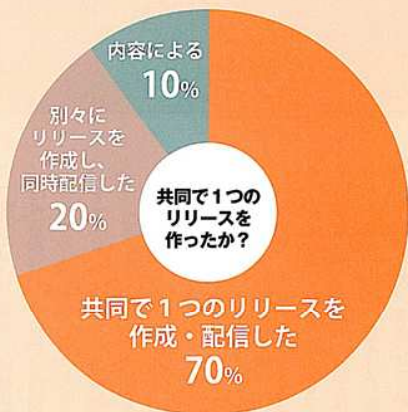


半数以上が、共同リリースを配信する機会が増えたと感じている。

そのうち7割が共同で1つのリリースを作成していると回答した。

広報会議編集部は、広報会議主催のセミナーおよび勉強会でアンケート調査を実施。「共同事業のリリースを配信する機会は増えたか」との質問には、65%の人が「増えた」と回答。また、「増えた」と回答した広報担当者のうち、70%は両社共同で1つのリリースを作成し、配信した（している）と回答した。

広報会議編集部調べ



## 近

年、売上拡大を目的に「共同事業」を実施する企業が増えている。編集部が広報担当者を対象に実施したアンケート調査でも、「共同事業のリリースを配信する機会は増えたか」との問いに対し、多くが「増えた」と回答した。共同事業でなくても収益を上げることは可能だが、共同事業を実施した方がより収益を上げることができると考える企業が増えているようだ。一口に「共同」と言っても、知識・ノウハウを補完し合うものから新商品・サービスの開発まで、提携の度合いは実にさまざま。しかし、いずれの場合も共通して行うのがリリースの作成と配信である。その方法は、共同で1つのリリースを作成・配信するケースと、別々に作成・配信するケースに二分されるが、とりわけ、互いの企業の広報担当者が協力してリリースを作成する場において、広報担当者が抱える悩みは多いよう。

そこで、この特集では共同のリリースの作り方に加え、記者が共同のリリースをどのように見ているのかを紹介する。

## 特集 3

# 複数社でつくる ニュースリリース

## もめないための手順と注意点

複数社が提携して事業を行う「共同事業」が増えている。

しかし、多くの広報担当者は共同リリースの作成に、さまざまな悩みを抱えている。

そこで今回の特集では、広報担当者の悩み・疑問から、

共同リリースを作成する秘訣まで、その手順と注意点をまとめた。