

アーティストやギャラリーの活動を、メディアや新たなファンへ。 アート特化型 PR プラットフォーム「MARPH」正式ローンチ



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、アート特化型 PR プラットフォーム「MARPH（マープ）」を、2026年9月1日（火）に正式ローンチいたしました。

MARPH は、アーティストやギャラリーが展覧会や作品の情報を登録でき、プレスリリースを作成・配信できる PR サービスです。登録された情報は、MARPH を利用するアート関係者やアートに関心を持つ人が見ることができ、プレスリリースとして配信されたものはメディアにも届けられます。

2022年6月にβ版の提供を開始して以来、約100のギャラリー・アーティストにご参加いただき、実際の利用やフィードバックをもとに運営してきました。正式ローンチでは利用対象を広げるとともに、発信者自身も他の発信者をフォローして情報を受け取る機能を追加しています。

MARPH： <https://marph.com/>

アート現場からの一次情報を、業界内外へ届ける

個人で活動するアーティストや少人数で運営するギャラリーでは、展覧会の概要や作品の背景、取材時の連絡先などを、メディアが取材や記事制作の情報源として参照しやすい形に整理し、届けるための広報にリソースを割けない場合があります。

また、ギャラリーなどでは、開廊日や展示運営など業界特有の活動のリズムが重なりやすく、他の展示へ足を運んだり、日々の動きを把握したりする機会を持ちにくい事情があります。MARPH の運営を通じて、美術館からは「ギャラリーの情報を見る機会が少ない」、アーティストからは「ギャラリーやメディアに見つけてもらいにくい」といった話を聞くこともあります。



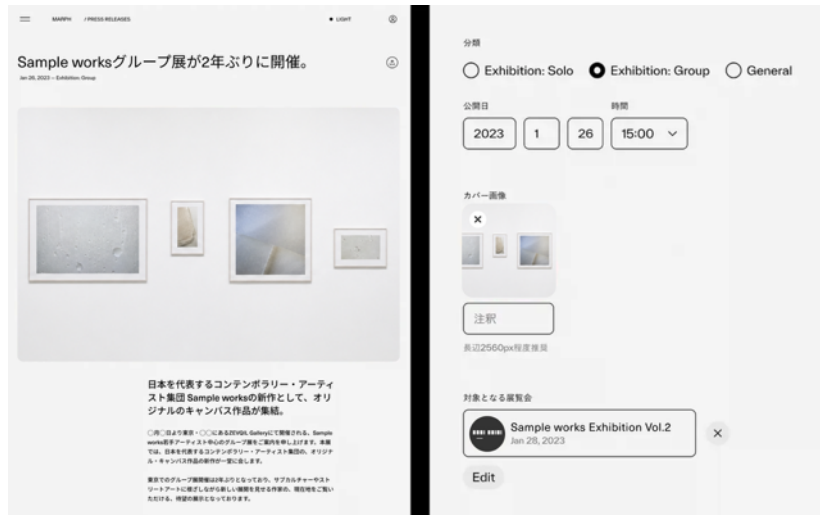
MARPH では、専用テンプレートの項目に沿って必要な情報を入力することで、プレスリリースを発信でき(*1)、アーティスト自身による作品や活動の紹介、ギャラリーによる展覧会の発表など、アートの現場からの一次情報が集まります。発信されたプレスリリースは、アートファンやアート関係者へ直接届けられるほか、メディアにも配信され、取材や記事を通じて生活者へ届く可能性があります。

(*12)プレスリリースの配信には5万円／1配信がかかります。

今回の正式ローンチでは、発信者自身が他の発信者をフォローし、情報を受け取れる機能を追加しました。ギャラリーなど発信する人が受け取る人にもなることで、展覧会や作品、プロジェクトなどの情報が業界内でも行き交い、互いの活動を知るきっかけが生まれます。

MARPH が提供する、4 つの発信体験

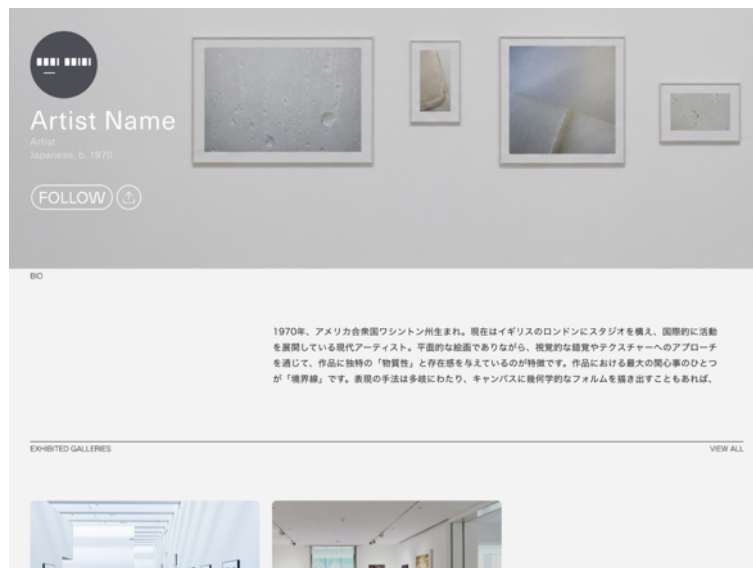
1. 広報経験や組織の規模を問わず、プレスリリースを作成・配信できる



MARPH には、展覧会、作品、アーティストプロフィールなど、アートの発信に必要な情報を入力するための専用テンプレートがあります。広報の経験がなくても、項目に沿って活動の背景や伝えたい内容を入力し、プレスリリースとして作成・配信できます。

個人で活動するアーティストや少人数で運営するギャラリー、美術館なども、組織の規模や広報担当者の有無を問わず利用できます。SNS のフォロワーだけでなく、メディアを通じて読者へ情報を届ける機会をつくれます。

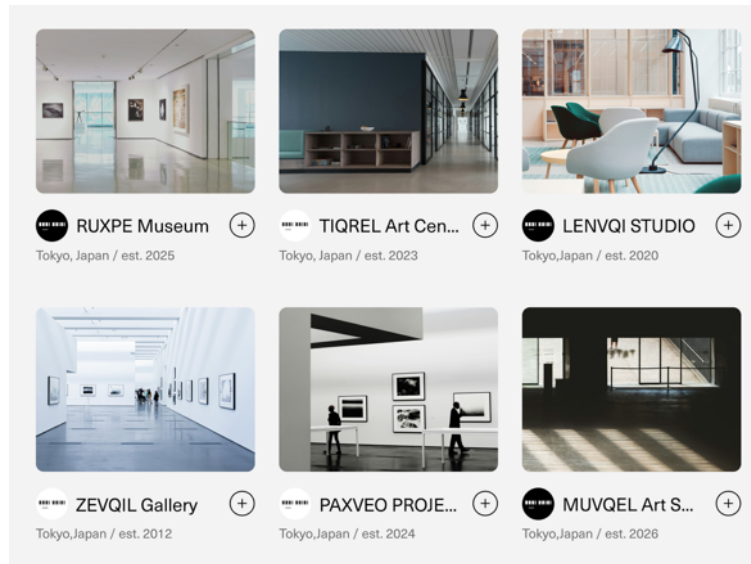
2. 展覧会・作品・プロフィールを、活動の記録として残せる



MARPH で登録した展覧会、作品、プロフィールは、それぞれ MARPH 上にオリジナルページとして蓄積されます。過去から現在までの活動をまとめて振り返ることができ、アーティストやギャラリーのポートフォリオとしても活用できます。

アートに関心を持つ人やメディアが、気になったアーティストやギャラリーのプロフィールと、これまでの展覧会や作品をまとめて確認できます。

3. 気になる発信者をフォローし、展覧会や活動の情報を受け取れる



MARPH にユーザー登録すると、気になるアーティストやギャラリーをフォローしてプレスリリースを受け取ったり(*2)、展覧会や作品をお気に入り登録したりできます。

今回の正式ローンチでは、ギャラリーやアーティストなどの発信者も、他の発信者をフォローして情報を受け取れるようになりました。発信者が受け手にもなることで、展覧会や作品、プロジェクトなど、互いの活動を継続して知るきっかけが生まれます。

(*2)プレスリリースの受信範囲は、「フォロー・お気に入りに関連するプレスリリースのみ受け取る」「すべての新着プレスリリースを受け取る」「受け取らない」から選択できます。

4. 配信して終わりではなく、メディアコミュニケーションまで対応



MARPH から発信されたプレスリリースは、アートと親和性の高い約 300 の配信先へ届けられます。アート専門メディアに加え、ファッションやカルチャーなどの周辺領域を扱うメディア、フリーランスの書き手にも直接届けます。

さらに MARPH は、発表内容との親和性を踏まえ、約 100 件のメディアへ個別にアプローチします。メディアごとの関心や企画との接点を考えながら、記事化や取材の検討につながるようコミュニケーションを行います。この個別アプローチは配信料金に含まれており、追加費用はかかりません。

※配信先数、個別アプローチ先および件数は随時アップデートし、変動する場合があります。特に個別アプローチ先は、発表内容との親和性を踏まえて選定します。記事化・掲載を保証するものではありません。

メディアに記事として取り上げられることで、アーティストやギャラリーの活動を知ってもらう機会が増え、来場や作品への関心、新たなファンやコレクターとの接点につながる可能性が広がります。

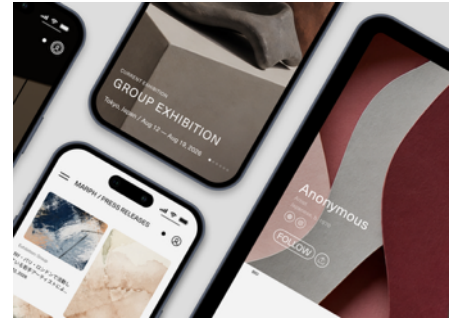
MARPH について

MARPH : <https://marph.com/>

「MARPH」は、アートに関わる人が、展覧会や作品、イベントなどの情報をプレスリリースとして作成・配信できる、アート特化型 PR プラットフォームです（対象：アーティスト、ギャラリー、美術館、アートフェアなど）。

ユーザー登録と発信者ページの利用は無料で、展覧会・作品・プロフィールを登録し、活動のアーカイブとして残せます。プレスリリースの配信時には、アートと親和性の高い配信先へ情報を届けるほか、内容に応じてメディアへの個別アプローチも行います。

β版の提供開始以降、参加者からのフィードバックを受けながら運営してきました。正式ローンチでは利用対象を広げ、発信者自身も他の発信者の情報を受け取れる機能を追加します。



担当者コメント

株式会社 PR TIMES MARPH 担当 富永 美沙

MARPH の担当として、届けた情報が誰かの次の行動につながったと知れる瞬間があります。MARPH で配信された情報をきっかけに展示へ足を運んだ方がいることや、ニュースレターを楽しみにしてくださる方、企画の参考にしてくださるメディアがいることを知り、まず情報に触れられることの大切さをあらためて感じました。

MARPH の運営を通じて、個人で活動するアーティストや少人数で運営するギャラリーが、制作や運営と並行しながら PR 活動に取り組み続けることの難しさも感じてきました。だからこそ、作品の発表やプロジェクトの始動、場づくりに込めた考えなど、活動のなかで生まれる情報を、継続して届けられる仕組みが大切だと考えています。

MARPH は、PR TIMES が大切にしてきた、行動する人の想いや活動を社会へ届ける姿勢を、アートの領域でも形にし、現場から生まれる一次情報が業界の内外を自然に行き交う場所を目指します。オンラインで情報に触れることが、作品や活動への関心、対話や取材、新しい企画や協働といった次の行動やリアルな出会いにつながる。そんなきっかけを一つずつ増やしていきたいです。

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、「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」の利用企業数は 12 万 9000 社を超え、国内上場企業の 65% 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 9000 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 6000 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 270 媒体以上にコンテンツを掲載しています（2026 年 5 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」、「STRAIGHT PRESS」等のニュースメディア事業で、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 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.com/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/>