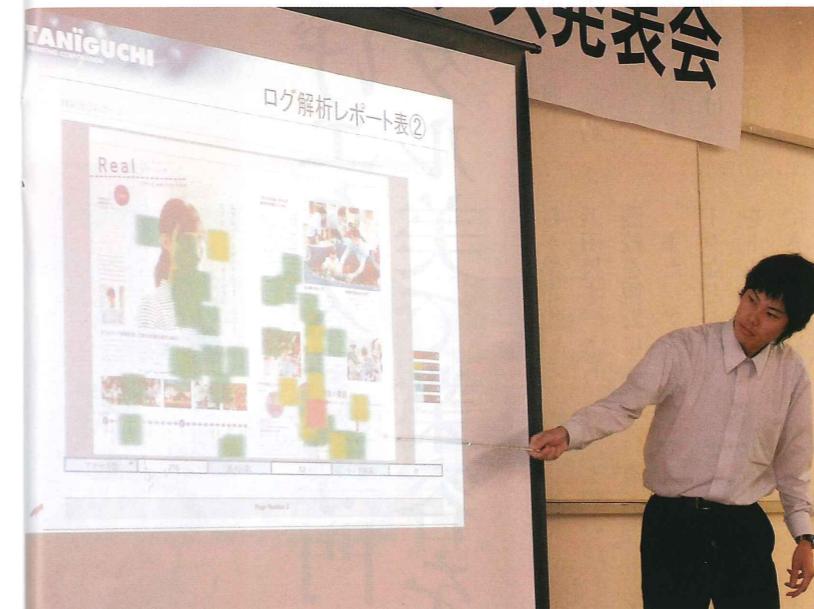


いち押しの商品やサービス  
マスコミ活用し知名度向上

普段マスコミとの接点が少ない中小企業の商品を新聞やテレビ局に取り上げてもらい、知名度アップや販路拡大につなげようと、松江市内で合同発表会が開かれた。2日間の日程で、計17社がマスコミ関係者に対し、いち押しの商品やサービスを熱心にアピールした。

# 松江商議所などが合同プレス発表会 17社が熱心にアピール



スライドを活用し、新サービスを説明する谷口印刷の社員=松江市母衣町、松江商工会議所



テレビ局から取材を受ける参加企業の代表者(左)



商品について説明する参加企業の代表者(右)

の部には、(株)みや  
げ山海▽(株)サン・  
セロ▽グラシアエ  
ステティックサロ  
ン▽(株)谷口印刷▽  
(株)こつこー松江當  
業所▽山陰総業(有)  
▽(株)スナハラ▽仕  
出し宴会いどう一  
の8社が参加し  
た。

これは丸い  
聞社やテレビ局  
計7社の記者が集  
まり、同協議会の大谷厚郎副  
会長は冒頭のあいさつで「企  
業が苦労して完成させた商品  
を、1つでも多く記事として  
取り上げ、地域内外に発信し  
てほしい」と呼び掛けた。  
参加企業は、ブースや5分  
間の持ち時間でプレゼンテー  
ションを行い、もち米と具材  
をセットにした「大山鶏おこ  
わ」や、出雲市斐川町特産の  
出西ショウガを使ったジンジ  
ャーベール、ブックカバー、  
スマートナット、スチール製  
の漢字チャームといった新商  
品を紹介した。

に準備。広報担当者は、紙面や  
番組で紹介してもらおうと、  
スライドやパソコンを駆使し

て、商品やサービスの特長を分かりやすく説明すると、早速、商品の内容について取材を受ける企業もあつた。

合同プレス発表会は、来年1月にも計画。PRできる商品やナレーブスは、開催日時点

で販売・提供開始から6ヶ月以内であることが条件。未発表の場合は、3ヶ月以内に販売・提供を始めることが目安となつて いる。

を予定しており、いずれも第1弾と変更はない。

リリースを送付する際には、編集作業で忙しい夕方は避けるほか、紙面で使用できる写真を添付し視覚に訴える方法を紹介。榎原記者は「感動・興味・工夫・健康・恋心の『かきくけこ』を盛り込むこと」と取材側の興味を促す秘けつを示した上で、「資料を送つても取材につながらないことが多いが、無料でPRしてもらえればもうけ物。あきらめずに何度も送つてほしい」と結んだ。

てほしいと結んだ。

同プレス発表会に先立ち、8月27日には、**合**参加企業を対象にした勉強会とリハーサルがあり、新聞、テレビ局の目にとまりやすいプレスリリースの作成について、山陰経済ウイークリー編集室の榎原正之記者がアドバイスした。

最初に、各社が5分の持ち時間で、商品やサービスの特徴を紹介。各社とも販売に力を入れる商品だけに、熱の入ったプレゼンテーションを披露した。

講評では、多くの企業で価格の説明がなかったほか、開発への契機、会社概要の紹介に時間を割き、肝心な商品説明が後回しになるケースが多い。そこで、この問題を解決するためには、必ず「タイトルで興味喚起」「希少性を強調」と指摘。▽専門用語、業界用語は使わない▽記者が興味を持つタイトル、ネーミングを使い、A4判1枚に要点をまとめる▽「希少性」や「消

新の情報を送ることが前提、  
目についた。

また、プレスリリースを作成する際の注意点では、商品やサービスを1つに絞り、最

も重要な要素を強調▽消費者に役立つ要素を強調▽あいまいな表現は避け、価格やサイズ、販売数量といった数字は正確に表記など。ポイントを例示した。

## 「タイトルで興味喚起」「希少性を強調」 プレス用資料の作成法学ぶ

事前勉強会

# プレス用資料の作成法学ぶ

事前勉強会

合 同 プ レ ス 発 表 会 に 先  
立 ち、8月27日には、  
参 加 企 業 を 対 象 に し た 勉 強  
会 と リ ハ ー サ ル が あ り 、 新  
聞 、 テ レ ビ 局 の 目 に と ま り や  
す い プ レ ス リ リ ー ス の 作 成  
に つ い て 、 山 隅 経 済 ウ イ ー ク  
リ ー 編 集 室 の 柚 原 正 之 記 者  
が ア ド バ イ 斯 し た。

最 初 に 、 各 社 が 5 分 の 持 ち  
時 間 で 、 商 品 や サ ー ビ ス の 特  
徴 を 紹 介。各 社 と も 販 売 に 力  
を 入 れ る 商 品 だ け に 、 热 の 入  
つ た プ レ ゼン テ ー シ ョ ン を  
披 露 し た。

講評では、多くの企業で価格の説明がなかったほか、開発への契機、会社概要の紹介に時間を割き、肝心な商品説明が後回しになるケースが多い。そこで、この問題を解決するためには、必ず「タイトルで興味喚起」「希少性を強調」と指摘。▽専門用語、業界用語は使わない▽記者が興味を持つタイトル、ネーミングを使い、A4判1枚に要点をまとめる▽「希少性」や「消

新の情報を送ることが前提、  
目についた。

また、プレスリリースを作成する際の注意点では、商品やサービスを1つに絞り、最

も重要な要素を強調▽消費者に役立つ要素を強調▽あいまいな表現は避け、価格やサイズ、販売数量といった数字は正確に表記など。ポイントを例示した。

## 「タイトルで興味喚起」「希少性を強調」 「プレス用資料の作成法学ぶ」

事前勉強会

## ありがたいプレス発表会

江商工會議所と松江市内の3商工会でつくる「松江地区商工会・商工会議所連携協議会」が、会員企業を集めた合同プレス発表会を初めて開いた。詳細は本号の20、21ページで紹介しているが、企業取材をする記者にとつて、ありがたい取り組みとなつた。

上場企業や大手企業は、新商品などについての発信は手慣れている。対して地方では、そうではない中小企業が少くない。

このため、取材活動では、親交のある企業や支援機関からの情報提供や仲介で、新たな企業とつながりを持つケースが多い。ただ、これが簡単なようで、なかなか骨が折れる。

こうした中、企画されたプレス発表会は、17社が新製品やサービスをP.R.既に本誌で取り上げた商品もあれば、未掲載の製品やサービスもあり、取材のきっかけをつくる良い機会になつた。

かつて、記者が本誌で書いた記事が、県外での商談で使われていたことがあつた。新商品の発売を取り上げた内容で、「売り込む上で、信用ある媒体に紹介されたことはP.R.材料になる」とのことだつた。

単に企業の宣伝をする媒体ではないが、本誌によつて、少しでも業績が伸びれば取材する側としてもうれしい。一方で、記事に対する感謝の言葉を受けるたび、分かりやすい内容にしなければならないと、あらためて心に刻む。

(森安)