

福満ヒロユキの  
成功広告

打率 10 割のプレスリリース・シーズン 2 (9)

●福満ヒロユキ (大阪市中小企業支援センター「あきない・えーど」在籍の広報・広告コンサルタント。オフィステンパチを主宰。プレスリリースの王者。)

◆ はじめに

さて、皆様。新聞・雑誌・TV 等のメディアに製品・サービスを取り上げてもらう「プレスリリース」について書いてゆきます。私、クリエイティブユニオン「オフィステンパチ」を主宰しております、福満ヒロユキと申します。**プレスリリースの王者**です。どうぞ宜しくお願いいたします。

現在、大阪市中小企業センター「あきない・えーど」で広報・プレスリリースに関する相談を無料で受けていただくことができます。是非ご利用くださいね。

Yahoo!などの検索エンジンにて「あきない・えーど」で検索してください。

◆ プレスの掲載反響

先月 24 日に朝日新聞の取材を受けました。そして、11 月 2 日の朝刊にカラー写真付きで掲載されていました。(私自身が主宰している劇団の記事です。) しかも「さすが」という切り口で記事を書いていただいたので、反響が素晴らしいかったです。

あ、最近このガーベラ・パートナーズの月刊誌を読み始められた方には何のことか分からないですよ。

それでは「早わかり解説」です。広報プロデューサーの「福満ヒロユキ」は企業売上げ・イメージアップのための広報支援を行っています。そのメニューの中のひとつが商品サービスを新聞・TV に掲載させるプレスリリース。クライアントのリリースはもちろん、「自分自身」新聞に掲載させるノウハウを実践してます。

<http://www.office.tenpachi.jp/>

以上、「早わかり解説」でした。

◆ 掲載内容

と、ということで、右上のように掲載されました。反響がどうすごいかと言えば、集客はもちろんなのですが、

- ・兵庫県等の行政からの問い合わせ
- ・姉妹都市シアトルからの提携問い合わせ
- ・ステージイベント型広報に関する企業からの問い合わせ



プレスリリース実践結果 ▲

- ・スポンサーシップに関する問い合わせ
  - ・金融機関からの問い合わせ
  - ・・・そうです。やはり信頼のある情報提供源ですから。「新聞」って。
- ちなみに JASRAC (日本音楽著作権協会) さんからも問い合わせを頂きましたが、本イベントは全てオリジナル楽曲でした。

◆ 次回予告!

ということで、今回は恒例の「プレスリリース原稿」一挙掲載と解説を行います。掲載成功した生原稿をもとに解説されますので、必見ですよ!

福満ヒロユキ  
TENPACHI  
<http://office.tenpachi.jp/>