

PR TIMES 年頭所感 2026「創造的な原点回帰」

- 上場から 10 年。これからの 10 年のはじまりに。 -



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・名証プレミア：3922）は 2026 年 1 月 1 日（元旦）、思想はコア・アイデンティティへと立ち返ると同時に、行動は常に再構築を繰り返していく決意を新たに、年頭所感「創造的な原点回帰」を宣言します。

PR TIMES 社員一同 年頭メッセージ「創造的な原点回帰」

当社は 2007 年の創業以来、18 期連続増収を続け、基幹事業のプレスリリース配信サービス「PR TIMES」ご利用企業数は 11 万 6000 社（2025 年 8 月末時点）を超えて広がっています。周辺 PR サービスも計画を上回り堅調に推移しており、SaaS 事業の「Jooto」「Tayori」は事業ポートフォリオの多角化へ前進しています。子会社グルコースの業績は成長を加速し、子会社 NAVICUS は V 字回復を果たしています。その中でも一部ニュースメディア事業は、成長率と収益性を鑑みて撤退しました。

今期は、2021 年に掲げた 5 年間の中期経営目標「Milestone 2025」の最終年度を迎えていますが、当時の営業利益目標を上回り、2025 年度通期業績予想は営業利益 36 億円へ上方修正しました（2025 年 10 月 14 日開示済み）。2016 年の上場から 10 年で、営業利益は 20 倍の水準に達しようとしています。

そして 2026 年を迎え、次の 5 年間に取り組む挑戦へと目を向ける時機が到来しました。これまで中期経営目標を掲げて走り抜けた過去 5 年間で出来たこと、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。2026 年の年頭にそれらを振り返り、決意を新たにします。

PR の民主化

どの地域や規模でも、自ら PR の力で事業を前進させ、働きがいを実感できる企業・人を増やせるよう、当社は理念を投影したサービスの実現と、ご利用企業の拡大を目指してきました。「PR TIMES を社会的な情報インフラにする」という目標を掲げて活動してきた 5 年間で、日本全国にまだまだ PR の力で変わり得るポテンシャルを秘めた企業が多いと、同時に PR TIMES 自身が誰にでも使いやすく認知されているサービスに未だ足りていない課題を、実感してきました。「PR を民主化させ、誰もが活用でき、その恩恵にあずかれる状態にすること」は当社の社会的使命であると信じており、機能面でも営業面でも広報面でも、改めて強く意識して前進させていくことが大切であると考えています。それは日本国内に留まらず、世界へとその輪を広げる野望も強く持ち続けています。

行動と一次情報の重要性

PR TIMES が集計した [2025 年企業発表キーワード急上昇ランキング](#)では、AI 関連ワードがトップ 3 を独占しました（1 位・AI、2 位・生成 AI、3 位・AI エージェント）。

以前から言われ続けてきた「AI 社会」が現実のものとなりつつあります。ビジネスにも暮らしにも、AI の社会実装が進み、議事録や報告書、自己対話やビジュアル生成などにおける活用が臨界点を超えた中で、以前にも増して、信頼できる情報源が自ら公表する「一次情報」の重要性は高まっています。誰でも簡単にコンテンツを生成できてしまう分、真偽の見極めが必要とされる中で、一次情報に対する信頼性と価値が相対的に高まり、さらにそこで発表される「何をしたか」という行動のファクトは、代え難い情報価値を帯びています。「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、当社はかねてより、世の中で働く人たちの判断や行動を支え、「行動者」が発する一次情報の重要性に着目して、事業を展開し続けてきました。今後も変化には応対しながらこの大切な軸を貫き、社会的使命の実現に邁進する所存です。

社会的責任と人間性の体現

2025 年 5 月には、[不正アクセスによる情報漏えいの可能性に関するお詫びとご報告](#)を公表し、多くのお客様と関係者の方々へ多大なるご迷惑とご心配をお掛けいたしました。

当社では、その後もお客様情報の不正利用などの事実は確認されておりませんが、企業を取り巻く状況としてサイバー攻撃がより複雑化し深刻化している今、安全性を高める努力を怠ることはできないと肝に銘じ、[再発防止策の導入](#)を優先的に進めております。

同時に、当社組織の構成員一人ひとりが、当社事業の本質を丁寧に理解し、その事業をつくる組織に求められる人間性を体現しようと努めることが重要であると、実感を強めています。機能がいかに向上したとしても、それを作り・担い・支える組織全体の人間力が伴わなければ、良いサービスにはなりません。既に当社が社会から任されていると信じる、社会的責任を果たすには、人間性を磨き続ける必要と危機意識、そして社員一人ひとりへの期待があり、それが行動に投影されるよう粘り強く学び合わなくてはなりません。

全ての事業やプロジェクトにまたがる太い幹として、これらの 3 つの原点へと立ち返りながら、そのアプローチは常に破壊と模索と再構築を繰り返し、その時々最善を目指して実践してまいります。



関西支社



福岡オフィス

PR TIMES 代表 山口拓己 2026 年 年頭の辞

みなさま、明けましておめでとうございます。

2025 年を振り返って

「混沌とした時代」「激動期」「歴史的な転換点」「百年に一度の危機」。今という時代を、そのような言葉で語られることに、私たちは少し慣れてきています。

しかし振り返れば、人類の歴史は常に変化の連続でした。安定しているように見える時代も、遠い後の時代から振り返って名づけられるものです。つまり私たちは、いつの時代も例外なく渦中を生きています。2025 年も、例外ではありませんでした。

世界を見渡せば、大国による急進的な政策実行に一喜一憂する状況が続き、国家間の力学は不安定さを増しました。とりわけ、地理的にも経済的にも距離の近い国や地域との緊張関係は、もはや抽象的な議論ではなく、私たちの暮らしや企業活動の前提として意識されるようになっていきます。地政学リスクは遠い



世界の出来事ではなく、現実のものとして強く認識される一年でした。先行きの見通しにくさは、日常の前提となりました。

国内では、日経平均株価が史上初めて 5 万円台に乗せ、上場来高値を更新する銘柄が相次ぎました。一方で、所得格差を示す「ジニ係数」は統計開始以来、過去最大となっています。賃上げは進みつつあるものの、物価高に追いつかず、実質賃金のマイナスが続きました。格差の拡大は、もはや統計上の数字にとどまらず、多くの人の生活実感として重くのしかかっています。

さらに、外国人を巡る問題が政治の主要なテーマとして語られる場面が増え、社会の分断が目に見える形で現れてきました。経済指標が示す成長と、人々が日々感じている現実との間に生じるずれは、放置すれば不信や疎外感を深めかねません。いま私たちは、そのずれにどう向き合うのかという問いを、真正面から突き付けられているように感じています。

こうした変化の只中で、AI をはじめとするテクノロジーの進化も加速しました。新しい技術や手法が次々と現れ、即効性や新規性をうたう言葉が、日常的に飛び交っています。しかし、その速さや派手さに身を委ねるだけで、物事が良い方向に進むわけではありません。

むしろ、AI の技術革新が進めば進むほど、人間にしか担えない価値とは何かが、よりはっきりと浮かび上がってきます。それは、将来実現したい社会の姿を思い描き、その思いを言葉にして伝え、社内外で共感を得ながら仲間を増やし、時間をかけて事を為していく力だと考えています。

思うような結果が出ない時間が続いたり、判断に迷い、立ち止まりたくなる局面に直面したときでも、そこで投げ出すのではなく、自分の力でやれることをすべてやり切る。本質を問い直し、皆で意見を交わしながら、より良い結果へとつなげていく。そうした一つひとつの積み重ねの中に、手応えや楽しさを見出しながら、個を磨き、組織として戦い、未来へとつなげていきます。人間には、そうしたしなやかで粘り強い力があることを、あらためて感じた一年でもありました。

2035 年に向けて

3 カ月後、当社は上場から 10 年を迎えます。

この間、私たちは二つの 5 カ年中期経営目標を掲げ、その財務目標を連続して達成し、営業利益は 10 年で 20 倍の成長に到達する見通しです。これは、日々サービスをご活用いただいているお客様やユーザーの皆様、そして長い時間をかけて当社を支えてくださった多くの関係者の存在なくしては、たどり着けませんでした。

そして何より、この歩みを現実のものとしてきたのは、ミッションである「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、簡単ではない判断や地道な改善を積み重ね、粘り強くコミットメントを果たしてきた社員一人ひとりの行動でした。私たちは、この結果を、過去の達成として称えるのではなく、次の挑戦を自ら選び取り、未来へ進むための現在地として受け止めています。

この挑戦権を得られたのは、私たち自身の努力だけで説明できるものではなく、偶然や環境、そして幸運にも恵まれてきたことを、あらためて静かに見つめ直す必要があります。自己満足や慢心に陥った瞬間から、停滞は静かに始まり、やがて取り返しのつかない衰退へとつながっていく。その兆しは、私たち自身の中にも、常に潜んでいるものだと感じています。そして、いま最も警戒すべきなのは、「正しい」と信じてきた成功体験に酔うことです。

停滞は、自己満足や慢心からだけで起こるわけではありません。むしろ、これまで成果を生んできた考えや方法を、そのまま延長すれば次も成長できると信じ込んでしまうことから、気づかぬうちに始まることがあります。

成長を続けていると、より高い数字やスピードを求める圧力を、自らの内側に生み出しかねません。本来は進む方向を定めるはずのミッションが、短期的な業績を追い求めるための免罪符になってしまう。そうしたズレが重なったとき、組織は知らず知らずのうちに規律を失っていきます。ミッションが存在意義や目的ではなく、後付けの理由になったとき、規律を失った成長は、やがて成長そのものを裏切ります。

私たちは、目先の成果に囚われることなく、何のために成長するのかを問うと同時に、どうあるべきかを問い直し、一人ひとりが謙虚に能力と人格を磨き合い、その積み重ねによって生まれる結束を、日々の判断に反映していく組

織へと、あらためて歩み出します。

次の5カ年の中期経営目標が、ここから始まります。

それは、上場から10年を経て、2035年という次の節目を見据えた中長期の時間軸における、前半5年の初年度にあたります。

10年という時間は、偶発的な大成功や一過性の追い風で乗り切れるほど、軽いものではありません。同時に、事業も組織も、まるで別物になるほどの変化をもたらし得るだけの長さがあります。だからこそ、2035年にどのような価値を社会に残す企業でありたいのかを見据え、その土台をつくる最初の5年を、私たちは極めて重要な期間だと位置づけています。

あらためて、2035年までに「PR TIMES」を社会的な情報インフラにしていきます。それは、日本国内にとどまらず、世界においても欠かせない存在となることを意味します。言語や慣習、市場の違いを越えて、行動者の情報が正しく届く。その基盤をつくることに、本気で挑みます。そのために、国内の延長線に安住するのではなく、長期的に世界で勝ち続けるための意思決定を、愚直に積み重ねていきます。短期的には負担に見える選択であっても、未来の競争力につながるのであれば、ためらわずに踏み出していきます。

同時に、PRの力によって、日本の「働きがい」を育む取り組みを、前へ進めていきます。

働くことが、ただ生活の糧である以前に、誇りや喜び、充実感と結びつく社会であってほしい。その思いは、理想論ではなく、分断や疎外感が生まれやすい今の時代だからこそ、より明確に求められているものだと考えています。

人の行動が広く伝わり、その背景や思いが共有されることで、仕事は単なる作業を超えた意味を持ち始めます。プレスリリースにとどまらず、PR全体を通じて関係性を育み、文章や写真だけでなく、動画や映像といったクリエイティブも活用しながら、行動の価値をより立体的に届けていく。その積み重ねが、誰かの勇気となり、次の行動を生む循環につながっていくと信じています。

そして、ビジネス向けSaaS事業である「Jooto」と「Tayori」は、それぞれが2035年に向けて、2025年時点の「PR TIMES」を超える存在を目指します。

それは、売上や利益の規模を競うという話ではありません。社会にどのような変化をもたらせるのか、そのインパクトの大きさにおいて、という意味です。数値はあくまで指標であり、目指す方向へ進むための道しるべだと考えています。

「Jooto」は、タスクやプロジェクトを管理するためのツールで終わるものではありません。現場で働く一人ひとりが、自らの仕事の全体像を理解し、何を優先すべきかを考え、チームとして前に進む。その判断の質を、日々の業務の中で支え続ける存在でありたいと考えています。目の前のタスクを完遂することに加えて、自分たちがどこへ向かっているのかを共有することで、仕事は作業ではなく、意義を伴った責任へと変わっていきます。

一方の「Tayori」は、単に問い合わせ対応を効率化するだけのツールではありません。顧客の声に向き合う最前線で、何が起きているのかを正しく受け止め、その声を次の改善につなげていく。その循環を支える基盤でありたいと考えています。寄せられる声の一つひとつには、期待や不満だけでなく、サービスをより良くしてほしいという意思が込められています。その意思をどう受け取り、どう活かすかが、企業への信頼を形づくっていきます。

JootoもTayoriも、共通して目指しているのは、現場で働く人たちの判断や行動を支え、仕事の質そのものを引き上げていくことです。効率を上げるための道具にとどまらず、迷いながらも考え、選び、前に進もうとする人たちの背中を支える。その覚悟をもって、次の成長に挑みます。

さらに、まだ形のない新たな事業にも、挑んでいきます。

ミッションに立ち返り、いま社会にとって本当に意味のある問いは何かを見極め、その問いに向き合い続ける中で、時間をかけて社会的に価値ある事業へと育てていく。そのための最初の一步を、ここから踏み出します。

私たちはいま、変化の渦中に身を置いています。

その現実から目を逸らさず、健全な危機感を持つこと。そして同時に、自ら道を切り開き、社会を前進させていく使命を引き受けることが、私たちに求められている姿勢だと考えています。

中期経営目標は、当社グループの英知を集めて定めた進むべき道であり、その達成に向けて力を尽くすことは、組織としての約束です。

私自身も、その先頭に立ちます。仲間とともに考え、ともに汗をかきながら、掲げる目標の達成に向けて、一歩ずつ前へ進んでいきます。

2026 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

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11万6000社を超え、国内上場企業の63%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2万8000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4万2000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（2025年8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」等により、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、名証プレミアム 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/>