000PV。日本一細長い佐田岬
半島の認知、ブランディングに貢献。



news release

スマホ動画で30万も夢じゃない!
動画コンペ「佐田岬ワンダービューコンペティション」

情報発信協力のお誘い

佐田岬ワンダービューコンペティション実行委員会
(伊方町役場 企画課内)
愛媛県伊方町佐田岬町南浜 1992番地1
TEL:0994-38-0211

拝啓 貴社ますますご清祥のこととお喜び申し上げます。平素は格別のご高配を賜り誠にありがとうございます。さて、この度は伊方町で開催中の動画公募イベント「佐田岬ワンダービューコンペティション」(通称:サダワンの)情報発信にご協力をお願いいたすべくご連絡させていただきました。今年で3回目の開催となる「サダワンの」は、プロ、アマチュアを問わず、伊方町佐田岬半島の魅力を伝える10秒以上2分以内の動画を募集。グランプリ賞金は30万円、さらに新賞の「賞券」が話題を呼び、昨年は一全国から66作品の応募をいただきました。

「サダワンの」は、気軽なチャレンジを大歓迎!

- スマホ動画を特別評価!
- 豪華賞品、簡単3分で応募完了!
- 表現は自由! 10秒ネタもOK!

また、昨今、コロナウィルスの影響を受け県内でショートトラップを楽しむ方が多い傾向にあります。特異な地形に生まれ、独自の歴史や文化を誇る伊方町は、四国の中でも異国情緒たつたようゆりの10/31(土)まで、夏一秋のおかけホタルとして、ぜひ貴社メディアにてご紹介いただければ幸いです。

応募概要について資料を別途させていただきます。その他不明点、お問い合わせ等下記までお気軽にご連絡ください。何卒よろしくお問い合わせ致します。

エス・ピー・シー 企画代行部/株式会社 エス・ピー・シー 企画部
愛媛県松山市伊方町 TH 3-5
TEL:0994-943-1120/FAX:0994-931-7273/携帯:080-2974-4753

11 事例3(インフルエンサー活用)

目的: 愛媛県公式観光ガイド「愛媛本」販売促進

展開方法: 我がまちのおすすめ周遊プランの案内人として、人気インフルエンサー「きなこっ子さん」をはじめ6名を起用。各自のSNSで取材の内容を積極的に発信頂き、大きな反響を呼ぶ。

掲載メディア: きなこっこさんのinstagram(フォロワー7.5万人)にて、3回投稿

成果: 発行部数は、前年対比113%。
本の販売が厳しい時代に、驚異的な数値。



