

リリース検索から情報探索へ、文脈から広がる関連情報。 PR TIMES メディアユーザー向け機能を全面リニューアル

検索機能を拡充し、閲覧の動きや関心を手がかりに関連情報を提示する 4 種類の「おすすめ」を新設



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、東証プライム・名証プレミア：3922）は、2026 年 9 月 29 日（火）に、メディアユーザー向け管理画面の全面リニューアルを実施いたします。

今回のリニューアルでは、検索条件や並び順をこれまでより細かく指定できるよう検索機能を改善します。あわせて、PR TIMES 上で関心が高まり始めている出来事やトレンド、閲覧行動をもとにした関連情報を提示する「おすすめ機能」を新たに追加します。メディアの皆様が、ニュースや企画の素材となる一次情報にたどり着きやすく、そこから関連する企業・商品・サービス、取り組み、テーマへ探索を広げやすい管理画面を目指します。

メディアユーザー機能リニューアルの背景

現在、メディア関係者が一次情報に触れる経路は、メールや企業・団体からの案内、検索エンジン、SNS、AI ツール、取材先との関係など、多岐にわたります。企業のプレスリリースが集まる「PR TIMES」も、こうした多様な情報探索を構成する選択肢の一つです。

PR TIMES には、12 万 9000 社を超える企業・団体から配信された累計 300 万件超のプレスリリースが蓄積され、月間 7000 万 PV 超の閲覧があります。配信直後から多く読まれる情報もあれば、時間を経て閲覧数が伸び始める情報もあり、一つひとつの情報の動きは異なります。

行動者発の一次情報を、新たな情報や行動へ

PR TIMES は、ミッション「行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ」を掲げ、企業規模や知名度、広報スキルの高低にかかわらず、行動する一人ひとりが自ら情報を発信できる「PR の民主化」を目指して事業を展開してきました。

PR TIMES に集まるプレスリリースは、企業や団体の行動から生まれた事実や想いを、発信者自らの責任で公式に発表する一次情報です。生活者に直接読まれ、共有や会話につながることもあれば、取材や企画の端緒となり、ほかの情報と結びついて記事や番組として届けられることもあります。

PR TIMES が目指すのは、プレスリリースを通じて、そこに記された行動や想いが社会に届き、新たな情報や行動のきっかけとなることです。

蓄積と閲覧の動きを、探索の手がかりに

今回、蓄積されたプレスリリースとその閲覧の動きを、メディア関係者の皆様が一次情報を探索するための手がかりとして活用します。

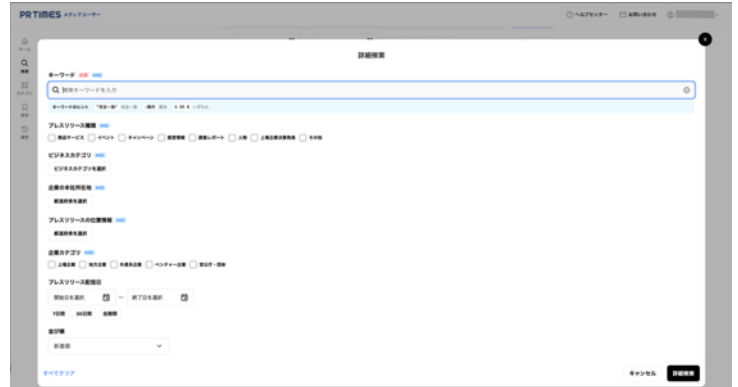
メディアユーザー向け管理画面では、取材や企画の目的に沿って一次情報を絞り込み、意図した情報を深く探せるよう検索機能を拡充します。あわせて、閲覧数の動き、利用者自身の閲覧履歴、プレスリリース同士の意味や文脈の近さから、関連する情報を提示する「おすすめ」機能を新設します。

検索によって意図した一次情報を深く探し、おすすめをきっかけに自らは検索していなかった情報へ探索を広げる。今回の全面リニューアルを、メディア関係者の皆様と一次情報との接点をより良くしていく第一歩とし、今後も実際の仕事や情報の使われ方への理解を深めながら改善を続けてまいります。

主なアップデート内容

1. 検索機能 | 条件を重ねながら必要な情報を絞り込み

キーワード検索機能では、スペース区切りによる AND 検索だけでなく、完全一致指定 ("")、除外指定 (-)、OR 検索 (A OR B) にも対応します。また、プレスリリース種類、ビジネスカテゴリ、企業の本社所在地、プレスリリースの位置情報、企業カテゴリ、配信日の範囲など複数の条件を組み合わせるほか、新着順・古い順・PV 数順で表示を並び替えられるようになります。また、検索結果では一致したキーワードをハイライト表示します。



検索機能一覧

項目	リニューアル後	リニューアル前
キーワード検索	AND 検索（スペース）、完全一致（""）、除外（-）、OR 検索（A OR B）に対応	単純なワード検索
絞り込み条件	プレスリリース種類、ビジネスカテゴリ、企業の本社所在地、プレスリリースの位置情報、企業カテゴリ、配信日の範囲を組み合わせる検索	未対応
並び順	新着順／古い順／PV 数順 から選択	未対応
ハイライト	一致キーワードを結果内でハイライト表示	未対応

例えば、「コスメ」と検索した後に「韓国」を追加して対象をさらに絞り込み、プレスリリースの種類を「商品サービス」「キャンペーン」に指定し、配信期間を過去 30 日間に設定したうえで、PV 数順に並び順を変更します。これにより、直近 30 日間に配信された韓国コスメに関する商品・サービスやキャンペーンのプレスリリースを、PR TIMES 上で注目を集めている順に確認できます。検索語や条件を追加・除外しながら、目的に応じてプレスリリースを探索できるようになります。

2. おすすめ機能 | 注目情報と一人ひとりの関心をふまえた情報を提示

新設する「おすすめ機能」では、PR TIMES 上の閲覧状況や、ユーザー自身の閲覧履歴、プレスリリース同士の意味や文脈の近さなど、異なる手がかりから関連情報を提示します。おすすめには、その情報が表示された理由を示すバッジを付けます。ユーザーは、なぜそのプレスリリースが提示されているのかを確認したうえで、次に見る情報を判断できます。

(1) いま多く読まれています

PR TIMES 上で、直近 3 時間に多く閲覧されている新着プレスリリースを表示します。リアルタイムで多くの人が接している情報を確認できます。

(2) 閲覧数が急増中

配信後、一定時間が経過してから閲覧数が伸び始めたプレスリリースを表示します。配信直後の閲覧数だけでは捉えられない、時間を経て起きた閲覧の変化に対応し、社会の動きなどに伴い、閲覧数が伸び始めた旬な情報を捉えることができます。

(3) 閲覧履歴からおすすめ

過去 30 日間のユーザーの閲覧行動をもとに、一人ひとりの関心に近いプレスリリースを表示します。過去に閲覧した 1 件のプレスリリースに似た情報を表示するのではなく、これまでの閲覧行動から捉えた関心に近いテーマや情報を確認できます。

「閲覧履歴からおすすめ」バッジをクリックすると、過去に閲覧したどのプレスリリースが提示の手がかりとなったのかを確認できます。

(4) 直前の閲覧に関連

直近 1 時間以内に最後に閲覧したプレスリリースと、意味や文脈が近い情報を 3 件表示します。直前に確認した情報を起点に、関連する企業や取り組み、周辺のテーマへ探索を広げられます。

おすすめのロジック

おすすめ機能では、プレスリリース同士の意味や文脈の近さと、利用者自身の閲覧行動を、それぞれ異なる情報探索の手がかりとして用います。

単語の一致だけでなく、意味や文脈の近さを手がかりに

プレスリリース同士の関連性を算出する際には、埋め込みベクトルという技術を活用します。これにより、同じ単語が含まれているかどうかだけでなく、文章全体の意味や文脈の近さを、関連情報を提示するための手がかりにできます。

各プレスリリースの文章を、1536 個の数値からなる「埋め込みベクトル」に変換し、ベクトル間の距離から意味や文脈の近さを算出します。同じ単語が含まれているかどうかだけでなく、文章全体の関連性を、おすすめする情報を選ぶ手がかりにします。

具体的には、「資金調達」と「増資」といった異なる言葉であっても意味的な近接性を識別できる一方で、同じ「AI」という単語を含んでいても「フィジカル AI」と「AI エージェント」の違いや、配信元企業や目的・背景による文脈の差まで把握します。

閲覧行動を、関心に関連する情報を提示する手がかりに

「閲覧履歴からおすすめ」では、過去 30 日間の閲覧時間、読了度、閲覧頻度、閲覧時期などを手がかりにします。一つのプレスリリースを閲覧したという事実だけで関連情報を決めるのではなく、複数の閲覧行動をもとに、利用者が継続して確認しているテーマとの関連性を算出します。これにより、過去の閲覧内容と意味や文脈が近い一次情報を提示します。例えば、昨日 10 分間かけて最後まで精読・再読されたプレスリリースは、1 週間前に一度だけクリックされたプレスリリースよりも高い関心を示す行動データとして評価・学習されます。こうした行動ログの積み重



ねにより、ユーザーが継続的に関心を寄せるテーマや複数の閲覧行動に共通する潜在的な関心領域を精度高く捉えることが可能となります。

なお、おすすめ機能は利用者に代わって情報の重要性を判断するものではありません。提示理由をバッジで明らかにし、利用者自身が情報を確認し、次の探索を判断できる設計としています。

他のアップデート内容

プレスリリース受信設定 | 届くプレスリリース件数を事前に確認可能に

キーワードやビジネスカテゴリ、プレスリリース種類などの条件ごとに、直近 1 週間の配信件数を表示します。受信設定を保存する前に受信量の目安を確認できるため、想定より通知が多い、または少ないといった設定後の差を減らせます。

フォロー中 | 表示された理由を確認可能に

「フォロー」している企業からのプレスリリースや、「プレスリリース受信設定」で設定した条件に合致した情報を表示します。その情報が、フォロー中の企業から配信されたものなのか、受信設定のどの条件に合致したものなのかを確認できます。また、ビジネスカテゴリ、位置情報、配信期間などの条件を組み合わせ、表示するプレスリリースを絞り込みます。

プレスリリース受信設定

この設定で受け取るプレスリリース（過去1週間・概算）

約683 件/週

平日1日あたり 約197件

数値は過去1週間の該当件数です。

キーワード

企業が配信時に設定したキーワードタグに一致するリリースを受け取ります。

キーワードを入力（例：再生可能エネルギー）

追加

選択中 2件 [すべて解除](#)

Taylori 2 X MARPH 1 X

ビジネスカテゴリ

興味のある分野を選択するとフォローに表示されます。

[ビジネスカテゴリを追加](#)

選択中 1件 [すべて解除](#)

広告・宣伝・PR 574 X

おすすめ フォロー中 全ての配信

絞り込み

フォローした企業とプレスリリース受信設定に合致するプレスリリースが表示されます

株式会社PR TIMES

2026.08.31 15:30

AI時代、カスタマーサポートはどう変わる？Tayloriが動画コンテンツの配信を開始

サポートDX、FAQをテーマにした対談動画2本を公開。Taylori Blogもリニューアル

フォロー企業 キーワード一致: Taylori

株式会社PR TIMES

2026.08.28 15:30

SpaceX・Google・Facebook元コミュニケーション責任者が日本初講演！AI時代の広報のあり方は？PR TIMESカレッジ開催決定

10/8-9開催。全国5都市&オンライン配信！PR TIMES利用企業を無料で招待

フォロー企業 カテゴリ一致: 広告・宣伝・PR

株式会社PR TIMES

2026.07.06 11:30

セタの東京ソラマチに「星空のキューブ」が出現。初日から100人以上が参加、願いを流れ星に！地上の星プロジェクト

「地上の星プロジェクト」発イベント「星に願いを、企業に願いを。」、7月8日まで開催中

フォロー企業

開発担当者より

株式会社 PR TIMES プロダクトグループ Lim Yeonhyung

今回のリニューアルに向けて、実際にさまざまなメディアの皆様とお話しする機会がありました。媒体や担当領域、情報の探し方は一人ひとり異なりますが、読者や視聴者にとって価値のある情報を届けたいという思いは、皆様に共通しているように感じました。その熱量に触れ、私自身も強く心を動かされました。

また、メールで行っている確認や取捨選択を、管理画面上でもっと効率よくできる余地があることや、機能の存在や使い方が伝わることで、日々の情報収集に活用いただける場面が広がることも見えてきました。

今回のリニューアルでは、メディアユーザー向け管理画面で、受信した情報の確認に加え、必要な一次情報を探し、そこから関連する企業やテーマ、出来事へ探索を広げられるよう、機能を強化しました。検索で意図した情報にたどり着きやすくとともに、おすすめから新しい情報に気づける入口をつくっています。

一方で、情報収集はそれ自体が目的ではなく、その先の取材や企画、発信につながっていくものだと考えています。今回のリニューアルで、目指す情報探索のすべてを実現できたとは考えていません。今後は、管理画面上で見つけた情報から次の取材連絡や行動へ進みやすくすることも含め、情報収集の先にある仕事の流れまで見据えていきたいと考えています。

企業や団体が自ら発信する一次情報と、読者や視聴者に価値ある情報を届けようとするメディア関係者の皆様をつなぐ存在を目指し、これからも直接お話しする機会を増やし、仕事や使い方を教えていただきながら、改善を重ねていきます。



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、「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 300 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。



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、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：東京都港区虎ノ門 1-17-1 虎ノ門ヒルズビジネスタワー 28F

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（一般提供は 2027 年 7 月 31 日をもって終了予定）
 - 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/>