

動画で企業の舞台裏を伝えます。秘められた思いを波及させる 「STORY 動画サービス」をPR TIMES が提供開始

- 構成作成、撮影・編集、文字起こし原稿と併せた配信まで一気通貫で提供 -



プレスリリース配信サービス「PR TIMES」等を運営する株式会社 PR TIMES（東京都港区、代表取締役：山口拓己、東証プライム：3922）は、成果の裏側にあるストーリーを動画で届ける「STORY 動画サービス」を2023年10月4日（水）より提供開始いたしました。プロジェクトや商品開発の裏に隠された行動者の奮闘を、当事者のインタビュー映像を軸とした動画で描き、「PR TIMES STORY」と「PR TIMES TV」で配信します。動画の構成作成から撮影・編集、文字原稿と併せた公開まで一括でご提供し、納品した素材は無償で何度でも二次利用いただけます。

【PR TIMES TV 内 STORY 動画ページ】<https://prtimes.jp/tv/story>

「STORY 動画」で共感を生み、人から人へ。

動画は、人の表情、声色、仕草、雰囲気、息遣い、イントネーション、商品の質感や現場の環境音など、文字では表せない非常に多くの要素を伝えることができます。没入感により視聴者の心にダイレクトに届き、脳裏に焼き付いたり目が離せなくなることもあります。映像から伝わる要素や瞬間がきっと誰かの経験と結びつき、深い共感を生み、思わず人に伝えたくなる。そんな共感の渦を起こす力が、動画にはあると考えています。

近年では動画発信がより身近なものになり、生活者・メディアを問わず情報収集の手段としても選ばれるようになってきました。新たに提供を開始した「STORY 動画サービス」では、プロジェクトの背景にある思いや裏話をインタビューや商品映像、仕事風景を交えて5分～7分程度の動画にまとめ発信します。動画は「PR TIMES TV」に掲載される他、書き起こしを元にした文字原稿を加え「PR TIMES STORY」でも配信します。それぞれのパートナーメディアにも転載され、スチール写真・未編集映像とともに納品する素材や映像は無償で二次利用が可能です（詳細後述）。

PR TIMES は STORY 動画サービスを通して行動者の物語や思いを映像で伝えることで、生活者やメディアの共感の機会を最大限に増やし、ポジティブな情報が人から人へと伝播していく未来を目指します。

自社のストーリーを公に発信できる場「PR TIMES STORY」

行動や成果の裏には、奮闘する人それぞれの「ストーリー」があります。当事者にとっては苦い思い出の苦労話や知られざる出来事も、公表することで受け取る人に共感や学びを与え、新しいつながりをつくるきっかけとなります。特に商品開発やプロジェクトに携わった当事者が自らの言葉で語る秘話は、その生々しさから共感や感動を呼びやすく、メディアと一般生活者の双方にとって価値の高いものです。

そんなストーリーを、月間7500万PVを記録する企業情報プラットフォーム「PR TIMES」において公式に発表できるのが「PR TIMES STORY」です。2020年5月のサービス開始から現在まで、2000を超える企業・自治体によるおよそ4000件のストーリーが配信され、プレスリリースとは違った側面から組織・人材・商品などの魅力を伝えています。
PR TIMES STORY：<https://prtimes.jp/story>

PR TIMES STORY

制作事例・お客様の声

STORY 動画サービスの正式開始にあたり、事前に複数のお客様にご協力いただき実際に動画を制作いたしました。お客様の声と併せてご紹介いたします。

■求められる「音」を「完全ワイヤレスイヤホン」で実現する。音質と装着性の両立を目指した開発の裏側とは。テクニクス・完全ワイヤレスイヤホン「AZ80」開発ストーリー



<https://prtimes.jp/story/detail/MxzMOdSlyAB>

パナソニックの高級オーディオブランド「テクニクス」のフラッグシップモデルとして開発が始まった、完全ワイヤレスイヤホン『AZ80』。音質の向上を目指す上で立ちちはだかるのは「装着性」の壁。音質にこだわればこだわるほど搭載するパーツのサイズが大きくなり、イヤホンを耳に入れた時に違和感が生まれてしまう。300 個以上の試作を経て、製品化を実現するまでの奮闘を描く。

パナソニック株式会社 デザイン本部 コミュニケーションデザインセンター メディアプランニング部 パブリックリレーションズチーム 柴田 康子様

完全ワイヤレスイヤホン テクニクス「AZ80」は、音質・装着性・操作性など性能が大幅に向上した製品です。特に本質である「音質」「装着性」には徹底的にこだわって開発を行い、その思いを開発メンバーからお客様に直接伝えたく動画制作を決定しました。動画公開後、高音質化の実現・コンチャフィット形状の新採用について、「スペックでは読み解けない内容がわかりやすく理解できる」「ものづくりに対する熱い思いが伝わる」と、営業など関連部門で動画を活用しています。ものづくりには開発者の思いと見えない試行錯誤がたくさん詰まっています。1 人でも多くのお客様にもものづくりの熱い思いを伝えるサービスに今後も期待しています。



■未知の日本酒体験ができるテイスティングルーム&醸造研究所「SHINKA」、その名前に込められた意味と想い



<https://prtimes.jp/story/detail/wrVmPviNJMx>

群馬県川場村で「自然美を表現する綺麗な酒造り」をモットーに日本酒を醸す永井酒造が、2023 年 8 月 1 日に永井酒造の世界観を体験できるテイスティングルーム兼醸造研究所「SHINKA〜真価、進化、深化〜」をグランドオープンした。永井酒造の新しいおもてなしの場「SHINKA」に込められた想いを、永井酒造の 6 代目蔵元と取締役・CBO が語る。

永井酒造株式会社 取締役 CBO(Chief Branding Officer) 永井 松美様

文字では伝えきれない雰囲気や、対話や体験でしか感じられない息吹きを伝えることができるので、動画 PR には可能性を感じています。今回の STORY 動画を配信した後、非常に多くの方から「動画を見たよ」「素敵な場所だね」というお言葉を頂きました。中でも多かったのは「二人の想いがよく分かった」という意見。情報発信は「点」になりがちですが、想いを軸に過去・現在・未来を「線」で表現した動画に仕上げさせていただきました。社内外での評判も非常に良く、次回も利用を検討しています。



■クリーンなエネルギーで駆動する光発電時計「Eco-Drive 365」発売！1度のフル充電で365日動き続ける新開発ムーブメントを搭載



<https://prtimes.jp/story/detail/qx9y8eHGyKx>

シチズン時計が腕時計の可能性を切り拓いた。23 年 10 月に発売された「エコ・ドライブ 365」は、一度十分な光で充電すれば、光のない暗闇でも 365 日動き続ける。73 年のクォーツ時計からインスピレーションを得たデザイン、そして新たな光発電ムーブメント。「技術」と「美」の融合を結実させた新製品の開発にかけた想いと、シチズンのものづくりの DNA に迫る。

シチズン時計株式会社 事業企画センター宣伝部 国内宣伝課 担当課長 宮崎 恵子様

新製品の発売にあたり、我々のブランドならではの製品開発に込めた思いなどバックグラウンドをお伝えできるコンテンツを探しており、利用させていただきました。弊社の開発担当者の熱量など、テキストだけでは伝わらない部分を届けることのできる動画ならではの良さを感じています。我々が当たり前だと思っている部分を、数多くのプレスリリース配信を扱う PR TIMES さんだからこそその視点で改めて深掘りいただくことのできる点に期待しています。



「STORY 動画サービス」について

ハイクオリティな STORY 動画と文字原稿を制作し配信代行するほか、PR TIMES TV でご好評いただいている二次利用が無償で何度でも可能なスチール写真・未編集映像の納品、さらにパートナーメディアへの動画・原文転載、メディア約 300 媒体へストーリーをメール配信するサービスも含まれます。

制作を担当するのは、PR TIMES TV で年間約 150 本のニュース動画を制作・配信している PR パートナー事業部 動画チーム。ドキュメンタリーやバラエティなどのテレビ番組、企業 VP、映画など様々なジャンルの映像制作経験が豊富なディレクターが在籍しています。まずはお客様が伝えたいメッセージにじっくりと向き合い、一般生活者にわかりやすく伝えるように構成を作成。企業のイメージに合ったデザインや演出をご提案しながら、広報ご担当者さまと同じ熱量で「思いが伝わる動画」をご提案いたします。

<提供内容>

▼納品物

- ・STORY 動画（5 分～7 分程度）
- ・ストーリー文字原稿（動画の書き起こしを整え原稿化したもの）
- ・スチール写真
- ・未編集動画素材
- ・STORY 動画の白素材（テロップや BGM が入っていない状態の編集済み映像）

※納品物は全て無償で二次利用が可能。自社のオウンドメディアに活用してブランディング推進に役立てたり、雑誌やテレビ等に素材として提供することで取材・記事化を後押しすることもできます。

▼PR TIMES STORY で配信

- ・PR TIMES STORY サイトへの原稿・動画掲載
- ・パートナーメディア 10 媒体への動画・原文転載
- ・メディア約 300 媒体へメール配信

▼PR TIMES TV で配信

- ・PR TIMES TV への動画掲載
- ・パートナーメディア 10 媒体以上への動画・原文転載

▼公式 SNS で配信

- ・PR TIMES TV 公式 SNS（X（旧 Twitter）、Facebook、YouTube）で動画を投稿
- ※計 5 万回再生保証（広告含む）

<料金>80 万円（税抜）

<お問合せ> <https://taylori.com/f/prtimestv-inquiry/>

<資料ダウンロード> [https://drive.google.com/file/d/1Dcaj2cUnny8oP0-zPv7SIXPw_e2Q20Fn/view?usp=drive link](https://drive.google.com/file/d/1Dcaj2cUnny8oP0-zPv7SIXPw_e2Q20Fn/view?usp=drive_link)



担当者コメント

株式会社 PR TIMES PR パートナー事業部動画チーム 大川原 佳奈

私は PR TIMES STORY を読むのが好きです。熱い思いや信念を持って行動する人や、そんな人たちがつくった素晴らしい商品やサービスの存在に気づかせてくれます。彼らの物語をもっとリアルな質感で、生々しく、みずみずしく届けられないか？そう考えたことから、このサービスは始まりました。

現在、世の中にはたくさんの動画が溢れていますが、明るい話題を扱った動画よりもスキャンダルや不祥事をセンセーショナルに取り上げた動画の方が、生活者の関心を集めやすい傾向にあることを課題に感じています。そこで、当事者が語る前向きな物語をクオリティの高い<STORY 動画>として発信することで、この課題を解決していきたいと考えています。

制作を担当する動画チームは、今まで 300 以上の企業・自治体の PR を、動画制作を通してお手伝いしてきました。ディレクターたちは、いつもお客さまと同じ熱量で、同じ目標を見据え、伝え手と受け手の「思いが通じる」動画作りを心がけています。ディレクターそれぞれに得意分野があり、構成の組み方や映像のアングル、テロップデザインやナレーションなど一つひとつの要素に個性や味がありま



す。その情熱と個性を生かし、企業や自治体のカラーに合わせた唯一無二の動画を制作します。PR TIMES STORY が持つ「物語の面白さ」と、私たち動画チームが大切にしている「想いが通じる動画作り」。この二つが化学反応を起こし、動画を見た方に勇気や発見、学びを与える…そんな STORY 動画をこれから皆さんにお届けしていきます。

株式会社 PR TIMES PR TIMES STORY サービス部 責任者 遠藤 倫生

企業活動はストーリーテリングの連続です。創業から製品・サービス開発、新規プロジェクトの立ち上げ、あるいは既存事業の見直しに至るまで、当事者が「なぜ」その行動をするのか、常に語り続けることによって支援者との関係性が紡がれ、新たな行動者が生まれているのです。PR TIMES STORY は、そのような行動者のストーリーをメディアと生活者向けに発信できるプラットフォームです。ストーリー形式のテキストは読み手に共感されやすく、記憶に残りやすいと言われており、とくに、当事者性と人間性を備えたストーリーが社会に広く伝播してゆくのを、私たちは日々目の当たりにしています。一方で、ストーリーを伝える手段として動画形式を選ぶ方々が増えていることも認識しています。動画は、人の行動や感情を生々しいイメージと音声で伝えることで、ストーリーの当事者性と人間性を余すところなく伝えるポテンシャルを持っています。テキストと比較して、動画は意味を一意に決定しない多義的な性質があるために、視聴者の経験や想いと響き合い、共感される可能性が大きいと考えています。企業の STORY 動画が多くの方々に届き、ポジティブな循環が起きることを期待しています。



株式会社 PR TIMES について

PR TIMES (読み：ピーアールタイムズ) は、「行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ」をミッションに掲げ、「行動者」のポジティブな情報がニュースの中心となり、個人を勇気づけ前向きにする社会の実現に挑んでいます。私たちは人の行動や頑張りの結晶を、その想いを紡いで発表するのがプレスリリースだと考え、企業規模を問わず「行動者」が自ら発信できる、PR の民主化を目指して事業を展開しています。プレスリリース配信サービス「PR TIMES」の利用企業社数は 8 万 3000 社 を超え、国内上場企業の 54% 超 に利用いただいています。情報収集のため会員登録いただくメディア記者 2 万 5000 人超、サイトアクセス数は月間 7500 万 PV 超、プレスリリース件数は月間 3 万 3000 件超、累計で 100 万件 を超えています。全国紙 WEB サイト等含むパートナーメディア 230 媒体以上 にコンテンツを掲載しています (2023 年 5 月時点)。



他にも、ストーリーで伝える「PR TIMES STORY」、動画で伝える「PR TIMES TV」、PR 活動の設計から実行まで伴走する PR パートナー事業、アート特化型の PR プラットフォーム「MARPH」、[isuta]「STRAIGHT PRESS」等のニュースメディア事業で、情報発表とその伝播を支援する他、生まれた企画が発表に至るまで前進できるよう支えるタスク・プロジェクト管理ツール「Jooto」、さらに発表後のお客様対応や情報整理を円滑に行える カスタマーサポートツール「Tayori」 など、「行動者」を立体的に支える事業を運営しています。また子会社には、スタートアップメディア「BRIDGE」 を運営する株式会社 THE BRIDGE、ソフトウェア受託開発を行う株式会社グルコース があります。

【株式会社 PR TIMES 会社概要】

ミッション：行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ

会社名：株式会社 PR TIMES (東証プライム 証券コード：3922)

所在地：東京都港区赤坂 1-11-44 赤坂インターシティ 8F

設立：2005 年 12 月

代表取締役：山口 拓己

事業内容：- プレスリリース配信サービス「PR TIMES」 (<https://prtimes.jp/>) の運営
- ストーリー配信サービス「PR TIMES STORY」 (<https://prtimes.jp/story/>) の運営
- クライアントとメディアのパートナーとして広報・PR 支援の実施
- 動画 PR サービス「PR TIMES TV」「PR TIMES LIVE」 (<https://prtimes.jp/tv>) の運営
- アート特化型オンライン PR プラットフォーム「MARPH」 (<https://marph.com/>) の運営
- カスタマーサポートツール「Tayori」 (<https://tayori.com/>) の運営
- タスク・プロジェクト管理ツール「Jooto」 (<https://www.jooto.com/>) の運営
- 広報 PR のナレッジを届けるメディア「PR TIMES MAGAZINE」 (<https://prtimes.jp/magazine/>) の運営
- Web ニュースメディア運営、等

URL：<https://prtimes.co.jp/>

PR TIMES