



メディアに響くニュースレターの作り方

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
ソーシャルメディア
広報
車両管理

このコラムでも何度か書いていますが、広報活動は継続することが大切です。できるだけコンスタントにプレスリリースを発信したり、メディアコンタクトをすることが理想ですが、常にニュース素材があるとは限りません。そんなときどうするか。今回は、広報活動を途切れさせない方法の一つとして、ニュースレターの活用についてご紹介します。

ニュースレターとは

ニュースレターとは、企業などの組織が、その活動や商品、サービスなどに関連する情報をまとめて、文書化したものです。プレスリリースはメディア（マスコミ）向けに作成されるのですが、ニュースレターは、顧客や株主、取引先などを対象にしたものもあります。ターゲットによって内容も異なってきますので、このコラムでは主にメディアを対象に考えてご説明していきます。

ニュースレターのメリット

- ニュースレターのメリットはいろいろありますが、特に次の二点が大きいのと思います。
 - **新商品・新サービスなどの「新しい情報」**でなくても発信できる
 - **プレスリリースに盛り込み切れない内容**を語れる
- プレスリリースは、ニュース性の高い内容

をなるべく簡潔にまとめて発信するものです。そのため、既存の商品を紹介したり、商品情報を詳細に盛り込むには限界があります。しかしながら、ニュースレターであれば、こういった制限はかなり緩やかになります。たとえば、既存の商品であれば、市場動向や売り上げ推移、独自に行った調査などを世の中のトレンドと絡めて紹介することで、メディアに関心を持ってもらえる可能性があります。また、プレスリリースでは語り切れなかった「商品が生まれた背景」「開発秘話」「開発者の思い」などをストーリー性を持たせて語ることで、その商品の魅力をあらためてメディアに訴えることもできます。

ニュースレター活用事例

では、ここでニュースレターを上手に活用している企業を二社ご紹介しましょう。

1. 株式会社ジェイエイシーリクルートメント (以下JAC)

JACは、グローバル領域の人材紹介を特徴とし、英国とアジア七か国に展開するJAC Recruitment Groupと提携関係にある人材紹介会社です。自社の持つネットワーク

を活用し、国境を越えて展開する日系企業の人材戦略や各国における人材動向を「INTERNATIONAL HR【国際人事】」というニュースレターにまとめ季刊発行しています。このニュースレターを二〇一〇年春に発行して以来、メディアに対してグローバル領域に強いイメージを定着させることができ、関連するテーマでの取材が相次いで入るようになりました。

国	採用率
中国	+26%
インド	+18%
タイ	+23%
インドネシア	+12%
フィリピン	+52%
韓国	+60%
オーストラリア	+22%
ニュージーランド	-4%
シンガポール	+36%
香港	+2%

株式会社ジェイエイシーリクルートメントのニュースレター「INTERNATIONAL HR【国際人事】」

2. 株式会社オプト・ジャパン

オプト・ジャパンは、大学などの受験料支払いサービスを提供する企業です。長い間、銀行窓口支払いが主流だった大学受験料も、近年コンビニ端末やクレジットカードなどに



オフィスサイネージ

オフィス
コミュニケーションの
新しいスタイル



ひかりサイネージ

安心
簡単
お得

NTTグループ提供
サイネージ

誰でも使える
便利な機能

クラウド利用で
初期費用↓

オフィスサイネージ
導入実績

約5,000ディスプレイ!

03-6268-8320

詳しくは 検索

<http://www.hikarisignage.net/>

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。株式会社バナンソフトバンク（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ディ設立、現在に至る（2011年株式会社化）。

「大学受験情報」は、大学受験の動向や最新の試験情報、入試の傾向、受験生の動向などを、受験生や保護者、関係者に向けて提供しています。また、大学受験の動向や最新の試験情報、入試の傾向、受験生の動向などを、受験生や保護者、関係者に向けて提供しています。

【最新情報】
 2011年度大学入試の動向
 2011年度大学入試の動向
 2011年度大学入試の動向

株式会社オプト・ジャパンのニュースレター「大学受験通信」

選択肢が広がり、特にクレジットカードの利

用者は急増しています。オプト・ジャパンでは、二〇〇九年からクレジットカード支払いサービスを提供していますが、サービス開始から現在までの利用件数の推移や受験生の親に対するアンケート調査などのデータを盛り込み、ニュースレターにまとめました。その結果、一〇以上のニュースサイトに掲載され、取引先となり得る、大学やカード会社からの問い合わせ・商談にも発展しました。

ニュースレターの体裁と送り方

ニュースレターはプレスリリースのように商品やサービスの発売日・開始日などに縛られず、比較的作成に時間をかけることが

できます。また、読む人にきちんと理解が共感してもらったために、プレスリリースより多少枚数が増えても構いません。体裁は、プレスリリース同様にシンプルなものでも問題ないですが、よりデザイン性を高めた作りになっている企業も多いようです。そのため、送付方法は、PDFではなく、カラー印刷して郵送した方がいいでしょう。もちろん、アドレスがわかる場合はメール送信も可能です。その場合は、読んでもらえるようメールのタイトルにも工夫したいところです。

ぜひみなさまも、ストーリーやデータを効果的に盛り込み、説得力のあるニュースレターを作成して、メディアアプローチにつなげていただければと思います。