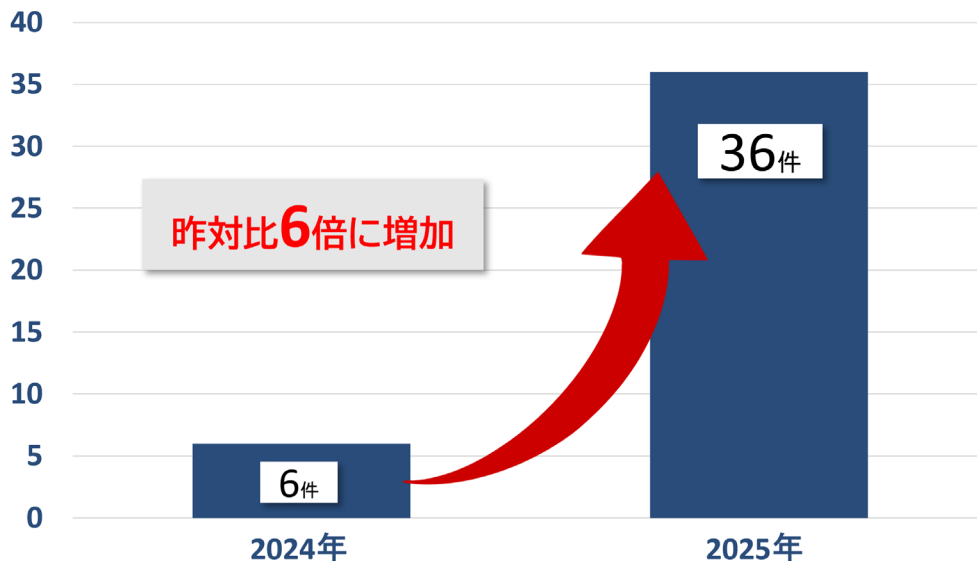


万博イヤー、“意図せぬ権利侵害”に昨対比 6 倍の審査連絡 PR TIMES 審査レポート 2025 発表

- 「最上級表現の根拠不足」が全体の 31.2%で最多。猛暑・夏休みなど夏季のニーズに乗じた審査連絡が増加傾向に -

「アンブッシュ・マーケティング」に抵触するリスクがある審査連絡件数 PR TIMES 審査レポート 2025

(単位: 件)



プレスリリース配信サービス「PR TIMES」において、2025年1月1日～10月31日の10カ月間に発信されたプレスリリース計38万2296件のうち、「アンブッシュ・マーケティング」に抵触するリスクがあるプレスリリースを算出。2024年と2025年の件数を年別比較しています。
※審査連絡件数: ご配信いただいたプレスリリースに対して編集のご相談や事実確認をおこなった件数

PR TIMES

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、2025 年 12 月 10 日(水)、運営するプレスリリース配信サービス「PR TIMES」において、2025 年 1 月 1 日～10 月 31 日の 10 カ月間に発信されたプレスリリース計 38 万 2296 件に対する「PR TIMES コンテンツ基準(*1)」に基づく審査結果のレポートを発表いたしました。プレスリリース審査における基準の審査連絡の割合・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（審査連絡：ご配信いただいたプレスリリースに対して編集のご相談や事実確認をおこなうこと）。

2025 年は「最上級表現の根拠不足」が最多（31.2%）の審査連絡の対象となりました。その他、大阪・関西万博の開催による社会的な機運の高まりもあり「アンブッシュ・マーケティング(*2)」への抵触リスクのあるプレスリリースが昨対比 6 倍に増加するなど 2025 年ならではの傾向が見える調査結果となりました。

(*1)PR TIMES コンテンツ基準：<https://tayori.com/q/prtimes-contents-guideline>

(*2)世界的な大会や著名なイベント・モノ・コトについて、公式スポンサーではない企業が、あたかも公式スポンサー、ライセンスであるかのように生活者に誤認させ、物販や集客をおこなうこと。

(ご参考)

アンブッシュ・マーケティングの基礎知識（PR TIMES MAGAZINE）：<https://prtimes.jp/magazine/ambush-marketing/>

※本プレスリリースにて『大阪・関西万博』の表記を用いる旨は、事前に公益社団法人 2025 年日本国際博覧会協会様に確認の上記載をしております。

【調査概要】

調査期間：2025 年 1 月 1 日～2025 年 10 月 31 日

調査主体：株式会社 PR TIMES 第一営業部サポートチーム プレスリリース審査部門

調査対象：PR TIMES プレスリリース 38 万 2296 件

調査方法：2025 年プレスリリース審査における基準に基づく審査連絡の割合、審査連絡の内容の分析、等

「最上級表現の根拠不足」が全体の 31.2% で最多。今年ならではの項目も

2025 年 1 月～10 月にかけて PR TIMES コンテンツ基準に則して審査連絡をしたプレスリリースのうち、最も多かった審査連絡の内容は根拠なく「No.1」や「業界初」といった最上級表現を謳う「**最上級表現の根拠不足**」で 31.2%。次いで、企業や団体の新しい活動を世に伝える大切な機会であるプレスリリースにおいて、新情報の記載が読み取れない「**新規性の不足**」に関する審査連絡が 19.2% となり、この 2 つが上位にあがる結果となりました。

昨年は「新規性の不足」が最多、次いで「最上級表現の根拠不足」に関する審査連絡が上位に来る結果でしたが、2025 年は上位 2 つの審査連絡の内容が入れ替わる結果となりました。この要因として最上級表現の根拠不足に関する審査連絡において、2025 年 6 月 1 日から改正労働安全衛生規則が施行され、職場における熱中症対策が義務付けられたことが後押しとなり、夏季のニーズに合わせた商品・サービスの企業発信が活発になったことが関連していると考えられます。

「最上級表現の根拠不足」による審査連絡が夏季に突出して増加傾向に

実際に最上級表現の根拠不足の対象プレスリリースを 2025 年 1 月～10 月に集計したところ、14.0% にあたる 149 件が 7 月に発表されたものでした（6 月 133 件、8 月が 111 件といずれも夏季に月平均 106 件を上回る傾向に）。猛暑や夏休みといった季節の商機に合わせた熱中症対策グッズ、かき氷・夏季限定のスイーツ、プールなどの大型アクティビティといった具体的な商品・イベントで「全国初」「業界初」などの最上級表現を使った集客を目的とした情報発信が増加したケースが見られました。

当社は「最上級表現の根拠不足」において、「No.1」や「業界初」といった広告表示に対する消費者庁の摘発が相次ぐ社会情勢を踏まえて、2022 年 6 月に前述した**最上級表現に関する基準**を新設しました。メディア、生活者に安心して情報をご活用いただくとともに、利用企業が摘発される事態を回避するため、プレスリリースにおいて「日本初」や「最安値」などの最上級表現を使用する際には客観的根拠の併記を必須としております。

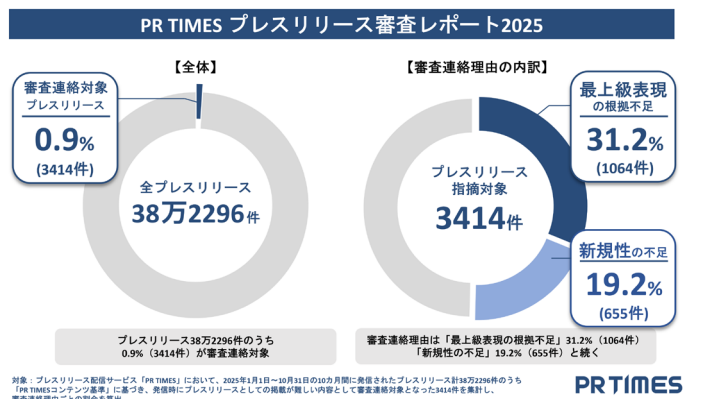
根拠例（1,2 のいずれかの記載を推奨）

1. 試験・調査による客観的結果

※自社調べである場合は、下記 3 点をご記入ください

自社調べである旨／調査年月／調査範囲（どの範囲における最上級か）

2. 専門家、専門家団体・専門機関の見解または学術文



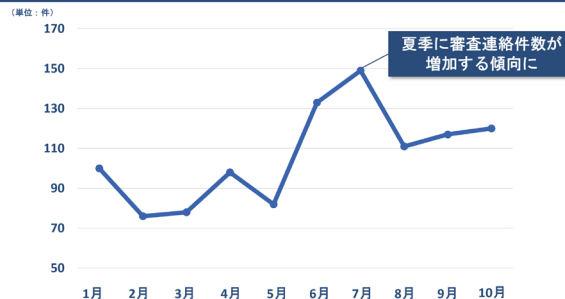
【審査連絡をおこなった基準の内訳（上位）】

最上級表現の根拠不足	31.2%
新規性の不足	19.2%
配信済み内容の再告知	15.4%
メディア掲載情報	8.8%
調査リリース（調査概要・調査期間の不足）	5.5%
第三者の権利侵害リスク（画像許諾・アンプッシュ・他社批判）	3.8%
法令抵触リスク	3.6%
インタビュー・コラム形式	3.5%

対象：プレスリリース配信サービス「PR TIMES」において、2025年1月1日～10月31日の10ヵ月間に発信されたプレスリリース計38万2296件のうち「PR TIMESコンテンツ基準」に基づき、発信時にプレスリリースとしての掲載が難しい内容として審査連絡対象となった3414件を集計し、基準ごとに審査連絡した件数の割合を算出。

PRTIMES

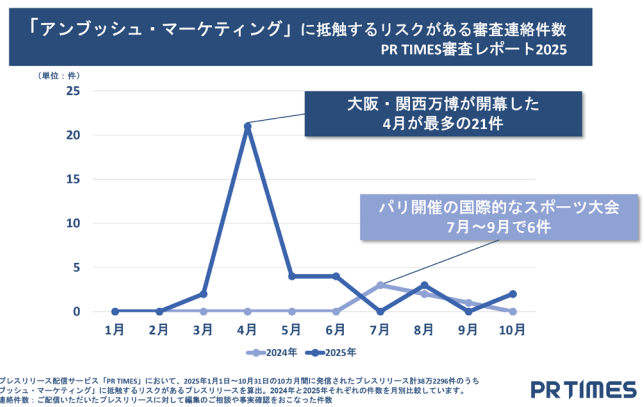
「最上級表現の根拠不足」による審査連絡件数（2025年1月～10月） PR TIMES審査レポート2025



万博イヤー、企業の”意図せぬ権利侵害”が前年比 6 倍に

当社は、世界的な大会や著名なイベント・モノ・コトについて、公式スポンサーではない企業が、あたかも公式スポンサー、ライセンシーであるかのように生活者に誤認させ、物販や集客をおこなうことを指す「**アンプッシュ・マ**

「アンブッシュ・マーケティング(*2)」に該当するリスクがあるプレスリリースにおいても審査連絡の対象としています。「アンブッシュ・マーケティング」についての知識がないために、意図せぬ権利侵害をしてしまっているケースも発生し得ると考えており、2025年に同基準で審査連絡の対象となったプレスリリースは全体で36件となりました（うち34件が大阪・関西万博の名称を用いたプレスリリース）。2024年は6件で、昨対比6倍に増加しています。昨年は6件すべてが、フランスのパリで開催された国際的なスポーツイベントに乗じた情報発信でした。



また、「アンブッシュ・マーケティング」に該当し得る理由で審査連絡をおこなったプレスリリースを、2025年月別に集計したところ4月の21件が最多となり、4月に開幕した大阪・関西万博の開催月に合わせた情報発信において「大阪・関西万博」の名称を用いて発表されたプレスリリースが増加傾向にありました。昨年にフランスのパリで開催された国際的なスポーツイベントに乗じた情報発信と比較しても、大阪・関西万博に乗じた情報発信の方が多く、自国開催のイベントであることも相まって、インバウンド需要を見据えた関西エリアの飲食店や宿泊施設が関連キャンペーンを実施するなど企業の情報発信が活発になることがわかりました。

このような「アンブッシュ・マーケティング」に該当するリスクのある情報は、正当な権利を持つスポンサーの権利を侵害する行為として、イベント主催者から厳しく制限されています。PR TIMESの審査では、イベント関連法規や不正競争防止法の観点から、誤認を招く恐れのあるプレスリリースを審査連絡の対象とし、プラットフォームの信頼性と中立性を維持しています。もしプレスリリース発信いただく際に、「アンブッシュ・マーケティング」に該当するかの判断がつかない場合など、ご不安な点があればサポートチームで発信前の原稿の確認をさせていただきますので、お気軽にお問合せください。

(*2)ご参考：アンブッシュ・マーケティングの基礎知識（PR TIMES MAGAZINE）

<https://prtimes.jp/magazine/ambush-marketing/>

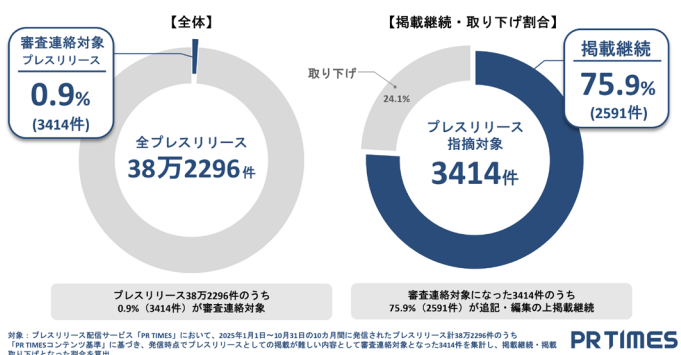
2025年は3414件、全体の0.9%のプレスリリースに対し基準に即して審査連絡

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、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、基準に即した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。発信いただいたプレスリリースは、審査を担う選任チームが、全件目視でコンテンツ基準に照らし合わせて1件1件審査をおこなっています。

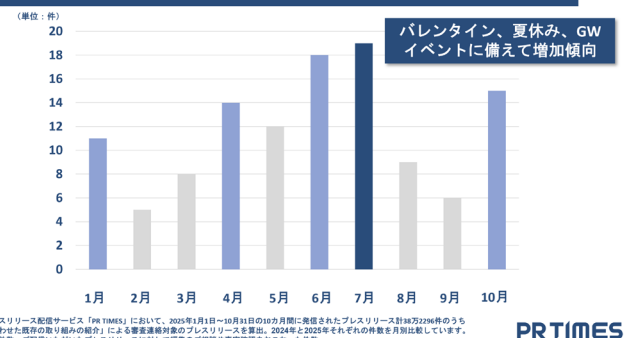
2025年1月～10月にご利用企業が発表したプレスリリース計38万2296件のうち、0.9%にあたる3414件のプレスリリースに対して、基準に即した審査連絡をさせていただきました。昨年は4032件（1.2%）に審査連絡をおこなっており、昨対比では減少傾向にあります。一方で、審査連絡の項目の内訳には一部変動が見られ、昨対比で増加している項目もございます。

例えば、「時節に合わせた既存の取り組みの紹介」については、2024年は56件、2025年は117件となり昨対比で約2倍の増加件数が見られました。月別に分析すると、バレンタインに向けた発信（1月）、GW（4月・5月）、ハロウィン（10月）といった特定のイベントや、梅雨・猛暑（6月・7月）といった季節のニーズに合わせて、新規公開情報を伴わない

審査連絡対象のプレスリリースにおける掲載継続・取り下げ割合



「時節に合わせた既存の取り組みの紹介」による審査連絡件数（2025年1月～10月） PR TIMES審査レポート2025



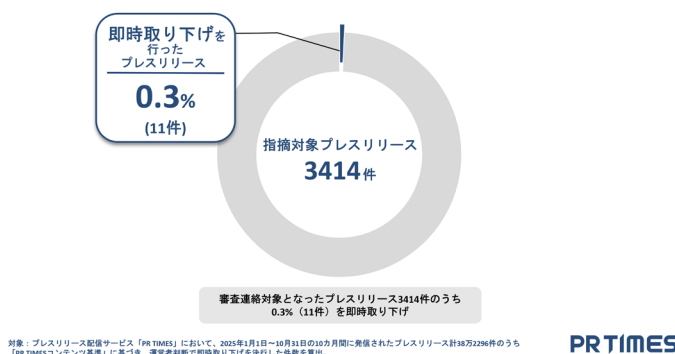
既存の製品・サービス情報を発信するケースが増加していることがわかります。

プレスリリースは、企業の事業活動における新たな取り組みや成果を伝える報道資料です。PR TIMES では、新規情報を伴わない形で、時節・時流のニーズに合わせて既存製品やサービス、会社情報などをプレスリリースとしてお知らせすることに制限を設けています(*3)。そのほかの項目としては、一度開催告知したイベント・キャンペーンなどの情報を再度告知する「配信済み内容の再告知」が2024年の430件から2025年の526件に、主な発信情報としてメディアに掲載された情報を告知する「メディア掲載情報」が2024年の268件から2025年の299件に、それぞれ増加したことがわかりました。

(*3) PR TIMES コンテンツ基準

「既存の製品・サービスについて」：<https://tayori.com/q/prtimes-contents-guideline/detail/391/>

運営者判断で即時取り下げを行ったプレスリリースの割合



審査連絡の対象となったプレスリリースの多くが発信元企業による追記や表現の変更により掲載継続となる一方で、法令抵触リスクがある内容や、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、審査連絡のフローを挟まず、運営者判断で即時取り下げを決定する場合があります。当社が不適切と判断するプレスリリースが伝播することを防ぐため、注意が必要なキーワードを含むプレスリリースは、キーワードを元に自動通知 bot によるアラートで発信後すぐに検知できるようにし、その後優先的に目視確認をおこなえるような体制を取っています。2025年に即時取り下げをおこなったプレスリリースは11件で、審査連絡の対象となったプレスリリースの0.3%でした。

“発表後”審査を続ける理由

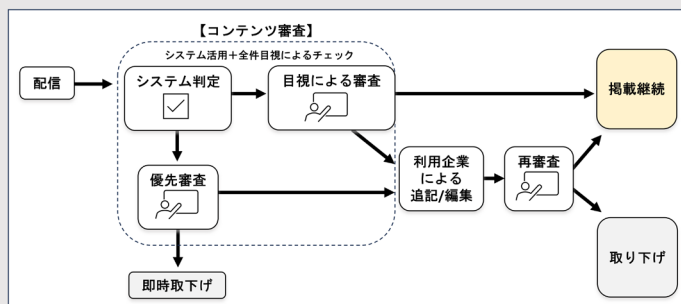
「PR TIMES」は、サービス開始以来変わらないコンセプトとして、企業の広報発表タイミングを優先し、ご利用企業が即時または時刻指定で新情報を発表できる仕様を採っています。発表内容の審査は、発表後速やかにおこなう体制を敷いています（企業登録審査を通過した会員企業が随時発表できます）。

当社では、社会的な情報インフラを担う倫理観を持って、メディア関係者の皆さまが報道資料として安心して活用でき、生活者の皆さまにとって信頼性の高い情報が集まるプラットフォーム運営に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”審査をおこなうと、プレスリリースとして適切ではない発表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。

広報・PR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。

プレスリリースとして適切ではない発表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。

【プレスリリースのコンテンツ審査フロー】



プレスリリース審査部門の取り組み

昨年の PR TIMES プレスリリース審査レポートを発表した2024年12月以降、当社ではプレスリリースのコンテンツ審査における専任チームを組成しました。現在進めている取り組みとして、審査連絡の対象となったプレスリリース発信元の企業に対し、企業の事業内容やご配信いただいたプレスリリースの情報をもとに、どのような内容であれば

プレスリリースとしてご配信いただけるのかをご案内の上、編集のご依頼をしています。
また、即時取下げや審査連絡に及ばない場合でも、報道資料としてよりメディアに活用されやすく、同時に生活者の皆さまに信頼性の高い情報として届けることを目的にプレスリリースに対して情報発信の明瞭性やニュース性に関する表現改善のご提案をおこなっています。

【今後の取り組み予定】

PR TIMES コンテンツ基準の一部アップデート

PR TIMES で日々数多くのプレスリリースをご配信いただくなかで、当社からの審査連絡のご案内が同一のお客様に継続的に発生してしまう事象もございます。

例えば、一度開催告知したイベント・キャンペーンなどの情報を集客目的等のために複数回案内する内容のプレスリリースの配信はご遠慮いただいております。同一のサービスや商品について複数回ご配信をいただく際に、「新規公開情報を含まない内容の配信」や「イベント等の開催のリマインド」といった具体的なケースにおいて、どのような場合に「同一内容の再告知(*4)」と見なされるのかなど、お客様が事前に判断できるよう、具体的な事例をもとに、一部のPR TIMES コンテンツ基準のアップデートを図ってまいります。

(*4) PR TIMES コンテンツ基準 「同一内容の再告知」

<https://tayori.com/q/prtimes-contents-guideline/detail/393/>

また、PR TIMES でご配信いただくお客様の中には広報専任でない方や、初めてプレスリリースに挑戦いただく方もいらっしゃいます。そのようなお客様にも安心してプレスリリースをご配信いただき、メディア関係者のみなさまにも円滑にコンテンツを活用いただけるような環境を、審査対応を通じて実現してまいります。

重要な審査基準の改訂やアンブッシュ・マーケティングを含め、時節やトレンドと絡めた情報発信にあたり特にご留意いただきたい審査事項につきましては、解説記事の作成やセミナーの開催、個別のご案内を通じて、より広く周知できるよう努めてまいります。

プレスリリース審査プロセス担当者のコメント

株式会社 PR TIMES 第一営業部 サポートチーム 宮宇地航生

審査連絡の対象となるプレスリリースは昨対比減少傾向にございますが、2025 年の世相を映した情報発信によって特定の項目での審査連絡も一定増加する傾向があることも今年新たにわかりました。お客様とメディア、その先にいる生活者を繋ぐプレスリリースがお客様の事業活動に貢献する一助となるよう今後も審査部門としても尽力いたします。誰もが有益な情報源として安心して閲覧でき、「PR TIMES で情報を探したい」「PR TIMES で情報を発表したい」と思えるプラットフォームを目指し、引き続きサービス運営及びプレスリリース審査体制・サポート体制の強化をおこなってまいります。



株式会社 PR TIMES について

【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、名証プレミア 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/>