

広報 PR のナレッジを発信する Web メディア 「PR TIMES MAGAZINE」を本日より公開

- 広報 PR の楽しさが一層育まれ、次の一步を踏み出せるメディアを目指して -

プレスリリース配信サービス「PR TIMES」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、東証一部：3922、以下 PR TIMES）は、広報 PR に携わる一人ひとりに向けて様々なナレッジを発信する Web メディア「PR TIMES MAGAZINE」を、本日 2020 年 2 月 27 日（木）に公開いたしました。

誰もが情報発信の主演となり、一人ひとりに情報への審美眼が求められる昨今、企業広報の役割や領域も少なからずデジタルファーストの影響を受けているといえるでしょう。情報を届けるべき人に届ける「広報」と、自社をとりまく社会の声に耳を傾ける「広聴」とが、パブリック・リレーションズの“二大機能”であったかつての時代に比べると、今は「なにを語り、その先になにを描くか」が他者に向けた新たな価値を生み出す起点となりつつあります。また、広報 PR は自社のストーリーや存在意義を社会に語り掛ける役割を担うからこそ影響範囲は広く、企業経営の観点からもその重要性は認識されつつあります。



PR TIMES MAGAZINE
<https://prtimes.jp/magazine>

そのような状況下で、広報 PR の仕事に目を向けると、経営やビジネスを理解する視座やそれを伝達するコミュニケーションスキルに留まらず、社内外の様々な協力・連携を得ながら取り組むリーダーシップなど、多面的なスキルを要します。一方で、組織の中では「独立した部門」として捉えられやすい側面もあります。プレスリリースのプラットフォームを目指す PR TIMES として、これまで以上に広報 PR に携わる人やチームの活躍や挑戦をサポートすべく、この度の「PR TIMES MAGAZINE」の立ち上げに至りました。

PR TIMES MAGAZINE では、ご利用企業 3 万 5 千社超となるプレスリリース配信サービス「PR TIMES」として蓄積した様々なデータやナレッジを基に、広報 PR にまつわる様々な悩み、疑問について紐解いていきます。「PR TIMES」でプレスリリースを配信する際に活用できる情報に限定せず、広報 PR に携わるすべての方が、いつ誰が訪れても新しいヒントが得られるよう、中立的な立場としてあらゆるナレッジを発信していきます。

社内外で構成する MAGAZINE 編集部

PR TIMES MAGAZINE 編集部は、PR TIMES 社員に加え、現役の広報担当者、広報コミュニティの主催者、メディア記者、経営者、メディア運営のプロフェッショナルと、それぞれ専門性が異なる社内外のメンバーによって構成。広報 PR をいう広範な分野でメディアを立ち上げることに對して、誰よりも私たち自身がわくわくしながら準備を進めてまいりました。

特に、私たちは 2007 年のサービス開始以降、様々な広報 PR 担当の方々と接する中で、効果的にプレスリリースを配信するためのご相談に限らず、ときに企業広報を担うなかでの苦悩や葛藤をお聞きしてきました。プラットフォームとしての使命や役割の中で、何が出来るのか。その想いを共にする編集部で、多角的かつ有益な情報を試行錯誤していきたくと思います。

また当メディアの構想初期から「広報 PR の担い手＝広報 PR の担当者」のような限定的な考えはなく、広報 PR の仕事を直接的に後押しするためのノウハウ情報を中心に据えながら、仕事でもプライベートでも、努力や行動を積み重ねるすべての方々にとって有益なメディアにすることを目標に今後もコンテンツを制作していきます。

PR TIMES MAGAZINE がイメージするのは、使えば使うほど“自分のもの”になっていく「教科書」のようなメディア。未経験からスタートする時にも、様々な経験の上で更なる挑戦を志向する時にも、知りたいことが理解できることで広報の楽しさが一層育まれ、次の一步が踏み出せる、そのような Web メディアを目指しています。

PR TIMES MAGAZINE がお届けするコンテンツ紹介

PR TIMES MAGAZINE では、広報 PR の基礎となるノウハウから、現役広報の方々へのキャリアインタビュー、様々な広報 PR に関するイベントレポートなど、あらゆる角度から広報 PR のナレッジを発信していきます。

また、編集部は様々な場所へ取材にまいります。絶対解がないからこそ、自社らしい、自分らしいスタイルを追求できる広報 PR の仕事になんらかのヒントをもたらす情報は、PR TIMES MAGAZINE を通じてインタビューし広く発信していきたいと思っておりますので、是非お気軽に編集部までお寄せください。

◆ 広報 PR の基本を探求。PR TIMES を最大限活用するためのノウハウも

(1) 広報 PR ノウハウ — “広報 PR の教科書的コンテンツ”

初めて広報 PR に携わる方はもちろん、今一度基礎に立ち返りたい方に向けて、広報 PR に関する基礎的なノウハウをまとめました。土台となる情報をインプットすることで、新しい一歩を踏み出せるコンテンツを目指します。

— 記事例 —

現役広報が教える、社内報におすすめのネタ 32 選

URL: <https://prtimes.jp/magazine/internal-letter/>



祝・広報デビュー！何からは始める？ 2020.02.26

現役広報が教える、社内報におすすめのネタ32選

組織やチームの活性化を目的に、社内広報に力をいれる広報の方も増えているのではないのでしょうか。社内広報には様々な取り組みがありますが、中でも「社内...

(2) PR TIMES ノウハウ — PR TIMES を最大限活用する様々なティップスを公開

PR TIMES では、お問合せフォームやお電話などで日々プレスリリース配信に関する様々な質問や相談のご連絡をいただいています。初めてプレスリリースの配信を行う方が不安を感じず、スムーズに配信完了まで進むための情報や、更なる広報成果を求めて様々な機能活用に挑戦したい方のための情報など、様々なティップスをお届けします。

— 記事例 —

【PR TIMES ノウハウ】プレスリリースに適した画像サイズ・解像度は？

URL: <https://prtimes.jp/magazine/release-imagesize/>



プレスリリースで画像&動画をもっと活用！ 2020.02.26

【PR TIMES ノウハウ】プレスリリースに適した画像サイズ・解像度は？

プレスリリースの内容を一目で伝え、印象づける画像。サムネイルにインパクトのある画像や目にした人の興味を誘く画像を設定していれば、プレスリリース

◆ 旬な話題や、多くの広報 PR 担当が突きあたる広報課題をタイムリーに“特集化”

(1) #過去と未来に学ぶ！総評&トレンドウォッチ

過去注目を集めたプレスリリースや広報 PR フックを総評！これからの広報戦略に生きる tips をご紹介します。

— 記事例 —

【2020年2月版】広報 PR トレンドウォッチ！コロナウイルスの時事情報はどう扱う？

URL: <https://prtimes.jp/magazine/2020-02-trend-watch/>

(2) #広報の腕を磨く！イベントや勉強会に参加

イベントレポートや勉強会には広報 PR の学びが沢山。新たなヒントが得られるコンテンツをご紹介します。

— 記事例 —

『PR Table カンファレンス - PR3.0 2019.11.29 -』

URL: <https://prtimes.jp/magazine/2020-11-pr-conference/>

(3) #祝・広報デビュー！何からは始める？

すべての新任広報さんに贈る広報のいろは。習得していくべきスキルや何から取り組めば良いかをご紹介します。

— 記事例 —

ベンチャー企業の広報の始め方とは？広報担当者に求められるスキル

URL: <https://prtimes.jp/magazine/venture-pr/>

◆ 振り返ることイマを見つける——リリースから紐解くトレンドウォッチ

プレスリリース配信サービス「PR TIMES」でこれまで蓄積してきたデータやナレッジを活かし、新たな視点を提供するトレンドウォッチ。昨年度の月間データや、Twitter のホットワード、今日は何の日を参考に、次のアクションに繋がるお役立ち情報をお届けします。企業の公式 SNS やプレスリリースの一節、社内への情報提供など、様々な場面でご活用ください。

(1) 今月のトレンド (月次更新)

1年前の同時期のプレスリリース配信本数やPV データ、SNS シェア数などの様々な数値データを元に、数か月先にも活用できる広報 PR ネタをご紹介します。

(2) 今週の広報ネタ (週次更新)

Twitter のトレンド情報など、日々変化していくホットワードの中から、広報 PR のフックとして活用できそうなヒントをピックアップ。

(3) 今日は何の日 (日次更新)

PR TIMES が提供するアプリ「PR カレンダー」の情報を元に、「今日は何の日」や記念日をご紹介します。制定の経緯や、ちょっとしたプチネタ、実際に記念日キーワードを活用したプレスリリース例までご覧いただけます。

[今月のトレンド](#) [最新リリース](#)

今月のトレンド

「猫の日」や「うるう年」、全世界的に注目されている「コロナウイルス」の報道にも目が離せない2月のピックアップトレンドをお届けします！



【2020年2月版】広報PRトレンドウォッチ！コロナウイルスの時事情報はどう扱う？
過去と未来に学ぶ！総評&トレンドウォッチ 2020.02.25



シーズン商品はブランドらしさとパッと見画像が差をつける！「バレンタイン」のプレスリリース事例
お手本リリース事例&解説！ 2020.02.14



愛され猫と社会活動の異色コラボ！2月に使える「猫の日」プレスリリース事例
プレスリリースで画像&動画をもっと活用！ 2020.02.25



4年に一度の機会をどう活かす？2月に使える「うるう年」リリース事例
お手本リリース事例&解説！ 2020.02.25

[もっと見る →](#)

◆ 新任広報にも、ベテラン広報にも。一人ひとりのステップアップを後押しする「広報への道」

「広報への道」のコンセプトは、ステップアップ。広報として広くスキルを培いたいと考える一人ひとりに向け、一步一步階段を上げる後押しに繋がるようなノウハウやインタビューコンテンツなどを紹介していきます。

具体的には、広報への道をジャンル別で3つに分類。いち広報担当者として個人のレベルアップを目指す「広報スキル」、メディア関係者に留まらず自社に関わる様々な方々とのつながりを育む「リレーション」、社内を巻き込み自社らしい新たな挑戦をする「オウンド広報」の3方向から、若手広報の方もベテラン広報の方も、一人ひとりのステップアップを後押しできるような記事をお届けしていきます。

広報スキル リレーション オウンド広報

広報スキル



広報スキルでは、広報活動で役立つスキルや手順に注目した情報をお届けします。広報のスタートラインに立つ方から、自信の拠を磨き上げたい方まで全ての方に寄り添う教科書コンテンツです。

広報を学びたいときはもちろん、活動中の疑問やつまづいた部分を解決する糸口を見つけみてください。

編集部コメント

・名越 里美 <株式会社 PR TIMES 執行役員 兼 社長室長>

<コメント>

PR TIMES を運営する私たちは、毎月数千・数万通ものプレスリリースに触れる中で、プレスリリースの情報価値を強く感じています。そこにある情熱や成果は、そっと胸のうちで大切にするだけでなく、過程まで含めて「声にして届ける」ことで次の情熱が生まれるのだと、様々な企業様のプレスリリースから学ばせていただきました。

広報 PR の仕事は企業活動を発信する要であるからこそ、知識や経験に触れられる「教科書」のような存在が必要です。「今日の情報」がより良くなるだけでなく、次の時代や社会のために、あるべき姿を描き続ける場所として、PR TIMES MAGAZINE を育てていきたい。そのような思いを共にするメンバー、そして MAGAZINE のコンセプトに共感して下さった多くの方々と共にスタートできることに、心から感謝致します。



・鈴木 碩子<株式会社 ism CEO>



女性が得意とする WEB マーケティング・広報・バックオフィスの支援事業を展開する傍ら「BRIDGE」で年間 100 社のスタートアップ取材するなど記者としての顔も持つ。

<コメント>

U-NOTE、BRIDGE と報じる側の仕事を通じて、多くの企業や経営者、広報担当者の方々の持つストーリーに触れてきました。そして、彼ら彼女らが抱える広報 PR への悩みや苦勞と共にメディア側の課題にも直面してきました。そして思いや情熱を持つ人々が情報発信に抱える課題を解決したいとたった 1 枚の企画書から生まれたのが、PR TIMES MAGAZINE です。全ての人が自分らしい広報 PR の形を見つけて行動できるように。メディア媒体のひとつではなく、情報発信者に寄り添う存在として明日の広報 PR を考える人々と育んでいきたいです。

・岡 陽香<#PRLT 代表>



医療ベンチャーでの広報部門立ち上げからフリーランスを経て、レバレッジズ株式会社にて広報部門立ち上げと PR 業務統括に従事。現在は株式会社 ism 広報支援事業部マネージャー・フリーランス・日本最大級の PR コミュニティ「#PRLT」代表の三足のわらじを履く。

<コメント>

「広報になりたてだったとき、こんな記事があったら」「プレスリリースを配信するとき、ここでまずくよね」。そんな自分自身や広報仲間の生々しい経験をナレッジとして発信するのが PR TIMES MAGAZINE です。行動者の集合知として、皆さんと共に守り育てていけたら嬉しいです。

【「PR TIMES」について】

URL : <https://prtimes.jp/>

「PR TIMES」は、企業とメディア、そして生活者をニュースでつなぐインターネットサービスです。2007 年 4 月のサービス開始より、報道機関向けの発表資料（プレスリリース）をメディア記者向けに配信する機能と、「PR TIMES」およびパートナーメディアに掲載する機能をセットで提供してまいりました。利用企業数は 2019 年 12 月に 3 万 5000 社 に到達、国内上場企業 38% に利用いただいています。情報収集のためメディア記者 1 万 6000 人 に会員登録いただいています。サイトアクセス数も伸長しており、2019 年 12 月に 月間 2700 万 PV を突破しました。配信プレスリリース本数も増加しており、2019 年 10 月には過去最高の月間 1 万 5000 本 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 195 媒体 にコンテンツを提供しています。大企業からスタートアップ、地方自治体まで導入・継続しやすいプランと、報道発表と同時に生活者にも閲覧・シェアしてもらえるコンテンツ表現力を支持いただき、成長を続けています。
(運営：PR TIMES)



【株式会社 PR TIMES 会社概要】

会社名 : 株式会社 PR TIMES (東証一部 証券コード: 3922)
 所在地 : 東京都港区南青山 2-27-25 ヒューリック南青山ビル 3F
 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
 - 広報・PR の効果測定サービス「Web クリッピング」(<https://webclipping.jp/>) の運営
 - オンライン上で話題化を図るデジタル PR の戦略立案・実施
 - 動画 PR サービス「PR TIMES TV」(<https://prtimes.jp/tv>) 「PR TIMES LIVE」(<https://prtimes.jp/live>) の運営
 - カスタマーリレーションサービス「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
 - スタートアップメディア「BRIDGE」(<https://thebridge.jp/>) の運営、等

URL : <https://prtimes.co.jp/>

PR TIMES