

記者発表会を成功に導く 11の事前準備

仲村明子 ●株式会社アネティ 代表取締役

法

規

労務管理

税

務

人事教育研修

WLB

企業倫理

CSR

リスクマネジメント

健康管理

ダイバーシティ

広報

車両管理

記者発表会（記者会見）というと、大手企業がタレントを招き、華やかに行うイメージがありますが、実際にはそれほど大きな費用をかけなくても開催することができます。今回は、記者発表会のメリットとプロセスを詳しくご紹介していきます。

記者発表会のメリット

新商品・サービスを発表する場合、プレスリリースを作成・配信したり、直接メディアに持参して説明したりしますが、プレスリリースだけでは情報が限られ、メディアへの個別訪問は時間と労力が必要です。

記者発表会を開催、プレスリリースでは語り切れない誕生秘話や商品の詳しい使用法など、さまざまな情報を同時に多くのメディアに伝えられます。また、実際に見たり触れたり使ったり味わったりと体感することで、商品の良さがストレートにメディアに届き、その結果、より正確で内容の濃い報道につながります。

記者発表会の事前準備

記者発表会成功のためには緻密な準備が鍵となります。必要な事前準備について順を追って説明していきます。

1. 日時を決める

商品の発売やサービススタートのタイミング

グに合わせ、最適な日時を決定します。最低でも準備に一月程度必要ですので、余裕をもって設定します。また、できる限り情報収集して、招待するメディアが参加しやすい他のイベントが重ならない日を選びます。時間は、一〇時半～二五時くらいの間で、一～一時間半程度がよいでしょう。終了時間はメディアの都合に配慮します。夕方までに返ることができれば、新聞なら翌日の朝刊の記事が書けますし、テレビなら当日夜のニュースに間に合います。

2. 会場を決める

招待するメディアの人数を決め、会場を予約します。ホテルや貸しスペースなどを利用することが多いですが、十分なスペースがあれば自社内で行うことも可能です。ただし、メディアが訪問しやすい場所であることが条件になります。交通の便が悪いと参加者が少なくなる可能性が高くなってしまいます。会場は豪華にする必要はありませんが、会場の雰囲気を発表する商品・サービスのイメージにも影響しますので、予算を考慮しながら慎重に選びましょう。プロジェクトやマイクなどの備品、飲み物なども一緒に手配しておくとう便利です。発表会がランチタイムにかかる場合は昼食・軽食を用意する場合があります。

3. 招待状を作成する

発表内容、日時、場所、プログラムなど

どを盛り込んだ招待状を作成します。商品・サービスの詳細は当日発表するので、招待状には興味を持ってもらうための「さわり」の部分に記載します。「ぜひ会場に行ってみてほしい」と思わせる内容にするのがポイントです。

4. 招待状を送付する

招待するメディアを選び招待状を送付・送信します。申込用紙も添え、期限までに返信してもらうようにして、事前に参加人数を把握するようにします。欠席するメディアも考慮し、想定人数より多くのメディアに招待状を送ります。

5. 発表者を決定する

当日の発表者、司会者を決定します。発表者は社長・役員クラスが望ましいですが、詳しい説明は担当部署の幹部社員がしてもかまいません。開発に外部の識者などがかわっている場合、そういった方にも発表してもらおうと説得力が増します。

6. プレスリリースを作成する

当日会場配布するプレスリリースを準備します。新商品・サービスの詳細は記者発表会場で初めて披露されるので、当日訪れないメディアに対しては、発表会終了後に送信するのがよいでしょう。

7. 発表資料を作成する

紙の資料を配布して説明するのか、スライドを使うのか、映像を使うのか、現物を見せながらプレゼンするのかなど、商品・サ

会議・商談・打合せ コミュニケーション空間を改善

設置後
吸音効果を
即実感

マグネット
で簡単取付

Sound Mild

サウンドマイルド

サウンドマイルドは壁に設置するだけで対話時の声をクリアにして快適なコミュニケーションができるようになる吸音パネルです。特にテレビ会議を行なう部屋の音環境改善に最適です。現在体感キャンペーン実施中、詳しくはお問い合わせ下さい。

株式会社日東紡マテリアル

東京都千代田区麹町3-2 麹町共同ビル

TEL : 03-5210-1835

FAX : 03-5210-1836

<http://www.ntb-m.com>

サウンドマイルド



株式会社日本リクルートセンター（現、株式会社リクルートホールディングス）退職後、約10年間日本語・英語教育ビジネスに携わる。株式会社パナソソフトバンク（現、ランスタッド株式会社）広報室長代理を経て、企業・団体の広報PR代行・コンサルティングを行う有限会社アネティ設立、現在に至る（2011年株式会社化）。

ビスの魅力が最大限伝わるような説明資料を準備します。裏付けデータや視覚的に訴えるコンテンツを用意すると効果的です。

8. 配布資料を準備する

プレスリリースや発表資料のほか、会社概要や商品・サービスのパンフレットなども準備します。商品や記念品を参加者へのお土産として提供する場合があります。持ち帰りやすいよう、封筒や紙袋なども用意します。

9. 進行表とQ&Aを作成する

当日の細かい進行表を作成し役割分担をしておきます。発表の後、メディアからの質問時間も十分に取るようにします。スムーズな回答ができるよう、Q&Aも作成しておきます。

10. レイアウトを決める

会場図を入手し、あらかじめレイアウトを作成します。発表者席、司会者席、記者席、テレビ取材が入る場合のカメラ設置場所、発表者・メディアの入退場の動線なども考えます。

11. 会場を下見する

会場は必ず下見しておきます。事前に作成したレイアウト図の通りで支障がないか確認します。スライドを投影する場合、会場の照明をどのくらいに調整するか、スイッチが操作しやすい場所にあるか、プロジェクターやスクリーンの設置場所は問題ないかなど、細かく見ておきます。事前または当日早くに会場を確保してリハーサルしておくことさらに安心です。

記者発表会当日と終了後

発表会当日は、余裕をもって会場に入り、準備とチェックを行います。先の二の事前準備を完璧にしておけば、あとは進行表に従って進めるだけのはずです。発表者が力説しすぎて大幅な時間オーバーなどにならないよう、タイムマネジメントをしっかりとします。

発表終了後は、商品撮影や個別質問の時間も設けると、より丁寧な対応になります。発表会の翌日以降、出席してくれたメディアへのお礼と欠席したメディアへの資料送付など、フォローをしっかりとしておくこと、よりよいリレーション構築にもつながることでしょう。