

「食べ物語」 配信契機とプレスリリース・テンプレートのダウンロード

STEP1：配信契機の確認		STEP2：テンプレート	STEP3：ニュース性を足す配信契機の確認してください			
配信種類	標準的な配信契機	クリックでダウンロード	季節・シーズン・地域	社会の動き	流行・ブーム	その他
新メニュー/リニューアル	新メニュー開始 リニューアル	ダウンロード	季節限定メニュー (季節食材、クリスマス・忘年会・・・)	環境配慮食材メニュー (大豆ミート、昆虫食、動物性原料不使用・・・)	流行絡む限定メニュー (マリトッツォ、オートミール、進化系●●。●●盛り・・・)	-
新サービス	食べ放題スタート ランチメニュー開始	ダウンロード	季節食材メニューの食べ放題	お肉のサブスクサービス おひとり鍋ランチ開始	アフタヌーンティー開始	-
新業態/新オープン	支店オープン 新業態店舗オープン	ダウンロード	●県に初出店	テイクアウト専門店オープン ノンアルカクテル専門店オープン	アニメコラボのコンセプト店舗 からあげ専門店	100店突破 / ラーメン1億杯突破 10周年記念メニュー
イベント	フェア ディナーショー	ダウンロード	季節食材フェア 東京でポップアップショップ展開	リモートお花見プラン	-	イベントへの出展・出店 メディア試食会開催
キャンペーン	〇円OFFクーポン SNSキャンペーン	ダウンロード	忘年会キャンペーン	テイクアウト限定特典 ワクチン2回接種者対象にサービス 選挙割	TikTokキャンペーン	アレンジレシピ公開
提供/設備	内観リニューアル パーティション導入	ダウンロード	こたつ席の導入	ロボットによる自動給仕 ゴーストレストラン 紙の器の全面導入	実演サービスの提供開始 (チーズかける、モンブランのクリーム、鉄板焼きなど)	ソーシャルディスタンス対応の店内に リニューアル
流通/販売方法	通販開始	ダウンロード	-	ネット通販・お取り寄せ開始 (公式オンラインサイトオープン)	自動販売機で販売	-
SDGs/社会貢献活動	環境配慮の取り組みスタート	ダウンロード	自治体連携の子ども食堂	地元施設制作の麦ストロー採用 野菜の皮まで使ったフルコース	-	社会課題解決への取り組み (フードロス、脱プラ・・・)
地域連携・協力・共同開発	地域コラボ	ダウンロード	季節限定のご当地メニュー	地元商店街とのコロナ対策連携 地域特産食材の推進プロジェクト	ふるさと納税の返礼品	地産地消メニュー/産学連携 (地元農家や酒蔵、学校など)
外部連携・協力・共同開発	民間企業コラボ	ダウンロード	SNSで話題の料理家監修メニュー	業界横断プロジェクトへの参画	クラウドファンディング SNSで話題の料理家監修	受賞 (ミシュラン、●●賞)
アルコール関連	提供再開 新アルコール飲料提供開始	ダウンロード	地域限定ビール発売	食べるお酒 (お酒使用食事メニュー) スポーツ観戦プラン開始	微アルコール飲料提供開始	消毒液開発 (お酒製造側)

STEP4：ニュース性を高める表現例を意識して作成してください

画像/映像	新規	最上/稀少	意外	記念日
<ul style="list-style-type: none"> ・映えるもの ・文字が入っていないもの (チラシっぽくないもの) 	<ul style="list-style-type: none"> ・世界初 ・日本初 ・業界初 ・初上陸 	<ul style="list-style-type: none"> ・幻の ・秘伝 ・最高級 ・専門店 	<ul style="list-style-type: none"> ・〇〇なのにxx 	<ul style="list-style-type: none"> ・〇〇の日
基本は横長画像/横600ピクセル以上/文字無し画像/3種類以上/ヨリとヒキ両方/複数カット / もっとも魅力的な画像 / 世界観の伝わる/動的な映えるものはGIFや映像も	世界初の〇〇専門店/ 業界初の取り組み / 日本初上陸 / 関東初 上陸	会員制/専門店/ミシュラン 獲得/稀少な食器類/幻の魚 /1頭から〇〇だけ	老舗甘味処がマリトッツォ/肉屋がハンバーガー/ハンバーガーなのに肉だけ/和のクリスマスケーキ/ラーメンの食べ放題	1月15日・毎月15日「いちごの日」 /10月30日「食品ロス削減の日」

STEP5：物語性を足す要素を意識して構成を整理してください

登場人物	起承転結	未来
<ul style="list-style-type: none"> ・誰が ・誰に向けて ・コメント/肉声 	<ul style="list-style-type: none"> ・背景 ・なぜ行ったのか 	<ul style="list-style-type: none"> ・目指す先の世の中
情報の発信主体はどんな企業・人か / 協力者はどんな企業・人か / 主に誰に向けての取り組みか / 名前・顔出し / 生のコメント	起承転結 / 「なぜ」今回の取り組みを行うに至ったのか / 時系列で整理 / 事実をベースに感情にも触れる	今回の取り組みを行った結果、どんな世の中(状態)を目指すのか / ゴールが伝わると共感・応援しやすく連帯が発生