報道関係各位

yyyy 年 mm 月 dd 日
株式会社 PR TIMES

年頭所感 2021「インフラ、世界、事業創出への挑戦」

～これからの 5 年間に PR TIMES が取り組む 3 つの挑戦～

・「PR TIMES」を社会的な情報インフラに
・「PR TIMES」をグローバルサービスに
・それを超える事業を生み出す組織に

新型コロナウイルス感染症に罹患された方とご家族、関係者の皆様に謹んでお見舞い申し上げます。また、困難な状況にある方々が一日も早く復興・回復へ向かえるよう心よりお祈り申し上げます。そして医療従事者の方々をはじめライフラインを支えてくださる全ての皆様に、心から敬意を表するとともに、深く感謝を申し上げます。

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（東京都港区、代表取締役：山口拓巳、東証一部：3922）は 2021 年 1 月 1 日（元旦）、2021 年の年頭所感として、これからの 5 年間に取り組む 3 つの挑戦を宣言します。

2016 年に発表した中期経営計画の最終年度である 2020 年度も残りわずかとなり（2 月期末）、私たちは 2021 年から 2025 年に向けて、次の中期目標へと向かう位置にいます。
これまでに事業面、組織面で出来たこと、出来なかったことがあり、また変わらず目指す目標があります。2021 年の年頭にそれらをふり返り、決意を新たにします。

PR TIMES 社員一同 年頭メッセージ「行動者を支えるインフラ、そして世界へ。さらに事業創出チームへ」

（1 列目左から）社員紹介テキスト・・・・・
※写真撮影のため一時的にマスクを外しています。

あけましておめでとうございます。日ごろからの当社に対するご支援に対し厚く御礼申し上げます。新年にあたり、皆様にご挨拶を申し上げます。

＜報道関係の方からのお問い合わせ先＞
株式会社 PR TIMES　広報担当●●　TEL：XX-XXXX-XXXX　MAIL：▲▲@prtimes.co.jp

日付は配信日に合わせます。元日に配信する場合は1月1日に、営業開始日の配信とする場合はその日にちとします。松の内（1月7日）までに配信するようにしましょう。

大きな災害や事故などがあった場合は、冒頭で触れるなど届ける相手に配慮した内容にしましょう。

テキストだけでなく、ビジュアルを入れることをおすすめします。本リリースでは社員からの年頭所感ということで、全社員の集合写真を掲載しました。
他には、代表者や会社のイメージを表す写真、会社のロゴや掲げているスローガンなどのデータでも良いでしょう。

2020 年は世界全体で個の活動が制限された年でした。新型コロナウイルスによって移動・集会・営業の自由が奪われ、制約の中での行動を余儀なくされました。そして、不安と恐怖に満ちた沢山のニュースが視界に飛び込み、人々を精神的にも拘束してきました。

PR TIMES には「**個をエンパワメントする**」という思想があります。また、「**人の心を揺さぶるニュースをより多く、より広く届ける**」という創業以来変わらない目的があります。一部の有名人だけでなく、日々の暮らしを支える「名もなきヒーロー」にスポットライトを当てて、その人の行動や頑張りを知った誰かがさらに勇気づけられる。この**ポジティブな循環の輪**を広げていきたいと考えています。圧倒的な総量で社会に流れるネガティブなニュースに対して、まだまだ私たちが関与できたポジティブな情報が相対的に多くないことを痛感させられる一方で、私たちにできる貢献のあり方について手触りを感じられたのが、2020 年でした。

PR TIMES は、2021 年からの 5 年間で 3 つの挑戦に取り組むことを宣言します。

「PR TIMES」を社会的な情報インフラに　※

プレスリリース配信サービス「PR TIMES」は、利用企業数 4 万 3000 社超（2020 年 8 月末時点）、国内上場企業の 4 割が利用し、月間プレスリリース件数は 2 万を突破、サイト月間 PV 数が 5000 万に到達しています。企業発表情報が集まるプラットフォームとして多くのメディア記者の情報収集にも活用いただいています。しかし、国内に 385 万社ある企業のうちインターネットをマーケティングやリクルーティングに活用する企業が数十万社あると言われており、そこと比べてもインターネットを PR に活用する企業はまだ多くないと言えます。「PR TIMES」は、**社会的な情報インフラ**を目指します。

利用数だけでなく、発信される情報の内容は重要です。従来のプレスリリースが客観的な結果を端的に伝えるものだったところから、そこに至る過程や当事者の主観も求められる情報となり、プレスリリースと定義される情報も変化しています。さらに 2020 年 5 月には、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」を開始しました。「なぜやるか」という理由を説明することは、**社会におけるその企業その商品の存在意義を語ること**であり、そこには**他の企業に真似のできない差別化のストーリーがある**と言えます。

「PR TIMES」をグローバルサービスに　※

日本だけに留まらず、「PR TIMES」を**世界で有数のインターネットサービスにする**ためにグローバル展開に挑戦します。

2013 年にも中国への展開を試みていますが、社会環境やメディア環境の違いから、利用企業社数が伸びず、メディアリレーションも構築することが出来ず、加えて投資を継続していくだけの企業体力もなかったため、あえなく撤退しています。当時からは事業状況が変わり、企業体力も十分ついてきており、グローバル展開に再チャレンジする時期にきていると考えています。

「PR TIMES」がグローバルに展開されることで、**日本企業の海外でのタッチポイントや海外企業の日本でのビジネスチャンスが相互に増えること**を願っています。

それを超える事業を生み出す組織に　※

「PR TIMES」を超える事業をつくること、それを生み出す人材が台頭する組織を目指して、これまで組織づくりに挑んできました。共通のミッションに向かい、価値観を共にして働くチームが出来つつある手応えを感じる一方、事業面ではまだ「Web クリッピング」「Jooto」「Tayori」等のサービスが第 2、第 3 の柱となれるよう投資を続けている段階です。

丹念に継続して企業理念を伝え、そこに共感して同じ目的に向かえる仲間を集めながら、よりアグレッシブかつ柔軟な人事施策や組織変更を重ねて、**「PR TIMES」を超える事業を生み出せるような人材が台頭する組織**を目指します。

引き続きミッション「行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ」の実現に向けて、社員一同で邁進してまいります。

（2020 年に「行動者」を商標登録いたしました。https://www.j-platpat.inpit.go.jp/c1800/TR/JP-2020-060509/E3DE64574DB41758B3786131138928B08B765F15F58B4AE6C15AF0201FAE4342D/40/ja）

＜報道関係の方からのお問い合わせ先＞
株式会社 PR TIMES　広報担当●●　TEL：XX-XXXX-XXXX　MAIL：▲▲@prtimes.co.jp

【起承転結・展】

前年の社会情勢について言及し、それを受けて自社の位置づけを再度明確化、中期計画に取り組む宣言に繋げています。

【起承転結・展】

本リリースでは、3つの挑戦が起承転結展の「結」「展」。
一般的には今年一年で取り組むことが「結」、それと別により長いスパンで展望を伝えることが「展」となりますが、展望を伝えること自体が「結」となることもあります。

※「3つの挑戦」のそれぞれを独立させて細かく説明しています。
複数の目標がある場合は、整理されて読みやすいでしょう。

【起承転結・展】

企業のを現状やとりまく環境について、数字や統計などをもとに記載します。複数の目標・宣言が分かれている場合は、各宣言ごとに承・転・結が存在します。

【起承転結・展】

社会・環境の変化と事業への影響について触れています。

前述の「プレスリリースの役割変化」を受けて自社が取り組んだことを記載しています。自社の事業を取り巻く変化に対応した動きとして、取り組みにストーリー性が見えます。

過去にうまくいかなかった取り組みについても言及します。思うような実績が残せなかった理由と、再度挑戦する背景についてもきちんと記載することで、展開の裏付けが伝わるでしょう。

PR TIMES 代表 山口拓巳 2021年 年頭の辞

みなさま、明けましておめでとうございます。

2020年を振り返って

昨年を振り返ると、新型コロナウイルスのパンデミックは年末に至っても収束せず、生活、社会、経済に深刻な影響を与えています。日本だけでなく、世界中で、重い現実が影を落としています。**このような状況で苦境にある小規模事業者向けに、PRのプロから無料で支援を受けられるプロジェクト「4MEETS」を立ち上げるなど、**今できることを取り組みました。ひとつでも、ふたつでも、誰かが必要としている未来を、なくしたくない。たとえ全て解決できなくても、役に立ちたいと考え、今なお試行錯誤し続けています。

昨年も、熊本県を中心に台風大雨による自然災害がありました。当社は事業を通じた社会貢献活動の一環として、東日本大震災以降、特に被害の大きかった災害について被害救済・復興支援・状況周知のプレスリリースが情報として流通するよう、「PR TIMES」を無料で提供してきました。そして昨年の令和2年7月豪雨でも同じように対応しています。ただコロナ禍で感染症対策の中での災害支援は困難を極めて、今なお復興そして再生に向けて道半ばだと耳にします。災害のない1年を祈りながらも、地方自治体と連携しながら防災対策として「PR TIMES」の活用を提案してまいります。

すべてはミッションの実現のために

当社PR TIMESは上場を機に、自らの存在意義を言葉にしました。「行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ」というミッションを掲げて、PR TIMESという企業がなぜ存在しているのかを、明確にしています。**目的を見失わずに実現に向けて積み重ねるには、中期で野心的な目標を定めて、達成することが大切です。**そこで、上場後に初めて発表した中期経営目標は、2020年度を最終年度とする5か年で、主に3つの目標を設定しました。ひとつが、「PR TIMES」の利用企業社数を1万2千社から5万社へ拡大させること。ふたつめが、「PR TIMES」以外にも、複数の事業を軌道に乗せること。最後は、次期成長の原資として営業利益を1億8千万円から10億円へ向上させることでした。次の2025年度に向けて動きながらも、この4年10カ月、ここを目標にしてきたので、残り2か月も走り抜きます。

2025年度を最終年度とする中期経営目標を、2021年4月13日に発表する見通しです。中期経営目標より少し長い時間軸で、ミッションに向けたマイルストーンが大きく3つあります。ひとつが、「PR TIMES」を日本で社会的な情報インフラにすることです。ふたつめが、「PR TIMES」を世界的なインターネットサービスにすること。そして最後に、「PR TIMES」を超える事業づくりに挑戦する人材が1人でも多く現れる組織になることです。

「PR TIMES」を社会的な情報インフラに

「PR TIMES」が持続的な成長を続け、ご利用企業やユーザーが極限まで拡大しても、社会的な情報インフラとは呼べません。目指すのは、他の何にも代替できない存在です。たとえば、電気、ガス、水道、通信、衛星、道路、鉄道、航空など。民間企業であっても、事業を拡大しながら、志を育んだ先に、生活、経済、社会にとって必要不可欠な装置になる可能性があります。**働く一人ひとりの仕事が社会へ伝えられ、大切な人たちへ届く。そのような機会を、誰もが平等に得られるようになってこそ、社会的な情報インフラと呼ぶに相応しい**と考えています。

たとえ、今の自分では無茶な目標であっても、成し遂げてみたいことのひとつです。未来を見据えつつ、今年も「PR TIMES」の運営を通じて、高度な専門性と職業倫理観を育んでまいります。

「PR TIMES」をグローバルサービスに

グローバルで成功する難しさは重々承知しています。2013年に中国に進出して翌年撤退した頃より成長したとはいえ、今でも海外で成功する確率は依然として低いまま。会社の業績を考えれば、日本市場に集中したほうが、経営判断としては正しいのかもしれません。しかし、利益や株主価値の向上は目的ではなく、**当社PR TIMESは、すべてはミッションを実現するために存在し**

＜報道関係の方からのお問い合わせ先＞
株式会社 PR TIMES　広報担当●●　TEL：XX-XXXX-XXXX　MAIL：▲▲@prtimes.co.jp

解がないプレスリリースではありますが、
特に「年頭所感」におけるプレスリリース配信は想いを強く打ち出すものとなります。

本リリースでは、社員全員と代表者の年頭所感を分け、「3つの挑戦」についてそれぞれの立場でコメントを出していますが、他の配信校正パターンをご紹介。

---

1. 代表者の名前のみの年頭所感を掲載する
2. 会社全体としての年頭所感と代表者の新年の挨拶を掲載する

ます。利益は、そのために必要な持続的成長のための原資です。2020 年度営業利益 10 億円という目標も、次に大きく投資するために定めたものと言えます。
「行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ」というミッションに国境を定めない限り、次の時代をつくれるように機会を追求していきます。ただ、多言語自動翻訳技術が遠くない未来に普及するとしたら、いずれにしても、日本市場でも日本語が参入障壁として守ってくれる時代が終わります。

それを超える事業を生み出す組織に

「PR TIMES」はこのままでは近く、成長の踊り場を迎えます。「PR TIMES」に次の変革が不可欠ですが、新しい事業の台頭も求められます。まずはひとつが、いま投資フェーズの「Jooto」や「Tayori」をしっかりと伸ばして、日本の業務効率化や生産性向上に大きく貢献できるようなること。ふたつめが、「BRIDGE」や「isuta」も、社会に大きな影響を与える日本有数のメディアを目指し、それぞれが事業として一歩踏み出すこと。最後 3 つめが、まだ存在しない新たな事業にも挑戦していくことです。
そして、事業をけん引するのは特別なことでなく、他の誰かがやるものではなく、**「自分がやる」**という当事者意識の高い人材を育める企業文化をつくりたい。2021 年は、そのような企業文化の礎をつくれるように、私自身、ひとりの行動者として日に新たな活動を続けます。

2021 年 1 月 1 日　株式会社 PR TIMES 代表取締役社長　山口 拓己

株式会社 PR TIMES について

会社説明文

【会社概要】
社名：
本社所在地：
代表取締役：
事業内容：
設立：
事業内容：
HP：

＜報道関係の方からのお問い合わせ先＞
株式会社 PR TIMES　広報担当●●　TEL：XX-XXXX-XXXX　MAIL：▲▲@prtimes.co.jp