

報道関係各位

2020年11月6日
株式会社 PR TIMES

「Ad」から「PR」へー広告事例データベース「AdGang」は、 国内外のPR事例メディア「PR EDGE」へと生まれ変わりました

-PR-パブリックリレーションズの放つポジティブなエネルギーを届けます-

PR/EDGE

パブリックリレーションズの最前線は、
自らの手で世の中を変えようとする行動者の熱にあふれ、
コミュニケーションの可能性を広げるような
新しいアイデアが次々と生まれています。

世界中のクリエイティブな広告・プロモーション事例を収集し、
膨大なデータベースを構築してきた「AdGang」。
その姉妹サイトとして人の感性に訴える映像作品を紹介してきた「BuzzGang」。
PR TIMES が運営してきた2つのサイトをひとつに統合し、
2020年11月、新たなメディア「PR EDGE」が始動しました。

PRのなかにも宣伝があり、
広告という存在にもまた、PRが必要だと私たちは考えます。

「PR EDGE」に集まるアイデアとポジティブなエネルギーにふれた人が、
次の革新を生み出し、新しい一歩を刻んでいく。
その一歩から刺激と勇気を受けとる人がまた現れて、
広告の表現領域を、ゆたかに切り拓いていく。

ここから、すべての行動者とともに、
パブリックリレーションズの未踏領域へと切り込んでいきます。

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（本社：東京都港区、代表取締役：山口 拓己、東証一部：3922）は、運営を手掛ける広告・プロモーションの事例データベース「AdGang（アドギャング）」と、姉妹サイトで企業／団体のプロモーション動画事例のデータベース「BuzzGang（バズギャング）」を統合し、広告もプロモーションも全てパブリックリレーションズの一つであるというコンセプトのもと、国内外のPR・広告・プロモーション事例メディア「PR EDGE（ピーアールエッジ）」へと刷新し、2020年11月6日（金）より運営開始いたしました。また同時に、デザインや機能もリニューアルいたしました。

「PR EDGE」 URL: <https://predge.jp/>

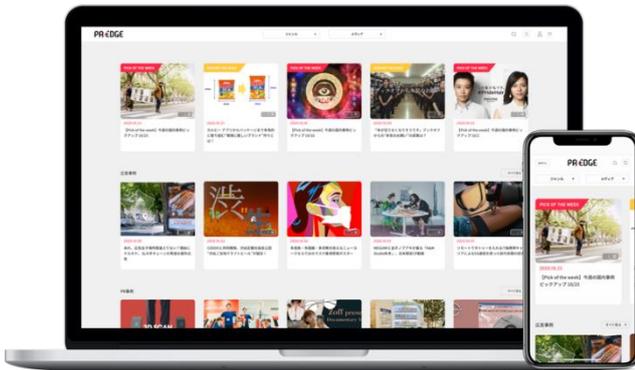
■「Ad」から「PR」へ

●リニューアルの背景

2013年4月に広告・プロモーション事例のデータベースとして開設した「AdGang」と、2014年9月に企業／団体のプロモーション動画事例のデータベースとしてスタートした「BuzzGang」。運営開始当初から、広告業界で働く社会人、広告業界での就職を志望する学生をメインターゲットにして、国内外のマーケティングコミュニケーション領域の様々な事例を約1万件ご紹介してきました。

たくさんの業界関係者から温かい支持をいただく一方で、当社が考える「PRとは」を問い直した時に、「PRの中にも宣伝があり、広告やクリエイティブ、プロモーションにもPRが必要である」というメッセージを、コンテンツを通して伝えきれていないというジレンマがありました。そこでこの度、サイト名を「AdGang」から「PR EDGE」へ改め、「BuzzGang」を統合し、PRが放つポジティブなエネルギーをより多くの人へ届けるためのメディアとして新たなスタートを切ることになりました。

●新サイト名とデザインについて



当リニューアルでは、広告もプロモーションも全てパブリックリレーションズの一つであり、「どうしても伝わらなければならないこと」を届けるためにPRが存在すると考え、サイト名の書き出しを「Ad（広告）」から「PR（パブリックリレーションズ）」へ変更いたしました。同時に、時代の先端をいく、ユニークな事例を編集部がピンポイントで選んで紹介するという「AdGang」のコンセプトは継承し、鋭く切り込んだ“cutting edge（最前線）”な情報をユーザーにお届けし続けることをユーザーの皆さまにお約束し、「PR EDGE」としています。

テーマカラーには「AdGang」の赤色、サブカラーには「BuzzGang」の黄色を採用。2つのサイトを統合し、コンテンツ、機能を拡充してパワーアップした事例メディアとして、これまで両サイトをご活用いただいていたユーザーはもちろん、新たにPR業界へ踏み出す志ある人にとっての参考書のような存在になりたいという希望を込めています。

またロゴは、切り込んだ赤いラインによってエッジ感を演出しつつ、PRとEDGEの橋渡しにすることで、当メディアとユーザーとのつながりを表現しています。

■会員登録やブックマークなど4つの機能を追加

リニューアルに伴い「PR EDGE」では、4つの新機能を追加いたしました。

1. クロスリファレンスサーチ

特定の事例を探している人にも、漠然とアイデアのインスピレーションを求めている人にも、1万件を超えるデータベースからいち早く事例が見つかるようブランディングや広告、CSRといった「ジャンル」と、WEBやTV、新聞といった「メディア」のクロスリファレンスで検索が可能になりました。また、より検索精度を高めるためアウトプット形式や業種、エリア、年代などでも絞り込んで検索することができます。

2. 会員登録（無料）

「PR EDGE」に会員登録いただくと、後述のブックマーク機能の利用と、閲覧履歴の表示が可能になります。また、今後は会員限定で注目の事例をまとめてご紹介するメルマガの配信も予定しています。

3. ブックマーク ※会員限定機能

気になる事例を見つけたらブックマークをし、自身のデータのストックとして利用することが可能です。ブックマークは登録日ごとに表示されるため、ユーザーが“いつ”その記事を気に入ったのかが視覚的に認識することができます。

4. 閲覧履歴 ※会員限定機能

PR EDGE内でご覧いただいた記事は、マイページの閲覧履歴から閲覧日ごとに確認することが可能です。ブックマークをし忘れてしまったときや、ふと「あの事例なんだっけ…？」と気になったときに目当ての記事にすぐにとどり着くことができます。

■ 「PR EDGE」公開に寄せて

・ PR EDGE 編集長 大原絵理香

<プロフィール>

米ニュージャージー州の大学でPRを学んだのち、卒業後は、大手出版社でライター・編集を経て、外資系のオンラインゲーム会社でPR/広報のキャリアをスタート。その後は、ホールディングスカンパニー、一部上場企業、ベンチャー企業と、様々なレイヤーでのPR/広報業務を行いながら、並行しフリーランスとして様々な大手メディアや企業サイトなどでライター業も行う。



<コメント>

「AdGang」は、特に広告業界の人たちにとっては夢のある場所で、たくさんのかっこいい事例を日々眺め、胸焦がれた人も多いでしょう。「PR EDGE」では、そんな「AdGang」と、バイラル動画を紹介する

「BuzzGang」をひとつにし、ここ数年で意味が大きく広がった「PR」を主軸に、尖っていて、ユニークで、ワクワクするかっこいい事例の掲載はもちろんのこと、時代とともに変化していくかっこよさだけではない、広い意味で「エッジの立った」事例を多く掲載していきたいと思っています。あの頃の気持ちも、先輩方が作ってくれた道しるべそのままに。また今日から、エッジの立った事例を作っていきましょう！

・ 開発ディレクター 若林佑希 <株式会社 STARRYWORKS>

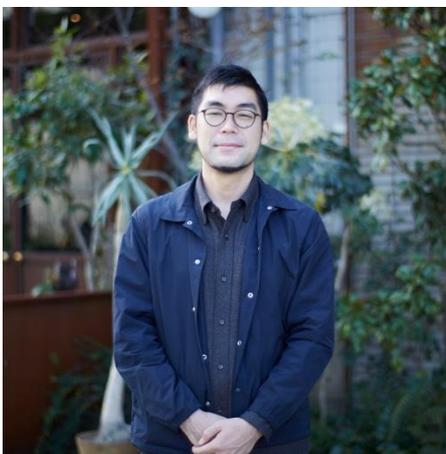


AdGangとBuzzGangを統合し新たなメディアをリリースするにあたって、「データベースコンテンツとしての価値」をさらに高めるためのUI設計・デザインをすることが私たちのミッションでした。

2つのメディアの持つ膨大な記事の中から欲しい情報を探し出せることが、データベースとしての一つの価値だと考え、タグを使った検索機能を新たに実装しました。そして、それを気持ちよく操作できる実装・シンプル且つエッジの効いたデザインを追求し、よりユーザーのアイデアにつながるようなサイトに仕上がったのではないかと思います。

ブックマークをはじめとしたマイページ機能も、会員となってぜひ体験していただきたいです。

・ ネーミング/コピー 久岡崇裕 <株式会社 parks>



PR EDGEの前身である「AdGang」と「BuzzGang」は、ぼく自身を含め、人に何かを伝えたいという想いをもって仕事に臨む人に、たくさんの刺激と勇気を与えてきたメディアだと思います。

その膨大なデータベースをひとつに統合した新しいプラットフォームの「名前」と「コンセプトメッセージ」を考える機会をいただき、心から光栄に思うと同時に、大きなプレッシャーも感じました。社内の全員でネーミング案を出し合って案を揉み、選抜した案に対して制作チームのみんなに投票をしてもらい、そこからさらに案を磨き込んで、20案。どの案が選ばれても悔いが無いと思えるものを提案しました。そしてさらに、PR TIMESの皆さんの意見も踏まえて再提案へ。『PR EDGE』は、世に出る前からたくさんの人の想いがのった名前になりました。

・リニューアル責任者 鳥居愛<株式会社 PR TIMES>



「AdGang」「BuzzGang」のリニューアルプロジェクトは、「PR とは何か」を改めて咀嚼、反芻するところから始まりました。ビッグバジェットでインパクトのある広告やプロモーションは魅力的だけれど、例え華やかではなくても、全てのプロジェクトの裏にはそれを手掛けた企業やクリエイター、マーケターの熱意や愛情、夢があるはずです。「PR EDGE」を通してそういった事例に注目が集まり、そこからまた新たなアイデアが生まれる…その循環を繰り返すことでPRの裾野を広げたい。そんな PR EDGE のコンセプトに共感して下さったたくさんの方々と共にこのサイトを始動できることに心から感謝すると共に、まずは私たちが広告や PR に関わる方々の原動力となれるよう、メディアとしてパブリックリレーションズと真正面から向き合っていきたいと考えています。

■今後の取り組み

今後も「PR EDGE」では、PR 目線から、広告の在り方を拡張するような新しいアイデアや、心に響き、価値観や行動にまで影響を与えるプロモーション、思わず誰かにシェアしたくなるようなクリエイティブ事例を掲載し、広告や PR 業界で働く人々の参考書的な存在になれるようコンテンツを拡充してまいります。

<コンテンツ例>

「BEHIND THE BUZZ」

話題になった、または今後話題になるであろう日本国内の広告・PR 事例の裏側を、担当者へのインタビューを通し明らかにする連載。

「PICK OF THE WEEK」

直近でリリースされたもの・話題になったもの等、日本国内のクリエイティブ事例・キャンペーン事例を PR EDGE 目線で独自にピックアップしてご紹介する連載。

●サイト概要

サイト名：PR EDGE（ピーアールエッジ）

URL：<https://predge.jp/>

●コンテンツ概要

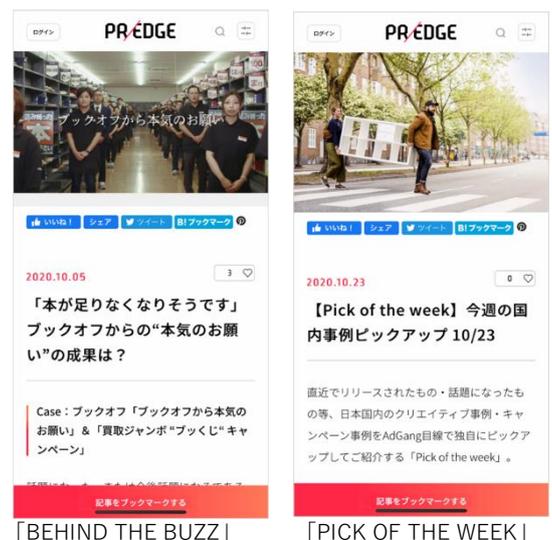
PR 事例：企業／サービス／商品の PR に関する事例

広告事例：企業／サービス／商品の広告に関する事例

ブランディング事例：企業／サービス／商品のブランディングに関する事例

マーケティング事例：企業／サービス／商品のマーケティングに関する事例

CSR 事例：企業／サービス／商品の CSR に関する事例



「BEHIND THE BUZZ」

「PICK OF THE WEEK」

■2020年PR TIMESのパブリックリレーションズへの取り組み

1月1日、年頭所感にて「ナラティブ元年」を発表した本年、当社はPR（パブリックリレーションズ）に正面から向き合い、新たな取り組みを実施してまいりました。

2月27日には、広報PRの教科書を目指し「PR TIMES MAGAZINE」を開始、広報PRにまつわる悩みなどPRに携わるすべての方が、いつでも新しいヒントを得られるよう「PR TIMES」として蓄積したデータを基に様々なナレッジを発信しています。

4月1日は、「April Dream」を始動し、ジョークで笑いを誘うエイプリルフールではなく、大風呂敷を広げて夢を語る「April Dream」を発信できる日と提唱しました。戦後高度経済成長期の日本がそうであったように、夢を語る経営者をはじめとする行動者の熱量は、他の人々を巻き込み、新たな行動者を生み出してきました。4月1日に、多くの企業、個人が夢を発信する方を増やすことで、その方の関係者をはじめ、多くの方にポジティブなエネルギーが届くと信じています。

5月1日からは、コロナ禍の飲食店や施設などにPRの力でその打開策を提案する「4MEETSプロジェクト」を開始しました。コロナ禍に苦しむ小規模事業者がPRのプロから「次の一手」を提案し、その提案内容を公開することで社会の共有資産とする取り組みです。

5月18日には、企業の中の個人が出来事の裏側にある背景や想いを自らのことばで語る（ナラティブの）場として、「PR TIMES STORY」を開始しています。

そして、8月24日、日本経済新聞全国版朝刊に、PRへの問いと決意を表明した「たとえ読まれなくても、ぜんぶ書く」「PR、14の使命」からなる全15段二面の企業広告を掲載しました。PR TIMESが考える「PRとはなにか」その可能性と私たちの覚悟を、言葉にしてお伝えしました。さらに、PR(パブリックリレーションズ)に携わる方々に、改めてPRについて考えていただく機会として、連動企画「あなたが考える、PRの使命」を募集しました。400を超える企業・メディアの皆様からそれぞれの「PRの使命」が集まり、それらを広報会議、Forbes JAPANの編集部にてセレクトいただき、各媒体へ広告掲載もしています。



8月24日、日本経済新聞朝刊を持って

9月には立命館アジア太平洋大学と連携協定を結び、学生起業のPR支援に加え、現役ビジネスパーソンによるPRのオンライン特別講義を定期開催し、学生のうちからPRマインドを身に付けていただく機会を作ります。

PR TIMES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、行動者たちをエンパワーメントし、ナラティブの発信を支援することで、勇気づけられた人が次なる行動者となるポジティブなエネルギーの循環を目指します。

【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クリッピング」(<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/>

PR TIMES