Next PR STANDARD

日本で一番わかりやすい！
5分でわかる
【実践】テレビで報道される7つの方法

次世代ＰＲのスタンダードをつくる！
一般社団法人ＰＲコンサルタント協会

PRCA
Public Relations Consultant Assosiation

＜目次＞

５分でわかる！要点チェック　２Ｐ

【１】新聞や雑誌に記事を出す　３Ｐ

【２】報道セクションにリリースする

【３】番組ごとに提案する　４Ｐ

【４】イベントを開催する　５Ｐ

【５】SNS などネットで話題をつくる　６Ｐ

【６】記者クラブを活用する　７Ｐ

【７】地方局を狙う

■5分でわかる！要点チェック

テレビで自社の商品やサービスなどが紹介されると、認知度が一気に高まり、反響も大きいことが多いことから、テレビで報道されることを希望する企業は依然として多いのが現状です。

テレビ向けのリリースは、報道番組向けの場合は一般のニュースリリースと同様でいいですが、情報番組向けは、インパクトのある面白い映像が撮れることを強調するのがポイントです。

直接番組に提案するのもいいですが、新聞や雑誌(専門誌やウェブも)に自社の商品やサービスなどの記事を書いてもらうと、テレビ局から取材依頼が入ることがあります。

これは、テレビ局の番組制作担当者が番組の企画づくりの参考に、新聞や雑誌をよく見ているためで、直接リリースなどを送るより意外に早道だったりします。

また、記者発表会やPRイベントなどを開催すると、テレビのクルーが取材にくることも多いです。

さらに、最近は、SNSで話題になったものをテレビが取り上げることも増えています。

地方局は、全国ネットのキー局などに比べて敷居が低いので、積極的にリリースを送ったり、番組担当者に提案すれば番組で紹介される確率は高いです。

■テレビで報道される7つの方法

【1】新聞や雑誌に記事を出す

テレビの制作担当者は、番組のネタ探しのために、新聞や雑誌などをよくチェックしています。

昔から、新聞はテレビの教科書、参考書と言われています。

特に、最も信頼性の高いメディアと言われる全国紙に掲載された記事が、情報番組などで報道されることがよくあるのはこのためです。

また、新聞やウェブメディアなどで報道されたニュースや記事が多いほうが、テレビで放送された後に、SNS などで記事がシェアされるなど波及効果が大きく、自社サイトなどへの反響も高いようです。

テレビで報道されるためにも、報道後の反響を高めるためにも、信頼性の高い新聞や雑誌、ウェブメディアなどに記事やニュースを掲載しておくことは重要なのです。

【2】 テレビ局の報道セクションにリリースを送る

一般の報道系リリースは、新聞や雑誌などと同様、報道セクションにそのまま送ります。

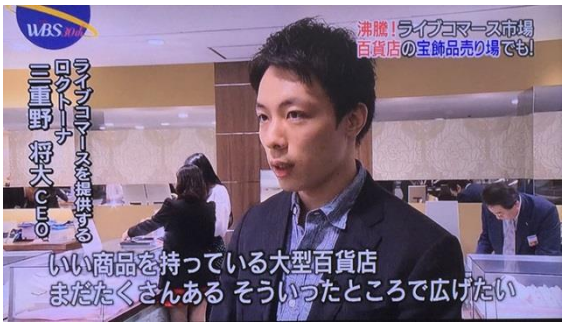
特に、いい映像が取れそうな内容のものの場合は、報道される可能性があります。

【3】 番組ごとに直接提案する

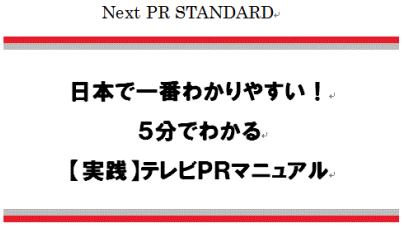
おもに、情報・報道番組の担当者に直接アプローチする方法です。

番組のコーナーレベルまでリサーチして、自社で提供したい情報を番組の内容にあったアングルに加工して提案書を作成。

各番組のキーマン（プロデューサーやディレクター）に直接提案します。



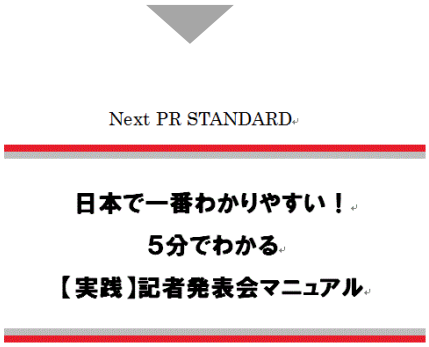
※こちらの詳細は、別途「テレビ PR マニュアル」をご参照ください。



【4】 イベントを開催する（記者発表会、PR イベントなど）

記者発表会や PR イベントには、テレビ取材を呼びやすいです。

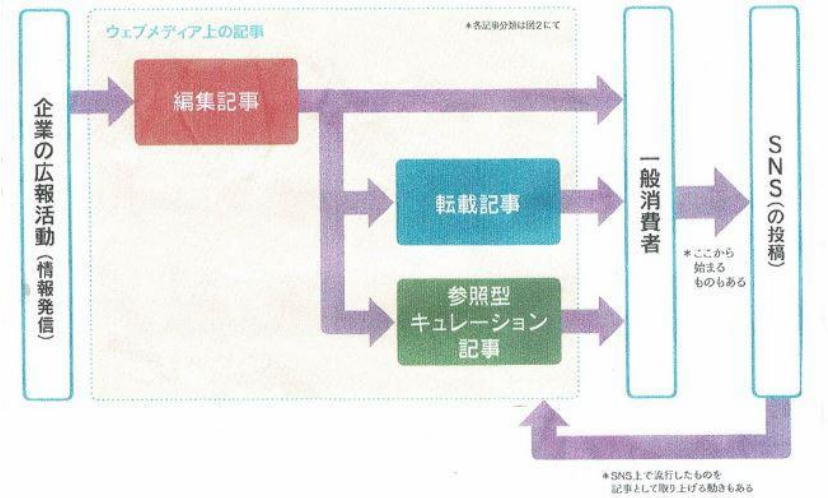
※こちらの詳細は「記者発表会マニュアル」「メディア向けイベントマニュアル」
を別途ご参照ください。



【5】　SNSなどネットで話題をつくる

テレビやウェブメディアからの報道が、SNS で広がることも多いですが、逆に SNS で話題になったことが、テレビなどで報道されることも増えています。

SNS はあらゆる世代に利用されるメディアとなりつつある現在、企業は本気で SNS の活用に取り組む必要があります。



※SNS の活用については、別途「SNS 活用マニュアル」 をご参照ください。

【6】　記者クラブを活用する

記者クラブには、大手の新聞、通信社のほかに、テレビ局やラジオ局なども加盟しています。

各記者クラブには、テレビ局の報道記者がおり、情報提供が可能です。

方法としては、①資料配布　②レク付き発表　などがあり、記者がクラブにいる場合は、直接の情報提供も可能です。

また、東京、大阪、名古屋など大都市の記者クラブばかりでなく、地方の記者クラブも有効に活用したいところです。

【7】 地方局を狙う

地方は話題が少ないので、テレビでも報道されやすい傾向にあります。

局に直接リリースを送ったり、記者クラブに資料配布などして情報提供をおこなうと、内容にもよりますが、比較的容易にテレビ取材が来たりします。

また、NHK の地方局に情報提供をして取材が実現すると、ニュースバリューが高い場合、全国で報道されることもあります。

最後までご覧いただきましてありがとうございました。

御社でも、自社の商品やサービスをテレビで報道させたいという意欲が湧いてきたでしょうか？

スマホ時代の到来で、若者のテレビ離れが叫ばれている昨今ですが、実はテレビの接触時間は10年前とあまり変わっていないというデータもあります。
（※博報堂メディア定点調査）

視聴率1％で 100 万人が視聴するテレビの影響力は、やはりいまだに強大なものがあります。

お伝えしたノウハウを活用して、御社の商品・サービスがテレビで取り上げられてもらえるようアプローチしてみてはいかがでしょうか?

また、一般社団法人 PR コンサルタント協会（PRCA）では、テレビPRに関する最新の情報収集とノウハウの蓄積をはかっています。

テレビPRについてのご相談やその他、広報・PRについてのお悩みなどをお持ちの広報・宣伝担当者の方は、いつでもお気軽にPRCAのコンサルタントにご相談いただければと思います。

一般社団法人PRコンサルタント協会（PRCA）
運営会社　バンブークリエイティヴ株式会社
東京都港区南青山２－２－８　DF ビル5F
TEL:　03-6894-7596　Email: info@bcpr.jp