

総数 4236 件から 9 社が受賞「プレスリリースアワード 2026」 老舗マッチ製造、愛知発スタートアップや郡上のアパレルブランドの挑戦

サイオンファンタジー、エクシング、イル、SODA、soramusubi、日東社、ODORIGI/K'sPressRoom、竹田ブラシ製作所、キャリアライフが受賞。武田真一アナ進行の特別企画も実施



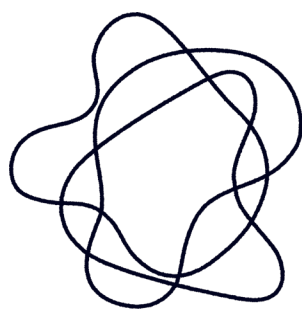
プレスリリース配信サービス「PR TIMES」等を運営する株式会社 PR TIMES（東京都港区、代表取締役：山口 拓己、東証プライム・名証プレミア：3922）は、「プレスリリースの日」である 2026 年 10 月 28 日（水）、プレスリリースの可能性拡大に貢献した企業と担当者を讃える「プレスリリースアワード 2026」の受賞プレスリリースを発表します。

6 回目を迎えた今年は、2025 年 8 月 1 日から 2026 年 7 月 31 日までに発信されたプレスリリースを対象に 4236 件のエントリーが寄せられました。プレスリリースアワード 2026 審査会により、101 件を「Best101」に選出。その中から 9 件の受賞プレスリリースが決定しました。

プレスリリースアワード 2026 特設サイト：<https://prtimes.jp/pressreleaseawards>

※2026 年 10 月 28 日(水) 14:30 より授賞式＆発表会を LIVE 配信：<https://www.youtube.com/live/u-Ze8s-DNuE>

発信に至るまでの挑戦と、そこに携わった人々の行動を讃えるプレスリリースアワード



Press Release Awards 2026

思いは人を動かし、リレーしていく

受賞したのは、株式会社イオンファンタジー、株式会社エクシング、株式会社イル、株式会社 SODA、soramusubi、株式会社日東社、株式会社 ODORIGI/K'sPressRoom、有限会社竹田ブラシ製作所、株式会社キャリアライフのプレスリリースです。（敬称略）

地域で受け継がれる技術の世界への挑戦、小さな命を亡くした家族に寄り添う新たな選択肢、日々の暮らしの中で当事者が直面する課題への問題提起。発信する内容も、企業や団体の規模、地域も異なりますが、いずれのプレスリリースにも、伝えるべき事実を見つめ、社会へ届けようとする人々の行動があります。

受賞した 9 件のプレスリリースと、そこから社会へ届けられた取り組みを、審査員から寄せられた講評の一部とともにご紹介します。

プレスリリースアワード 2026 受賞プレスリリース

< ヒューマン賞 >

プロダクトや社員、顧客に対する愛と情熱が最も感じられるプレスリリースに贈る賞

「ベビーカーではなく、車いすです。」 約 8 割が「誤解」に苦悩 お出かけが増える夏を前に「こども車いすマークホルダー」を追加無償配布

株式会社イオンファンタジー 大塚 永子 / 井出 直美 / 圓藤 芙美 / 本間 恵巳 / 鈴木 しており / 鶴間 大地 / 加藤 紗由実 / 岩本 智暉

スペシャル サポーター 井出 香奈美 / 井出 隆翔

【受賞理由】実はベビーカーではなく、車いすー。リリースを読むまで、そうした視点を持ったことがありませんでした。認知度の低さを示すのが、約 8 割が「ベビーカーと見間違われて、困ったり嫌な思いをした経験はある」という調査結果です。この課題に対するソリューションとして「こども車いすマークホルダー」を配布する取り組みが素晴らしいです。今後は、このマークの認知度拡大にどのような手を打つのかを注目したいです。(審査員：中村 勇介 | 日経クロストренд 編集長)



< インフルエンシス賞 >

発信と活用により、社内外へ広く好意的な影響をもたらしたプレスリリースに贈る賞

究極の「タイパ」で、カラオケトレンドに異変!? JOYSOUND 総合デイリーランキング第 4 位に「伯方の塩」がランクイン! ~サビだけ歌える『サビカラ』ランキングには、昭和・平成の名曲も!~

株式会社エクシング 株式会社 U-NEXT HOLDINGS 島村 舞 / 株式会社エクシング 寺本 勝哉

JOYSOUND カラオケ総合デイリーランキング

順位	曲名	歌手名
1	好きすぎて喘!	MILK
2	怪獣の花唄	Vaundy
3	残酷な天使のテーゼ	高橋洋子
4	伯方の塩(本人歌唱映像)	塩谷恒康
5	IRIS OUT	米津玄師
6	マリゴールド	あいみょん
7	水平線	back number
8	サウダージ	ボルノグラフィティ
9	ダーリン	Mrs. GREEN APPLE
10	爆発して	MILK

集計期間：2026年6月7日

【受賞理由】この種のプレスリリースではランキング 1 位を「ニュース」として情報発信しがちですが、「伯方の塩」が 4 位に食い込んだことに注目して情報発信したことにセンスを感じました。その上で、それについての背景分析（タイパの時代）や「SEGA」や「TOPPAN」なども配信している追加情報も加え、付加価値を高めていると思います。(審査員：関根 和弘 | 朝日新聞 GLOBE 編集部)

< ソーシャル賞 >

社会とのつながりを表現し深めることに最も貢献したプレスリリースに贈る賞

一宮市の“認知症高齢者搜索支援”に GPS インソールが採用! 月額 330 円の市民負担で 7/1 より申込受付を開始

株式会社イル 代表取締役社長 山本 裕晃 / 石川 高志 / 小島 泰寛

【受賞理由】認知症の徘徊という社会課題に明確な解を示している。持ち忘れを構造的に防ぐインソール型の着眼が良く、月額 330 円での自治体搜索支援への採用で、地域発の製品が公的サービスに載る道筋も具体的だ。サイズや駆動時間の整理も的確である。一方、装着イメージや位置がわかるアプリ画面は、リリース内にも掲載してほしい。(審査員：袈裟丸 梨里子 | 株式会社 AJ プランニング 代表取締役)



< パブリック賞 >

情報の平等と信頼を実現することに最も忠実なプレスリリースに贈る賞

【偽造品トレンドレポート】サッカーの祭典に世界中が大熱狂! その裏で急増する日本代表ユニフォームの偽造品に要注意。スニダン鑑定研究所が真贋ポイントを公開

株式会社 SODA 野崎 育美 / 工藤 杏 / 山口 暁亨

スニダン鑑定研究所 小林 凌 / 中村 渉 / 柳 溪太 / 村井 勇也



【受賞理由】自社の技術・サービスを、最も注目が集まるトピックと偽造品被害の防止という社会課題の解決策として結びつけ、注意喚起と自社事業の周知を両立した PR の好事例。チェックポイントの比較写真も、誰にでも非常に分かりやすい。スポークスパーソンとして鑑定士の写真・コメント等があると、さらに信頼性や報道価値の向上に繋がると感じた。(審査員：伊東 正樹 | ソーシャル・エンライトメント株式会社 代表)

取締役)

<エンパシー賞>

受け手の心を動かし共感を育むことで最も飛躍したプレスリリースに贈る賞

年間約 1.6 万件の産声のない出産。小さな命を「紙箱」や「ペット用」に納めるしかなかった現実に、赤ちゃんのお棺という選択肢『天使のお棺』を提供開始

soramusubi 田中梓 / 田中淳



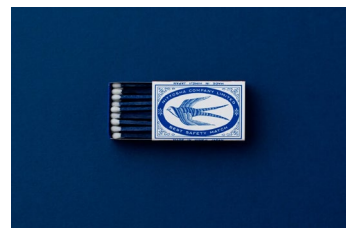
【受賞理由】流産・死産・新生児死が年間1万6000件に及ぶという事実を示しながら、棺で妥協せざるを得なかったという現状の課題を鮮明に伝えることで、読み手を引き込むという意図が感じられます。さらに自身も死産経験したという当事者意識から、同様の経験をした両親の気持ちに寄りそうサービスを開発したというストーリーづくり。メディアだけでなく、一般消費者の共感を呼ぶ内容が素晴らしいです。(審査員：中村 勇介 | 日経クロストrend 編集長)

<ストーリー賞>

人に語りたくなるストーリーを最も有しているプレスリリースに贈る賞

日本にマッチが誕生して 150 年、老舗マッチメーカー・日東社が、マッチのニュースターダードを発表。『BLUE LABEL MATCH』全 7 種。11 月に新発売。

株式会社日東社 大西 潤 / 小林 賢司 / 東内 勝茂 / 長根 理沙 / 三木 壽康 / 山本 脩人 / 吉田 理津子 / 内海 茉李香
ディアンドデパートメント株式会社 重松 久恵 / 高橋 恵子 / 村田 英恵



【受賞理由】自ら良い情報も悪い情報もオープンに開示しながら、それでいて自社らしさや歴史の深さが表れている。さらに、そこへプロジェクトに懸ける担当者の熱意が乗り、奇跡的なバランスがとれた、お手本のプレスリリース。感傷に浸るのではなく、歴史や苦境をファクトとして見つめて、何が価値か、何が受け入れられるか、業界を背負いながら自問自答している。画像も全体ベースにブルーの統一感があり、美しく統制されている。何より、担当者にマッチ愛があり、きっとプロジェクトを通してより強く、またこのプレスリリースを書く中でもさらに高まったように受け止められる。愛から生まれる行動が、他の人に伝わり、そしてまた時代を少し動かしていくことが、伝わってくる。(審査員：三島 映拓 | 株式会社 PR TIMES 取締役 コーポレートコミュニケーション部長)

<ローカル賞>

発信と活用により地域の魅力を内外へ広げることに最も貢献したプレスリリースに贈る賞

8月13・14・15・16日は朝まで徹夜踊り!ユネスコ・日本三大盆踊りの郡上おどりを郡上発祥シルクスクリーンの技術を活用した縫製まで郡上のアパレルブランドを着て踊る!

株式会社 ODORIGI / K'sPressRoom 株式会社 ODORIGI 下田 知幸 / 株式会社 ODORIGI・株式会社上村考版 上村 佑太 / 株式会社 ODORIGI・高橋理子株式会社 中村裕介 / 株式会社上村考版 上村 大輔 / 高橋理子株式会社 高橋 理子 / Nature Design Good Job Lab 堀 義人 / Itomatopée 伊東 敬史 / 株式会社 ODORIGI 井上 博斗 / K'sPressRoom 三島 慶子



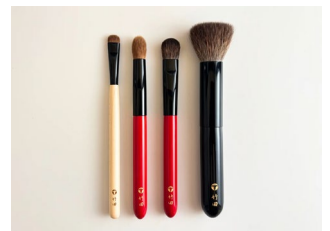
【受賞理由】地域のシルクスクリーン産業の認知度向上のためのプロジェクト。日本三大盆踊りで縫製まで地元で手がけた地元産の「踊り着」を着て3日間踊る、という企画と、デザイナーなど「顔の見える」リリースに好感。東海テレビ等、地元メディアへの露出も多く、若年層にも注目されて、後継者問題解決の糸口となりそう。(審査員：駒橋 恵子 | 東京経済大学 コミュニケーション学部教授)

<グレートステップ賞>

覚悟をもって発信に挑戦し、最も飛躍したプレスリリースに贈る賞

「自分だけのブラシを作りたい」世界の化粧筆愛好家が広島・熊野の竹田ブラシへ特注依頼。海外売上比率 50%超へ。

有限会社竹田ブラシ製作所 竹田 理恵 / 代表取締役 竹田 康洋



【受賞理由】地方の化粧筆専門メーカーが「海外売上比率 50%超へ」と打ち出した見出しが目を引く。14.8%→30.5%→50.6%という海外売上比率の推移や 1 本 20 万円超の特注品など、数字と写真を惜しみなく開示しながら、化粧主流の市場で天然毛が支持される背

景までを詳細に解説しており、取材イメージが湧く。国内市場の縮小に悩む地方のものづくり企業にも勇気を与える内容。(審査員：矢嶋 聡 | 株式会社はね 代表取締役)

<特別賞>

上記賞（各部門賞）にあてはまらないが表彰したいプレスリリースや発表者の行動を讃える賞

「家族の記憶」を残す新サービス 『実家思い出フィルム』を開始

株式会社キャリアライフ 中川 儀幸

【受賞理由】実家を片づけられないのは、お金よりも思い出の問題。そこに正面から向き合ったサービスです。代表ご自身が実家を相続した経験が下敷きにあり、空き家問題を感情の側から捉え直した点に価値を感じました。(審査員：日比谷 尚武 | kipples 代表 / コネクタ)



※イノベティブ賞については、今年は該当するプレスリリースがありませんでした。

最終審査へ進んだ 101 件を讃える「Best101」

今回、4236 件のエントリーの中から 101 件のプレスリリースが「Best101」に選出されました。

プレスリリースには、新商品やサービスの発表だけでなく、企業が向き合う課題、地域で積み重ねられてきた活動、人々の暮らしを変えようとする挑戦など、さまざまな情報が込められています。

今年の Best101 にも、生成 AI の活用、人手不足、防災、猛暑への対応など、今の社会で関心が高まるテーマから、一人ひとりの暮らしや思いに寄り添う発表まで、多様なプレスリリースが集まりました。

私たちは、受賞プレスリリースだけでなく、最終審査に進んだ 101 件それぞれにも、社会へ示したい価値があると考えています。その価値をより多くの人に知っていただくため、特設サイトで各プレスリリースと審査員講評を公開しています。

「Best101」一覧：<https://prtimes.jp/pressreleaseawards/2026/best101/>

武田 真一さんが進行する「2026 年のタイトル」を決定

1906 年 10 月 28 日に世界初のプレスリリースが発表された「プレスリリースの日」。この日に、プレスリリースアワード受賞者や Best101 選出者、プレスリリースエバンジェリストが一堂に会します。普段は異なる企業・団体・地域で活動する人たちが集まる、一年に一度の機会です。

第 3 部「2026 年のタイトル」では、約 90 分で、2026 年という一年を表す一文を考えます。広報・PR には、企業や組織の活動のなかから社会に伝える価値のある事実を見つけ、その社会的な意義を整理し、届く言葉にする役割があります。同じ一年を過ごしても、注目した出来事や感じた変化は一人ひとり違います。その違いを持ち寄ることが、この企画の狙いです。

参加者は、一年を振り返り、考え、各卓で共有して卓としての一文にまとめ、最後に全員の投票で決めます。決定した一文は、事実確認を経て公表します。

今年初めて開催する本企画の司会を務めるのは、フリーアナウンサーの武田真一さんです。長年、報道の現場で社会に起きていることを伝え、人々の声と向き合ってきた武田さんとともに、事実を見つめ、言葉にし、社会に届けるという営みを、広報・PR に携わる参加者と一緒に体験します。

本企画を今回限りで終わらせず、毎年 10 月 28 日の「プレスリリースの日」に一年を振り返り、それぞれの視点から社会について語り合う新たな文化につなげていきたいと考えています。

武田 真一さんによるコメント

1967 年 9 月 15 日、熊本県生まれ。1990 年に NHK へ入局。『NHK ニュース 7』『クロズアップ現代+』をはじめ、選挙特番や災害報道、オリンピック開会式中継、『NHK 紅白歌合戦』総合司会など、幅広い番組を担当。2023 年に NHK を退局し、フリーアナウンサーとして活動を開始。日本テレビ系『DayDay.』MC、J-WAVE『JAM THE PLANET』『HEART TO HEART』ナビゲーターを務める傍ら、エッセイ、映画評、書評の執筆や、講演、イベント MC、ファシリテーターなど活動の幅を広げ、時代に寄り添いながら「言葉」の可能性を追求し続ける。趣味はギターとコーヒー。時には、お気に入りのビンテージギターを抱えてライブ活動も。ファッション、文房具にもこだわって毎日を楽しんでいる。



撮影・山岸 伸

【コメント】

激動の2026年を振り返る時、言葉の持つ重みと可能性を改めて実感いたします。この度、日本全国から集う145名のPRのプロフェッショナルの皆様と共に、この一年の社会を象徴する「一行」を紡ぎ出す大役を仰せつかり、身の引き締まる思いです。皆様が所属を超えて言葉を選ぶ責任に向き合い、対話を重ねるプロセスを、落ち着きと温かさのある進行で支えたいと考えております。

全員で誇りを持って決定したその「一文」の重みを、確かなクオリティとともに会場、そして社会へ届けられるよう全力を尽くします。

プレスリリースアワード 2026 責任者より

プレスリリースアワード 2026 運営責任者 佐々木 翼

プレスリリースの言葉の向こうには、必ず誰かの行動があります。「何を言ったかより、何をしたか」、4236件のエントリーを通して、私自身がそのことを改めて教わりました。エントリーしてくださったすべての皆様に深く感謝を申し上げるとともに、心より敬意を表します。プレスリリースアワードは、一年の歩みを振り返り、その裏側にいる方々の努力を称え合う場でありたい。「エントリーしてよかった」と思っていただけのアワードでありたい。この思いを、これからも大切にしていきたいと思います。



クリエイティブディレクション：武藤事務所株式会社

クリエイティブディレクター 石黒 早恵実

どんなプレスリリースにも、「誰かが、なにかを起こそうとしている」という事実があります。そのことにふと「大丈夫」と思える瞬間があります。日々飛び込んでくるショッキングなニュースや、思わず見てしまうフェイク画像などに、疲れつつも慣れてきてしまっているいま、誰かが前に進もうとしていることに、安堵する。そんな感覚です。プレスリリースアワードが、それらを確かめられる場になるように。こうした情報が、もっと世の中に流通するように。そんなことを考えてきました。いまこの時代に、未来を明るくする「大丈夫」をつくってくださったすべての方々に、敬意を表します。



クリエイティブディレクター／プロデューサー 武藤 雄一

パブリックとは何か。リレーションズとは何か。自分のアイディアや、アクションは知らずに自己に向いていないか。このプロジェクトに携わらせていただくたびに、自分を顧みてしまいます。自己とパブリックのはざまで、それでもプレスリリースを書いて、世の中が動いていく証をつくっている方々へは、純粋な尊敬しかありません。4236件のエントリーすべてに、人が考え動いている物語と、2026年をつくっている時間を感じます。



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：東京都港区虎ノ門一丁目17番1号 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/>