

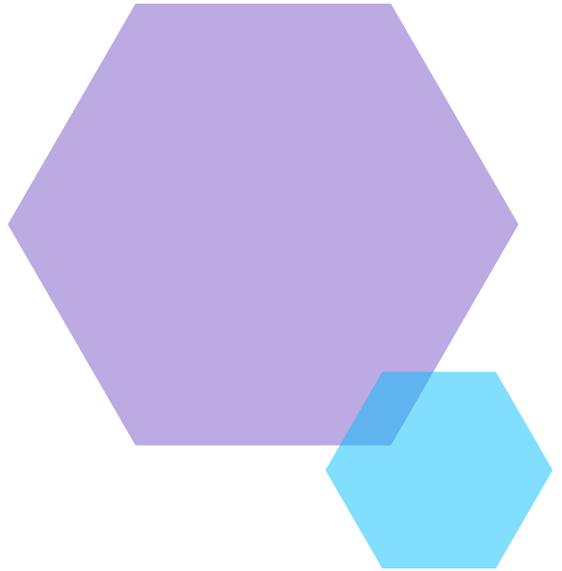
ご参考資料

海外向けプレスリリース 配信のポイント

アメリカ編



Global PR Wire



CONTENTS

01	はじめに	P.2
02	アメリカにおけるニュースリリースのポイントとは？	P.3
	01. タイトル・サブタイトル	P.4
	02. リード文（サマリー）	P.5
	03. 本文	P.6
03	アメリカの主要メディア・サイト	P.7
	01. ニュース編	P.7
	02. ゲーム編	P.10
	03. トラベル編	P.13
04	Global PR Wireのご紹介	P.15

アメリカのニュースリリース トレンドとは？



アメリカのニュースリリースの歴史

アメリカのニュースリリースの歴史は、20世紀初頭に遡ります。1906年、アイビー・リーという人物が、アメリカ初の公式なニュースリリースを発表しました。これは、ペンシルバニア鉄道の事故に関するもので、企業が自らの立場を公に説明するための手段として利用されました。この出来事が、現代のニュースリリースの原型となっています。

その後、ニュースリリースは企業広報の重要なツールとして定着しました。特に第二次世界大戦後、アメリカの経済が急成長する中で、企業は自らの情報を効率的に伝えるためにニュースリリースを多用するようになりました。1960年代から1970年代にかけては、メディアとの関係構築が重視され、ニュースリリースは企業と報道機関を結ぶ重要な橋渡しとなりました。

アメリカのニュースリリースのトレンドの変化

1990年代後半から2000年代にかけて、インターネットの普及によりニュースリリースの形式と配信方法が大きく変わりました。従来の紙媒体からデジタル媒体へと移行し、オンラインニュースワイヤーサービスが登場しました。これにより、ニュースリリースは瞬時に広範囲に配信されるようになり、リアルタイムでの情報発信が可能となりました。

近年では、写真や動画、インフォグラフィックスなどのマルチメディア要素を取り入れたニュースリリースが主流となり、視覚的なインパクトが強まることで、情報の伝達がより効果的なものに進化しています。また、ソーシャルメディアの台頭も相まって、ニュースリリースはよりインタラクティブで共有しやすい形式へと変化していることから重要性が増しているといえるでしょう。

アメリカにおけるニュースリリースの今後

アメリカでは前述のようにニュースリリースの歴史は古くからあり、ビジネスの一部としてニュースリリースをマーケティングやPRの一環として重要視する傾向にあります。

今後も、ソーシャルメディア、ブログ、オンラインニュースなどが主要な発信先となり、従来の紙媒体やテレビニュースよりも迅速かつ広範囲に情報を拡散する手段として用いられることでしょう。

アメリカにおけるニュースリリースのポイントとは？

アメリカにおけるニュースリリースを成功させるためには、下記の4つのポイントを抑えることが重要であると考えます。

01

タイトル・サブタイトル

タイトル・サブタイトルはニュースリリースの顔であることから、短く、具体的にニュース性のある言葉を使って、読者が一目で内容を理解し、興味を持つように工夫しましょう。

件名

タイトル Title

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

リード文 (サマリー)

ニュースの最も重要なポイントを2-3センテンスで簡潔にまとめ、読者がリード文だけで内容が理解できる内容にしましょう。また、5W1Hを意識して記載することが重要です。

03

本文

本文はサマリーを含めて、400-600 Wordsで簡潔にまとめることが重要です。サマリーに書かれていない重要な情報や関係者コメントや引用元情報などを追加しましょう。

04

問い合わせ先

報道関係者からのメールでの問い合わせ先を掲載することを忘れないようにしましょう。

01. タイトル・サブタイトル

一日数十件以上のプレスリリースが届くので、海外のメディアにおいて、価値のあるプレスリリースかどうかを判断する決定材料は、ずばり**タイトル**です。

タイトルで「アテンションを最大化する」方法は「キーワード」です。トレンドキーワード、シーズナルキーワード、キーとなる数値、を入れ込みましょう。その理由は2つあります。

まず1つ目に、プレスリリースは100%メールが届きます。受信箱一覧の「件名」にズラっとタイトルが並ぶことを想像してみてください。人は「あっ」「ハッ」とするキーワードをクリックしてメールを開くものです。

2つ目の理由は「検索」です。ネタ探しをする時のキーワードを自分のメール受信箱やプレスリリース検索サイトや検索エンジンなどで検索します。キーワードの検索は、各記者が「欲しいと思っているネタそのもの」なのです。



タイトルに入れる「キーワード」でアテンションを最大化することを覚えておいてください。

Tips

配信国によって「タイトル」を変える

複数の国にまたがってプレスリリースを配信する際に意識して頂きたいことが「タイトル」をローカライズする、ということです。

内容は同じでもニュアンスに注意してください。タイトルはその国の文化・風土に最適化する必要があります。

アメリカなど欧米へのプレスリリース配信をする場合、誇張した表現は避けましょう。

プレスリリースは広告ではないので、セールやキャンペーン情報をタイトルに入れたところで見向きもされず、その後広告が届くという悪い印象を与えかねません。

出来るだけ「**ファクト (事実)**」を「**わかりやすく**」構成したタイトルにしましょう。

気をつけたいのは日本語を直訳してしまうこと。せっかく考えたインパクトあるタイトルが直訳してしまうと海外メディアには何を伝えたいのかわからないケースが多くあります。

しっかりとローカライズしてネイティブチェックしてもらいましょう！

02. リード文（サマリー）

ある海外メディアの調査によると、海外メディアの方々は受け取ったプレスリリースをわずか20秒で完読することが多いということです。つまり、プレスリリースのタイトルで相手の注意を獲得した上で、**20秒以内に担当者を説得しなければいけません。**

そのため、**サマリーがプレスリリースの最も重要な部分**になります。

その時覚えておいてもらいたいことは**5W1H (Where, What, When, Who, Why, How)**を意識してサマリーを書くこと。そのサマリーを読めばプレスリリースの全容がほぼわかる、という内容が好ましいです。英語でのプレスリリースと同様にサマリーについては、各国のプレスリリースにも共通しています。簡潔に何が言いたいプレスリリースなのか、しっかりとリード文（サマリー）で示しましょう。



Tips

英語でのリード文例

リード文の特徴はそれだけでも内容がわかる点です。

下記は様々な企業のプレスリリースのリード文のみですが、タイトルや本文がなくても内容がわかるようになっています。

TOYOTA USA

Toyota USA Foundation and California State University, Dominguez Hills announced today that together they will tackle workforce readiness issues head-on, creating a new Toyota Center for Innovation in STEM Education (Toyota Center) to inspire learning for students from kindergarten through college.

Apple

Component supplier Ibiden is the first company in Japan to pledge it will power all of its Apple manufacturing with 100 percent renewable energy - a new milestone for Apple and Japan. The announcement marks a significant step forward in Apple's efforts to help its manufacturing partners transition to clean power.

Panasonic

Panasonic Eco Solutions North America announced that it finished installing two new LED video display boards in the Jerry Richardson Stadium at the University of North Carolina at Charlotte in time for their new team, the 49ers, to take the field for its inaugural game and claim victory over the Campbell Camels. The installation includes a main and field-level video boards.

(各企業サイトより参照)

03. 本文

本文まで読んでもらう段階に至るのは、タイトルとサマリーで担当者の好奇心を引き付けた時です。本文では、サマリーに書かれていない重要な情報や関係者コメントや引用元情報などを追加しましょう。

ただ、プレスリリースはマスコミの好奇心を惹きつけ、相手から取材やインタビューなどの依頼を引き付けるためであり、全容を盛り込む必要はありません。

ポイントとなる点は、箇条書きのようにするといいでしょう。受け取る担当者もそちらの方が読みやすいものです。相手に理解してもらえて初めてプレスリリースが機能します。かっこつけて難しい単語を長く並べても意味がありません。



即座に理解してもらうためにも、わかりにくい長文よりは箇条書きのほうが良い場合もあります。

Tips

未来予測・目標を入れる

プレスリリースでは事実を書くことが前提ですが、それだけではストーリーが生まれません。

特に海外向けプレスリリースではフォアキャスト思考（現在こうだから未来はこのようになるだろう、という視点、もしくは目標）を入れることをお勧めします。

ストーリーに深みが出て、記者やメディアにとって有益かつ記事化しやすいというメリットがあります。もちろん読者にとっても有益でしょう。

例としては「～3年以内に利用者〇万人、売上高〇億円を目標としています」「当社では〇に達すると予測しています」という目標や未来予測のデータなどが挙げられます。

日本で最新の情報を得たい場合にはメディアを利用するのが一般的です。しかしながら、メディアによって特徴や発信傾向に違いがあるため、各メディアの特徴や種類、立ち位置などをよく理解しておく必要があります。

アメリカでも同様に「歴史が古い」「信頼性が高い」「リベラル（自由主義）」など、メディアによって様々な特徴があります。

PR担当者が押さえておくべきアメリカの新聞およびオンラインメディアについて一挙ご紹介いたします。

■アメリカ5大新聞（日刊紙）

01. The Wall Street Journal

「The Wall Street Journal」は、350万人以上の購読者がいるアメリカで最大級の日刊紙です。設立は1889年で、100年以上にわたってアメリカおよび世界に大きな影響を与えてきました。経済や国際に関する情報が充実しているのが特徴です。

新型コロナウイルスの拡大時には大量のオンライン購読者を獲得することに成功し、2024年においてもアメリカで影響力の強いメディアとして地位を確立しています。



画像引用元：[The Wall Street Journal](https://www.wsj.com/)

02. The New York Times

米国で最も信頼されている新聞として高い評価を受けているのが

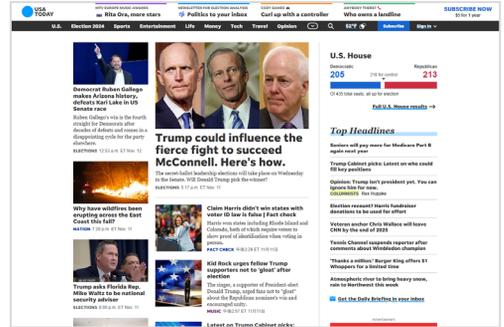
「The New York Times」です。1851年に初創刊されたアメリカで最も歴史の古い新聞の1つ。現在は新聞とオンライン合わせて約1,000万人の購読者がいます。オンラインメディアの強化を図っており、2027年には1,500万人まで購読者を増やすという目標を打ち出しています。



画像引用元：[The New York Times](https://www.nytimes.com/)

03. USA Today

「USA Today」は、1982年に創刊されたアメリカの日報紙です。他の主要日報紙と比べると歴史は浅いものの、オンラインに早くから注力することで購読者を増やしてきました。2024年には約300万人ほどの購読者がいます。デザインやレイアウトにこだわることで若者やビジネスマンを中心にシェアを獲得するとともに、ホテルの客室やニューススタンドでよく見かける新聞としてブランディングに成功しています。



画像引用元: [USA Today](https://www.usatoday.com)

04. The Washington Post

1877年にワシントンで設立された日報新聞が「The Washington Post」です。主な購読者はワシントン在住者ですが、アメリカ全土にも多くのファンがいます。総購読者は約300万人で、政治ニュースや最新情報に強いのが特徴です。非常に歴史のある新聞社ですが、昨今はデジタル版にも力を入れており、新たな客層獲得を試みています。



画像引用元: [The Washington Post](https://www.washingtonpost.com)

05. Los Angeles Times

ロサンゼルスに本社を置く歴史ある新聞社が「Los Angeles Times」で、1881年に創刊されました。地方紙としては「The New York Times」に次ぐ第2位で、購読者数は約440万人。主にアメリカ西部にて読まれています。



画像引用元: [Los Angeles Times](https://www.latimes.com)

■アメリカオンラインニュースメディア3選

01. HuffPost

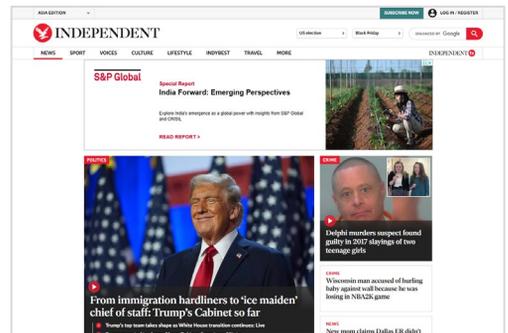
「HuffPost」は、オンラインニュースメディアの先駆けといわれるメディアです。新聞を持たず、オンラインのみで情報発信をしており、月間のアクセス数はアメリカ国内だけでも800万回以上。アメリカ国内の速報や政治、経済ニュース、健康、娯楽、エンタメなど、幅広い情報を取り扱っているのが特徴です。世界のニュースもスピーディにローカライズされるため、世界情勢が気になる人にも人気のメディアです。



画像引用元：[HuffPost](https://www.huffpost.com)

02. The Independent

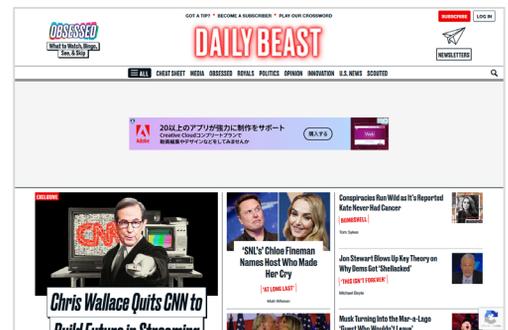
「The Independent」はイギリスで人気のあるオンラインニュースメディアですが、アメリカ向けの特別バージョンも公開されています。オンライン版に加え、アプリ版も人気で、現在は月間400万回を超えるアクセスを記録。世界の事情やライフスタイル、最新ニュースに力を入れるなど、アメリカのニュースメディアと内容の差別化を図ることで人気を獲得しています。



画像引用元：[The Independent](https://www.independent.co.uk)

03. The Daily Beast

「The Daily Beast」は2008年にスタートしたリベラル系（自由主義的な）オンラインメディアです。主に政治やポップカルチャーを発信しており、月間アクセス数は270万回ほど。2012年と2013年には、最優秀ニュースサイト部門でウェブビー賞を受賞するなど、アメリカ国内で高い評価を獲得しています。



画像引用元：[The Daily Beast](https://www.thedailybeast.com)

アメリカの主要メディア・サイト ②ゲーム編

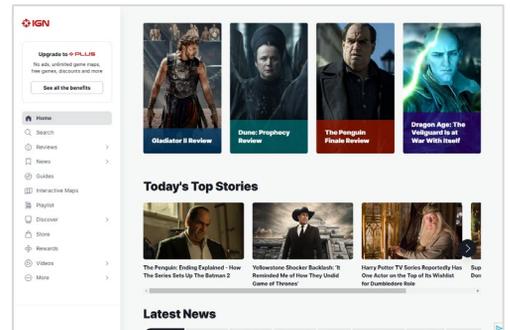
アメリカのゲームメディアは、その多様性と情報量の豊富さで世界中のゲーマーに影響を与えています。IGNやGameSpot、Polygonなどの大手メディアから、専門性の高いサイトまで、多岐にわたるウェブ形式のゲームメディア12選をご紹介します。

01. IGN

IGNは日本語版IGN Japanが存在するためご存知の方も多かもしれませんが。

ゲーム関係の情報だけでなく映画をはじめとして総合的なエンターテインメントサイトとして機能している点も特徴です。

ニュースだけではなく有志によって作成されたゲームの攻略wikiを備えている点もアメリカのゲーマーに欠かせないゲームメディアの地位にしています。

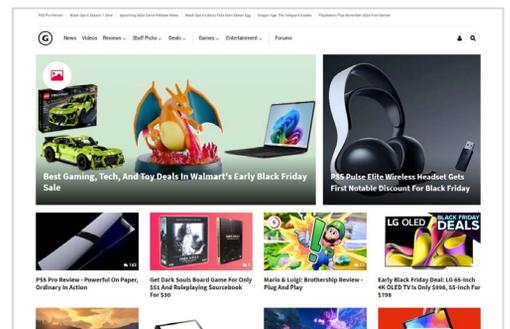


画像引用元：[IGN](https://www.ign.com)

02. GameSpot

古くからのゲームメディアで、現在はCBSインタラクティブによって運営されています。

運営者側の投稿に対してユーザ側がコメントを書いたり記事を投稿するなどの仕組みが整っており、ユーザ参加型のゲームメディアとして知られています。フォーラムなどに積極的に参加したい方はチェックするといいかもかもしれません。



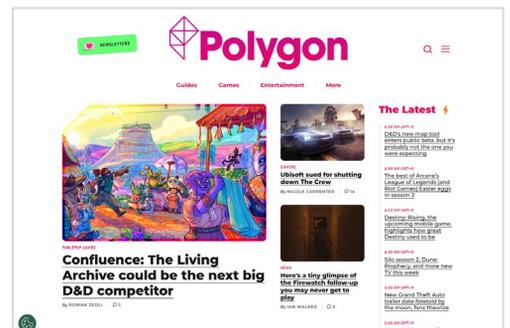
画像引用元：[GameSpot](https://www.gamespot.com)

03. Polygon

ゲーム開発者やプレイヤーにフォーカスし、独自の立ち位置を築いているPolygon。

雑誌形式の長文特集記事の作成や動画コンテンツの提供、ゲームのアップデートに伴う評価の更新も特徴と言えます。

サイト自体はどちらかと言えば後発組ですが、設立に携わった中には既存のゲーム系メディアの重要メンバーも含まれています。

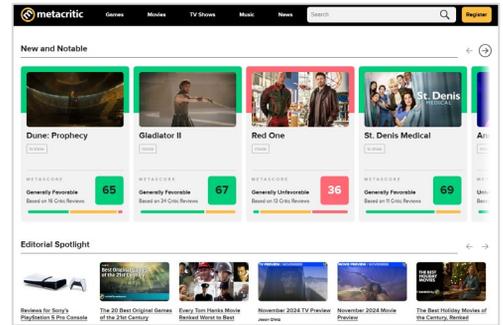


画像引用元：[Polygon](https://www.polygon.com)

04. Metacritic

Metacriticの名前は聞いたことがなくても『メタスコア』の名前を聞いたことがある方は少なくはないのではないでしょうか。

評価を収集し、それらを独自アルゴリズムによって数値化したメタスコアはアメリカのみならず最新タイトルが発売される度に、世界中で注目されています。

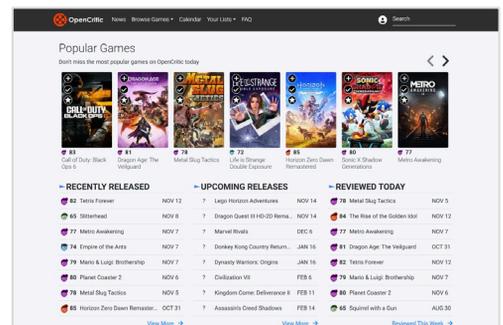


画像引用元：[Metacritic](https://www.metacritic.com/)

05. OpenCritic

独自でかつ秘密のアルゴリズムによってレビューを得点付けしていたMetacriticに対し、収集されたレビューの単純な算術平均でスコアを決定するのがOpenCriticです。

またPCゲーム販売プラットフォームEpic Gamesの評価レビューではOpenCriticが協力しています。



画像引用元：[OpenCritic](https://opencritic.com/)

06. Destructoid

コンピュータゲームを焦点に複数の編集者によるブログのような形式を採用し、ニュースやレビュー、最新作情報などゲームに関するあらゆる情報が揃った総合メディアサイトです。

エンターテインメント・ゲーミング・ネットワークの一部です。



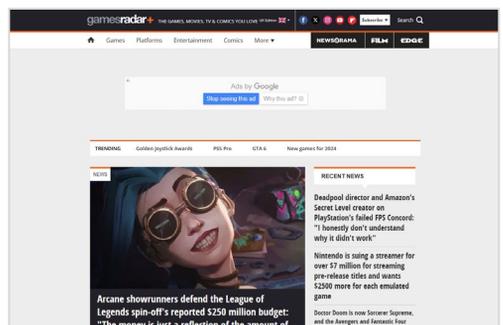
画像引用元：[Destructoid](https://www.destructoid.com/)

07. GameRadar+

フューチャー・パブリッシングがオーナーを務めているゲームメディアです。

ガジェットに関するレビュー記事には定評があり長所と短所を良く捉えたレビューはゲーマーではなくても参考になるレベルです。

また定期的または突発的に開催されるゲームのセール情報などにも強いとされています。

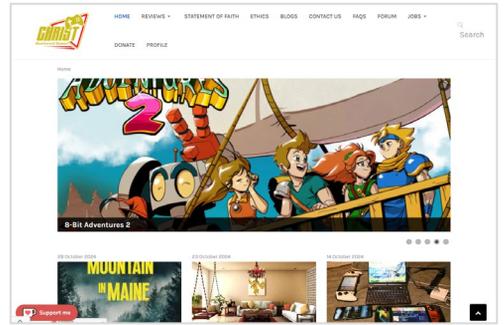


画像引用元：[GameRadar+](https://www.gamesradar.com/)

08. Christ Centered Gamer

Christ Centered Gamerは他のゲームメディアとは少し様相が違っており、トップページに聖書の一説が引用されている箇所があるところからも見て分かるように、ゲームの倫理性を重視してレビューしているゲームメディアです。

子どもの教育上安心してプレーできるゲームに関心のある方はチェックすると良いかもしれません。

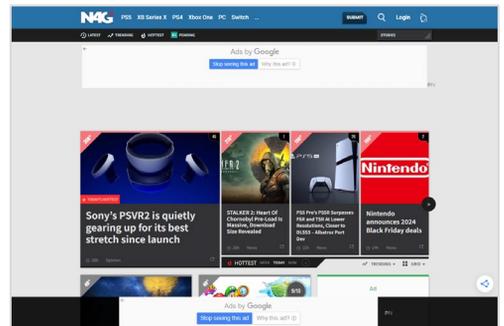


画像引用元：[Christ Centered Gamer](#)

09. N4G

ユーザ参加型のソーシャルニュースサイトですが、他と違う点はその話題の盛り上がりホットさで示されている点です。

このユニークなホットな話題の示し方があるので最新のホットな話題が欲しい、話題に乗り遅れたくないそんな方はチェックするといいかもしれませんね。

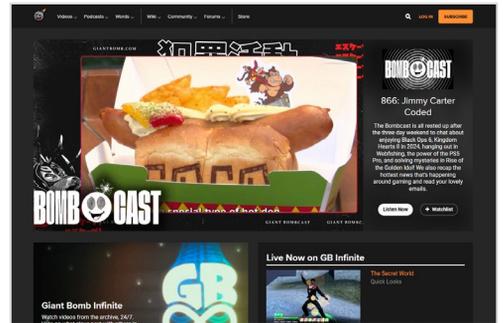


画像引用元：[N4G](#)

10. Giantbomb

Giantbombは多くの記事を動画形式にしているのが最大の特徴です。長い文章よりも動画の方が見慣れているという方も近年では増えてきていると思われるので、そういった方を筆頭にGiantbombを見てもいいかもしれませんね。

ただし英語の動画なので英語力については相応のものを求められることをお忘れなく！



画像引用元：[Giantbomb](#)

11. Nintendo Life

Nintendo Lifeは名前が示す通り任天堂に特化したゲームメディアです。最新作から新機能、レビューに到るまで任天堂関連に特化させています。

そのせいか記事に対するコメントも活発でユーザ同士の交流の場として成立しているとされています。



画像引用元：[Nintendo Life](#)

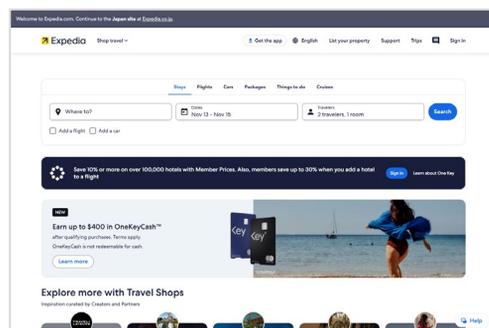
旅行に出かけたい時、トラベル系サイトの利用ををまず考えるはず。トラベル系サイトでは旅行のチケット購入を行うことができ、おすすめの場所やキャンペーンによる割引などを確認できることもあるからです。

世界でもいろいろなトラベル系サイトがありますが、アメリカではどのような注目のトラベル系サイトがあるのか特徴を元に紹介しましょう。

01. Expedia

Expediaは世界的に有名なトラベルサイトであり、アメリカ発祥ですが日本でも多くの方が利用しています。航空券だけでなく、宿泊先のホテルやクルーズ、滞在先のレンタカーなども予約することができ、さらに、海外保険やモバイルWi-Fiなども手配できるため、いろいろアクティビティに富んでいます。

このサイトのみで、ある程度旅行に必要なものを準備することができるため、非常に便利です。また、航空券を先に購入すると、期間内のホテルの予約が全て割引になるAIR+割のサービスがあるため、お得に旅行することも可能です。キャンペーンは常に新しいものが提供されているため、条件に合うものがあるなら、利用してみましょう。

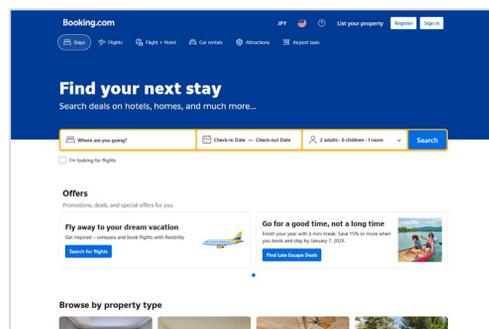


画像引用元: [Expedia](https://www.expedia.com)

02. Booking.com

Booking.comは、世界中で知られているトラベル系サイトです。掲載されているホテルの数は100万件以上であり、全世界の225もの地域と国の情報を掲載しています。Yahoo! やGoogleでのページランクは8位となっているため、多くの方が旅行するときに利用していると言えます。

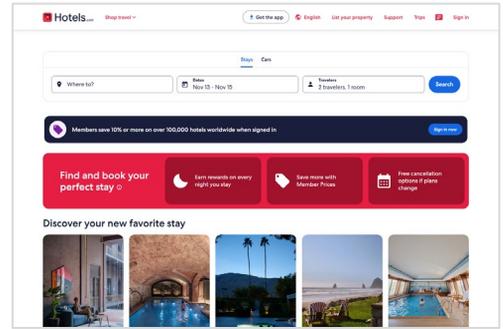
サイトはシンプルで使いやすく、直前までキャンセルも可能なため、突発的にことが起きても安心してキャンセルが行えます。Genius会員になるなら、各種特典を受けることができ、専用カードの使用で最大6%のキャッシュバックも受け取れます。会員登録しておくとお得なサービスを受けられることを期待できるため、利用を考えてみてください。



画像引用元: [Booking.com](https://www.booking.com)

03. Hotels.com

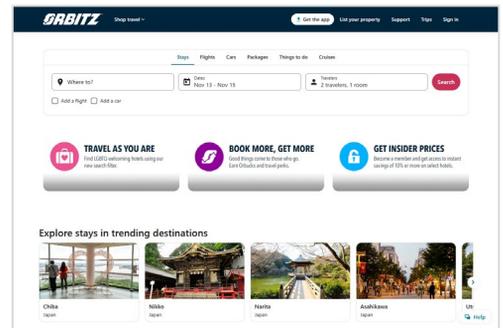
Hotels.comは日本でも有名トラベル系サイトの1つです。名前の通り海外旅行予約サイトでは海外ホテルのラインナップが充実しており、その数は世界200超えの国と地域を合わせて数十万件にのぼります。ホテルに特化したサイトになっているため、市場価格から最大で50%の割引も可能となっており、さらに他のサイトの方が安いなら差額を返金する保証制度もあるため、費用を大きく節約することも期待できるでしょう。



画像引用元：[Hotels.com](https://www.hotels.com)

04. ORBITZ.com

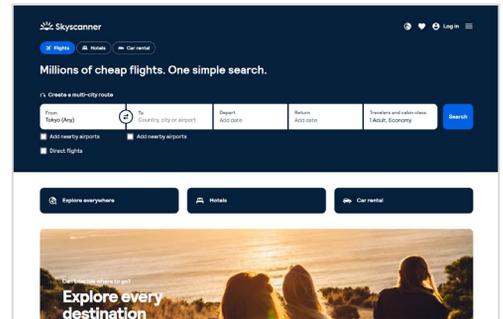
ORBITZ.comはフライトの予約をすることはもちろん、ホテルの予約、クルーズやレンタカーの手配、ツアーの申し込みなど、旅行の際に必要ないろいろなことを行えます。それぞれの価格も安く提供されているため、費用を節約することも期待できます。



画像引用元：[ORBITZ.com](https://www.orbitz.com)

05. Skyscanner

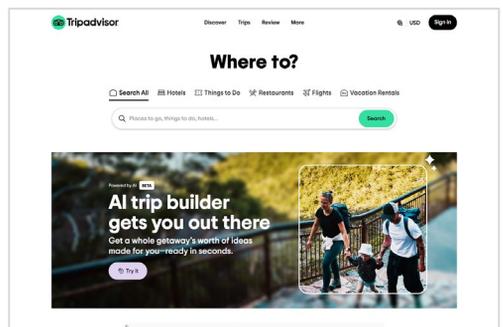
Skyscannerでは、最安値のチケットを確認したいときに利用できるトラベル系サイトです。フライトの情報を入力したなら、各旅行会社の提供しているチケットを安い価格順で見ることができるため、どこかのチケットが安いのか直ぐに把握することができます。



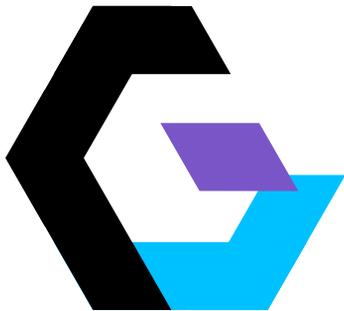
画像引用元：[Skyscanner](https://www.skyscanner.com)

06. Trip Advisor

Trip Advisorは大手のトラベル系サイトと同じようにフライトやホテル、アクティビティやツアーなどを簡単に予約することが可能です。そして、サイトにはユーザーが世界中の観光名所やレストランなどの写真を投稿しているため、自分が行ってみたい場所についての風景や情景を確認することができます。



画像引用元：[Trip Advisor](https://www.tripadvisor.com)



お客様のプレスリリースを、
世界中のジャーナリストに
お届けする**配信プラットフォーム**。

Global PR Wire

海外向けのマーケティング・PR活動が
手軽にすばやく開始することが可能です。

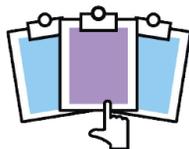
海外向けニュースリリースを、
もっと身近に。

1



シンプルな
料金体系

2



選べる
パッケージプラン

NEW 転載付きプラン登場

3



自由度の
高い**配信形式**

シンプルプラン

基本料金 **59,800円**

配信先 **1リスト**
(約500件)

記事レポート **なし**
(オプション)

転載保証 **なし**

スタンダードプラン

基本料金 **149,800円**

配信先 **2リスト**
(約1,000件)

記事レポート **セットに付帯**

転載保証 **約100媒体保証**

まずはプレスリリース配信を！
という方におすすめ



シンプルプラン

59,800円

(税別価格)

プラン内容

- 最安プランでプレスリリース配信
- 配信先500件のパッケージ選定
(US、UK、Asiaの各カテゴリーから1リスト選択)
- [Press Release Japan](#)に掲載

シンプルに**1**リストに配信のみを行いたい方に
国内最安値でご提供いたします。

6万円もお得な
転載保証付きパッケージ



スタンダードプラン

149,800円

(税別価格)

プラン内容

- 配信先500件のパッケージ選定
(US、UK、Asiaの各カテゴリーから1リスト選択)
- プレスリリース配信
- [Press Release Japan](#)に掲載
- 転載保証あり約100媒体以上
(タイトル最大100文字、画像5点まで)
- 海外クリッピングレポート
(7~10営業日後にご提出)

プレスリリースが**100媒体以上必ず転載される**
レポート付きのプランです。

他社のサービス

これまでの配信サービスの常識

✕ 文量の制限

原稿が英単語400単語を超える場合には、追加料金が発生

✕ 画像の制限

基本料金ではテキストのみ配信可能。
画像添付は都度、追加料金が発生



Global PR Wireの新常識

**文量・画像数ともに
制限なくご利用可能**

- ※プレスリリースとして適切な分量・画像数を推奨
- ・目安はタイトル100単語まで
 - ・本文は4,000単語位まで写真添付5枚まで

Global PR Wireであれば、自由度高く、リッチな表現で、
メディアに訴求することが可能

サービスの流れ

おおまかな進行スケジュールは以下のようになっております。

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）

英語ローカライズ

日本語原稿校了から
+2~3営業日

英文原稿入稿

1営業日

編集チェック

原稿校了

現地語ローカライズ

英語語原稿校了から
+2~3営業日

配信準備

配信準備テスト確認

1営業日

配信

レポート

配信後7~10営業日

- ※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。