

「PRとは、なにか。その真実を探る。」Forbes JAPAN12月号へ広告掲載 集まった404の使命が示すパブリックリレーションズ

- Forbes JAPAN 編集部によってセレクトされた40の使命を掲出しています -

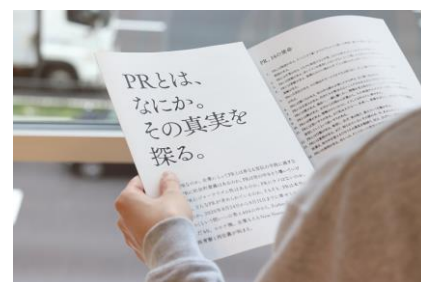
広告とはPRなのか。企業にとってPRとは単なる宣伝の手段に過ぎないのか。PRに社会的意義はあるのか。PRは世の中をどう導いていけるのか。PRにジャーナリズム性はあるのか。PRにウソはないのか。今の時代、どんなPRが求められているのか。そもそも、PRは本当に必要なのか。2020年8月24日から8月31日までに寄せられた「PRとは何か」という問いへの答え404の中から、Forbes JAPAN 編集部が選んだ40。コロナ禍。企業も人もNew Normalを掲げ始めた今、PRの再考察と再定義が始まる。



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、2020年10月24日発売のForbes JAPAN 12月号へ、「あなたが考える、PRの使命」に応募いただいた404件のうち、Forbes JAPAN 編集部にセレクトいただいた40件の使命を本誌内へ広告掲出いたします。本取組は、PR TIMESが8月24日に日本経済新聞全国版朝刊に掲出した「たとえ読まれなくても、ぜんぶ書く」「PR、14の使命」の企業広告をきっかけに募集した「あなたが考える、PRの使命」の連動企画の一つです。

「PRとは、なにか。」Forbes JAPAN と共創する問いとその答え。

2020年8月24日に日本経済新聞朝刊に掲出した「たとえ読まれなくても、ぜんぶ書く」「PR、14の使命」の企業広告をきっかけに募集した「あなたが考える、PRの使命」によって、PR TIMESをご利用いただく企業、メディアの皆様それぞれの「PRの使命」応募いただきました。8月24日から8月31日の応募期間に集まった404の使命をForbes JAPAN 編集部へお渡しし、セレクトされた40の使命。それらを今回、Forbes JAPAN 本誌、表紙につづく観音開き全4ページに渡り、「PRとは、なにか。その真実を探る。」という広告を掲出いたします。



『Forbes JAPAN』は2014年の創刊時から掲げてきた編集方針「ポジティブ・ジャーナリズム」を再定義し、同誌2020年6月号最終ページに藤吉雅春編集長名で「ポジティブ・ジャーナリズム宣言」を掲載しました。日頃から向き合っているジャーナリズムに、真正面からその考えを表明する宣言には確固たる意志を感じます。

「Forbes JAPAN」Web版では、同年5月18日に開始した企業内ストーリーを発信できる新サービス「PR TIMES

STORY」創成期からパートナーメディアとして参画いただいております。

PR（パブリックリレーションズ）は、企業を取り巻くステークホルダーとの関係構築の考え方や活動などと一般的に言われますが、その概念が奥深いゆえに、端的に言い表すのが難しく、解釈の幅が広い言葉です。全ての企業・自治体・団体が活動するうえで欠かせない思想であり、特に社会とのつながりや信用が問われる現代において、その重要性はますます高まっています。

PR TIMES が改めて表明した「PR、14の使命」からはじまるPRの再定義。PRに携わる多くの方々、そして、Forbes JAPAN 編集部と一緒に、この広告をつくりました。

掲載している 40 の PR の使命(掲載順、敬称略)

PR には笑顔がある。

それに携わる人、それを伝える人、広める人、応援する人、求める人すべての人の笑顔のバトンが繋がって完成する。
赤ちゃん本舗 岩永優美

PR には先入観を変える力がある。

当たり前だと思っていた風潮に対して「言われてみればそりゃそうだな。こっちの方がいいな」と世の中が気づききっかけになり、悪気なく持っていた先入観を払拭することができる。
一般社団法人りむすび しばはし聡子

PR には社会を動かす力がある。

PR が世の中の情勢や価値観をつくり、それを国が反映して今後の社会を彩るのである。
一般社団法人 Waffle 田中沙弥果

PR には鼓動がある。

届けたいサービス、仲間と折り重ねた時間、未来への希望を込めて、生きた命のようにリアルに届けたいという想いがある。
ウェブレッジ 早川有紀

PR には志がある。

「商品やサービスや想いを伝えたい。知ってほしい。」という目標に向かって進んでいこうとする志がある。
エステー 富田杏奈

PR には原点がある。

本当に言いたいことか、やりたいことか、嘘はないか、どうしても伝えなければならないことか、スタートしたばかりの原点に立ち戻れないPRに力はない。
Epsilon 川崎美智子

PR には誰かの未来がある。

光があたり、誰かの目にとまり、社会に広がっていく。そこにある情熱が、埋もれずに続いていくように。その情熱がつながった先で、新たな情熱が生まれるように。
エムステージホールディングス 武田友美

PR には手仕事がある。

ストーリーを紡ぎ、言葉を磨き、社会に伝える。AI 時代が来ようとも、ひとつひとつの発信には、確かな手仕事がある。
カルビー 吉田聡

PR には縁がある。

作り手と伝え手、伝え手と使い手をつなぐ、最も見えなくて太い縁がある。
GRASSE TOKYO 藤井省吾

PR には社会の人々を元気にさせる「しかけ」がある。

社会を楽しくするニュースを通じて、伝える側も伝わる側も全ての人の心に「！」を作る。
合同会社ジパング 保坂幸彦

PR にはサプライズがある。

世界の構造を、人々の価値観を、私たちの人生を変えるサプライズがある。
コーレ合同会社 奥脇真人

PR には時と場所を超えていく力がある。

たとえ今この瞬間すぐには届かなかったとしても。きっとこの言葉たちが、いつかの世界でその情報を必要としている誰かにとって、自分を許し肯定するためのきっかけに。一步前へとあゆみを進めるための後押しに。時代を超えて誰かの人生を変える力が、PR にはある。
SHE 小池彩加

PR には小さな世界がある。

PR はファクトから始まる。例えそれがただ 1 人のファクトだったとしても、それはこの世で今起きている事実で、あらゆる物事が複雑に重なり合った結果である。つまり、PR は世界の縮図の上にあるということ。私たちは、ファクトからそれを紐解き、世界が少しでも良い方向に向くために貢献していく必要がある。
GA technologies 濱野彩

PR には未来がある。

どんなに無名なものでも伝えたことで、未来をひらく力が宿る。
GA technologies 早田菜美

PR には“ねえねえ聞いて”がある。

「とっておきの情報を早く知らせたい」という、ちょっとお節介だけど身近な感じの呼びかけ“ねえねえ聞いて”がある。
シナリオ・センター 齋藤知香

PRには覚悟がある。

PRで会社の意志を表明することは、スタートであり、意志を実現するためには、継続的な挑戦と努力が必要である。社会から期待を形成し、期待を超えるべく行動するためには覚悟が求められる。

ジャパン・エンダストリアル 杉山純一

PRにはジャストタイミングがある。

その時折の世の流れを見て、見せ方を調節することが要である。

CINQUE STELLE 静谷麻衣

PRには創造する力がある。

新しい市場を切り開き、世の中にトレンドを生み出す創造する力がある。

チカク 石井唯宏

PRには試練がある。

これから出会うあなたに伝えたい想いを届けるために、今この手の中にあるストーリーを言葉で紡ぎ直す生みの苦しみがある。

T S K 高木亮太

PRには勝手口がある。

正面玄関からではうまくいかないことを小さな入り口から解決します。それを勝手な口と言うかどうかはご想像にお任せ致しますが。

東京クリーン消毒 関根廉文

PRには大きな入り口がある。

新しい価値観に触れたり、新しい出会い…、それは、すべての人に開かれた入り口から始まる。

東京都美術館 進藤美恵子

PRには「あいさつ」の意味がある。

PRは相手に「Hola (こんにちは)」というようなもの。「私だよ」と覚えてもらうこと。「こんなところでこんなことをやっているひとがいるよ」ということをアピールするもの。「興味を持ったら覚えてね」と伝えること。そして、相手も「Hola (こんにちは)」と返してくれたら、そこからお付き合いが始まるきっかけになること。

トレンドメーカー 秀村雨

PRには伝えたい思いがある。

声なき声に耳を傾け、社会全体で支え合う、そんな優しい社会になるために、伝えなければならない使命がある。

日本ファンディング協会 宮下真美

PRには今を変えるチカラがある。

待っているだけでは出会えない人がある。届かない思いがある。誰かの人生を変えるきっかけとなる想いを届け、人が動き出すきっかけをくれるのがPR。

パステルコミュニケーション 後藤優子

PRには地域を変えるチカラがある。

地域に埋もれている魅力=ダイヤモンドの原石を見つけ出し研磨し、地域に輝きをもたらす。PRで地域が変わる、そして日本が変わる。

PRDESIGN JAPAN 佐久間智之

PRには未来がある。

各々が持つ未来への可能性を、まだ見ぬ誰かへ伝え、次の未来への可能性をつないでいく。製品や技術、情報、思いなどのいろいろなバトンは、伝えることで大きく次なる未来の可能性に変化していく。

ビー・アンド・プラス 亀田篤志

PRには創造的継承がある。

江戸から続く発酵和菓子「くず餅」を守りながら伝え続ける。そして時代に合った創造的提案を通して社会に貢献していく。

船橋屋 月岡紋萌

PRには責任がある。

社会に対し、何に取り組んでいるのか伝える責任がある。

文化庁 細見史子

PRには華がある。

華(花)には、見る人を感動させ笑顔にする力がある。持続可能で多様性のある世界の実現には、様々な魅力に触れて多角的な視点や豊かな感性を磨くことが欠かせない。人々に魅力を届けるというPRの仕事は素敵だと思う。

文化庁 山崎善隆

PRには一步を踏み出す力がある。

PRする人とPRを受け取った人、どちらにも踏み出す力を与える力がある。その一步によって、生まれたモノやコトに息吹を与えることができるのだ。

平成エンタープライズ 後藤菜穂子

PRには冷酷さがある。

磨きあげられた事業のホコリを払い、発信する場のゴミを広い、世の中に出る前に恥ずかしくない舞台をつくる。より多くの人に振り向いてほしいから、冷酷さを持って姿勢を正す役割がある。

弁護士ドットコム 渡邊順子

PRには∞の拡がりがある。

素晴らしいと思うモノを、人を豊かに出来るチカラを、知って貰いたい熱意を、遍く伝播する力がある。

ポップサーカス 水谷武明

PRには自信がある。

自信を持って、自分の能力で進んでいく。「できない」ではなく、どうすればできるか、自分なりに何ができるかと考えるのはPRの使命だ。

ポラリス フィーゴックアイン

PRにはロマンがある。

だがその道のりは険しいが、コツコツ行うことでその険しさがだんだん緩和され、快適な手段となっていくことになることを願う。
マルウェブ 前山和範

PRには個の力がある。

PRには必ず「個の力」がある。発信された情報を受け取り形にしていくためには必ず人の力がある。
meeeme 中村真一郎

PRには欲望がある。

聞いてほしい、知ってほしい、好かれない…様々な欲望の塊である。
みんなのマーケット オダヒロミ

PRには柔軟さがある。

やり方はひとつに限らない。その時々にあった方法を柔軟に選ぶ必要がある。
mofmof 高梨杏奈

PRにはバトンがある。

それは過去と未来をもつなぐリレーション。情報を紐解き、先人たちの鼓動が聞こえてくれば、私たちの使命はより一層、胸に刻まれる。世の中とのコミュニケーションだけじゃない。まだ見ぬ先へとつながる発信、それが今、この瞬間なのだ。
森下仁丹 竹中はる花

PRには責任感がある。

何でもすぐにスマホやパソコンで検索出来る時代。何が正しい情報で何が誤った情報かも個人で判断、選別をしなくてはいけない時代。PR及びメディアには、正しい情報を消費者に伝達するという役割を担っている。情報が溢れている時代だからこそ、PR、メディアは責任感を持って正しい情報を消費者に伝えなくてはいけないと思うし、それが出来ると信じている。
横浜エフエム放送 今津良平

PRには人と人をつなげる力がある。

何かが始まる時、そこには人がいる。人と人がつながり、また何かが生まれる。世の中を動かしているのは、そんな人の力。PRは正しい情報と熱い思いで、人と人をつなぎ世の中を動かす。
リノベ 田形梓

「あなたが考える、PRの使命」募集企画と今後の連動企画

2020年8月24日、日本経済新聞朝刊にPR TIMESが考えたPRへの問いと決意を表す2つの企業広告「たとえ読まれなくても、ぜんぶ書く」「PR、14の使命」を掲載しました。「PR、14の使命」では、今、PRにどうしても必要だと考える14の項目を示しています。

一方で、PRには携わる方の数だけ使命が存在すると考えています。そこで広告掲出と同時に、PR TIMESをご利用いただく企業、メディアの皆様からその使命を募集いたしました。「PRには〇〇がある。」を書き出しとして、8月24日から8月31日までに集まったPRの使命は404個にのぼり、皆様にとっての「PRとは何か」という問いへの答えを知ることができます。

<集まったPRの使命はすべてこちらに掲載しています>

<https://tayori.com/q/pr14-fyall>

「あなたが考える、PRの使命」の連動企画として、2020年10月1日には広報会議11月号の裏表紙への広告掲出を行い、今回のForbes JAPANへの広告掲出で第2弾となります。

広報会議11月号への広告掲出についてプレスリリースはこちら

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001024.000000112.html>

また、今回寄せられた全ての使命を収録した本を発刊し、企画に参加いただいた皆様へお届けするプロジェクトを進行しています。現在、最終校正作業を行っており、参加いただいた皆様へは2020年12月下旬の発刊とお届けを予定しています。



すべての使命掲載の本は現在校正作業中です。

「たとえ読まれなくても、ぜんぶ書く」「PR、14の使命」の企業広告

私たち PR TIMES が考える「PR とは何か」を改めて説明するために、自身への決意表明も込めて言葉にしたものが「PR、14の使命」です。2020年8月24日の日本経済新聞朝刊に掲載した PR TIMES の企業広告として、「たとえ読まれなくても、ぜんぶ書く」の言葉とともに表明しました。

(※参考)2020年8月24日日本経済新聞広告掲出プレスリリース

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001013.000000112.html>

PR、14の使命

- 1 PRには読まれなくても、ぜんぶ書く。
- 2 PRには読まれなくても、ぜんぶ書く。
- 3 PRには読まれなくても、ぜんぶ書く。
- 4 PRには読まれなくても、ぜんぶ書く。
- 5 PRには読まれなくても、ぜんぶ書く。
- 6 PRには読まれなくても、ぜんぶ書く。
- 7 PRには読まれなくても、ぜんぶ書く。
- 8 PRには読まれなくても、ぜんぶ書く。
- 9 PRには読まれなくても、ぜんぶ書く。
- 10 PRには読まれなくても、ぜんぶ書く。
- 11 PRには読まれなくても、ぜんぶ書く。
- 12 PRには読まれなくても、ぜんぶ書く。
- 13 PRには読まれなくても、ぜんぶ書く。
- 14 PRには読まれなくても、ぜんぶ書く。

PR TIMES

たとえ読まれなくても、ぜんぶ書く

どこかで誰かが考え、行動し、その結果、生まれた伝えたい何か。規模や、知名度や、予算や、場所や、時間は関係ない。どうしても伝わなければならないこと。そのすべてを、世の中に届けるためにPRは存在する。1人の孤独な情熱が、決してあきらめようとする覚悟が報われる瞬間を、できる限りつくっていくように。誰かの行動が、誰かを動かし、そして未来が動いていくように。情報は、秒ごとに大量に増え続け、流れ続けている。フェイク、スキャンダル、真実……。その境を慎重に、勇気を持って見極め、もっとも信頼できる情報だけを届けていかなければ、それでも情報格差は生まれる。それでも誤解は生まれる。それでも、信じる。1人でも多くの人に意味のある、必要な確かなものを届けられることを。誠実さや、使命感や、想いが報われることを。正しくあれ。今、この時代に、2020年、8月24日を生きている私たちに、PR TIMESが考えたPRへの問い。それを、すべて私たちPR TIMES自身に突きつけます。今、PRにどうしても必要だと考える14の項目を「PR、14の使命」としました。その基準で私たちは活動をしていきます。今日の、この新聞に掲載しています。ぜひ、読んでみてください。

PR TIMESをつくっている171人(2020.8.24現在)

PR TIMES

【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8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1万8000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/>