

2016年9月9日
ピクスタ株式会社

1500万点超の画像素材でプレスリリースにビジュアル革命！ PR TIMES とピクスタが業務提携

プレスリリース配信サービス「PR TIMES」で、ストックフォトサービス「PIXTA」の素材利用が可能に。
広報活動における画像活用セミナーも共催。

写真・イラスト・動画素材のマーケットプレイス「PIXTA(ピクスタ)」(<https://pixta.jp>)を運営するピクスタ株式会社(東京都渋谷区 代表取締役社長:古俣大介、東証マザーズ:3416)と、プレスリリース配信サービス「PR TIMES」(<http://prtimes.jp/>)を運営する株式会社 PR TIMES(所在地:東京都港区、代表取締役:山口拓己、東証マザーズ:3922)は、企業が広報活動を行う際のビジュアル活用を推進していくことを目的に、業務提携を行います。



【トピックス】

- ・画像の有無でプレスリリース読了率は2.4倍の差(PR TIMES 調査)、読み物として成立させることがカギ
- ・広報オフィシャル画像を用意できない時も、PR TIMES 会員企業は「PIXTA」画像を追加料金なしで PR TIMES リリースに使用可能
- ・広報担当者向けの画像活用セミナーを共催、デジタル PR におけるビジュアル活用術を提案

2016年9月9日(金)より、「PR TIMES」企業会員は、プレスリリース登録画面の「画像ファイルをアップロード」メニューより、「PIXTA」の膨大な画像素材(素材総数 1930万点超のうち今回の連携で利用可能な1500万点超)の中からキーワード検索して選んだ素材を、追加料金なしでプレスリリースへ自由に配置することができます。

同時に、配信されたプレスリリースから、ワンクリックで使用した画像素材の購入・使用が可能になります。

また2016年10月には、広報担当者向けの画像活用セミナーをPR TIMES とピクスタで共催することを予定しております。



■ 業務提携の背景

インターネットによって情報量が爆発的に増加し、SNS の発展と共に、企業は自社の情報を直接、生活者に伝えることが可能になりました。また生活者も、直接企業から情報を得る機会が増え、自らもブログや SNS 等で情報発信をするようになっていきます。

これにより、プレスリリースも、従来のマスメディアを対象とした報道資料としてだけでなく、生活者が直接接触する一次情報の役割も果たすようになり、プレスリリースをいかに多くの目に留めてもらうかが、企業広報担当者の課題になっていました。

インターネット時代において、人々の目に留まる情報とは、ビジュアルを活用した読み物となる Web コンテンツを成立する方法が有効です。(証跡データは後述。)

一方で、従来よりプレスリリースにはビジュアル素材が必要だと知りながらも、発表内容や準備期間によっては十分なビジュアル素材を用意できないという広報担当社の悩みがありました。またプレスリリースを元に情報を発信する側も、情報とマッチしたビジュアル素材を用意する手間がありました。

このことから、企業の広報担当者がオフィシャル画像が用意できない時でも簡単にプレスリリースにビジュアル素材を利用でき、プレスリリースを受け取った側も記事作成に必要なビジュアル素材へワンクリックでたどり着ける仕組みを構築するべく、国内最大級のストックフォトサイト「PIXTA」と配信シェア No.1(※1)のプレスリリース配信サービス「PR TIMES」が提携する運びとなりました。

今後は、PIXTA と PR TIMES でセミナーも共催し、ソーシャルコミュニケーション時代にマッチした広報業務におけるビジュアル活用を後押ししてまいります。

※1… 国内有料プレスリリース配信サービスにおける配信本数シェア No.1。2015 年(2015 年 1 月 1 日～12 月 31 日)の年間配信本数比較による(PR TIMES 社調べ)。



生活者もインターネットで企業が発信する情報を取得し、発信する時代になっています。(イメージ画像: [PIXTA](#) / [monzenmachi](#))

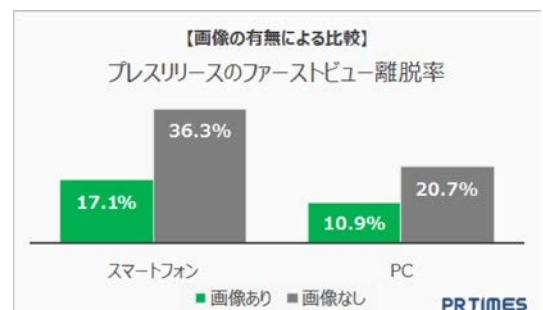
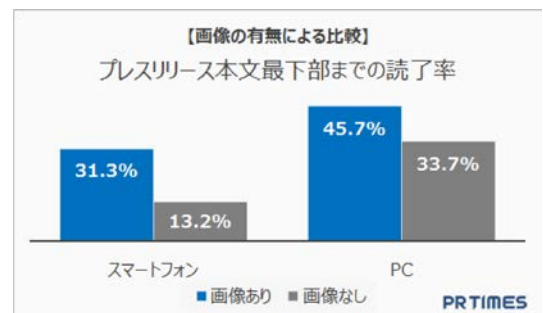
■ 画像の有無で読了率は 2.4 倍の差

企業が報道機関向けに発表する資料(プレスリリース)を Web 掲載する「PR TIMES」(月間 666 万 PV/2016 年 8 月実績、アクセス比率はモバイル:PC=7:3)において、画像有りの記事ページと画像無しの記事ページのアクセス解析(※2)を行ったところ、本文最下部までの読了率はスマートフォンで約 2.4 倍、PC で約 1.4 倍、画像有りのほうが良い結果となりました。

また、ファーストビュー(Web ページを開いて最初に表示される領域)での離脱率を比較したところ、スマートフォンで 2.1 倍、PC で 1.9 倍、画像有りのほうが離脱しにくい結果となりました。

この結果からも、画像を活用することでコンテンツの伝達力が増すことは明らかです。

※2… 同一カテゴリの PR TIMES プレスリリースページにおいて画像有りと画像無しのパターン別に平均値を算出して比較。(対象期間は 2016 年 8 月 1 日～8 月 30 日。PR TIMES 社調べ。)

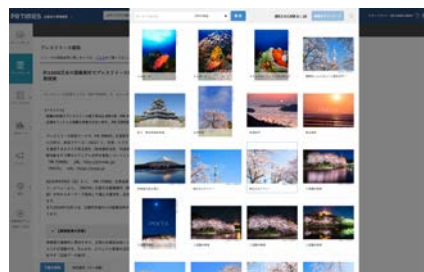


■ PR TIMES と PIXTA の連携

2016年9月9日(金)より、「PR TIMES」企業会員は、プレスリリース登録画面の「画像ファイルをアップロード」メニューより、「PIXTA」の膨大な画像素材(素材総数 1930 万点超のうち今回の連携で利用可能な 1500 万点超)の中からキーワード検索して選んだ素材を、追加料金なしでプレスリリースへ自由自在に配置することができます。

《プレスリリースへの画像挿入の仕方》

- ①「画像ファイルをアップロード」メニューより、「PIXTA から画像を探す」を選択
- ②表示される「PIXTA 画像検索画面」で 下記いずれかの方法で希望画像を選択します。
(a)キーワード入力 (b)カテゴリ選択 (c)キーワード入力+カテゴリ選択
- ③選んだ画像を管理画面にアップロードすれば、プレスリリース本文へ好きな大きさと好きな位置に画像を配置することができます。



プレスリリースに使用した「PIXTA」画像は、プレスリリース配信メール、PR TIMES プレスリリース Web ページ、PR TIMES パートナーメディア掲載 Web ページにて掲載されます。

同画像を PR TIMES 以外(コーポレートサイトやその他の用途)で掲載・利用したい場合でも、PIXTA サイトで購入すれば利用が可能です。PR TIMES 上で選択した画像からワンクリックで「PIXTA」サイトの画像素材ページに移動できるため、いちから画像を探す手間がかかりません。

同様に、プレスリリースを受け取ったメディア記者や個人ユーザーが、執筆記事に掲載する際も、プレスリリース内のリンクから直接使用した画像素材ページに移動し、「PIXTA」サイトから購入して使用することができます。

《プレスリリースから画像取得方法》

- ① プレスリリースに挿入されている画像リンクをクリック
- ② 「PIXTA」サイトの同画像素材ページで必要なサイズを選択してカートに追加
- ③ 決済方法を選択し、決済完了後にダウンロード
※決済・ダウンロードには PIXTA の会員登録(無料)が必要です。



【広報担当者向けの画像活用セミナー】

2016年10月には、広報担当者向けの画像活用セミナーを PR TIMES とピクスタで共催する予定です。広報活動やコンテンツマーケティングにおいて、画像使用に関する知見を得ることや、画像活用術を知ることが、重要です。PR TIMES とピクスタは当セミナーを通じて、広報 PR 活動におけるビジュアル活用を後押ししてまいります。詳細は別途お知らせいたします。

講演テーマ: 広報活動における画像活用

開催時期: 2016年10月予定

会場・参加費等: 後日ご案内いたします。

■株式会社 PR TIMES / 会社概要

■PR TIMES

URL: <http://prtimes.jp/>

国内上場企業 28%超が利用し、利用企業総数は 14,000 社を超える、配信シェア国内 No.1(※1)のプレスリリース配信サービス。利用企業業種はサービス業、情報通信業、商業、製造業など多岐にわたり、サイト月間 PV は 666 万 PV(Google アナリティクス調べ)。数多くの優良企業のプレスリリースが集まる PR TIMES は、メディア関係者からの注目度もますます高まっています。(運営:PR TIMES)

※1… 国内有料プレスリリース配信サービスにおける配信本数シェア No.1。2015 年(2015 年 1 月 1 日 ~ 12 月 31 日)の年間配信本数比較による(PR TIMES 社調べ)。

■株式会社 PR TIMES

会社名 : 株式会社 PR TIMES(東証マザーズ 証券コード:3922)

所在地 : 東京都港区南青山 2-27-25 オリックス南青山ビル 3F

設立 : 2005 年 12 月

代表取締役 : 山口 拓己

URL : <http://prtimes.co.jp/>

事業内容 :

プレスリリース配信サービス「PR TIMES」(<http://prtimes.jp/>)の運営

オンライン上で話題化を図るデジタル PR の戦略立案・実施

WEB クリップサービス(<http://webclipping.jp/>)の提供

ソーシャルメディアユーザーのためのモニターサービス「conecc」(<https://conecc.jp/>)の運営

ブログマーケティングサービス「ブログタイムズ」(<https://blogtimes.jp/>)の運営

カスタマーリレーションサービス「Tayori」(<http://tayori.com/>)の運営

■ピクスタ株式会社 / 会社概要

■PIXTA

(日本語版) <https://pixta.jp>

(英語版) <https://www.pixtastock.com>

(中国語簡体字版) <https://cn.pixtastock.com>

(中国語繁体字版) <https://tw.pixtastock.com>

(タイ語版) <https://th.pixtastock.com>

* 決済対応通貨: 日本円、USドル、台湾ドル、タイバーツ、香港ドル、シンガポールドル

「個人が生み出すオンリーワン」を支援したいという想いから、2005 年 8 月に創業。誰もが参加できるフラットな投稿スタイルで、高品質・低価格な写真・イラスト・動画のストック素材をインターネット上で売買できるデジタル素材のマーケットプレイス「PIXTA」(ピクスタ)を 2006 年 5 月に開設しました。

販売価格は写真・イラストは 1 点 540 円～、動画は 1 点 2,160 円～のサイズ毎の一律価格で提供。

現在、日本国内最大のマイクロストックフォトサイト(低価格ストックフォトサイト)に成長し、「インターネットでフラットな世界をつくる」を理念に掲げ、2013 年にシンガポールに子会社を設立し、アジア展開にも注力。2014 年には定額制サービスを開始、2015 年には東証マザーズに上場し、アジア No.1 のクリエイティブ・プラットフォームを目指しています。

◎ストックフォトとは

頻繁に使用されるシチュエーションであらかじめ撮影・制作された写真やイラスト、動画などのビジュアル素材のこと。撮りおろし・描きおろしに比べコストが低く、必要なときにすぐ使えるという利点から、広告や出版物、テレビ番組など、さまざまな用途に使用されています。

■ ピクスタ株式会社

社名：ピクスタ株式会社（東証マザーズ：3416）

設立：2005年8月25日

資本金：309,487千円（2016年6月末時点）

代表取締役社長：古俣 大介

住所：東京都渋谷区渋谷 3-11-11 IVY イーストビル 9F

TEL：03-5774-2692

FAX：03-5774-2695

URL：<https://pixta.co.jp/>

事業内容：デジタル素材のオンラインマーケットプレイス「PIXTA」の運営
出張撮影マッチングサービス「fotowa」の運営

支店：日商匹克斯塔圖庫股份有限公司台湾分公司
（英文名：PIXTA INC. TAIWAN BRANCH）

子会社：PIXTA ASIA PTE. LTD.

PIXTA VIETNAM CO., LTD.

スナップマート株式会社

■ プレスリリース・取材に関するお問い合わせ先 ■

ピクスタ株式会社 経営企画部 広報担当：小林

TEL：03-5774-2692 / FAX：03-5774-2695 / MAIL：pr@pixta.co.jp