

プレスリリース配信前基本チェックシート ~適切な配信を行うために~

この「プレスリリース配信前チェックシート」は、メディアをはじめ一般消費者にも分かりやすいプレスリリースを書くための基本的なポイントを“チェック項目”としてまとめています。チェック手順は以下の通りです。確認は2名以上によるダブルチェックを心がけましょう。



配信予定日時		年 月 日 () : 配信予定	確認者1		確認者2		
プレスリリースタイトル			印		印		
区分	注意点	No	チェック項目				
本文	書き方の基本やマナーは守られていますか?	1	プレスリリースは、全体（画像含む）としてA4用紙1~2枚程度の適切な文章量に収まっている。				
		2	「ですます調」で書かれている。 (=「である調」や過剰な丁寧語は使用しないことが望ましい)				
		3	購入を強く促すような広告的な表現、メールマガジン風の文章、宣伝臭のする文言は使用せず、「企業の公式文書」として適切である。				
	一般の人が読んでも理解できる、分かりやすい内容になっていますか?	4	「メディアへ “伝えるべきニュース（新規性）」が明白であり、重要なことから順番に記載している。 (=結論を先に述べる、結→起→承→転の構成になっている)				
		5	本文は、5W2H【Who（誰が）、When（いつ）、Where（どこで）、What（何を）、Why（なぜ）、How（どのように）、How much（いくらで）】を意識し、必要な情報が過不足なく書かれている。				
		6	専門用語、業界用語、カタカナ用語、略語は極力使用しておらず、中学生が読んでも理解できるような平易な言葉を使用している。				
		7	専門用語、業界用語、分かりにくい言葉、固有名詞などを使用する場合は、その用語の説明書きがされている。 (もしくは添付資料にて補足)				
		プレスリリース情報の信頼性は保たれていますか?	8	虚偽や誇張表現は一切使用せず、全て事実を記載している。			
			9	「日本一」「世界初」「業界初」など“最大級の表現”を用いる場合は、その根拠や裏付けとなるデータの記載や添付資料による補足がある。			
			10	「すごい●●」「すばらしい●●」「とても多い」などの曖昧かつ主観的な表現ではなく、「●%増加」「●%向上」「●万枚以上」等の具体的な数値など客観的事実をきちんと記載している。			
	11		各種、法令や条例に反する表現を使用していない。 (=薬事法、健康増進法、景品表示法、著作権法、商標法などは遵守している)				
	12		公開するプレスリリース内容に関し、関係各所の許可や承諾は全て取得済だ。 (例：他社が関係する情報、外部の調査結果や文章の引用、芸能人や著名人の名前の使用)				
	13		公開してはいけない情報が誤って混在していない。				
	“情報そのものの”に誤りはありませんか?	14	少なくとも〈企業名〉〈電話番号〉〈Emailアドレス〉は必ず記載されている。 (その他、〈部署〉〈担当者名〉〈FAX番号〉もしっかりと記載されていることが望ましい)				
15		誤字・脱字、URLのリンク間違いやエラーは確認済で誤りはない。					
16		価格、商品仕様、発売日やキャンペーン期間（西暦や年号、日にちと曜日のズレ）、人名、役職名などは確認済で誤りはない。					
17		用字用語、送り仮名、外来語、数字の表記は統一されている。 (例：発売/販売、税込/税込み、ウェディング/ウエディング、1種類/一種類、など)					
画像・添付資料	18	高解像度の画像や動画データをメール送信する時は、受信側であるメディアに配慮がなされている。 (=圧縮ファイルや大容量ファイル送信サービスを利用するなどの工夫がされている)					
	19	画像使用の際は、画像の著作権が帰属する本人または管理団体等に使用許可を得ており、著作権／ライバシー権の侵害は一切ない。 人物・・・一般の方、芸能人、著名人の全てを含む キャラクター・・・アニメ、マスコットなど ロゴ・・・ブランドや企業名のロゴ					
タイトル	20	タイトルを読んだだけで、プレスリリース内容（テーマ）が一目で把握できる。 (例：【カロリーゼロ微炭酸飲料 ●●●】20xx年4月2日より全国発売開始！)					
	21	タイトルに記載している情報は、きちんと本文内にも記載もしくは詳細説明がされている。 (例：タイトルに「業界初」と記載がある場合、本文においても「業界初」に関する調査日や定義などの詳細説明をきちんと記述している、など)					

※該当しないチェック項目は確認不要です。

YESの合計 / YESの合計 /