

2025 年 2 月 3 日
株式会社 PR TIMES

BRUTUS 編集部と考える“PR”。全国 19 の企業や行政の 「心を揺さぶる PR。」を 2/3 発売号の付録小冊子で

「PR TIMES MAGAZINE」初の特別号。スーパーストック、セイコー、文化庁（国立科学博物館/国立新美術館）…
担当者が語る“心を揺さぶる”PR 事例集心をつかむ PR



2025年2月3日発売。
『BRUTUS』伝える力。より

BRUTUS × PR TIMES
MAGAZINE

株式会社 PR TIMES（本社：東京都港区、代表取締役社長：山口拓己、東証プライム：3922）は、株式会社マガジンハウス（本社：東京都中央区、代表取締役社長：鉄尾周一）と共同編集でスペシャル Book「心を揺さぶる PR。 powered by PR TIMES MAGAZINE」を製作いたしました。このスペシャル Book は、株式会社マガジンハウスより2025 年 2 月 3 日（月）発売のカルチャー誌『BRUTUS』（編集長：田島朗）の「伝える力。」の付録小冊子として発行されます。

また「心を揺さぶる PR。」のコンテンツは、『BRUTUS』公式 Web サイトである BRUTUS.jp に開設する特別サイトへ掲載します。

◆特別サイト（2 月 7 日 AM10 時公開予定）：https://brutus.jp/prtimes_casestudy/

BRUTUS が考える“PR”とは。「心を揺さぶる PR。 powered by PR TIMES MAGAZINE」

「心を揺さぶる PR。」は、“PR”の力をもっと多くの方に知っていただきたいと考え、PR TIMES MAGAZINE が『BRUTUS』と共同で編集、製作した PR の事例集です。PR 事例とはいえ、プレスリリースやメディア露出など広報施策の成果ではなく、現場で働く担当者の思いや熱量が、周囲の人や社会の心を揺さぶってきた事例を担当者の声とともに紹介しています。

パートナーの『BRUTUS』は、創刊以来、カルチャー、ライフスタイル、アート、デザイン、グルメ、旅行…など毎号多岐にわたるテーマを深掘りし、読者を飽きさせない、独自の視点で企画を届けてきたカルチャー誌です。『BRUTUS』の深掘り力があったからこそ、PR を一緒に考えることで、他にはない新しい切り口で PR についてお伝えするコンテンツができました。

19 の企業、自治体、官公庁で挑戦を続ける担当者たちの声が『BRUTUS』による編集で表現されました。境遇が似た企業の事例から PR を身近に感じるだけでなく、無関係に見える企業の事例から真似はできなさそうだけどどこか熱い気持ちになったりもできる、そんな一冊になっています。

心を揺さぶる PR。

情熱や感情が込められた発信には誰かのハートに光を灯し、大きな感動を生む力がある。さまざまな PR 活動を通して企業や行政が多くの人々の心を強く動かした、いくつもの物語。

PR（パブリック・リレーションズ）は、社会のさまざまな関係者と継続的にコミュニケーションを行い、相互に利益のある関係性を構築し維持することと言えます。そのため、企業や行政すべてのPRには一つひとつ、届けたい人たちに対して込められた思いがあり、それまでのストーリーが表現されています。今回は、顧客はもちろんすべてのステークホルダーに対するPR、過去・現在だけでなく未来を見据えたステークホルダーとの関係性構築を図ったPR、そして永く続く継続的なPR…。自身に置き換えて考えた際に重ねることがあるような読んだ人にとって共感が生まれる企業や行政のPRについて取り上げさせていただきます。

心を揺さぶった5社のPR。

スーパーストックトーキョー 取締役社長 工藤 萌様
 セイコーウオッチ 広報・PR室 余合 夏美様
 ヘラルボニー 代表取締役 Co-CEO 松田 崇弥様
 サンタ・マリア・ノヴェッラ・ジャパン マーケティングマネージャー 稲垣 元気様
 大林組 コーポレート・コミュニケーション室広報課長 筒井 庸介様

ミュージアムがPRできること。

文化庁 国立新美術館 広報室長 オエトリ 愛子様
 文化庁 国立科学博物館 広報・連携課長 関根 則幸様

ご当地企業PRマップ。

北海道・東北
 ロイズコンフェクト様
 haccoba -Craft Sake Brewery-様

北陸・甲信越
 ヤッホーブルーイング様
 ゴーゴーカレーグループ様

東海
 ヤマハ様
 ジェイテクト様
 井村屋グループ様

関西
 ケンミン食品様

中国・四国
 八天堂様
 コトブキ印刷様

九州・沖縄
 久原本家様
 オリオンビール様



南相馬からの、行ってらっしゃい。

南相馬市役所 こども家庭課こども企画係 佐藤 仁美様

BRUTUS.jp 特別サイト（2月7日公開予定）：https://brutus.jp/prtimes_casestudy/
 【PR TIMES MAGAZINE】<https://prtimes.jp/magazine/>

「心を揺さぶるPR。」発刊にあたり PR TIMES MAGAZINE 編集長 丸花 由加里

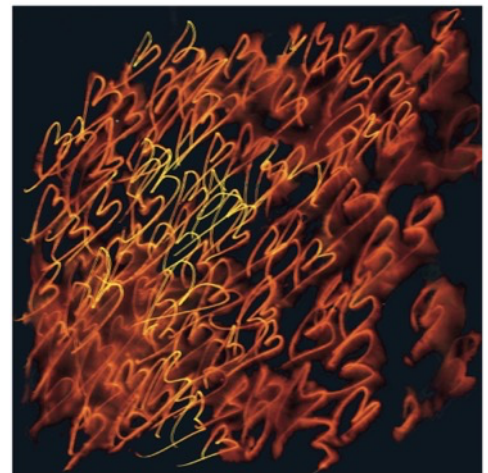
私たちは、広報PRに携わる皆さまに参考になるよう、広報PRの可能性をお伝えできるよう、多くの広報PRパーソンへの取材を通じたコンテンツをお届けしています。同じ思いで、「学び」と「つながり」をコンセプトとした「PR TIMES カレッジ（※）」も運営しており、田島さんと初めてお会いしたのはこのイベントの打ち合わせでした。コンセプトのひとつである「学び」、ご一緒した際のテーマである「キャリア」を考えたとき、編集の力について教えてもらいたい、とBRUTUSの編集長である田島さんと前編集長西田さんに相談したのが始まりです。

現在、「PR TIMES」からは多くのプレスリリースが配信されており、その一つひとつ

心を揺さぶるPR。

言葉と行動で思いを伝えるケーススタディ集。

powered by PR TIMES MAGAZINE



art work / Naomasa Tago

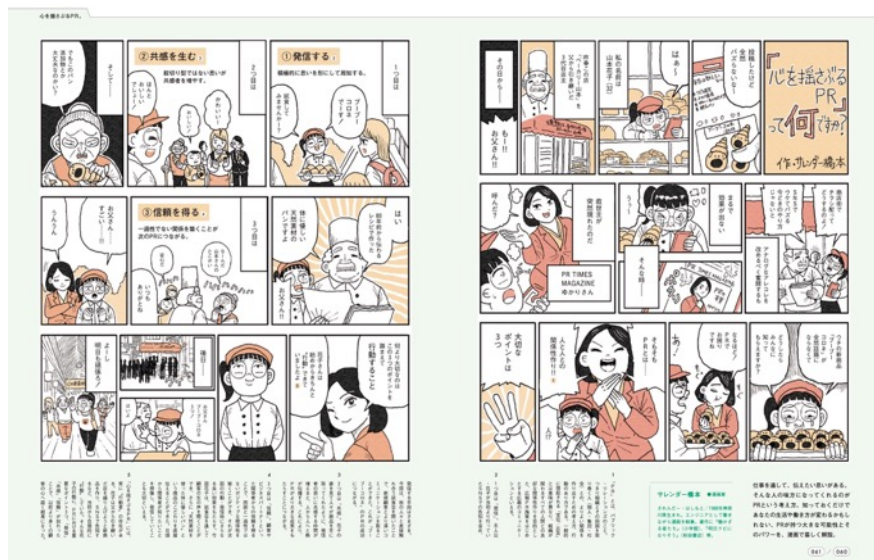
「言葉や行動が込められた物語」には、誰かの心にも火を灯し、さまざまなPR活動を通して、企業や行政が多くの人の心を揺さぶる。いづれの物語。



に携わってきた方々の思いが込められていることを実感しています。一方、全国には発信されていないニュース、眠ったままの情報が数え切れないほどあるとも思っています。広報PRの可能性を感じていただきたい。そして、本当はもっと多くの人の心を動かし、社会を変えるかもしれない情報を発信していただきたい。しかし、まだまだ道半ばです。広報PRの可能性を知っていただくことで、一社一社、一人ひとりが持っているどれもユニークで、その企業や団体、個人にしか表現できないニュースや情報を全国から発信する一歩につなげたいと思っています。お会いした際に感じた田島さんの企画・編集に対する熱量は想像以上で、この方が率いる編集部と一緒にこの思いを実現したい、と今回の発表までたどり着きました。普段の「PR TIMES MAGAZINE」とは異なる観点でのPRが詰まっています。

また、「PR って……？」という方にもたのしんでいただけるよう、漫画家・サレンダー橋本さんによって生まれた漫画「心を揺さぶるPRって何ですか？」もぜひご覧ください。

※PR TIMES カレッジ次回開催（2月18日）：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001497.000000112.html>



「心を揺さぶるPRって何ですか？」
作：サレンダー橋本

2025年2月3日発売 『BRUTUS』伝える力。

2025年2月3日発売 『BRUTUS』の特集「伝える力。」では、今カルチャー界で活躍するプロたちが考える“伝え方のコツ”を分析、解説。お笑い・アイドル・ラジオ・映像・ラップなどエンタメカルチャーを通して、感情や情報の伝え方、他者とのコミュニケーションを知ることができる一冊になっています。

株式会社マガジンハウス 執行役員 BRUTUS 編集長 田島 朗氏

株式会社マガジンハウス 執行役員、BRUTUS 編集長・第三編集局局長。1997年マガジンハウス入社。98年BRUTUS編集部配属、2010年同誌副編集長に。2016年10月よりHanako編集長としてリニューアルに着手。雑誌のみならず、デジタル・読者コミュニティ・イベント・商品開発・海外事業などを手がけHanakoのブランドビジネスを展開。2021年12月BRUTUS編集長に就任、「New Perspective for All（あらたな視点を求める、すべての人に）」をコアバリューに掲げる。

（田島朗氏コメント）

ブルーアスは月2回、年間23本もの特集を作っています。さまざまな企画が私の頭の中をうごめく毎日の中で、それらのひとつひとつは機が熟すのをいつかいつかと待っています。その中のひとつが「伝え方」の特集。他者とのコミュニケーションに悩むことの多い日常の中で、私たちのフィールドであるカルチャーを軸にその道のプロたちの「伝え方」を取材した特集を作りたいと思っていました。



そんなある日、「PR TIMES カレッジ」に招かれたことでご縁ができ、丸花さんとお話を何度かさせて頂くうちに、私が思っていた「PR」という言葉の解釈は狭かったと反省しました。PR＝（一方的な）売り込み、みたいなことでは決してなく、それは心と意思を相手に届け、信頼関係を築くためのあらゆる「伝え方」のことであると。カルチャーのみならず、ビジネスの分野にも「伝え方」のヒントは隠されているぞ、と。

両者のそんな心と意思が伝わり合い、まさに機が熟し、『伝える力』特集が現実のものとなり、その中でPR TIMES MAGAZINEとのスペシャルな取り組みが実現した瞬間です。

実際に打合せや取材を経て感じたことは、PR担当者の方々自身の「人間力」でした。商品やプロジェクトを通じて人々と信頼関係を深めるために、ひとりの人間として愛と覚悟を持って行動することこそが、誰かの心を動かす。さらに驚いたのが、そういった活動自体をサポートするPR TIMES MAGAZINEチーム自体の熱量。何度かにわたった打合せでは、全国の企業や組織にまつわるたくさんのユニークなエピソードを、熱を持って私たちに共有してくれたことで、今回のようなコンテンツを生み出すことができたのだと感じます。どうぞお楽しみください。

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 10 万 5000 社を超え、国内上場企業の 60% 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 7000 人超、サイトアクセス数は 月間約 9000 万 PV、プレスリリース件数は 月間 3 万 9000 件超、累計で 200 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 260 媒体以上にコンテンツを掲載しています（2024 年 11 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、SNS マーケティング支援の株式会社 NAVICUS 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」(<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
- プレスリリース専用エディター「PR Editor」(<https://preditor.prtimes.com/app/>) の運営
- Web ニュースメディア運営、等

URL：<https://prtimes.co.jp/>