

その想いやナレッジをより広く伝えるメソッド「ストーリーコンテンツガイド」を公開し、 「PR TIMES STORY」ストーリー発信プロジェクトの継続を発表

- 行動者発のストーリーがメディア、生活者の情報源となるために。 -

[トピックス]

- ・2021年1月以降、PR TIMES 利用アカウントからの「PR TIMES STORY」発信は、対象テーマに限り、月3件まで無料提供（2021年6月30日発信分まで）
- ・「ストーリーコンテンツガイド」を公開
- ・検索機能を実装し、知りたいストーリーを探しやすく



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、開発の裏側や創業ストーリーなど企業・団体の出来事の裏にある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」について、2021年1月1日（金）から2021年6月30日（水）発信分まで、PR TIMES ご利用のアカウントに対し、月間3件まで無料でご利用いただけるプロジェクトを開始いたします。

また、より多くの人に伝えるためのストーリー作成のポイントや手順をまとめた「ストーリーコンテンツガイド」の公開と、検索機能の実装を行い、報道素材としての活用促進を強化してまいります。

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

「ストーリーコンテンツガイド」：https://prtimes.jp/common/file/story_contentsguide.pdf

事業・サービスの裏側を“ストーリー”で届ける PR プラットフォーム

「PR TIMES STORY」は、月間5000万PVを超える「PR TIMES」が運営する事業・サービスの裏側をメディアや生活者に“ストーリー”で届ける広報サービスです。発信されたストーリーは、「PR TIMES STORY」サイトに加え、「Forbes JAPAN」Web版、「STORYS.JP」、「antenna*」、「フジテレビユー!!」、「FNN プライムオンライン」などのパートナーメディアに掲載されています。

企業活動の裏側には、奮闘する人とそれに紐づく様々なドラマや過程、エピソードがあり、それぞれの「ストーリー」が必ず存在します。

「PR TIMES STORY」は、従来は限られた一部の組織・人物や特異的な一部のエピソードのみ注目を集めていた情報環境から、より多くの「人」や「できごと」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「PR TIMES STORY」

5月18日のサービス開始以来、1000件超のストーリーが発信されました（12月18日時点）。10月からは、特定テーマの発信を無料とする「ストーリー発信プロジェクト」を開始し、250件超（12月18日時点、すでに発信されたものを含む）のお申し込みをいただいております。

発信されたストーリーは、「PR TIMES STORY」への掲載や、パートナーメディアへの転載を通じ、出来事の裏側や身近なヒーローにスポットライトがあたる状態の実現に向けて取り組んできました。

【タカラベルモント株式会社 ルベル広報企画課 石川 由紀子様】

グレイカラー剤発売リリースと同タイミングで「PR TIMES STORY」を配信しました。

プロダクトリリースをお送りした著名美容ジャーナリストに、PR TIMES STORYの記事を同時にご案内したところ、「加齢による疾患の創薬研究もグレイカラー研究も、モノづくりの根底は同じ」という一文が著名美容ライターの共感呼び、取材及び書籍掲載に繋がりました。

そして、出版社が主催する100名規模のイベントへの無料協賛にも繋がり、ターゲットであるエイジング世代にダイレクトに訴求が出来ました。



人生100年時代、女性たちが続けられるグレイカラーを目指して

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

【ピープル株式会社 取締役兼代表執行役 桐渕 真人様】

商品開発の裏話や想いなど、発信できる場があるのはメーカーとしてありがたいです。

思わぬ効能として、このストーリーをきっかけに創業時のエピソードなど、当時のことを知らない若手社員たちに社内共有できたのはとても良かったです。

創業時から変わらず大切にしていることなど、感じるきっかけになればいいなと思います。



【コロナ禍クリスマスに人気】ステイホームで売り上げ2倍！「白いわんぱくジム」ヒットの裏側

<https://prtimes.jp/story/detail/jbAO3qiA08x>

ストーリーを通じて発信された行動者による魅力的な情報が、より広く、多くの方に届くよう、「ストーリー発信プロジェクト」の一部アップデートと継続を決定しました。

さらに、ストーリー制作のポイントをまとめた「ストーリーコンテンツガイド」の公開および検索機能の実装を通じ、効果的な利用を提案してまいります。

これにより、「PR TIMES STORY」という場を介して、行動者の熱量、ナレッジが、メディア、そして生活者にとって魅力的なコンテンツとして、閲覧される状態を目指します。

「ストーリー発信プロジェクト」実施概要

【ストーリー発信プロジェクト概要】

数多あるストーリーの中でも、特に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テーマを対象に、「PR TIMES STORY」の発信を無料とする「ストーリー発信プロジェクト」を2021年1月1日から2021年6月30日まで継続します。また、前回のプロジェクトより対象のテーマを一部変更・拡大し、新たに設定した9つのテーマを無料対象といたします。ユーザーが知りたい「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」がより活用されることを目指してまいります。

プロジェクト参加お申し込みフォーム：<https://tayori.com/f/prtimesstory202101>

※プロジェクト適用外のストーリーは通常料金1件発信3万円（税別）が発生いたします。

◆無料対象ストーリーテーマ こんなストーリーはありませんか？

1.「開発の裏側」#開発の裏側

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.「創業時の苦労や現在に至るきっかけとなった出来事のエピソード」#創業エピソード

創業時の歴史やこれまでの過程にふれながら、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.「サービスの誕生秘話」#誕生秘話

サービスの誕生までの過程や紆余曲折、生み出した当事者の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.「大きな挑戦となったプロジェクトや企画の裏側」#プロジェクトの裏側 or #企画の裏側

肝いりのプロジェクトや業務提携、力を込めた広告施策や企画において、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

5.「資金調達や事業譲受、IPO など企業としての大きな転機」#企業成長の裏側

資金調達、事業譲受、IPO といった企業としての重要な転機において、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

6.「事業として大きな決断となる事業撤退の裏側」#事業撤退の裏側

サービスやプロジェクトの撤退とその決断において、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

7.「急成長や大ヒットした商品・サービスの裏側」#ヒットの裏側

急成長・大ヒットまでの道のりやきっかけとなったできごとを交え、当事者として味わった苦悩や、そこから得たナレッジや思い、背景や裏話を要素として含むストーリー

8.「失敗や挫折を経てV字回復を果たした商品・サービスの裏側」#V字回復の裏側

製品やサービスにおいて、大失敗や挫折を経て、その経験が糧となり、大成功に至ったストーリー

9.「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行った施策の背景や、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、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

※2020年12月31日までは下記5つの特定テーマに関するストーリーのみが、無料適用となります。

(対象テーマ:「開発秘話」「創業ストーリー」「誕生秘話」「ヒットの裏側」「コロナ禍における奮闘」)

2020年12月31日までに発信する「ストーリー発信プロジェクト」お申し込み専用フォーム

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

◆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>

・2020年1月以降のプロジェクト参加にあたっては、下記専用フォームよりお申込みください。

<https://tayori.com/f/prtimesstory202101>

※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。

・この度公開しました「ストーリーコンテンツガイド」を活用いただくことを推奨します。

・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。

<プロジェクト適用条件>下記4つの要素をすべて満たす必要があります。

- ① 9つの対象ストーリーテーマいずれかを満たすストーリー主旨であること
- 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、ストーリー主旨が表現されたオリジナル画像とご本人の写真がそれぞれ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、下記フォームよりお気軽にお問合せください。

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

◆取材・執筆代行プラン

PR TIMES グループ所属のライターが、ストーリーの取材、執筆を代行します。

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。

プロジェクト適用外のストーリー発信にあたっては、下記とは別に「PR TIMES STORY」利用料がかかります。

取材・執筆代行：100,000円（税別/1ストーリー）

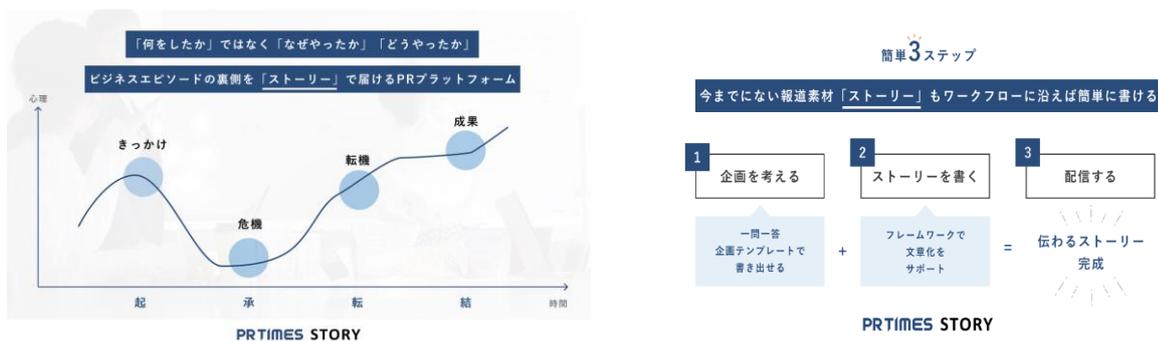
取材・執筆代行（撮影付き）：150,000円（税別/1ストーリー）

※撮影した画像はストーリー掲載時の使用に留めていただいております。ご了承ください。

取材・執筆代行プランをご希望の場合は下記フォームよりお気軽にお問合せください。

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

報道資料としてのポテンシャルを高める「ストーリーコンテンツガイド」



「PR TIMES STORY」のサービス開始から約半年間のナレッジをまとめた「ストーリーコンテンツガイド」を公開いたします。これまで勉強会などを通じてお伝えしてきたナレッジを再構築し、ストーリーを起承転結に分解しながらポイントをまとめているため、コンテンツガイドを参考に構成することで、基本の型に沿ってポイントを着実に押さえながらストーリーを制作することが可能です。事業やサービスの裏側にあるエピソードをより広くお届けできるよう、「ストーリーコンテンツガイド」をはじめ、ナレッジをオープンに共有し、ストーリー配信による成功体験をよりサポートしてまいります。

「ストーリーコンテンツガイド」：https://prtimes.jp/common/file/story_contentsguide.pdf

検索機能の実装と今後の機能リリースについて

12月21日に検索機能を実装し、取材対象や興味関心にあわせて情報を探ることができるようになりました。タイトル、ハッシュタグ、本文を検索対象としています。

今後も、ストーリーが情報を必要としている方に届き、「PR TIMES STORY」に訪れた方が、知りたいストーリーとの出会いをより創出できるよう、ハッシュタグ機能とストーリー作成編集画面のエディタ改修を順次実装予定です。



PR TIMES STORY サービス概要

- サービス名称： PR TIMES STORY
 利用料金： 30,000 円（税別/1 発信）
 発信者： 「PR TIMES」でプレスリリース配信実績のある企業・事業主ユーザー
 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 STORY」サイト掲載、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）、
 「STORYS.JP」（全ストーリー掲載）、
 「antenna*」（全ストーリー掲載）、
 「フジテレビュー!!」（働く女性のストーリー掲載）、
 「FNN プライムオンライン」（商品開発に関するストーリー掲載）



株式会社 PR TIMES 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4万3000社を突破、国内上場企業40%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1万9000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2万件を超えています。全国紙WEBサイト等含むパートナーメディア200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
 - スタートアップメディア「BRIDGE」 (<https://thebridge.jp/>) の運営、等
 URL： <https://prtimes.co.jp/>