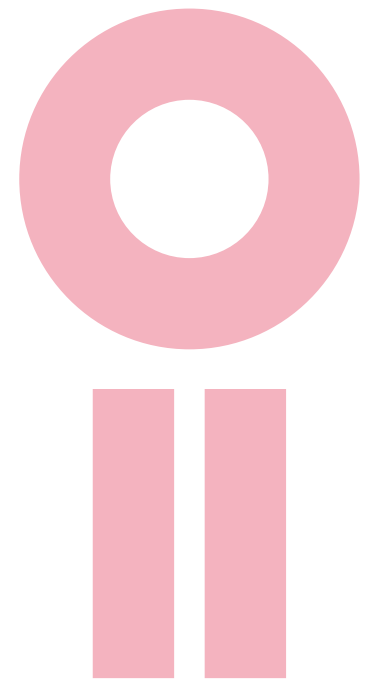


A4用紙5枚で分かる

プレスラボ



業種

について

Category of Business

プレスラボは主にWebコンテンツや紙媒体の 企画・制作・編集・執筆を行う編集プロダクションです。

編集プロダクションって何？

編集プロダクションは出版社・ポータルサイト事業者を始め様々な企業から発注を請け、

1. 書籍・雑誌などの冊子・印刷物、
2. Webサイト・モバイルサイトなどのコンテンツ
3. 広告記事・PR記事などを制作する会社です。

想定される依頼者 (クライアント)

- 出版社 / ● ポータルサイト運営
- 広告代理店 / ● PR会社
- その他のマスコミ、制作会社
- ウェブサービス事業部
- モバイルサービス事業部
- その他IT、Webサービス会社
- 社内報、パンフレットなどを作りたい企業
- 自社商品をもっと広めたい企業
- 自社のWebサイトをもっと充実させたい企業
- Webサービスを利用した事業に集客を増やしたい企業



制作を依頼



印刷物

雑誌／書籍
ムック本
フリーペーパー
社内報／パンフレット

…このような多岐に及ぶコンテンツを、社内の編集者と、社内外のライター、カメラマン、デザイナー、イラストレーターらとともに企画・制作・編集・管理・執筆を行うのが編集プロダクションの役目です。様々な経験を活かし、より多くの人が楽しめ、共感できるコンテンツを制作する技術が私たちにはあります。

プレスラボ

webコンテンツ

ポータルサイト
ニュースサイト／ECサイト
携帯サイト
企業のウェブサイト
ゲーム、アプリのシナリオ

広告コンテンツ

純広告
タイアップ記事
プロモーションサイト
ポスター



プレスラボはWebサイト制作現場に編集スキルを持ち込む “Webの編集プロダクション”です。

編集としての知識・経験

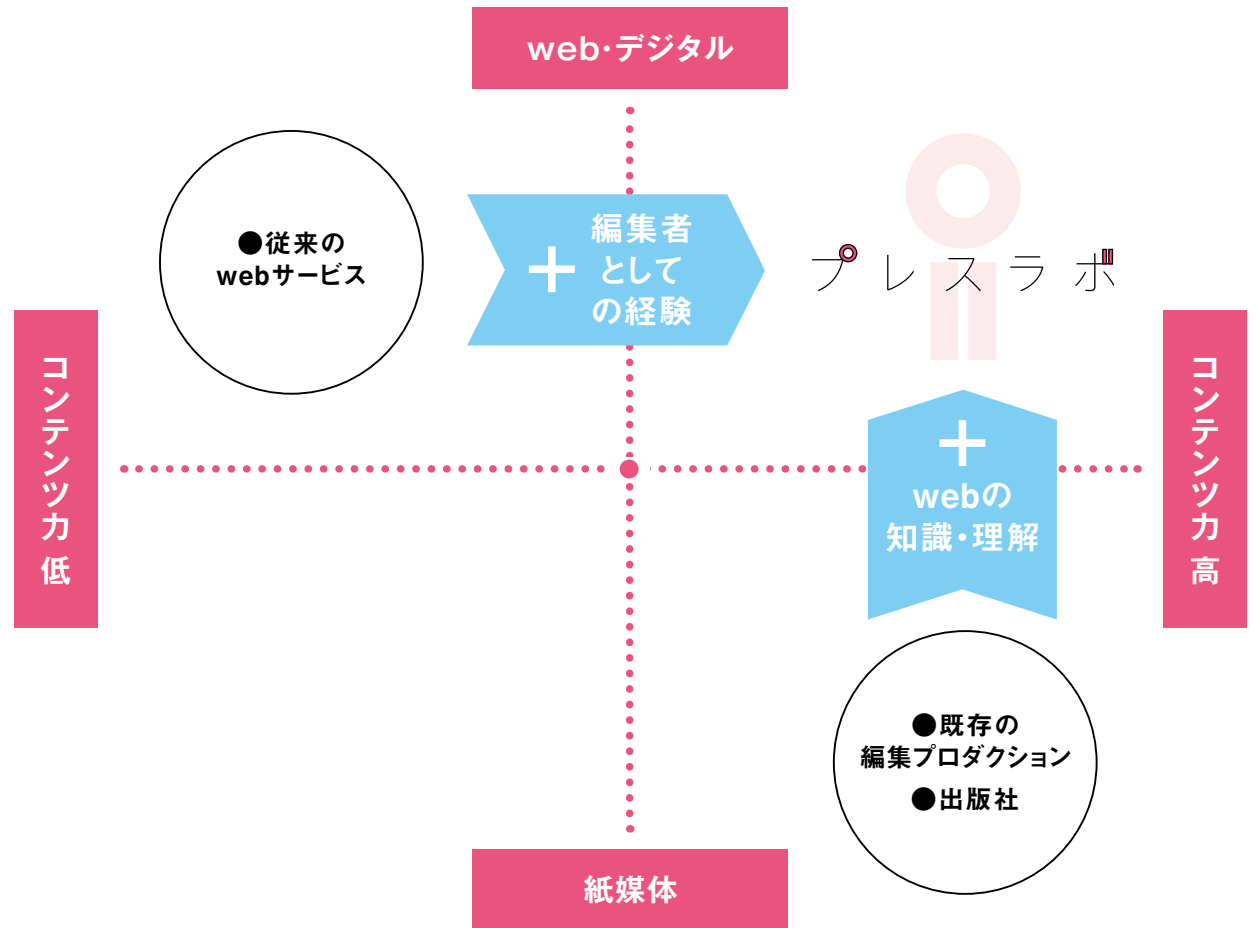


web媒体への
知識・経験・理解・情熱



プレスラボ

編集プロダクションと言えば、従来は書籍・雑誌の編集がメインで、インターネットの記事制作はどちらかと言えば軽んじられてきました。一方、Web制作の現場では技術やデザイン・操作性などが先行し、コンテンツとしての力は軽んじられてきました。この両者の良いところを活かし、Webコンテンツをもっと“読めるもの”“面白いもの”にすることが、プレスラボの仕事です。

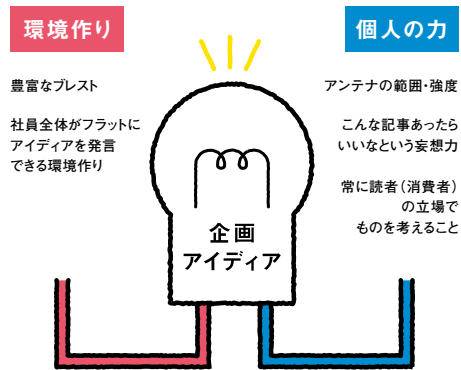




他の編集プロダクションと違うプレスラボの売りは「企画力」「執筆力」「聴取力」「研究力」の4つです。

プレスラボが他の編集プロダクションと比較して優れていると感じている点は「企画力」「執筆力」「聴取力(コミュニケーション)」「研究力」の4つです。これらをフルに活かして、最高のコンテンツ作りを実現します。

企画力について

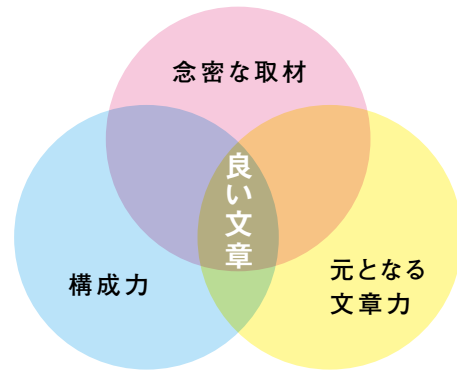


プレスラボでは特に企画力を重視しており、クライアントの依頼に合わせて様々な企画を提案できる能力があります。良い企画を生むために、特に2つのことを心がけています。

ひとつは社内環境作りです。社員間が立場に関係なくフラットに発言できる環境を作ること。プレストを盛んに行えるような環境作りを行うことを心がけています。

もうひとつは個人の力です。常に社員全員が「こんな記事があったら良いのにな」と想像しているところにあります。良い企画を立てるには「様々なことにアンテナを広げること」とよく言われますが、アンテナと個人の想像力が組み合わさったとき、本当に面白い企画が誕生します。

執筆力について

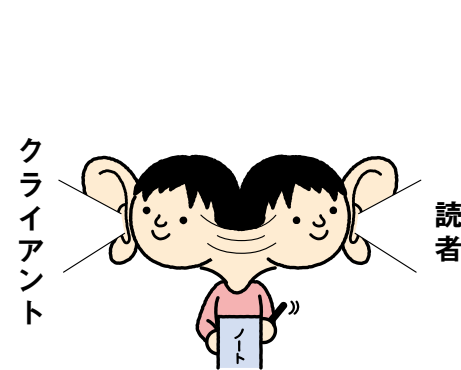


良い企画が生まれても、肝心の実制作の部分が弱くては意味がありません。

プレスラボでは、三度の飯より辞書を引くのが好きだという副代表を筆頭に、社員全員がライターである特性を活かし、取材・執筆の作業に情熱を持って取り組みます。

執筆力とは、文章力だけが求められるものではありません。取材時に納得のいくまで質問や調査をし疑問点をなくすこと。文章を書き始める前に、自分の考えや構成をしっかり練って、納得した上で書き出すこと。一定以上の文章力を持っていることを前提に、この二つをしっかりこなした上で、初めて読者の心に刺さる文章というものが浮かび上がってきます。

聴取力について

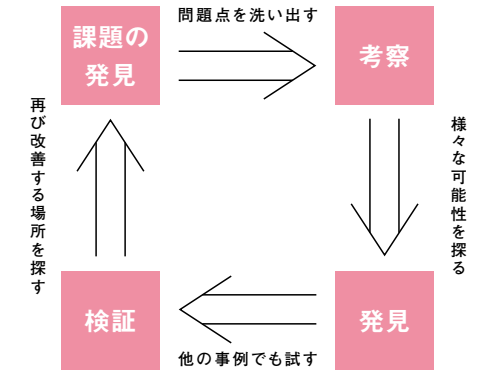


聴取力とは「コミュニケーション」です。

編集とは、クライアントや読者とのコミュニケーションだと言い換えることができます。そこで、プレスラボではコミュニケーション力を重視しています。コミュニケーションをさらに具体的に表すとすれば「正確にクライアントの要望を聞いて最善の方法を探る」(=聴取力)です。

弊社ではクライアントとの密なミーティングによって、要望に添った新しいコンテンツを生み出すことを考えています。クライアントが何を求めているのかをしっかりと見極めて共有すること。そのためにヒアリングを行うことを重要視しています。

研究力について



社名「プレスラボ」のラボはラボラトリー/Laboratory(研究所)のラボです。

これは会社の理念と共通しますが、刻一刻と読者やクライアントが求めるものが変わっていく世の中で、やはり常に学び、研究するという力を忘れないでおこうという会社の精神を表しています。

研究することを辞めてしまえば、どんなに才能のある書き手も死んでいってしまいます。常に勉強し、集中し、考えること。この研究姿勢は情熱と言い換えても良いのですが、何となく気恥ずかしい抽象的なので、プレスラボでは研究力とうたっています。

主な実績1【web／取材記事・編集】

弊社担当業務内容

編 = 編集・ディレクション **筆** = 企画・執筆 **P** = 企業や商品のPRコンテンツ **自** = 自社

エスカラカフェ

<http://escala.jp/>
(毎日コミュニケーションズ／2008～継続中)



編 筆

日経トレンドィネット

<http://trendy.nikkeibp.co.jp/>
(日経BP社／2008～継続中)



筆

ダイヤモンドオンライン

<http://diamond.jp/>
(ダイヤモンド社／2009～継続中)



筆

COBS Online コブス横丁

<http://career.cobs.jp/level1/yoko/>
(毎日コミュニケーションズ／2008～継続中)



編 筆

コンペイトウ書房・販促ブログ

<http://ameblo.jp/konpeitoshobou/>
(実業之日本社／2010～継続中)



編 筆

トーキョー☆ブックマーク

<http://tokyobookmark.jp/>
(トーキョー☆ブックマーク・プロジェクト／2009～継続中)



編 筆

Artgene (アートジェーン)

<http://www.artgene.net/>
(OCN／2009・2010)



編 筆

Yahoo! JAPAN特集

<http://event.yahoo.co.jp/>
(ヤフー／2008・2010)



編 筆

Web R25

<http://r25.yahoo.co.jp/>
(リクルート／2008・2009)



編 筆

下北沢経済新聞

<http://shimokita.keizai.biz/>
(プレスラボ／2006～継続中)



自

主な実績2【モバイル・アプリ・PR・雑誌】

au one「結婚特集」
<http://love.auone.jp/>
 (KDDI/2010～継続中/モバイル)



編 筆

GREEアプリ 女子力検定
<http://mpf.gree.jp/1176>
 (CLINIQUE × i-VoCE/2011/アプリ)



編 筆

映画「婚前特急」PR用診断コンテンツ
<http://konzentokkyu.com/>
 (婚前特急フィルムパートナーズ/2011/商品PR)



P

マイナビ『良品計画三十年史編』
http://job.mynavi.jp/conts/n/sp/12/59271_12ryohinkeikaku/
 (毎日コミュニケーションズ/2009・2010/企業PR)



P

『オモシロ雑貨』シリーズ
<http://www.circus-net.jp/Mook/mook005.html>
 (ベストセラーズ/2009・2010/ムック本)



筆

『東京ドーナツMAP』
<http://www.amazon.co.jp/dp/4808585944>
 (東京地図出版/2010/単行本)



編 筆

会社概要

プレスラボ

- 社名 株式会社プレスラボ
(英: press labo, Inc.)
- 本社所在地 〒155-0031
東京都世田谷区北沢2-24-6
北口共同ビル4階
- 設立 2008年3月
- 資本金 580万円
- TEL 03-3485-1031
- FAX 03-3485-1032
- 主要取引銀行 みずほ銀行 北沢支店
- 代表取締役 梅田カズヒコ(梅田一彦)
- 取締役 小川たまか
- 主要取引先 株式会社GyaO
株式会社実業之日本社
株式会社大広
株式会社ダイヤモンド社
株式会社日経BP
ビルコム株式会社
株式会社毎日コミュニケーションズ
株式会社mediba
ヤフー株式会社
他多数