

企業内ストーリーを当事者自ら物語る「PR TIMES STORY」10月以降の利用料を発表**「開発秘話」など特定テーマを、無料で発信できるプロジェクトを年末まで開催**

- 出来事の裏で奮闘する当事者のストーリー、取材対象となる「人」が集まる場に。 -

[トピックス]

- ・「PR TIMES STORY」10月以降1件発信につき3万円（税別）と発表
- ・特定テーマのストーリー発信は年末まで無料提供
- ・プロのライターによる取材・執筆代行を実施するテーマを発表
- ・ストーリー検索機能や、エディタレイアウト変更など順次実装



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、東証一部：3922）は、開発秘話や創業ストーリーなど企業・団体内に秘められた背景や裏話を当事者が自ら公式発表できる広報サービス「PR TIMES STORY（ピーアールタイムズストーリー）」の利用料について、2020年10月1日（木）以降は発信1件3万円（税別）とすることを発表いたします。そして、各種ストーリーの中でも「開発秘話」、「創業ストーリー」、「誕生秘話」、「急成長した商品やサービスの裏側」、「コロナ禍における奮闘」に限定して、2020年12月31日（木）まで無料で発信できる「ストーリー発信プロジェクト」を実施いたします。さらに同プロジェクト内で、「大失敗を糧に、その後大成功に至ったストーリー」に関して、プロの編集・ライターが取材・執筆・編集を代行する取り組みを進めてまいります。

無料の対象となるテーマや取材・執筆代行の詳細、申込方法は下部に記載しております。

「PR TIMES STORY」：<https://prtimes.jp/story>

企業の中で当事者として奮闘する「人」にスポットが当たる場所へ

毎日多くの企業が発表する新製品、新サービス、イベント、キャンペーン。その裏には必ずドラマがあり、奮闘する人それぞれの「ストーリー」が必ず存在します。

味わった苦悩、辿り着いた決断、貫いた信念など、当事者の言葉には力があり、共感と学びが生まれていきます。そして、それを生々しく語る「人」は、メディアから恰好の取材対象者となります。

「PR TIMES STORY」は、従来は限られた一部の組織や人物のみが注目を集めていた情報環境から、より多くの組織や「人」にスポットが当たり、社会の共有資産としてストーリーが活用される場を目指しています。企業・団体の中にはその活動の裏で、奮闘している“身近なヒーロー”が、一人ひとり輝いています。当事者だからこそ語れる秘話や裏側を、メディアと生活者に向けて自ら発信することができる場が、「PR TIMES STORY」です。



これまでのストーリーの発信実績とメディア掲載事例

サービス開始以来、9月18日時点で、約700件のストーリーが発信され、当事者として奮闘する「人」が、のべ617名登場しています。サービス公開した5月には76名、6月104名、7月131名、8月174名と、「人」にフォーカスしたストーリー発信が増えています。各種テーマがある中で、「開発秘話」や「急成長した商品やサービスの裏側」、「コロナ禍での奮闘」といったメディアからの注目度が高いテーマで、「人」が主人公としてストーリーを発信いただいた事例につきまして、一部紹介いたします。

【株式会社湖池屋】

湖池屋が“プライド”をかけてトライした大ヒット商品のリニューアル秘話、「KOIKEYA PRIDE POTATO」から「湖池屋プライドポテト」へ

<https://prtimes.jp/story/detail/GYbj4p8TwxZ>

テーマ：開発秘話（リニューアル秘話）、急成長した商品やサービスの裏側

当事者：マーケティング部 高戸 万里那 氏

メディア掲載実績：日経クロストrend、MONO TRENDY、zak zak by 夕刊フジ

コメント：商品発売に至るまでの苦労や葛藤、商品に込めた想いやこだわりを知っていただくことが、会社やブランドに対する興味関心、メディアやSNSでの反響につながっているということを実感することができました。



【石川メリヤス有限会社】

完全無縫製のニット製ブリーツマスクをわずか3週間で開発した町工場。その背景には、自社の「外回りさん」たちが夏場でも気持ち良く着用してくれるマスクを作りたい、という三代目社長の意地がありました。

<https://prtimes.jp/story/detail/0B4gyVi7zbN>

テーマ：開発秘話、コロナ禍での奮闘

当事者：代表取締役 大宮 裕美 氏

メディア掲載実績：中日新聞（西三河版）、東海愛知新聞、NHK総合「有吉のお金見 突撃！カネオくん」、FYTTE

コメント：社内打ち合わせの様子は埋もれてしまいがちです。それが多くのメディアに取り上げられ、新聞掲載後には用意しておいたブリーツマスクの在庫が12時間で売り切れしました。STORYの効果と反響の大きさに驚いています。



【株式会社リクシィ】

～全国28社125式場が賛同する、with コロナ時代の結婚式宣言～ 業界の垣根を超えて、宣言に至った背景と想い

<https://prtimes.jp/story/detail/LQbpXo9FWb6>

テーマ：誕生秘話、コロナ禍での奮闘

当事者：広報部 佐志 知世 氏

メディア掲載実績：朝日新聞（兵庫版）、日本経済新聞（全国版）、TBSテレビ「グッとラック!」、朝日新聞デジタル、日本経済新聞 電子版

コメント：コロナ禍の中、全国の会場が新郎新婦に対して寄り添った取り組みをしている姿勢が適正に届かない実情があり、本企画を通して今式場選びをしたい新郎新婦に安心して式場の“情報収集”“決定”をして、“当日”を迎えられる環境を作りたいという想いで企画をしました。STORYを通して企画の柱であるリリースの裏側にある式場と新郎新婦の想いを伝えることが出来、業界内外へ広く波及するきっかけになったと思います。



PR TIMES STORY 料金のご案内と「ストーリー発信プロジェクト」実施概要

【PR TIMES STORY サービス概要と料金について】

2020年5月18日のサービス開始以来、「PR TIMES」でプレスリリース配信実績のある企業については、「PR TIMES STORY」の利用料を無料としておりました。この度、10月1日以降の発信について無料提供を終了し、1件発信につき3万円(税別)にて提供いたします。なお、これまで発信いただいたストーリーについても引き続き掲載いたします。

また、特定テーマのストーリー発信を無料とする「ストーリー発信プログラム」を2020年12月31日まで実施いたします。

サービス名称	PR TIMES STORY
利用料金	1件発信3万円(税別) ※2020年9月30日まで無料

利用方法	「PR TIMES」にログインして配信管理画面メニュー「ストーリー」からご自身で投稿
提供内容	「PR TIMES」掲載、パートナーメディア転載（下記）
URL	https://prtimes.jp/story
パートナーメディア	「Forbes JAPAN」Web版（編集部セレクト掲載） 「フジレビュー!!」（編集部セレクト掲載） 「STORYS.JP」（全ストーリー掲載） 「antenna*」（全ストーリー掲載）

【ストーリー発信プロジェクト概要】

数あるストーリーの中でも、メディアからの注目度も高く、生活者の共感に繋がりやすいストーリーとして、「開発秘話」「創業ストーリー」「誕生秘話」「急成長した商品やサービスの裏側」「コロナ禍における奮闘」を5つの特定テーマとし、本テーマに関してのストーリー発信を2020年12月31日まで無料とする、「ストーリー発信プロジェクト」を開始いたします。ユーザーが一番知りたい「なぜ」に応えるストーリーが数多く集まることで、メディアの取材対象として、そして生活者が共感し学びを得る対象としてPR TIMES STORYが活用されることを目指してまいります。

◆無料対象ストーリーテーマの定義

1. 「開発秘話」 #開発秘話

新製品や新商品の開発、既存商品のリニューアル時における、当事者として味わった苦悩や、辿り着いた決断、断固として実現したい思い、今だから言える背景や裏話を要素として含むストーリー

2. 「創業ストーリー」 #創業ストーリー

創業時の歴史にふれながら、重要な場面ごとにおける当事者として味わった苦悩や、辿り着いた決断、実現したいミッションやビジョン、今だから言える背景や裏話を要素として含むストーリー

3. 「誕生秘話」 #誕生秘話

肝いりのプロジェクトや業務提携、資金調達、事業譲受、力を込めた広告施策において、当事者として味わった苦悩や、辿り着いた決断、実現したい思いや、背景や裏話を要素として含むストーリー

4. 「急成長した商品やサービスの裏側」 #ヒットの裏側

該当カテゴリの平均販売数やユーザー数、来店数や、回転率と比較して急成長している根拠を数字で定量的に触れながら、当事者として、急成長に寄与するにあたり、ぶつかった壁や、味わった苦悩、たどりついた決断や、実現にあたって継続的に創意工夫を重ねたこと、今後実現したい思いや背景、裏話を要素として含むストーリー

5. 「コロナ禍における奮闘」 #コロナ禍における奮闘

コロナ禍という逆境の中で、事業施策や組織施策を進めていくうえで、当事者として味わった苦悩や、辿り着いた決断、実現したい思い、取り組みにいたる背景を要素として含むストーリー

◆プロジェクト参加方法および適用条件について

<参加方法>

- ・下記専用フォームよりお申込みください。
<https://tayori.com/f/prtimesstory-ltdin2020>
申込時に発信予定のストーリー概要を共有いただきます。
- ・下記の無料適用条件を参考に、PR TIMES 管理画面からご自身で入稿・発信ください。

<無料判定適用条件> 下記4つの要素をすべて満たす必要がございます。

- ①5つの特定テーマいずれかを満たすストーリーであること
- ②当事者のお名前（フルネーム推奨、苗字のみ可、）と部署名が明記されご本人の写真が1枚以上あること
- ③選定したテーマのハッシュタグを発信時に設定いただくこと
- ④事前に専用フォームより申込み、当社から適用の連絡があること

※その他ご不明な点がございましたら、下記フォームまでお気軽にお問合せください。

<https://tayori.com/f/prtimesstory>

◆取材・執筆代行テーマ応募資格について

さらに、「大失敗を糧に、成功に至ったストーリー」に関しては、無料でプロのライターが取材、執筆を代行し、ストーリーを発信いただけます。なお、本投稿にかかるストーリー発信費は無料となります。

下記応募フォームより申し込まし、当社にて審査したものを対象といたします。

<https://tayori.com/f/prtimesstory-ltdin2020>

※⑥のテーマ「大失敗を糧に、成功に至ったストーリー」をお選びください。後日、取材・執筆代行対象の可否をご連絡いたします。

取材・執筆代行は、初回ヒアリングから3週間ほどで原稿完成となります。

「大失敗を糧に、大成功に至ったストーリー」#大逆転の裏側 #ヒットの裏側

新製品や新サービスにおいて、一度大失敗を経て、その経験が糧となり、大成功に至ったストーリー。該当カテゴリにおける平均的な販売数やユーザー数、来店数や回転率と比較し大きく実績を上回るファクト明示。

<取材・執筆代行実施の背景>

PR TIMES STORY のサービス開始にあたり、PR TIMES ご利用企業の皆様とストーリーの発信についてお話をしている中で、大きく2つの悩みを抱えていらっしゃることがわかりました。1つ目は、何をどのようなタイミングでストーリーとして発信するべきかわからない、2つ目は、ストーリーの書き方が難しいというものです。

事業が大成功した理由について語られる機会と比べて、背後にいくつもある大失敗について語られる機会は必ずしも多くありません。いくつもの大失敗を糧にして大成功に至るまでの奮闘について、当事者によって語られるストーリーの価値は高く、受け取る方に共感と学びを与えてくれます。

今回、株式会社 ism 所属のライターが取材、執筆を代行し、ストーリーを発信いただけます。企業の中に埋もれているストーリーを広報の皆様と一緒に発見し、取材を通じて当事者の生々しい体験が言葉に宿り、良質なストーリーを発信できる一助になればと思っています。そして発信されたストーリーが、皆様の今後のストーリー作成の指針の1つになれば幸いです。

<株式会社 ism について>

ism (イズム) は、「もっと、わたしらしく」のビジョンのもと、「女性の働くを楽しくする」ことに繋がる事業を展開し、働く女性向けコミュニティ「ism」を運営しています。Web コンテンツのマーケティング支援、企業のオウンドメディア運営支援、企業の広報パートナーとして PR 支援等を行う、2017年4月創業のスタートアップ企業で、役員社員は全員女性で構成されています。2020年9月、株式会社 PR TIMES による全株式取得が決議され、同年10月1日より完全子会社化を予定。PR TIMES ご利用企業様への伴走支援の一つとして、ストーリーの取材・執筆を担当いたします。



開発予定：キーワード検索機能やハッシュタグ検索で、読みたいストーリーと「人」に出会えるように

メディアや企業の皆様からのご要望をいただいていた読みたいストーリーへ辿り着く方法が改善されます。「PR TIMES STORY」内検索機能が9月30日に実装され、今後は気になるストーリーと取材対象者を探しやすくなります。様々な切り口からストーリー探し、取材対象者探しが可能となります。

また、外部共有プレビュー機能（下書き状態のストーリーをパスワード付きページで社内共有できる機能）、ハッシュタグ専用ページの開設（例：“開発秘話”のハッシュタグがついたストーリーをまとめて見ることができます）、ストーリーを作成編集するエディタの改善、目次の自動生成機能等、順次機能開発を重ねていく予定です。



検索画面イメージ

「PR TIMES STORY」について

月間 5000 万 PV（ページビュー）を超えるアクセスを集める企業情報プラットフォームの「PR TIMES」において、組織の中の個人として開発者やプロジェクトメンバーが、報道向けにも一般向けにも自社ストーリーを公式発表できる場、それが「PR TIMES STORY」です。

「PR TIMES」にはメディア記者・編集者 1 万 8000 名超が登録する他、TV・ラジオ・新聞・雑誌・WEB の各種メディアに情報ソースとして日々活用されており、「PR TIMES」で配信されるプレスリリースに加えて投稿ストーリーもメディアの情報源の一つとして扱われています。

なぜその商品は生まれたのか。なぜその企業は乗り越えられたのか。当事者本人が語る一次情報の価値は高く、「人」にスポットが当たるのが特徴です。

また、プレスリリースとストーリーは掛け合わせることで相乗効果を発揮します。事実（ファクト）や根拠（エビデンス）をベースにプレスリリースを発表し、当事者の想い、経験、学びをストーリーとして投稿する。表と裏のように補い合い、情報が豊かに臨場感をもって伝わり、深い理解を導きます。



【会社概要について】

PR TIMES（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、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「PR TIMES」を 2007 年 4 月より運営しています。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とともに、「PR TIMES」およびパートナーメディアに掲載し、生活者にも閲覧・シェアされています。利用企業数は 2020 年 6 月に 4 万社に到達、国内上場企業 40% 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 1 万 8000 人超、サイトアクセス数は月間 5000 万 PV を突破、配信プレスリリース件数は月間 1 万 5000 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 199 媒体 にコンテンツを掲載しています。



クライアントとメディアのパートナーとして広報 PR 支援を行う PR パートナー事業や、ストーリー配信サービス「PR TIMES STORY」の運営、動画 PR サービス「PR TIMES TV」「PR TIMES LIVE」の提供、タスク・プロジェクト管理ツール「Jooto」やカスタマーサポートツール「Tayori」の運営、スタートアップメディア「BRIDGE」等のメディア運営も行っています。

【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
 - ストーリー配信サービス「PR TIMES STORY」 (<https://prtimes.jp/story/>) の運営
 - 広報・PR の効果測定サービス「Web クリップング」 (<https://webclipping.jp/>) 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
 - 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/>