

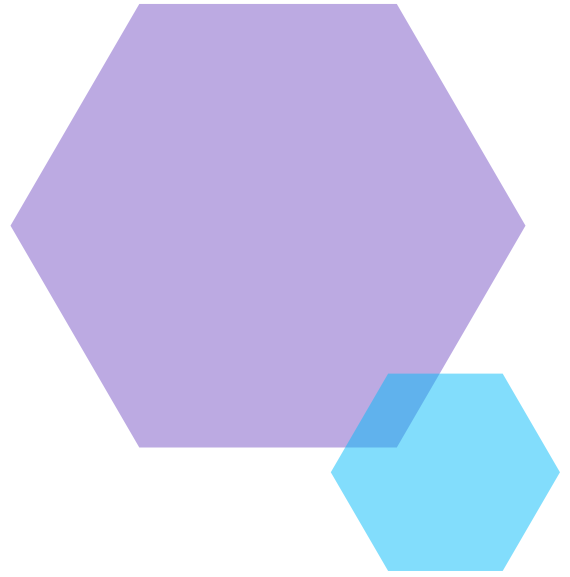
お役立ち資料

海外向けプレスリリース 配信のポイント

フランス編



Global PR Wire



CONTENTS

01	はじめに：フランスのプレスリリーストレンドとは？	P.3
02	フランスにおけるプレスリリースのポイントとは？	P.6
03	フランスの主要メディア・サイト	P.12
04	Global PR Wireのご紹介	P.16

フランスのプレスリリースの歴史

フランスでは、報道は長い歴史の中で「民主主義の守護者」としての役割を担ってきました。19世紀から続く新聞文化は、政治・文化・知識層の議論の場として機能し、『Le Monde（ル・モンド）』や『Le Figaro（ル・フィガロ）』はその象徴です。

ただし、フランスのメディアには一つの大きな特徴があります。それは、メディアオーナーの集中です。2026年現在、フランスの主要民間メディアの大部分は、一握りの大富豪・財閥によって所有されています。フランスの公共放送局France 24の調査報道（2026年1月）によると、約12人の億万長者がフランスの主要民間メディアを所有または共同所有している状況です。読者・視聴者はこうした背景を意識しながらメディアを選んでいます。



01 | はじめに：フランスのプレスリリーストレンドとは？

フランスのジャーナリズムは政治報道が中心であり、テレビの影響力は依然として強力です。フランスの公共メディア規制機関であるArcom（視聴覚・デジタルコミュニケーション規制機関）が2026年1月に発表した「フランス人と情報」第2版レポート（3,377名対象）によると、94%のフランス人が情報に関心を持ち、テレビは依然として主要な情報チャンネルです。

トレンドの変化： 紙からデジタルへ

フランスでも「紙離れ」は急速に進んでいます。ACPM（フランスメディア認証機関）の2025年データによると、Le Mondeは前年比+5.78%という成長を達成した数少ない全国紙の一つで、デジタル購読数が紙を上回っています。一方、Ouest-Franceは依然として発行部数ランキングトップ（581,505部）を維持していますが、紙媒体全体は緩やかな下落傾向にあります。



BFMTVやCNews、LCIといった24時間ニュースチャンネルがニュースサイクルの速度設定者として機能しており、政治家・編集者・コメンテーターがリアルタイムで反応する構造が定着しています。

今後の展望：「量」より「質」、そして透明性へ

フランスのジャーナリストは、大量送付されるプレスリリースに強い拒否感を示しています。SYNAP（フランス広報担当者組合）が2026年1～3月に257名のジャーナリストを対象に実施した調査では、以下のことが明らかになっています。

84%

「より精度の高いターゲティング」を最優先の改善点として要求

SYNAP 2026調査（257名のジャーナリスト対象）

81%

AIを使用した場合、その旨を必ず明示するよう要求

SYNAP 2026調査（257名のジャーナリスト対象）

72%

AIが関与したコンテンツは自分たちへの信頼に悪影響を与えると回答

SYNAP 2026調査（257名のジャーナリスト対象）

01 | はじめに：フランスのプレスリリーストレンドとは？

広報の「PR (Public Relations)」が、いまや「People Relations (人と人との関係づくり)」へと進化しているのはフランスでも同様です。記者一人ひとりとの個別の信頼関係こそが、フランス広報成功の鍵です。



参考資料一覧

▶ SYNAP 2026年調査 公式コミュニケ (PDF)

https://www.synap.org/sites/default/files/documents/communiques/synap_cp-etude-26-relations-journalistes-et-attaches-de-presse.pdf

SYNAP 公式ページ (結果詳細)

<https://www.synap.org/presse/journalistes-et-attaches-de-presse-une-relation-stable-sous-pression-de-la-qualite-et-de-la-transparence>

▶ Arcom — Les Français et l'information, 2eme édition (2026年1月、PDF)

<https://www.arcom.fr/se-documenter/etudes-et-donnees/etudes-bilans-et-rapports-de-larcom/les-francais-et-linformation-2eme-edition>

France 24 — Concentration des médias en France (2026年1月)

<https://www.france24.com/en/tv-shows/french-connections/20260122-exploring-france-s-media-landscape-a-billionaire-s-playground>

02 | フランスにおけるプレスリリースのポイントとは？

フランス向けプレスリリースで成功するコツは、「なぜ今、このニュースをフランスで取り上げるべきか」を、事実（ファクト）で記者にわかりやすく示すことです。基本となるのは、次の4つの要素です。

プレスリリースを構成する4つの基本要素

① タイトル・サブタイトル（テーマは1つに絞る）

フランス向けでも最も大切なのは、「1本のリリースで伝えるテーマを1つに絞る」ことです。SYNTEC Conseil en Relations Publiques（フランス広報代理店協会）が推奨するモデルでは、タイトルは8～12語程度の短いものにし、SEO最適化のため60文字以内に収めることが理想です。メールの件名ともそろえてください。

フランスの記者は誇張した表現や広告的な言葉を特に嫌います（例：「révolutionnaire」「innovant」「percée」などの形容詞は証拠なく使わないこと）。事実をわかりやすく、かつフランス語らしい明快な文体で書くことを心がけましょう。



良い例

La startup japonaise ○○
entre sur le marché français

日本語訳
日本のスタートアップ ○○社、フランス市場に参入

サブタイトル(任意) 1文で簡潔に

避けるべき例

Solution révolutionnaire et innovante
— une percée extraordinaire !

日本語訳
革命的かつ革新的なソリューションー 驚異的な躍進！

証拠のない誇張表現・広告的な言葉

✔ 8～12語	簡潔な語数	✖ révolutionnaire	(革命的)
✔ 60文字以内	メール件名に収まる	✖ innovante	(革新的)
✔ 件名と統一	メール件名と同じ文言	✖ percée	(飛躍的な進歩)

事実をわかりやすく、フランス語らしい明快な文体で。

02 | フランスにおけるプレスリリースのポイントとは？

② リード文（サマリー＝最も重要な部分）

SYNAP 2026年調査（257名対象）によると、フランスのジャーナリストは毎週50本以上のプレスリリースを受け取っており、中には週300本以上という回答者もいます。1本を判断する時間はわずか数十秒です。

リード文だけでニュースの全体像がつかめるよう、5W1H

（Qui・Quoi・Quand・Où・Pourquoi）を意識して2～3文で簡潔にまとめましょう。

タイトルTitle サブヘッダーSub Header
リード文（サマリー） Lead (summary)
本文 Body
問い合わせ先 Press Contact

リード文サンプル（フランス語＋日本語訳）

"La startup japonaise ○○ fait aujourd'hui son entrée sur le marché français avec son application de mobilité, avec l'ambition d'atteindre 500 000 utilisateurs d'ici 2027 et de réduire de 20 % les temps de déplacement urbain dans les principales villes françaises."

「日本のスタートアップ○○は本日、モビリティアプリでフランス市場に参入した。2027年までに50万ユーザーの獲得と、フランス主要都市での移動時間20%短縮を目指す。」

③ 本文（記者がそのまま使えるコメントを入れる）

本文の理想的な長さについては、フランスの複数の専門機関が一致して300～600語を推奨しています。

これより長くなると、読まれないまま却下されるリスクが大幅に上がります。最大のポイントは、社長やプロジェクト責任者の直接引用コメントを必ず入れることです。フランスの記者もこのコメントをそのまま記事に使います。

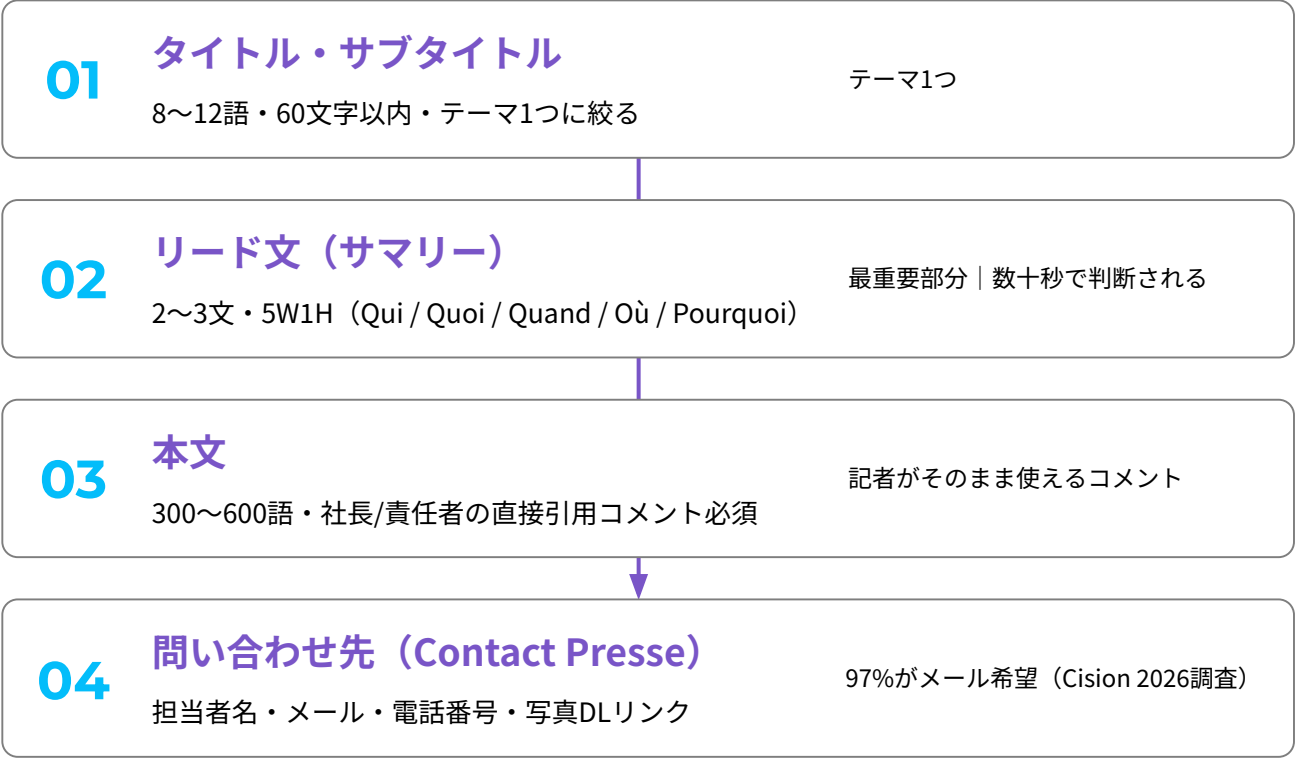
また、SYNAP 2026調査では64%のジャーナリストが対面での関係構築を重視しており、プレスリリースの質に加えて、記者との個別の関係づくりも意識しましょう。

タイトルTitle サブヘッダーSub Header
リード文（サマリー） Lead (summary)
本文 Body
問い合わせ先 Press Contact

02 | フランスにおけるプレスリリースのポイントとは？

④ 問い合わせ先（Contact Presse）

記者からの追加取材や画像提供の依頼にすぐ対応できるよう、広報窓口（担当者名・メールアドレス・電話番号）をリリースの最後に必ず載せましょう。Cision「État des Médias 2026」（1,899名・19市場対象）によると、97%のジャーナリストがメールでの連絡を最も希望しています。写真・動画素材のダウンロードリンクも合わせて掲載することを推奨します。



フランスでPR成果を最大化するためのTips

Tips 01 ローカルアングルは絶対（直訳・横展開はNG）

世界共通のリリースをただフランス語に直訳しても通用しません。Cision 2026調査（フランス含む19市場対象）では、ジャーナリストの72%が「提案の75%以上は自分には無関係」と回答しています。「フランスの読者にとってなぜ今これが重要か」を常に問いかけることが、掲載率向上の第一歩です。

Tips 02 送るタイミングを意識する（フランス独自のルール）

Centre Europe Presse（2026年3月）およびGenpress.fr（2025年）が明示するフランスのベストプラクティス：

- 最適曜日・時間：火曜・水曜・木曜の10時～14時
- ✕ 必ず避けるべき：月曜午前（メールの山）、金曜午後（週末前で注意散漫）
- ✕ 必ず避けるべきシーズン1：7月中旬～8月末（グランドバカンス）＝メディアがほぼ停止
- ✕ 必ず避けるべきシーズン2：12月24日～1月初旬（年末年始休暇）＝「沈黙の期間」

フランス独自の配信タイミング

時間帯	月曜	火曜	水曜	木曜	金曜
10～14時	✕ 避ける メールの山	◎ 最適 推奨時間帯	◎ 最適 推奨時間帯	◎ 最適 推奨時間帯	△ 注意 週末前
その他	✕ 非推奨	△ 可	△ 可	△ 可	✕ 非推奨

Tips 03 AI使用の透明性を示す

SYNAP 2026調査（257名対象）では、81%がAI使用の明示を求め、72%が「AIコンテンツは信頼を損なう」と回答。AIで生成・補助した原稿を送る場合は、その旨を記載することがフランスでは信頼構築の新ルールです。

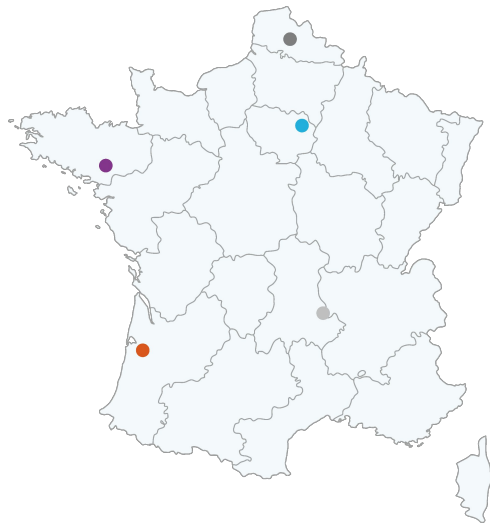
02 | フランスにおけるプレスリリースのポイントとは？

Tips 04 データと数値で記者の心をつかむ

Genpress.fr（2025年）が指摘するように、フランスの記者は具体的な数字と検証可能なデータを特に重視します。「3年以内にフランス市場でシェア〇%を目指す」「市場規模は〇年までに〇億ユーロ」といった未来予測を盛り込みましょう。Les Échos（経済紙）やBFMBusiness向けに特に有効です。

Tips 05 地域メディアも狙う（フランスの「ローカル密着」文化）

パリの全国紙だけがフランスではありません。ACPMの公式データ（2025年）によると、Ouest-Franceは581,505部でフランス最大部数を誇ります。Cision 2026調査のジャーナリストからは「私たちはハイパーローカルで、カバーエリア外の話題はすべて断る」という声が多く聞かれています。進出地域のメディアに合わせたアングルのリリースを必ず準備しましょう。



Ouest-France ブルターニュ・西部14県カバー	全国最大 発行部数 581,505 部
Le Parisien パリ・イル＝ド＝フランス圏	発行部数 192,505 部
Sud Ouest ポルドー・アキテーヌ地方	発行部数 164,510 部
La Voix du Nord 北フランス・リール地方	発行部数 データなし
Le Progrès リヨン・ローヌ＝アルプ地方	発行部数 データなし

参考資料一覧

▶ SYNAP 2026年調査 公式コミュニケ（PDF）
https://www.synap.org/sites/default/files/documents/communiques/synap_cp-etude-26-relations-journalistes-et-attaches-de-presse.pdf

Genpress.fr — Modèle communiqué de presse（SYNTEC推奨の300～500語、2025年）
<https://genpress.fr/modele-communique-de-presse>

Centre Europe Presse — Comment rédiger un communiqué efficace en 2026（400～600語、タイミング）
<https://www.centre-europe.com/comment-rediger-un-communique-de-presse-efficace-en-2026/>

Asana France — Communiqué de presse（400～600語）
<https://asana.com/fr/resources/press-release-template>

CB News — Cision État des Médias 2026（97%メール選好）
<https://www.cbnews.fr/etudes/ia-desinformation-rp-etat-medias-2026-cision>

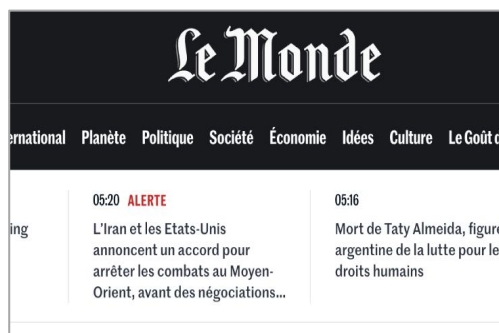
03 | フランスの主要メディア・サイト

フランスで広報を行うなら、「経済・政治の中心＝パリ」という一極集中を意識しつつ、地方紙・地域メディアの根深い影響力も見逃してはなりません。

1. ニュース編（全国紙・通信社）

01. Le Monde（ル・モンド）

1944年創刊。フランスを代表する高品質な全国紙で、知識層・専門職に広く読まれています。ACPM 2025年データでは前年比+5.78%という成長を達成した数少ない全国紙の一つで、デジタル購読数が紙を上回るほどデジタル移行が進んでいます。社会問題・国際情勢・文化に強みを持ち、ESG・サステナビリティのテーマと特に相性が良いメディアです。



画像引用元：Le Monde

02. Le Figaro（ル・フィガロ）

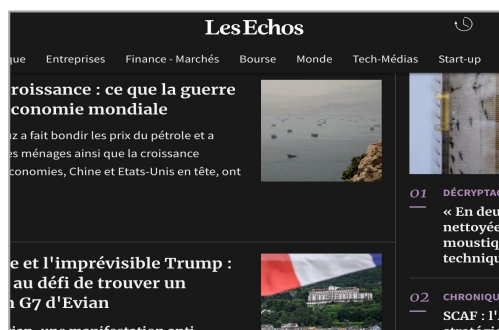
1826年創刊。フランス最古の現役全国紙の一つで、中道右派の立場をとります。ビジネス・経済・政治の報道に強みを持ち、紙・デジタル両面で安定した購読者数を誇ります。B2B企業・高級ブランド・金融経済の話題を届けるなら重要なターゲットです。



画像引用元：Le Figaro

03. Les Échos（レゼコー）

フランスを代表する経済日刊紙。日本でいえば日本経済新聞に相当する立ち位置で、企業財務・市場分析・経済統計に強みを持ちます。具体的な市場データや定量的な目標数値が入ったリリースに特に関心を示すメディアです。



画像引用元：Les Échos

04. AFP (Agence France-Presse)

フランス国内および世界のメディアへニュースを供給する世界三大通信社の一つ。AFP経由でフランス語のリリースを流すことは、国内メディアへの広範な情報拡散の「土台」となります。

重要：AFPは独自の編集方針を持つ通信社です。「転載保証」ではなく「情報インフラへのアプローチ」として位置づけてください。Global PR WireとAFPとの正式な連携有無は内部確認が必要です。



画像引用元：AFP

05. 地方紙 (Presse Quotidienne Régionale) — 見逃せない影響力

ACPM公式データ（2025年）によると、Ouest-Franceはフランスで最も発行部数が多い日刊紙（581,505部）であり、Le Monde（全国紙首位）を大幅に上回ります。フランスの地域アイデンティティの強さから、地方紙は地元読者に圧倒的な信頼を持っています。

進出先の地域に応じて、以下の地方紙へのアプローチも検討してください：

- Ouest-France（フランス西部・14県カバー、全国最大部数 581,505部）
- Sud Ouest（ボルドー・アキテーヌ地方、164,510部）
- Le Parisien（パリ・イル＝ド＝フランス圏、192,505部）
- La Voix du Nord（北フランス・リール地方）
- Le Progrès（リヨン・ローヌ＝アルプ地方）

2. デジタルメディア & SNS編（記者がよく使う場所）

Cision「État des Médias 2026」（2026年1〜2月、19市場・1,899名対象）とOsmova（We Are Social / Médiamétrie 2026データ）による、フランスにおけるジャーナリストとSNSの実態：

62%

LinkedIn使用率（ジャーナリスト）。33%が「最も仕事に役立つプラットフォーム」と回答。広報担当者とジャーナリストをつなぐ主要窓口。LinkedIn France全体で+15.2%の利用者増（2025→2026）。

Cision État des Médias 2026 / Osmova 2026

70.2%

フランス人（16歳以上）が毎月Facebookを利用（We Are Social 2026）。ジャーナリストの53%も使用（Cision 2026）。「最も好きなSNS」でも22.4%で1位。

Osmova / We Are Social Digital Report France 2026

-16%

X（旧Twitter）のフランスにおける月間訪問者数（2025年、前年比）。2017年以降最低水準。ただしジャーナリスト・政治家がリアルタイム発信に依然使用。

Médiamétrie 2025 / Osmova 2026

54%

Instagramをジャーナリストが使用。YouTubeも35%（前年比+6%）と急成長。ビジュアル素材・動画コンテンツの重要性が増している。

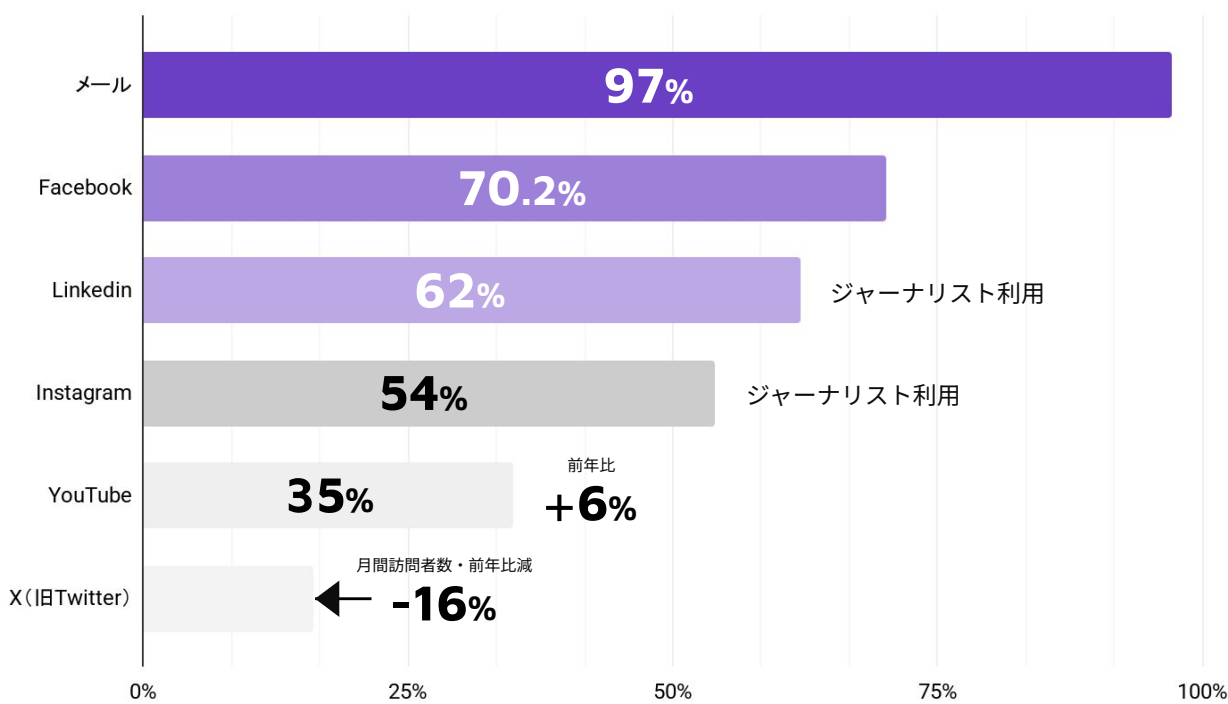
Cision État des Médias 2026

97%

メールでの連絡を希望するジャーナリストの割合。SNSやWhatsAppでのコンタクトより圧倒的にメールが好まれる。

Cision État des Médias 2026

フランスのジャーナリストと SNS・連絡手段



※X（旧Twitter）は月間訪問者数の前年比変化率。その他はジャーナリストまたはフランス人全体の利用率。

参考資料一覧

CB News — Cision État des Médias 2026（SNS利用率、メール97%）
<https://www.cbnews.fr/etudes/ia-desinformation-rp-etat-medias-2026-cision>

Osmova — Classement réseaux sociaux France 2026（We Are Social / Médiamétrie）
<https://osmova.com/reseaux-sociaux-france/>

ACPM — Données de diffusion presse française 2025（Ouest-France等の部数）
<https://www.acpm.fr/>

Ecstart — Tirage presse quotidienne France 2026（全国紙・地方紙ランキング）
<https://ecostart.fr/tirage-presse-quotidienne-quel-est-le-journal-francais-le-plus-lu-en-france/>

04 | Global PR Wireのご紹介

日本企業がフランス市場に向けてPRを行うとき、「世界共通の英語リリースを一斉配信するだけ」では、現地の記者のメールボックスの中で埋もれてしまいます。フランスを攻略するには、現地語（フランス語）への適切なローカライズと、現地メディアへの確実な配信が欠かせません。

フランスには自国語の保護を定めた「トゥーボン法（Loi Toubon）」に象徴されるように、言語に対する非常に強いプライドと文化的アイデンティティがあります。現地では、英語のリリースや不自然な機械翻訳文は「記者の時間を無駄にするもの」として即座に破棄される冷徹な現実があります。フランスのメディア環境で受け入れられるには、単なる直訳ではなく、現地で通用する明快で洗練されたフランス語へのローカライズが絶対条件です。

特にフランスでは、SYNAP 2026調査で81%のジャーナリストがAI使用の明示を求めているため、Global PR Wireのローカライズプロセスにおいても「ネイティブエディターによる編集チェック」を明記することが信頼獲得に直結します。

サービスの流れ

ご
相
談

ご相談・要件確定

- ・サービス紹介資料
- ・ヒアリング

原
稿
作
成

配信までには、最低48時間（土日祝祭日除く）のお時間が必要です（お急ぎの場合、緊急対応費を別途お見積致します）



配
信
準
備



- ※配信をご利用の際には、会員登録が必要です。原稿入稿に登録は必要ありません。
- ※英語、現地語へのローカライズにはそれぞれ2~3営業日ほどのお時間が必要です。

Global PR Wireの「新常識」

これまでの海外配信サービスでは、「英単語400語を超えると追加料金」「画像は1枚ごとに別料金」といった制限が一般的でした。Global PR Wireなら、文量・画像数ともに制限なくご利用いただけます。

タイトルの目安	本文の目安	写真添付
100単語	4,000単語	5枚
まで	程度まで	まで無料

※4,000単語は配信システム上で「追加料金なしで入稿可能な上限」を意味します。フランスの記者が好む文字数は前述の通り300〜600語（最適な長さ）であるため、実際の配信原稿はターゲットを絞って簡潔にまとめることが掲載率向上の鍵となります。

シンプルで選びやすい2つのプラン

	シンプルプラン	スタンダードプラン NEW
料金（税別）	59,800円	149,800円
配信先	1リスト	2リスト
掲載	Press Release Japanに掲載	Press Release Japanに掲載
転載保証	なし	あり（約100媒体以上）
レポート	なし（オプション）	海外クリッピングレポート付き

配信までのサービスの流れ

- 1 ご相談・要件確定**
日本語原稿をお預かりし、目的・ターゲットをヒアリング
- 2 英語へのローカライズ**
日本語原稿の校了から+2〜3営業日
- 3 現地語（フランス語）へのローカライズ**
英語原稿の校了から+2〜3営業日（ネイティブエディターが編集チェック）
- 4 配信準備・テスト確認**
配信システムへの入稿とテスト確認（1営業日）
- 5 配信**
指定日時にフランス国内のメディアへ一斉配信（最低48時間前の入稿を推奨）
- 6 レポート提出**
配信後7〜10営業日以内（スタンダードプランのみ）

【掲載前の確認事項】フランスへの配信について、(1)正式な配信カテゴリーにフランス（または欧州）が含まれるか、(2)AFP等の通信社との連携・転載保証の対象範囲、の2点は実際のサービス仕様とのすり合わせをお願いします。

フランスのメディアに、確実に「見られ、読まれる」ための海外広報を、
Global PR Wireと一緒に始めましょう。

