

共同通信PRワイヤー  
ガイドブック  
別紙資料

ここがポイント！

# プレスリリース作成の10原則

ビジネス文書にフォーマットがあるように、プレスリリースにも長年にわたって確立されてきたスタイルや書き方があります。メディアの記者にわかりやすく、印象に残りやすいプレスリリースを作成するために、最も大切な10原則を紹介します。

## 1. タイトルと見出し、リード文が勝負

記者の方々に興味をもってもらえるかどうかはタイトルと見出し、リード文（最初のパラグラフ）で決まります。美文である必要はなく、わかりやすさやニュースになるポイントがきちんとまとめられているかどうか勝負。読者に何を伝えるべきか、新しいものは何か、珍しいものは何かなど、“記者の視点”でタイトルや見出しを考えてください。

## 3. 結論を先に

「起・承・転・結」という文章構成の原則は、プレスリリースには不向きです。結論（伝えたいこと、書いてほしいこと）を真っ先に書く「結・起・承・転」の文章構成が基本です。

## 4. 専門用語は極力少なく

プレスリリースでは専門用語の利用はできるだけ避け、一般的な言葉を使ったわかりやすい表現を用います。どうしても専門用語が必要な場合は、最後に用語解説を付ける等の工夫が必要です。

## 5. 広告的な表現や余分な形容詞は避ける

プレスリリースの内容は広告・宣伝やチラシの文章とは根本的に異なります。記事の素材として簡潔で的確な表現が求められますから形容詞も必要最小限に。「優れた」「すばらしい」等の主観的な表現は避けましょう。

## 6. 具体的な数字データを

販売数や売上などの実績、入場者や参加者等の人数、製品のパフォーマンス、市場予測など客観的で明確な数字データは記事にしやすく、好まれます。自社の優位性を語るために数字をうまく活用することも必要です。

## 7. 1センテンスは50字以内、3行止まりを目安に

短い文章は読む側にとって読みやすく、わかりやすいため結果的に取材、報道されるチャンスが多くなります。1センテンスは短く50字以内を目安とし、長くなったら文節を短くして書き直すようにしてください。新製品の特徴などニュースのポイントは箇条書きにすることも有効です。

## 8. 資料は別添に

プレスリリースの文中に説明用の数字や資料を長々と引用するのは適切ではありません。詳細な資料や数表は別添にしておき、記者が必要に応じて参照・引用できるようにする配慮が大切です。

## 2. 事実を正確に

記者が記事を書くための材料となる「事実」を伝えることがプレスリリースの目的です。リード文の書き出しは、必ずプレスリリースの発信主体である企業名や団体名で書き出してください。すなわち『株式会社〇〇〇〇（本社所在地：東京都〇区、代表取締役社長：〇〇〇〇）は、』で書き出し、その後に「5W1H」＋「1F (Future)」の事実を簡潔に、正確に記述します。



## 9. 読みやすいレイアウトに

読みやすいプレスリリースにするために8～10行ごとに段落を設け、各段落の前に見出しを付けるといったレイアウト上の工夫も有効です。

## 10. 素材によって提供する“相手”を変える

プレスリリースの内容によっては普段つきあいのある経済部の記者ではなく、社会部の記者や家庭・文化部の記者、あるいはテレビの報道部の記者、専門雑誌の編集部など、さまざまなメディア・部署の記者に送ることが必要になります。PRワイヤーではテーマや分野ごとに配信先をまとめたサーキット（配信パッケージ）をご用意し、プレスリリースの目的にあわせて選択・配信できるようになっています。

ここでしか聞けない、生の声！

## 現場の記者からの一言

企業・団体のプレスリリース活動について、記者の方々に"一言"をお願いしました。  
耳の痛いアドバイスもありますが、日頃の広報活動に参考になる点もあると思います。

産業紙  
記者

「ときどき勘違いをして、あたかも記者が書いたかのような"記事まがい"のリリースを作って送ってくるところがある。ところが、こうゆうのに限ってヘタクソで、書き直すのもかえって大変で使いようがない。リリースは我々が記事を書くための"事実"を"正確"に伝えてくれれば十分。へんな色気は出さないほうが良い。その商品が"画期的"なのか"すばらしい"のかどうかは、我々が取材に基づいて判断したい」

通信社  
記者

「言わずもがなのことではあるが、記者が探しているのは"ニュース"だ。したがって、リリースの中に"新しいこと"や"珍しいこと"が見つけれなければ、どうにも扱いきれない。そういったものが見つかった時、我々はよく"見出しが立つ"という言い方をする。また、それがあっても、"タイトル"や"最初のパラグラフ"の中に的確に表現されていなければ、読み飛ばされてしまう可能性も高い。一日に編集局に届くリリースの数は膨大であり、最後まできっちり読まないといけないと要点が伝わらないようなリリースを読み込んでいる暇などない」

産業紙  
記者

「タダで広告ができると思解しているのではないかと、と思われるリリースがある。ひどいところになると、電話がかかってきて、とにかく掲載してくれ、の一点張り。何を取り上げるかは我々の仕事だ。広報部は、とにかく事実を正確に、きちんと伝えることに徹してほしい」

フリー  
ジャーナ  
リスト

「いまだにFAXや紙のリリースを勝手に送りつけてくる広報部やPR会社があるが、あれは失礼だ。FAXの場合は受信側で情報の選択ができず、自分で買った紙がどんどん使われてゆく。郵送にしても不必要な物も大量に送られて来て、収集日には周囲の冷たい視線を浴びながらのゴミ出しをしている。その点、メールであれば不必要なものは消去してしまえるし、保存にもスペースを取らず、後からの検索も非常に楽だ」

中央紙  
記者

「どうでもいいような内容のリリースを、何度も何度も送りつけてくる場所がある。何本リリースを出したかで評価される広報部なのか？ もう、見る気もなくなってくる。かといって数が少ないと、今度はさっぱり情報がつかめなくなってくる。何をリリースすべきか、よく考えて出してほしい。それから、最近は少なくなってきたが、一つのリリースにいろんなテーマを"てんこ盛り"するのも、読む気がしない」

大手  
地方紙  
記者

「プレスリリースが地方紙まで送られてくることは、これまで少なかった。我々は、発信者からの直接の情報であるプレスリリースはウェルカムだ。電子メールならコストもかからず送ることができるので、これからはもっと送ってきてほしい」

## 会員様の声

# 私たちのサービスや ご利用内容について お客様にお聞きしました。

株式会社タカラトミー様



PRワイヤーのサービス開始以来、ご愛顧いただいています。

株式会社タカラトミーは、株式会社タカラと株式会社トミーが2006年3月1日に合併して誕生しました。お互いの歴史や企業風土を尊重し合いながら、世界中の子どもたちに大きな夢を与えるおもちゃメーカーになるべく、新たな一歩を踏み出そうとされています。

PRワイヤーには2001年8月にご入会、弊社のサービス開始以来、プレスリリース配信サービスをご愛顧いただいています。配信内容は新製品リリースや新規店舗リリース等、コンシューマ向け情報が中心であり、製品写真の貼付により視覚的にも効果の高いリリースを多く配信されています。

サンコー株式会社様



新製品発売やWebサイト構築のお知らせに活用していただいています。

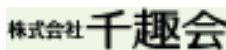
サンコー株式会社 (<http://www.thanko.jp/>) は、USB接続ヒーター内蔵マウスパッド「USB あったかマウスパッド」やアルミ製ノートPC用デスク「ゴロ寝deスクアルミ」といったユニークなコンピュータ周辺機器の販売などをされています。

PRワイヤーには2006年7月にご入会いただき、国内外に向けたプレスリリース配信サービスをご愛顧いただいています。昨年11月の英語版Webサイト運用開始の際には、海外の報道機関に向けたリリース配信を行なわれました。

広報ご担当者の柴崎様から、次のようなコメントをいただきました：

「リリース配信後、北米やヨーロッパのメディアからの問い合わせや、『Yahoo!』や『Forbes.com』などの主要ポータルサイトに掲載され、効果的な情報発信を行なうことができました。その結果として、Webサイトを経由した商品発注もあり、売上アップにも貢献しています。もちろん、国内メディアとのリレーション向上にもPRワイヤーサービスは役立っています」

株式会社千趣会様



新商品の発売開始やアンケート調査の結果報告に活用していただいています。

株式会社千趣会は1955年、こけし人形の頒布を目的に設立されました。その後、料理カード付き月刊誌「クック」をはじめ、タオルやハンカチ、下着など女性の心をとらえたオリジナル商品が大ヒット。さらに、1976年にカタログ誌「ベルメゾン」を発刊し、カタログ販売事業に進出。当時はむずかしいとされていたファッション衣料の販売からスタートし、服飾雑貨や生活雑貨、家具、インテリア用品へと取り扱いアイテムを広げるとともに、専門店型の品揃えと生活提案型の独自のカタログスタイルを確立。現在18種類の主要カタログを約732万人の会員に向けて発行されています。

PRワイヤーには2003年6月にご入会いただきました。新商品の発売やWebサイト開設のお知らせ、アンケート調査の結果報告といったリリースを、報道機関をはじめオンラインメディアやポータルサイトに向けて配信されています。

## 会員様の声

### 株式会社共立メンテナンス様



美しい写真を多用し、各施設の特徴を視覚的に訴求されています。

共立メンテナンス様は、主幹事業である「学生寮・社員寮ビジネス」のほか、ワンルームマンション事業やビジネスホテル事業、リゾートホテル事業、ウェルネスライフ（シニア）事業、外食事業など、幅広い事業を手がけていらっしゃいます。

「進化する下宿屋」-これが同社のモットーです。「30年に及ぶ寮事業で培われた“お世話する心”は、下宿屋を超えたフィールドにビジネスを広げても、少しも変わりません」というホスピタリティ精神が、同社の成長を支えています。

PRワイヤーには、2006年6月にご入会いただきました。北海道から沖縄まで日本全国の有名リゾートに、同社独自のユニークな運営で新たにオープンする温泉旅館やリゾートホテルなど、ホテル施設情報を中心にリリースしています。

昨年より相次いで開業しているリゾートホテルには、伊豆高原「きらの里」や修善寺「菊屋」、北海道「ラピスタ大雪山」、奥飛騨「深山桜庵」など、テレビ番組で取り上げられ話題となっています。一方、全国主要都市に展開中のビジネスホテル「ドーマーイン」シリーズも、天然温泉大浴場付で“長期滞在も可能なビジネスホテル”として出張族リピーターのファンが多いホテルとなっています。また、自社サイトとして宿泊予約も出来るHPも開設されており、文字情報だけでなく、美しい写真を多用したリリースで、各施設の特徴を視覚的に訴求されています。

### マニユライフ生命様株式会社様



金融商品、決算報告、役員人事のお知らせに活用していただいています。

マニユライフ生命保険株式会社様は、マニユライフ・ファイナンシャル社のグループ企業で、世界的な格付け会社スタンダード&プアーズ社から、最高位の格付けである「AAA」を取得しています（2007年6月末現在）。「日本で最もプロ意識の高い生命保険会社を目指す」というビジョンを掲げ、革新的な商品・サービスの提供と、高度な専門性を備えた販売チャネルの強化を積極的に進められています。

PRワイヤーには、2002年12月にご入会頂きました。新しい金融商品や決算報告、役員人事に関する情報を中心にリリースされています。継続的で広範囲にわたる情報発信により広報活動の下地作りにご活用いただいています。

### 栃木県様



ニュースレター「とちぎ イチゴ・ミニッツ」を毎月発行しています。

PRワイヤーは、地方自治体の皆さまにも多数ご利用頂いております。栃木県様もそのうちのひとつで、ニュースレター「とちぎ イチゴ・ミニッツ」で旬の観光情報を中心に毎月発行していらっしゃいます。

栃木県は、県都宇都宮まで東京から90km、JR東北新幹線で約50分の近くに位置しながら、泉質・湯量とも豊富な温泉などの自然のほか、世界遺産の「日光の社寺」に代表される歴史・文化遺産、生産量日本一を誇るイチゴ、宇都宮餃子やとちぎ和牛等のグルメで知られています。PRワイヤーは2004年の6月からご利用いただいています。

観光交流課の八木澤さんにお話をお伺いしました。

「まじめでおとなしいと言われる県民性ですが、全国の報道機関の方々をはじめ、一般の方にも栃木県の魅力を知ってもらおうと、PRワイヤーを活用して、一生懸命情報発信を行っています。自治体の広報活動として気をつけている点は、栃木の様々な魅力を知ってもらうこと。栃木の隠れた魅力についても皆さんにもっと知ってもらえればと思っています。」

### トップツアー株式会社様



ツアー新商品や企業情報のリリースでご利用いただいています。

トップツアー株式会社様 (<http://toptour.jp/>) は、1956年の創業以来、全国、世界各地にネットワークを持ち、国内有数の旅行会社としてサービス展開されています。2006年1月、会社創立50周年を迎え社名を「東急観光株式会社」から「トップツアー株式会社」に改め、第二の創業期と位置づけ、独立系の旅行会社として新たなステップを踏み出されています。

PRワイヤーには2005年11月にご入会いただきました。最近では、「料理にこだわってリニューアル！ハイ！！ち～いずっ！南伊豆」、「【魔法にかけられて】公開記念ツアー はじめてのニューヨーク5日間」、「キモノ姿でご参加下さい 春の金沢きもの紀行」などのツアー新商品や企業情報を、報道機関をはじめオンラインメディアやポータルサイトに向けて配信されています。

広報ご担当者の芦澤様から、次のようなコメントをいただきました：

「PRワイヤーでのリリース配信は、新社名の認知度アップにも大いに役立っており、マスコミで取り上げられる回数は格段に増えています。さらにリリースの回数を増やして、これからも大いに利用させていただくつもりです」

## 会員様の声

## 財団法人国際科学技術財団様



日本国際賞の国内・海外に向けた情報発信に活用していただいています。

国際科学技術財団様 (<http://www.japanprize.jp/>) は、科学技術の分野における権威ある国際的な賞として「日本国際賞（ジャパン・プライズ）」を創設するため、昭和57年11月に発足しました。「日本国際賞」は、科学技術において、独創的・飛躍的な成果を挙げ、科学技術の進歩に大きく寄与し、人類の平和と繁栄に著しく貢献したと認められた人に与えられます。

2008年（第24回）は「情報通信の理論と技術」分野で、インターネットのネットワーク設計概念と通信プロトコルの創成の業績により、ヴィントン・サーフ博士（米国／グーグル社副社長兼チーフ・インターネット・エバンジェリスト）とロバート・カーン博士（米国／コーポレーション・フォー・ナショナル・リサーチ・イニシアチブ会長、CEO、社長）が、「ゲノム・遺伝医学」分野で、遺伝医学の確立と発展の業績により、ビクター・マキューズィック博士（米国／ジョンズホプキンス大学医学部遺伝医学部門教授）が受賞しました。

PRワイヤーには2003年10月にご入会いただき、受賞者や対象分野発表の際、国内・海外の報道機関に向けて配信されています。

広報ご担当者の菊地様からコメントをいただきました。

「PRワイヤーでのリリース配信は、日本国内だけではなく海外においても、科学技術の賞として「日本国際賞」の知名度向上に大いに役立っていると思います。これからは専門家以外の一般の方にも更に広く知ってもらえればと思います」

株式会社ファーストリテイリング様  
(ユニクロ様)

世界三大広告賞を連続受賞したキャンペーン『UNICLOCK』で海外配信を活用。

ファーストリテイリング様は、ユニクロ・ブランドのグローバル・プロモーションである『UNICLOCK』において、世界三大広告賞と呼ばれる“CLIO AWARDS”のインタラクティブ部門と、“One Show”のインタラクティブ部門でのグランプリ獲得、“カンヌ国際広告祭”のチタニウム部門とサイバー部門でグランプリを、連続で獲得されました。

『UNICLOCK』は、ポロシャツのキャンペーン活動の一環として、2007年6月からユニクロのホームページに登場したブログパーツです。時計機能を備えており、「MUSIC×DANCE×CLOCK(音楽×ダンス×時計)」という“言語の壁を越えた”コミュニケーションのツールとして、全世界のユニクロ・ファンから絶大な評価を得ています。

グローバルWEB事業部・部長の勝部健太郎さんにお話を伺いました。

「『UNICLOCK』は、真の意味でグローバルなキャンペーンです。三大広告賞受賞は、一言で言うと“広告の未来を作った”ことが評価されたのだと思います。企業自身がメディアとなり、情報を発信し、コミュニティを形成していく。更に、そこに提供する動画のクオリティも極めて高いものだったことも、受賞の大きな要因でしょう。」

PRワイヤーの海外配信サービスは、キャンペーンの要所にてワールドワイドへの告知ツールとしてご利用いただきました。「世界中のメディアがまず『UNICLOCK』を注目してくれたのは、ワイヤーサービスに寄るところが大きかったのでは」、と話してくださいました。

## アスクル株式会社様



発刊のお知らせやニュースレター発信に活用していただいています。

アスクル様は「お客様のために進化する」を企業理念とし、オフィスに必要なモノやサービスを「明日お届けする」トータル・オフィス・サポートサービスの会社です。1993年3月に大手文具総合メーカーであるプラス株式会社の一事業部としてスタートした後、1997年5月に分社独立しました。

中小事業所をはじめとするお客様に、オフィスに必要なものをお届けするサービスを全国（沖縄・離島を除く）で展開しています。専用のカタログで商品を選び、ファックスもしくはインターネットを使って注文すると、当日または翌日にはお届けできるスピーディな配送サービスが好評です。「明日来る」から「アスクル」というサービスの名称がそのまま会社名となりました。PRワイヤーには2004年8月にご入会いただきました。カタログ発刊のお知らせや注目商品に関する情報発信に活用していただいています。最近では環境に配慮した素材製のデザイン性に優れた「エコバック」や「ゴミ箱」を販売するなど、エコロジー商品の開発にも努められています。



## 会員様の声

特定非営利活動法人  
国境なき医師団日本様



海外での活動状況の情報発信に活用していただいています。

国境なき医師団（MSF）は1971年にフランスで設立されました。非営利で国際的な民間の医療・人道援助団体で、危機に瀕した人びとへの緊急医療援助を主な目的とし、医師、看護師をはじめとする4100人以上の海外派遣スタッフが、2万2千人の現地スタッフとともに、世界62カ国で援助活動を行っています。（2007年実績）

国境なき医師団日本は1992年に設立されました。医師団参加者の募集、広報活動、現地医療プログラムへの資金援助を行っています。これまで武力紛争地域、難民キャンプ、開発途上地域などに多くの日本人が派遣されました。

PRワイヤーには2008年7月にご入会いただきました。世界各地で起こっている悲惨な状況や危機に瀕した人々の現状、そしてMSFの活動状況を広く伝えていく広報活動は、少しでも状況を改善できるよう、世論に訴えることを目的としています。さらに、この広報活動を通じてMSFの活動への賛同を募り、必要な援助を行うための資金協力を呼びかけています。

株式会社サンゲツ様



商品の見本帳やCMの告知、見本市への出展発表などにご活用。

嘉永年間に初代表具師 山月堂を創業。1946年にふすま材料販売部を開設し、1953年に株式会社山月堂商店を設立、1970年に株式会社サンゲツに改称しました。サンゲツ三則の“創造的デザイン”、“信頼される品質”、“適正な市場価格”を経営理念とし、インテリアの専門商社として、壁紙、カーテン、床材、イス生地などトータルインテリア商品の開発、販売を行っています。

2005年9月に株式会社サングリーンを子会社化し、インテリアに加えてエクステリア部門（門扉、フェンス、物置等）進出の新たな第一歩を踏み出しました。また、2008年7月に山田照明株式会社（照明器具の企画・販売）を子会社化し、新事業へ拡大することで競争力を高め、今後も幅広いメニュー提案へチャレンジしていきます。

PRワイヤーには2006年3月にご入会いただきました。商品を実際に見て触れて選ぶことができる見本帳の発表や、見本市への出展、テレビCMなどの告知にご活用いただいています。

マーケティング課の溝部様から、次のようなコメントをいただきました。

「共同通信の抜群の知名度と信用度により、情報の受け手である媒体各社への情報の到達度に期待しています。現在は、新発売する各種商材や展示会などイベント開催の告知を主に行っています。今後は、いわゆる“売り”の情報発信に加えて、生活者や建築・不動産・インテリア関連業界の皆様にお役に立てる情報を、ニュースレターとして発信していきたいと考えています」

株式会社アールテック・ウエノ様



情報の発信に幅広くご活用いただいています。

大証ヘラクラスに上場する株式会社アールテック・ウエノ様は、分野特化型（眼科・皮膚科）のグローバルな医薬品会社を目指し、1989年に設立されました。医学博士でもある真島社長のもと「臨床医による新薬開発」をテーマとし、これまで有効な治療薬のなかった眼科・皮膚科疾患をターゲットに新薬の開発を行っていらっしゃいます。

PRワイヤーには2004年3月にご入会いただき、開発パイプラインの進捗状況に関するお知らせなどを報道機関に向けて配信するだけでなく、業績や財務状況などのIR情報の発信にも幅広くご活用いただいています。

ビジネスマネジメント部の部長、中村様にお話を伺いました。

「当社はグローバルな医薬品会社を目指しているため、PRワイヤーの海外配信サービスを活用しています。男性型脱毛症治療薬として開発中の新規化合物の第1相臨床試験完了のお知らせを配信したところ、未だ浅いフェーズであるにも関わらず海外から反響が有り、その成果を実感しています。」

メディアからの評価

# PRワイヤーについて メディアの皆様にお聞きしました。

47NEWS様



47NEWS（よんななにゅーす）は日本全国47都道府県の地方新聞社53紙が協力して立ち上げたニュースサイトです。53紙が発信する各地のニュースだけではなく、共同通信社が取材した政治、経済、スポーツなどをまとめて閲覧することができます。53紙と共同通信社の記者をあわせると約1万人にもなり、地方からの視点とグローバルな視点で世の中の流れを俯瞰できます。47NEWSを運営する（株）全国新聞ネットの林憲一郎社長にお話を伺いました。

PRW：地方新聞53紙と共同通信の記者をあわせると1万人というのはすごい人数ですね。

林社長：そうですね。北海道から沖縄まで、全てカバーしていることになりましたね。共同通信からもニュースの供給を受けていますので、全世界に取材網があることになりました。

PRW：これだけの取材網ですと、集まって来るニュースも膨大な量になりますね。

林社長：ニュースはリアルタイムで更新していますが、47NEWSの編集部が、今最も注目して欲しい記事をピックアップしてトップに表示しています。是非注目して下さい。

PRW：PRワイヤーの会員にメッセージをお願いします。

林社長：プレスリリースは企業・団体が発信する新鮮な情報として期待しています。47NEWSは一般の皆様へ高品質のニュースをワンストップで提供していますが、ネットワークを活かし、企業・団体の情報を地方に発信するお手伝いをすることもできます。地方紙のHPや紙面を使った情報発信にご興味がある方はご相談ください。

ファクティバ・ドットコム様

**FACTIVA®**

ファクティバは米メディア大手ダウ・ジョーンズ社が提供する有料データベースです。世界各国の新聞、業界紙、雑誌、速報ニュースなどのメディアニュースから、企業情報、マーケット情報など多岐にわたるビジネス情報を一元的に検索できるウェブベースのサービスで、全世界で約180万人のユーザーが利用しています。

世界159ヶ国から22言語で提供される25,000以上の情報ソースには、共同通信PRワイヤーを含む国内メディアに加え、海外の主要メディアがほぼ網羅されていますので、PRワイヤーを通じて配信したリリースと実際に報じられた記事を一元的にモニターすることができます。海外メディアの掲載調査はなかなか難しいのが実情ですが、ファクティバではそれがオンラインで可能になっています。

ファクティバは他の提携サイトと違い、有料データベースサービスです。ワールドワイドなサービスでもあり、皆様のリリースが国内外のジャーナリスト、企業人、投資家の目に触れる機会を提供します。



## メディアからの評価

読売新聞様

## YOMIURI ONLINE

読売新聞様は世界有数の発行部数を誇るとともに、早くからニュースサイト「ヨミウリ・オンライン」を立ち上げ、インターネットの分野にも積極的な展開をなさってきました。メディア戦略局の三沢明彦局次長兼編集部長にお話を伺いました。

PRW：メディア戦略局の業務についてご紹介ください。

三沢部長：読売新聞東京本社メディア戦略局は、読売新聞のIT部門を担っている組織です。1995年6月に現在のヨミウリ・オンラインを始め、2008年12月現在、月間3億500万PVのアクセスがあるニュースサイトです。携帯サービスでは、読売新聞とスポーツ報知のニュースが月額84円で見られる「NEWS読売・報知」やプロ野球の巨人公式サイト「モバイルGIANTS」（月額210円）を運営しています。読者向けの会員制サービス「ヨリモ」などのサービスも提供しているほか、2009年2月からは、明治7（1874）年の創刊から現在まで135年間の記事を閲覧できるデータベース「ヨミダス歴史館」を始めます。

PRW：今一押しのサービスをお聞かせください。

三沢部長：なんと言っても女性を中心とした掲示板サイト「発言小町」でしょうか。月間PV1億に達することもあります。2008年10月には、人気のトピックスをまとめた本も出版しました。キャラクターの「くらげっと」をあしらったブログパーツやデスクトップツールも人気です。この1月からは、発言小町で話題のテーマについて記者が書く「発言小町@新聞」が始まりました。

PRW：インターネットのニュースサイトは、貴社にとってどのような役割を担っていますか。

三沢部長：ヨミウリ・オンラインでは、事件、事故など、どこよりも速くニュースを伝えることを心がけております。また、ヨミウリ・オンラインにしかないコンテンツも増えていきますし、発言小町のように、インターネットから派生したコンテンツを新聞で活用することも多くなりました。世界天文年の今年、日本テレビのニュース番組「NEWS ZERO」、読売新聞紙面とヨミウリ・オンラインが連携して、宇宙特集「@SPACE」を展開しており、ヨミウリ・オンラインはクロスメディアの核だと考えています。

PRW：共同通信PRワイヤーのサービスはご活用いただいていますか。

三沢部長：メディア戦略局編集部では、ヨミウリ・オンライン向けに取材もしており、PRワイヤーさんのプレスリリースも情報源の一つとして活用させていただいております。記者がインタビューコーナーで取り上げる取材対象を探すツールとしても利用しているようです。

PRW：リリースを発信する企業・団体に対する要望はありますか。

三沢部長：新聞社には、いろいろなルートから情報が入ってくるだけに、メール、FAXとも、タイトルでいかに記者の興味を引くかだと思います。何がニュースなのか、何をアピールしたいのかという視点で、リリースを書いていただければと思います。

## Q&amp;A TOP 12

# お客様から多く寄せられる 質問TOP 12

## 1. すぐにプレスリリースを配信できますか？

PRワイヤーに入会いただくで会員専用ページのURLをお知らせし、貴社用の「ID/パスワード」が発行され、ご利用が可能になります。お申し込みから利用開始までは、およそ1~2営業日です。インターネットに接続できる環境であれば、ブラウザからログインし、いつでも、どこからでもプレスリリースを入力し、共同通信PRワイヤーの配信システムをご利用いただけます。

## 2. プレスリリースは自社の名前で送られるのですか？

プレスリリース配信の差出人は「共同通信PRワイヤー」です。お客様の企業名は、件名（タイトル）の先頭に略称にて記載されます。「弊社がお客さまのプレスリリースをお届けする」というスタンスで、報道機関の方々には信頼を持って受け入れていただいています。

## 3. プレスリリースはどこに配信されますか？

共同通信PRワイヤーは、各報道機関から受信先の指定をいただいています。報道機関の状況によって、各局・各部宛の場合もあれば、記者個人宛の場合もあります。それぞれ指定されたE-mailアドレスやFAX番号に配信し、デスクや編集長が各担当記者に配布する方式が基本です。

## 4. 新刊、休刊・廃刊、異動・担当変更などにはどのように対応していますか？

共同通信PRワイヤーでは年2回、すべての国内配信先に対して一斉に、受信確認の連絡を実施しています。そして、受信方法や受信サーキットの再確認、その他の要望を承ります。また、急な変更などが生じた場合には、その都度変更情報をアップデートし、常に最新の状態になるようメンテナンスしています。

## 5. リリースの本数が多いのですが、ディスカウントなどはありますか？

年間で5回以上の配信が予定される場合、レギュラープランをご利用いただけます。ご相談のうえお見積りをいたしますので、別途お問い合わせください。

## 6. リリースの本数が少ないのですが、どの料金プランがよいのでしょうか？

年間数回程度のリリース配信の場合、あるいはイベント事務局など一時的な利用の場合、スポットプランをご用意しております。詳しくは料金表をご覧ください。

## 7. 海外のメディアに配信する場合は、どうしたらよいのでしょうか？

共同通信JBN経由で全世界に配信することができます。各国広報通信社の責任で現地語に翻訳し、各メディアに配信します。AsiaNetやPR Newswireとの独占契約により、各国の広報通信社を日本国内から利用できるのは、共同通信PRワイヤーだけです。

## 8. 各国の言語に訳した原稿が必要ですか？

お客様は英文の原稿のみご用意ください。現地語への翻訳は各国の広報通信社が行います。翻訳費用は配信料金に含まれています。

## 9. インターネットのポータルサイトなどにも掲載されますか？

共同通信PRワイヤーでは、主要なニュースサイトやポータルサイト、情報サイト、検索サイトなどと提携し、お客様のプレスリリースを転載しています。サイトによって条件は異なりますが、多くのサイトでPRワイヤーで配信した全てのプレスリリースが転載されます。

## 10. プレスリリースを配信する機会がほとんどないのですが？

企業の経済活動はもとより、環境対応や慈善活動、技術情報、マーケット情報、健康、福祉、歴史、科学…、新聞・雑誌・テレビ・ラジオなど多くの報道機関では、さまざまな領域の情報を求めています。いま一度、メディアの求める情報を考え直してみてください。報道機関が必要としているテーマが眠っているに違いありません。企業活動の全貌を広く正しく公開し、メディアを通して社会からの理解を深めていくことが、プレスリリースや広報活動の原点です。また、プレスリリースの“ネタ”作りには、PR会社や広告代理店など専門機関からのアドバイスも貴重です。PRWパートナーを含めて、ご検討ください。

## 11. 商工会議所会員向けの特典があるそうですが？

中小企業支援を目的に、共同通信PRワイヤーと提携している東京商工会議所、大阪商工会議所、名古屋商工会議所、札幌商工会議所、京都商工会議所、福井商工会議所、熊谷商工会議所の会員企業様向けに、割安で共同通信PRワイヤーのサービスを利用いただけるプランをご用意しています。詳しくは各商工会議所、または共同通信PRワイヤーまでお問い合わせください。

## 12. 共同通信PRワイヤーと同業他社との違いは何ですか？

共同通信PRワイヤーは、日本を代表する総合国際通信社、「共同通信」のグループ会社で、日本で唯一の世界標準の広報通信社です。AsiaNetやPR Newswireと独占的に提携しているのも、国内では共同通信PRワイヤーだけです。また、弊社は報道機関へのプレスリリース配信を最重要の事業領域とし、報道機関からの強い信頼を強みとしています。そのうえで、ニュースサイトなど提携サイトへの転載や、ソーシャルメディアなどにも対応しています。このように、一方的に送りつけるような配信サービスや、広告的な配信サービスとは一線を画しています。

## FAQ

# お客様から多く寄せられる 質問と回答例

## プレスリリース配信サービスについて

### 1. すぐにプレスリリースを配信できますか？

PRワイヤーに入会いただくと会員専用ページのURLをお知らせし、貴社用の「会員ユーザーID/パスワード」が発行され、ご利用が可能になります。お申し込みから利用開始までは、およそ1~2営業日です。インターネットに接続できる環境であれば、ブラウザからログインし、いつでも、どこからでもプレスリリースを入稿し、共同通信PRワイヤーの配信システムをご利用いただけます。

### 2. 申し込みから配信まで、どれくらい時間がかかりますか？

入会審査やシステム登録に、およそ1~2営業日かかります。お急ぎの場合はお問い合わせください。即日配信をご利用いただくことも可能です。

### 3. プレスリリースの入稿から配信までに、どのくらい時間がかかりますか？

配信日時は、プレスリリースの入稿・登録後、国内の場合は即時配信が可能です。海外配信の場合は、原稿をお預かりして4~5営業日程度が必要です。朝夕刊の原稿締切時間に合わせたジャストタイムな情報配信、あるいはリスク対応時など緊急を要する配信、世界同時発表など、それぞれのタイミングに合わせて配信日時指定ができます。

### 4. PRワイヤーで配信すると同時に、自前のリストにも同報できますか？

共同通信PRワイヤーの配信システムには、独自にお持ちのメーリングリストやFAX番号を最大2,000件まで登録しておくことができます（オリジナルリスト）。また、必要に応じてグループ化することも可能です。オリジナルリストは、プレスリリース配信時に各サーキットと併用してご利用いただけます。

### 5. 画像や動画、その他の添付ファイルは配信できますか？

E-mail、FAXともに配信用原稿はテキスト文書のみとなりますが、画像や動画その他の添付ファイルは共同通信PRワイヤーのWebサイトに掲載できます。配信用の原稿には各プレスリリース専用のURLが記載されており、受信した報道機関は、そのURLにアクセスすることにより、画像その他ファイルをダウンロードして利用することができます。

### 6. 動画を載せて見せることはできますか？

共同通信PRワイヤーのWebサイトに、YouTubeの動画を載せることができます。会員専用の入稿画面からYouTube動画のURLをご入力いただくと、リリースページの所定の場所に動画が埋め込み表示されます。

### 7. Webサイトに掲載したプレスリリースや画像を記者だけに公開することはできますか？

共同通信PRワイヤーでは一般に公開していない、報道機関向け専用サイトを用意しています。一般公開せず、プレス向けだけに掲載することも可能で、一般の方が勝手に転用する等のリスクを避けることができます。また、添付の画像や資料を報道機関にのみ公開する機能もあります。媒体掲載用の高解像度画像や報道資料、記者会見案内図などを置いておくこともできます。

### 8. 配信用プレスリリースのレイアウトはどのようなものですか？

E-mail、FAX配信用のプレスリリースは、テキスト文書でのレイアウトになります。PRワイヤーのWebサイトでは、統一のレイアウトで掲載されます。独自にレイアウト・デザインしたプレスリリースを掲載したい場合には、PDFファイルをアップロードしていただいています。

### 9. プレスリリースは自社の名前で送られるのですか？

プレスリリース配信の差出人は「共同通信PRワイヤー」です。お客様の企業名は、件名（タイトル）の先頭に略称にて記載されます。「弊社がお客様のプレスリリースをお届けする」というスタンスで、報道機関の方々には信頼を持って受け入れていただいています。

### 10. 複数のサーキットを利用した場合、重複した送信先にはメールが2通行くのですか？

重複した配信先はシステムが自動的に選別し、メールは1通のみ届くようになっています。お客様がオリジナルリストを利用して弊社の配信先リストと重複した場合でも届くメールは1通のみになります。

### 11. プレスリリース原稿をPDFやワードファイルで入稿することはできますか？

プレスリリース原稿は、テキスト入稿のみとなります。ただし、PDFファイルを添付ファイルとしてPRワイヤーのWebサイトに掲載することが出来ます。

### 12. 添付するファイルに制限はありますか？

画像は、JPEG、GIF、PNGに対応しており、ファイルサイズは4MB、画像サイズが4000pixelまでのものになります。その他のファイルは特に制限はございません。また、動画ファイルはYouTubeにアップロード済みのURLを所定のフォームに入力するだけで入稿できます。ただし、利用者の方のダウンロード時間を考慮して、大きすぎると思われるファイルはご遠慮ください。

## FAQ

# お客様から多く寄せられる 質問と回答例

## 配信先について

### 1. サーキットとはなんですか？

共同通信PRワイヤーの配信先は、国内約2,230メディア、約3,260カ所、海外約35,000メディア、約150万カ所と多岐にのびます。これらのメディアは、それぞれテーマや業種といった専門性を持っており、その専門別に配信先をグループ分けしたものをサーキットと呼んでいます。共同通信PRワイヤーのサービスでは国内・海外ともに、配信するリリースに適したサーキットをお選びいただけます。

### 2. 配信サーキットは何種類くらいありますか？

プレスリリースの内容やテーマによって、国内85種類、海外450種類以上のサーキットの中から自由に選ぶことができます。新商品、新規事業、人事、プレゼント、イベントなど、発表テーマごとに配信先を変えたり、環境への取り組みや慈善活動などの情報を日頃あまりお付き合いのない記者やメディアに配信するなど、多様にお使いいただけます。また、海外配信の場合、現地語への翻訳は各国の広報通信社が行いますので、言語を気にすることなく配信サーキットを選択できます。

### 3. プレスリリースはどこに配信されますか？

共同通信PRワイヤーでは、各報道機関から受信先の指定をいただいています。報道機関の状況によって、各局・各部宛の場合もあれば、デスクや編集長宛の場合もあります。それぞれ指定されたE-mailアドレスやFAX番号に配信し、デスクや編集長が各担当記者に再配布する方式が基本です。また、特に希望する記者個人や駐日特派員の場合は、ジャーナリストとしてご登録いただき、各人のアドレスに配信しています。

### 4. プレスリリースの配信先は、記者個人宛ですか？

共同通信PRワイヤーはプレスリリースを記者個人宛にも配信されますが、各局・各部宛、あるいはデスク・編集長宛に送り、そこから関係者に再配布していただく事を推奨しております。報道機関は人事異動が多いため個人よりも組織として受信していただくほうが確実です。共同通信PRワイヤーでは全ての配信先にプレスリリース受信の許諾をいただいています。

### 5. 新刊、休刊・廃刊、異動・担当変更などにはどのように対応していますか？

共同通信PRワイヤーでは年2回、すべての国内配信先に対して一斉に、受信確認の連絡を実施しています。そして、受信方法や受信サーキットの再確認、その他の要望を承ります。また、急な変更などが生じた場合にはそのつど変更情報をアップデートし、常に最新の状態になるようメンテナンスしています。

### 6. 地方への配信はどのようになっていますか？

共同通信グループと地方の新聞社・放送局との緊密なネットワークを基に、地元のメディア並びに中央メディアの現地支局に配信を行っています。

## 料金について

### 1. どのような料金体系ですか？

プレスリリースの配信頻度など、お客様のご要望に合わせてお選びいただける料金プランを設定しています。単発でご利用頂ける「スポットプラン」と、年間の配信回数に応じてボリュームディスカウントがある「レギュラープラン」をご用意しています。なお、共同通信PRワイヤーと提携をいただいている商工会議所の会員や中小企業基盤整備機構の3法認定事業者である企業・団体のお客様には優遇料金で利用いただける会員区分をご用意しています。詳しくはお問い合わせください。

### 2. リリースの本数が多いのですが、ディスカウントなどはありますか？

年間で5回以上の配信が予定される場合、「レギュラープラン」でご契約いただくと大変お得にご利用頂けます。ご相談のうえお見積りをいたしますので、別途お問い合わせください。

### 3. リリースの本数が少なくても利用できるプランはありますか？

年間数本程度のリリース配信の場合、あるいはイベント事務局など一時的な利用の場合、配信毎に課金される「スポットプラン」でご利用いただけます。詳しくは料金表をご覧ください。

### 4. 1回の配信で複数サーキットを利用する場合、ディスカウントはありますか？

レギュラープランは、1回の配信につき、3サーキットまでを料金内でご利用いただけます。スポットプランでは1回の配信につき2つ以上の配信サーキットをご利用になる場合、金額の高いサーキットを第1サーキットとして定価でご利用いただき、2つ目以降のサーキットは定価の半額となります。

## FAQ

# お客様から多く寄せられる 質問と回答例

## 料金について（続）

### 5. サービス料金にはどのようなサービスが含まれていますか？

「基本サービス」は、国内メディアへのE-mail・FAX配信、PRワイヤーサイトへの掲載、提携サイトへの転載が含まれます。「サイト限定サービス」はPRワイヤーサイトへの掲載、提携サイトへの転載のみをパッケージングしたサービスです。いずれのサービスもPRワイヤーサイトへの画像・動画・添付ファイルの掲載、各種レポートが料金に含まれております。

### 6. 支払方法は？

毎月末締めで、翌月初旬にご利用明細の入った請求書をお届けします。お支払いは弊社指定金融機関にお振込みください。

## 海外配信について

### 1. 海外のメディアに配信する場合は、どうしたらよいのでしょうか？

英文のプレスリリースのWordファイルをお送りいただき、配信国や時間をご指定いただくと、共同通信JBN経由で全世界に配信することができます。現地の言語には、各国広報通信社の責任で翻訳し、各国内のメディアに配信します。AsiaNetやPR Newswireとの独占的契約により、各国の広報通信社を日本国内から利用できるのは、共同通信PRワイヤーだけです。

### 2. 海外配信の料金体系について教えてください

基本的にサーキットごとに配信料金が設定されており、英文のワード数に応じた体系になっています。海外配信では配信対象となるエリア毎に、国およびテーマに応じた回線が多数用意されています。詳しくはお問い合わせください。

### 3. 各国の言語に訳した原稿が必要ですか？

お客様は英文の原稿のみご用意ください。現地語への翻訳は各国の広報通信社が行います。翻訳費用は配信料金に含まれています。※英文でご用意が難しい場合は、和文のプレスリリース原稿をご用意ください。有料で英訳いたします。

### 4. 海外配信で写真の配信は可能ですか？

海外への写真配信は、エリアによって状況が異なります。お客様の自社サイトや関連サイトにアップロードした画像やYouTube上の動画の当該アドレスを、海外リリース配信原稿に挿入する体裁を推奨しています。自社サイトやYouTubeアカウントでの対応が難しい場合は、共同通信PRワイヤーのサイト内<海外向けリリース>ページに無料でアップロードすることも可能です。

### 5. 海外で配信できない地域はありますか？

ごく一部の地域（中央アフリカの一部およびチベット自治区の一部）を除き、ほぼ世界中に配信が可能です。

## サイト限定サービスについて

### 1. プレスリリースが自動転載される提携サイトにはどのようなサイトがありますか？

共同通信PRワイヤーでは、主要なニュースサイトやポータルサイト、情報サイト、検索サイトなどと提携し、お客様のプレスリリースを掲載しています。サイトによって多少の条件は異なりますが、必ず掲載されます。詳しくは提携サイトのページをご覧ください。

### 2. 提携サイトにプレスリリースを掲載する場合は資料やデータが必要ですか？

特に必要ありません。従来と同じようにプレスリリースを入稿するだけで、ポータルサイトなど弊社の提携サイトにも転載されます。

### 3. 提携サイトにだけに掲載することは可能ですか？

提携サイトへの転載、PRワイヤーのWebサイト掲載のみをパッケージングした、「サイト限定サービス」をご用意しています。このサービスをご利用いただくと、PRワイヤーのWebサイトに掲載されるとほぼ同時に提携サイトにプレスリリースが転載されます。詳しくは提携サイトのページ、ご利用料金のページをご覧ください。



## FAQ

# お客様から多く寄せられる 質問と回答例

## PRWパートナーについて

### 1. PRWパートナーとは何ですか？

お客様の中には、PR会社や広告代理店とのお付き合いがあるところも多々あるかと思いますが、共同通信PRワイヤーでは、PR会社や広告代理店に弊社のパートナーになっていただいています。共同通信PRワイヤーへの入会手続、プレスリリースの作成・入稿・配信などの業務をパートナー企業に代行してもらうことも可能です。

### 2. パートナー企業と共同通信PRワイヤーとの役割分担は？

共同通信PRワイヤーは、報道機関などにプレスリリースを確実に、速やかにお届けするためのサービスを提供しています。一方、パートナー企業はPRやコミュニケーションのコンサルティング、プレスリリース作成支援、記者発表会実施、記者懇談会企画など、さまざまな専門サービスを提供しています。共同通信PRワイヤーは「配信サービス」に特化することによって、パートナー企業と手を携え、お客様のお役に立てるものと考えています。

## オプションサービスなどについて

### 1. 掲載確認やクリッピングサービスは？

共同通信PRワイヤーでは、提携サイトへの掲載状況をお知らせする、掲載速報サービスを実施しています。また、手軽に利用できるクリッピング・ミニバック（有料）もご用意しています。その他の掲載確認やクリッピングなどのサービスはPRWパートナーを含め、専門会社やPR会社などにお問い合わせください。

### 2. プレスリリースの原稿作成を依頼したいのですが？

共同通信PRワイヤーは、「プレスリリース配信」を専業としています。原稿の作成は、PRWパートナーを含めて、それぞれの専門会社やPR会社などをご利用ください。弊社からの紹介をご希望の場合は、別途ご相談ください。

### 3. プレスリリース原稿の翻訳をお願いできますか？

共同通信JBNにて和文リリースの英語訳、および英文リリースの日本語訳もお手伝いすることができます。詳しくはお問い合わせください。

### 4. 商工会議所会員向けの特典があるそうですが？

中小企業支援を目的に、共同通信PRワイヤーと提携している東京商工会議所、大阪商工会議所、名古屋商工会議所、札幌商工会議所、京都商工会議所、福井商工会議所、熊谷商工会議所、横浜商工会議所の会員企業様向けに、割安で共同通信PRワイヤーのサービスを利用いただけるプランをご用意しています。詳しくは各商工会議所、または共同通信PRワイヤーまでお問い合わせください。

## パソコンの操作や運用などについて

### 1. パソコンの操作やインターネット利用に慣れていないのですが？

共同通信PRワイヤーのプレスリリース入稿画面やデータのメンテナンス画面などの「会員専用ページ」は、簡単に操作ができるように配慮しています。また、入会時には「操作マニュアル」をお届けするとともに、操作方法や留意点などについて直接お伝えしています。電話でのサポート（平日9:30～17:30）も受け付けていますので安心してご利用ください。

### 2. 専任のスタッフが必要でしょうか？

共同通信PRワイヤーのプレスリリース入稿画面やデータのメンテナンス画面などの「会員専用サイト」は、簡単に操作ができるように配慮しています。専任スタッフは特に必要ありません。

### 3. どのようなブラウザに対応していますか？

共同通信PRワイヤーでは推奨ブラウザとして、Windowsの場合、Internet Explorer 8.0以上、Firefox 3.6以上、Chrome 14以上を指定しています。そのほか、JavaScript、Cookie、SSLを必須としています。



## FAQ

# お客様から多く寄せられる 質問と回答例

## その他の質問

### 1. プレスリリースを配信する機会がほとんどないのですが…。

企業の経済活動はもとより、環境対応やボランティア活動、技術情報、マーケット情報、健康、福祉、歴史、科学…、新聞・雑誌・テレビ・ラジオなど多くの報道機関では、さまざまな領域の情報を求めています。いま一度、メディアの求める情報を考え直してみてください。報道機関が必要としているテーマが眠っているに違いありません。企業活動の全貌を広く正しく公開し、メディアを通して社会からの理解を深めていくことが、プレスリリースや広報活動の原点です。また、プレスリリースの“ネタ”作りには、PR会社や広告代理店など専門機関からのアドバイスも貴重です。PRWパートナーを含めて、ご検討ください。

### 2. 共同通信PRワイヤーを使えば記者クラブ対応は不要ですか？

記者クラブとの関係は非常に重要です。共同通信PRワイヤーのご利用と並行して、引き続き大切にお付き合いください。共同通信PRワイヤーでも「世界標準の配信システムの提供と、日本的広報文化の融合」を重要なテーマと考えています。また、リリースの内容によっては、持ち込む記者クラブがない場合もあります。そのような時には共同通信PRワイヤーの配信のみご利用ください。

### 3. 日頃から付き合いのあるメディアへの発信だけで十分では？

日頃から緊密な関係を作られている記者の方々とのお付き合いは重要です。1対1、フェース・トゥー・フェースの関係で、深い理解を形成されていることと思います。しかし、緊密な関係を継続するためには数に限界があります。

一方、共同通信PRワイヤーの役割は対照的に、「広くあまねく情報を公開する」ことです。共同通信グループ企業という中立性・信頼性の高い広報通信社から、共同通信のネットワーク基盤をもとに情報発信することによって、情報公開の価値はさらに高まります。また、企業の資金調達に間接金融から直接金融へとシフトし、資本市場が国際化する中で、フェア・ディスクロージャーが求められています。共同通信PRワイヤーを活用すれば、国内2,230媒体、海外35,000媒体を超えるメディアへの情報発信が可能です。さらに国内でも、アナリストやファンドマネージャーが情報源としているダウジョーンズの企業情報サービスである「factiva」に、共同通信PRワイヤーから情報を公開することができます。

### 4. 紙のプレスリリースでなければ、記者の方は読まないのでは？

共同通信PRワイヤーがサービスを開始した当時（2001年9月）、E-mailでの受信希望は全体の4割程度でしたが、現在では9割を超えています。FAXの場合にもE-mailとの併用が増えてきました。また、多くの記者の方々が共同通信PRワイヤーのWebサイトで、詳細情報の入手やリリース検索、企業別リリース閲覧などを利用しています。紙のリリースでなければならぬというのは“過去の常識”となりつつあります。しかしまだ、情報の内容あるいはジャーナリストによっては、郵送やバイク便あるいは宅配便などを利用することも必要です。共同通信PRワイヤーのサービスとの併用で、それぞれ有用に使い分けてください。

### 5. 地方メディアへのプレスリリース配信にはどんな効果がありますか？

日本全国の約8割の地域では、地元新聞の普及率がトップであり、非常に大きな影響力を持っています。こうした地方メディアは記事作成のために、多くの情報を求めています。共同通信PRワイヤーでは、全国の地方メディアへのリリース配信を可能にしました。また、地域を選んでのポイント配信のためのサーキットも用意しています。

### 6. 郵送との併用は可能ですか？

郵送や宅配便、あるいはバイク便など、さまざまな方法をケースバイケースで使い分けことが大切です。内容を吟味したうえで、従来の方法とうまく併用しながら共同通信PRワイヤーをご利用ください。また、宛先が不確定なメディアへの配信や普段付き合いのない報道機関、地方紙への配信、海外メディアへの配信などには、ぜひ共同通信PRワイヤーをご利用ください。

### 7. 他にE-mailで配信をするメリットは？

プレスリリースは、1本当たりではA4サイズ用紙で数枚程度のものですが、それを数百のメディアに、しかも何度も配信することになれば膨大な紙を消費します。写真を添付すれば、そのプリント用紙も必要です。共同通信PRワイヤーを利用すれば紙の使用量を大幅に削減でき、ペーパーレス化も可能。省資源・エコ活動にもなります。詳しくはWIRE de ECOのページをご覧ください。

### 8. 共同通信PRワイヤーと同業他社との違いは何ですか？

共同通信PRワイヤーは、日本で唯一の世界標準の広報通信社です。AsiaNetやPR Newswireと独占的に提携しているのも、国内では共同通信PRワイヤーだけです。また、弊社は報道機関へのプレスリリース配信をメインにしており、あくまでも広報・報道の分野を事業領域にしています。そのうえで、ニュースサイトなど提携サイトへの掲載や、ソーシャルメディア対応などに取り組んでいます。このように、一方的に送りつけるような配信サービスや、広告的な配信サービスとは一線を画しています。



## お問い合わせ・お申し込み

---

**株式会社 共同通信ピー・アール・ワイヤー**

〒105-7208 東京都港区東新橋1-7-1 汐留メディアタワー

**フリーダイヤル 0120-883-790**

<http://prw.kyodonews.jp>