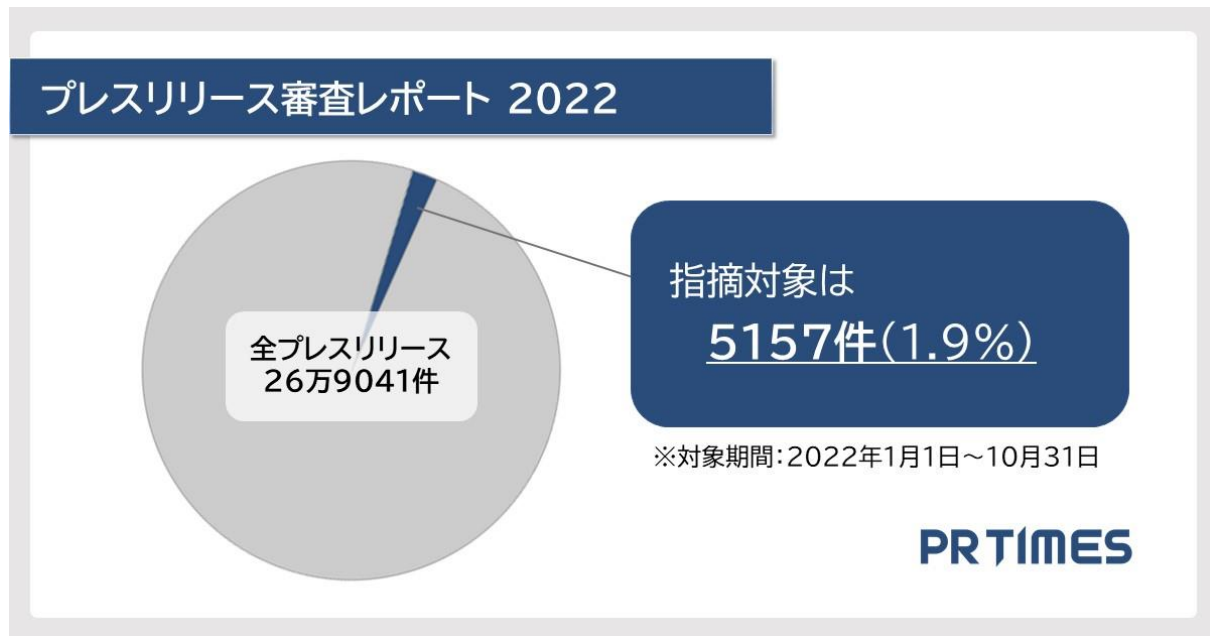


【PR TIMES 初公開】プレスリリース審査レポート 2022

指摘対象は 5157 件 (1.9%)、最多は「新規性の不足」

企業、メディア、生活者の皆さまにプレスリリースを安心して利活用いただくために



株式会社 PR TIMES（東京都港区、代表取締役：山口拓己、東証プライム：3922）は、運営するプレスリリース配信サービス「PR TIMES」において、2022年1月1日～10月31日の10カ月間にご利用企業が発表したプレスリリース計26万9041件を対象に、PR TIMES プレスリリース基準に基づいて日々実施している審査結果のレポートを、2022年12月12日（月）、当社として初めて公開いたします。

PR TIMES は、プレスリリースを発表する企業、受信して情報源とするメディア、転載するパートナーメディア、閲覧する生活者の皆さまが、安心してご利用いただけるよう、企業の利用登録とプレスリリース内容に審査基準（※）を設けています。企業登録審査・プレスリリース審査における基準の指摘割合、指摘内容やその分析について、当プレスリリースで発表いたします。

※PR TIMES プレスリリース基準：<https://tayori.com/q/prtimes-contents-guideline>

「PR TIMES」は利用企業数7万2000社超、国内上場企業の利用率が51%を超えるプレスリリース配信サービスです（2022年8月末時点の企業数と利用率）。「PR TIMES」では企業の発表情報（プレスリリース）をメディア向けに配信してニュースの情報源にさせていただくとともに、「PR TIMES」サイトおよびパートナーメディアに掲載し生活者にも最新の一次情報をタイムリーに閲覧・シェアいただいています。サイトアクセス数は月間6200万PV（ページビュー）を超えています。



対象期間：2022年1月1日～2022年10月31日

集計対象：PR TIMES プレスリリース 26万9041件

発表項目：2022年プレスリリース審査における基準の指摘割合、指摘内容やその分析、等

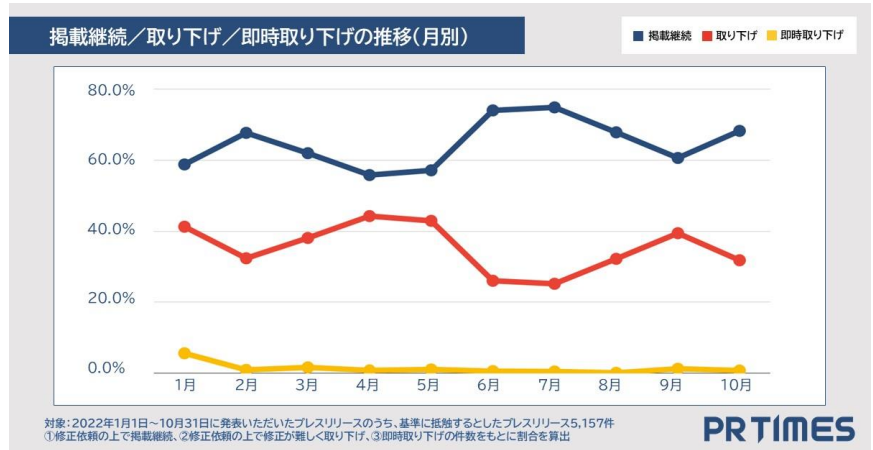
発表日：2022年12月12日

発表者：株式会社 PR TIMES カスタマーリレーションズ本部（審査部門）

PR TIMES：<https://prtimes.jp/>

2022 年は 5157 件、全体の 1.9%のプレスリリースに対し基準に関する指摘

当社では、「PR TIMES」で発表いただくすべてのプレスリリースを、審査を担うカスタマーレーションズ本部が、要確認キーワード自動抽出システムと社員による全件目視を組み合わせ、プレスリリース基準に照らし合わせて 1 件 1 件審査を行っています。2022 年 1 月～10 月にご利用企業が発表したプレスリリース計 26 万 9041 件のうち、全体の 1.9%にあたる 5157 件のプレスリリースに対して、基準に満たないとして指摘させていただきました。



■ “発表後”審査を続ける理由 ■

「PR TIMES」は、サービス開始以来変わらないコンセプトとして、企業の広報発表タイミングを優先し、ご利用企業が即時または時刻指定で新情報を発表できる仕様を採っています。発表内容の審査は、発表後速やかに行う体制を敷いています。(企業登録審査を通過した会員企業が随時発表できます。)

当社では、社会的な情報インフラを担う倫理観を持って、正しい情報が集まる場づくりに、運営者として継続して取り組まなければならないと考えています。そのため、審査はとても重要な工程と捉えています。しかし、もし仮に検閲を過剰に優先させて“発表前”審査を行うと、間違いを防ぎやすくなる一方で、可能性を持つ多くの発表を遅らせてしまうことになります。

PR 広報において、発表者が自ら開示タイミングを選べることは、非常に大切だと当社は考えます。そのため、即時発表できる機能を保持し続け、ご利用企業の可能性を優先し、発表後速やかに審査するという順序は、今後も変えない方針です。

不適切な内容を発見した場合には、速やかに内容訂正や削除など対処いたします。さらに内容や結果の重さ、再違反の可能性などを勘案してサービス利用停止などの措置をとることがあります。

「PR TIMES」では、全て発表後に内容を審査しており、基準に即して指摘する場合は、ご利用企業への修正依頼を基本としています。ご利用企業の修正が難しい場合は、確認の上、「PR TIMES」サイト上から取り下げを行います。修正の上で掲載継続となったプレスリリースは、指摘したプレスリリースのうちの 65.8%、取り下げとなったプレスリリースは 34.1%となりました。

一方で、法令抵触リスクが高い内容や、成年向け商品に関する内容など、生活者に重大な影響を与えかねないプレスリリースは、修正依頼を行わず、運営者判断で即時取り下げを決行する場合があります。即時取り下げを行ったプレスリリースは、60 件と、基準に関する指摘を行ったプレスリリースの 1.2%でした。

プレスリリース内容別では「新規性の不足」の指摘が最多

指摘した基準の内訳(上位)

新規性の不足	28.5%
最上級表現	17.2%
再告知	10.1%
法令に抵触しているリスクあり	7.5%
調査リリース(調査概要・調査期間の不足)	6.5%
メディア掲載情報の告知	5.9%
自社サイト等の更新情報	5.5%
発表主体が不明	5.1%

対象: 2022年1月1日～10月31日に配信いただいたプレスリリースのうち、基準に抵触するとして指摘したプレスリリース5,157件
指摘した基準を集計し、基準ごとの割合を算出。

基準について指摘したプレスリリースのうち、最も多かった指摘内容は全体の 28.5%を占める「新規性の不足」でした。次いで、「最上級表現」に関する指摘が 17.2%、既に配信済みの内容を時間を空けて再度配信する「再告知」が 10.1%と続きました。

◆「新規性の不足」

プレスリリースは、情報の即時性（実施後タイムリーに発信されていること）や新規性（これまで世に出ていなかった情報であること）が大切な要素になります。そのため、「PR TIMES」では、「プレスリリース内容から新規の具体的な企業活動や成果が読み取れないもの」や、「発表の契機（新サービスの開始、限定商品の発売、キャンペーンの開始等の企業活動）が発生してから 1 カ月以上を経過した内容」は、指摘の対象とし、発表の契機となった事実が 1 カ月以内に存在するか確認を行っています。

◆「最上級表現」「調査レポート（調査概要・調査期間の不足）」

「PR TIMES」は 2022 年 6 月 16 日に、調査リリースと最上級表現に関する基準を新設いたしました。調査リリースで必須とする調査概要の項目を追加、ならびに調査終了から発表までの期間を「1年以内」から「6 カ月以内」に変更いたしました。また、日本初や最安値等の最上級表現（最上級表示）については、客観的根拠の併記を必須といたしました。

これにより 6 月以降で当基準に関する指摘が急増し、「最上級表現」は全体で 2 番目に多い指摘という結果になりました。特に 7 月は「最上級表現」について 1 カ月間で計 290 件の指摘をさせていただいており、1 基準あたりの 1 カ月の指摘件数として 2022 年最多の結果となりました。指摘を行ったプレスリリース全体の件数としても、7 月は指摘件数が最も多い月となりました。

(*)調査リリース基準改定と最上級表現の基準新設について

<https://tayori.com/q/prtimes-contents-guideline/detail/309988/>

基準に満たないとして指摘したプレスリリース割合の推移(月別)



対象:2022年1月1日~10月31日に発表いただいた26万9041件のプレスリリース
全プレスリリースのうち、基準に満たないとして指摘したプレスリリースの件数をもとに割合を算出

PR TIMES

◆「法令に抵触しているリスクあり」

「PR TIMES」で発表いただくプレスリリースは、メディア・生活者のどなたでも参照できる公開情報（メディア限定公開情報を除く）であることから、ご利用企業の皆さまへ各種法令を遵守した上で発表をお願いしています。具体的に例えば、薬機法・景品表示法・医療広告ガイドラインなどの法令に抵触するリスクのある表現が含まれるプレスリリースについては、発表企業へ修正依頼の上、行政や弁護士など専門家への相談を促しています。

また、各種法令に抵触するリスクについて慎重かつ正確な判断が求められることから、当社は 2022 年 6 月に公益財団法人 広告審査協会に加盟いたしました。広告審査協会は、消費者に正確な生活情報としての広告を届けるために、新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、インターネットなどの媒体社から依頼を受けて広告審査を行う機関であり、法令の観点でも様々な判断事例を持っています。当社で判断に迷う際に意見を頂き、ご利用企業の皆さまの大切な情報が意図しない形で法令に抵触してしまったり、情報を活用いただくメディア・生活者の方に誤解を招く形で届いてしまわないよう、過去の判断事例も参考に審査を行っています。

新規企業登録時の見送り理由では「薬機法・景品表示法抵触のリスク」が全体の 4 割

「PR TIMES」の新規利用登録では、登録申請いただいた企業・団体・個人事業主の皆さまの企業情報や事業内容に基づき審査を行っています。2022 年 1 月 1 日～10 月 31 日の 10 カ月間で、企業登録申請を頂いたうち、254 件の申請を見送らせていただいています。見送り理由は、「薬機法／景品表示法に抵触するリスクが高いこと」が全体の約 40%を占めており、最も多い結果となりました。次いで、「医療法（医療広告ガイドライン）に違反するリスクが高いこと」が 18.8%と続き、見送り理由の半数以上が法令・ガイドラインで定められた広告表現規制への抵触リスクによるものとなっています。

企業登録審査は、登録申請いただいたお客様のコーポレートサイトや商品ページ、プレスリリース原稿などを元に行っています。例えば、薬機法（医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律）第 66 条では、「何人も、医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器又は再生医療等製品の名称、製造方法、効能、効果又は性能に関して、明示的であると暗示的であるとを問わず、虚偽又は誇大な記事を広告し、記述し、又は流布してはならない。」と定められており、このような条文も参照しながら判断を行っています。

大切な情報を適切に届けるために。PR TIMES 毎日勉強会の実施

PR TIMES では11月より平日毎日勉強会を開催しています。勉強会は曜日ごとにテーマが異なり、今回のレポートで最も多くの指摘の対象となった基準「新規性の不足」についても毎週火曜日の「配信機会編」でポイントをお伝えしています。また、「新規性の不足」の他、同じく基準抵触の多い「導入事例」に関する勉強会も毎週月曜日に実施しています。

ひとり広報で他に聞ける人がいない、急に広報担当としてプレスリリースを書かなければならなくなった方などが、適切なプレスリリースを発信できるようにサポートしています。

毎日勉強会詳細 URL : <https://tayori.com/q/prtimes-faq/category/39851/>



◆全テーマにご参加いただいたお客様からのコメント

【PR担当としてスタートダッシュを切ることができました】

株式会社ヌーラボ マーケティング部 PR担当 安立沙耶佳様

株式会社ヌーラボに人事担当として入社し、7年目を迎えようとした寸前にPR専任として異動することが決まりました。幸い人事担当とPR担当の連携が密な会社だったため、日頃からPR担当の仕事ぶりを近くで見えていました。しかし、改めて体系的なノウハウを学習する機会をいただいたことで知識を整理することができました。特に自社のプレスリリースを題材に具体的なアドバイスをいただいたことに感謝しています。今後も、日本でも有数のプレスリリースデータベースをお持ちの会社として、我々のPRのやり方・在り方についてご指導いただきたいです。



【実際メディア掲載されたリリースもわかる、ひとり広報の味方となる勉強会】

株式会社アクセルラボ セールス・マーケティンググループ 広報 濱口凧沙様

社内で一人で広報を担当しており、スキルアップのために参加しました。プレスを直接添削してもらえる貴重な機会もいただきました。弊社はBtoBtoCのビジネスモデルで、企業様への導入実績リリースを配信する機会が多くあります。他社がどのような導入実績リリースを配信しているのか、そしてどのような導入リリースであればメディアに注目されるかも理解でき、これから実践できそうだと思います。



◆法令遵守セミナー開催について

薬機法や景品表示法といった法令に関することは表現一つで違反にあたることもあり、その理解が難しく、意図せずに抵触してしまうこともあります。そこで、薬機法/景品表示法を理由に見送りとなった企業を主な対象として、その他にも知識を深めたい企業も参加できるかたちで、弁護士を招いた法令遵守セミナーを開催いたします。プレスリリースを発表する企業の適切な情報取り扱いをサポートし、そしてプレスリリースを活用するメディアや生活者に正確な情報を届けるため、適切な審査と発表企業のサポートに取り組んでまいります。(過去にも法令遵守セミナーの開催実績があります。)

〈実施予定のセミナーについて〉

参加方法などの詳細は決定次第、改めてご案内させていただきます。

1. 薬機法・景品表示法セミナー (2023年2月中旬頃予定、オンライン開催)

薬機法における医薬品等の広告規制、景品表示法における不当表示の禁止を中心に、プレスリリース内容と商品サイト等で留意したい項目を学ぶセミナーを実施いたします。

2. 最上級表現(最上級表示)セミナー (2023年3月上旬頃予定、オンライン開催)

日本初、業界No.1等の最上級表現を用いる際に、どのような表示をすることで情報の客観性を担保できるか、法令やガイドラインに基づいたセミナーを実施いたします。

PR TIMES プレスリリース基準について

プレスリリースは、自社を取り巻く多様で大切な存在に、自社の新たな企業活動を公に伝えるための情報です。当社は、「PR TIMES」で発表いただくすべてのプレスリリースに対し、「PR TIMES プレスリリース基準」に基づく内容の審査を発表後速やかに行っています。プレスリリースを発表する企業、受信して情報源とするメディア、転載するパートナーメディア、閲覧する生活者の皆さまが、安心してご利用いただけるよう、企業の利用登録とプレスリリース内容に審査基準を設けています。プレスリリース基準は、各種法令やガイドラインに則っている

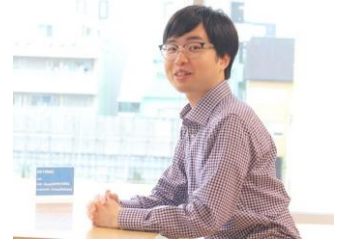
他、法改正や社会的状況も考慮し、最新の世情を反映するよう努めています。猥褻・暴力的な表現を含むプレスリリース等の発表、「発表の契機から1ヶ月以上を経過した内容」や「メディア掲載情報の告知」、「発表済み情報の再告知」等を配信いただけない内容と定めています。

<https://tayori.com/q/prtimes-contents-guideline/>

企業登録・プレスリリース内容審査担当より

株式会社 PR TIMES カスタマーレーションズ本部 審査プロセス担当 村上 伊周

「PR TIMES」をより多くの方にご利用いただく中で、プレスリリースの役割や表現方法も日々多様化しています。一方で、自社のサービスや社員の活躍をより多くの方に届けたいという、お客様の想いは変わることがありません。そんなお客様の想いを届け、お客様とメディア・生活者との間により良い関係性を「PR TIMES」から生み出せるよう、そしてプレスリリースを安心して利活用いただくという「PR TIMES」としてのサービスの責任を果たせるよう、お客様やプレスリリースをご覧になる皆さまのご意見を踏まえながら、審査基準の考察やご利用企業様へのご案内、サービスの運営により一層邁進してまいります。



株式会社 PR TIMES カスタマーレーションズ本部 審査プロセス担当 松田 昇子

「PR TIMES」では、ご利用企業の皆さまの想いがこもったプレスリリースを日々たくさんご配信いただいております。「お客様が想いを込めて書いたプレスリリースに、修正のお願いをする」ことには、心苦しい気持ちもあります。一方で、私たちは「PR TIMES」というプラットフォームを運営させていただいている立場として、配信元企業の皆さまはもちろん、プレスリリースをご覧いただくメディア・生活者の方にとっても安心してご活用いただけるサービスでありたいと思っています。プレスリリースをご配信いただくお客様の大切な情報や想いが、より適切なタイミング、そしてより正確な内容で、必要としている方のもとへ届くよう、今後も行動を続けてまいります。



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、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2022年8月に7万2000社を突破、国内上場企業51%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2万4000人超、サイトアクセス数は月間6200万PVを突破、配信プレスリリース件数は累計100万件を超えています。全国紙WEBサイト等含むパートナーメディア220媒体以上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
 - 広報・PRの効果測定サービス「Web クリップング」 (<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
 - 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
 - クラウド情報整理ツール「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、等

URL：<https://prtimes.co.jp/>