

プレスリリースアワード 2026 審査員が決定、例年から倍増し 22 名の新体制に。TBS 大松氏、東洋経済山田氏ら初参加

エントリーは 8/7(金)23:59 まで受付中。過去 5 回の累計エントリーは 9500 件超



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 8 月 6 日（木）、主催する「プレスリリースアワード 2026」の審査員に、メディア関係者やパブリック・リレーションズの有識者等 22 名を決定いたしました。一次審査、二次審査、最終審査会を実施し、2026 年 10 月 28 日（水）「プレスリリースの日」に開催する授賞式で表彰するプレスリリースを決定します。二次審査を通過し、最終審査に進出するプレスリリース 101 件は「Best101」として、9 月上旬～中旬に審査員の講評とともに特設サイト等で掲載します（詳細後述）。

【プレスリリースアワード 2026 エントリー】<https://pressreleaseawards.prtimes.jp/entry-form/>

より多くの視点からエントリーに向き合うため、審査体制を刷新

プレスリリースの発信文化の普及と発展を目的として 2021 年に始まったプレスリリースアワードは、年々多くの企業・団体・個人の皆様にエントリーいただき、その数は過去 5 回で累計 9500 件を超えております。こうした応募の広がりに応えることや、受賞の有無にかかわらず参加くださったすべての方に「エントリーしてよかった」と思ってもらえるアワードになることを目指し、本年は審査体制を刷新いたしました。

これまで 10 名の審査員がすべての審査を担ってきましたが、2026 年からは新たに 2 つのチームを設け、一次審査 12 名、二次・最終審査 10 名の計 22 名体制で審査にあたります。一次審査では、12 名の審査員が寄せられるすべてのエントリーの一つひとつ丁寧に目を通し、価値を発見します。二次審査では、一次審査で見出された候補を異なる審査員 10 名が改めて詳しく読み込み、受賞候補となる「Best101」を選出。そして最終審査では、二次・最終審査チーム全員で議論を重ねながら受賞プレスリリースを決定します。

この新体制により、業態・規模・地域・法人個人を問わず、一つひとつの発信に込められた工夫や姿勢に、これまで以上に多くの視点から向き合うことを目指してまいります。

プレスリリースアワード 2026 審査員 22 名を決定

プレスリリースアワードは、1 年間に発表されたプレスリリースの中からエントリーいただき、社会性・公共性・共感性・将来性等の観点から、プレスリリースの可能性拡大に貢献したものを審査・選考し表彰します。今年で 6 回目となる審査会は、テレビやビジネス誌などのメディア関係者、スタートアップや自治体広報の専門家、事業会社出身のパブリック・リレーションズの有識者に加え、社会心理学・防災研究の専門家など、これまで以上に幅広い専門ジャンル・立場の審査員をお迎えしました。また一次審査には、プレスリリースエバンジェリストとして活動する広報の実務家も複数参加。

プレスリリースアワード 2026 審査員は、1 名を除き当社外の独立した立場から審査する 22 名で構成しています。以下、全 22 名をご紹介します（所属・役職は 2026 年 8 月 1 日時点）。

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 (一次審査/初)

社会課題分野の広報専門家。早稲田大学卒業後、商社・ライター経験を経て、業界で唯一、ISO 品質管理保証取得・全職員メディア経験者の PR 会社でコンサルタント・マネージャーとして従事。独立創業後は、上場・外資企業の SDGs・サステナ領域や NPO・社会起業家・スタートアップを支援するほか、G7 エンゲージメントグループや国際スポーツ大会の人権プロジェクト等の公益案件にも携わる。民法キー局の人権委員会アドバイザーや内資・外資系 PR 会社・広告代理店への戦略提供も行う。注力領域は、DEI・人権・福祉・環境分野の普及啓発、法律・規則改正など。認定ファンドレイザー資格を持つ日本唯一の広報専門家として、延べ 1,800 名以上への PR 手法普及にも取り組む。プレスリリースエバンジェリスト。

【コメント】
人知れず消えていくポエムやチランにもなり、社運や人生、業界・社会を変える起爆剤にもなるもの。それがプレスリリースです。そこには組織の社会へのまなざしと、広報担当の熱量や本気度が必ず滲み出ます。AI で“それっぽい”ものを量産できる時代でも、これは変わりません。商品や企画そのものの秀逸さ以上に規模に関わらず、たとえ地味であっても一その存在意義や価値、社内外に生んだ変化、そして目指す先を、誠実かつ鮮明に（ときにユーモアたっぷりに！）描き出したものへ、しっかりと光を当てたいと思います。



浦田 晃次 | 株式会社 ATARU PR 代表 (一次審査/初)

1990 年生まれ、神奈川県横浜市出身。株式会社電通 PR コンサルティングにて、大手 飲料・消費財・自動車・食品メーカーを中心に、販売促進・ブランディングを目的とした広報・PR 施策を企画。オンライン・オフライン問わず、社会課題を起点にした柔軟なプランニングを得意とし、メディアプロモートから全体戦略の設計まで幅広く対応。2022 年から 3 年間ほどサイボウズ株式会社にて企業広報・危機管理広報を担当。2025 年 11 月に独立し、上場企業からスタートアップまでの PR 支援を行っている。プレスリリースエバンジェリスト。

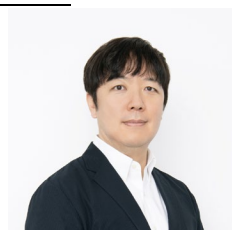
【コメント】
プレスリリースは、企業が社会に向けて最初に差し出す一次情報です。だからこそ一本一本に、その会社が世の中のどこに接続しようとしたのかが表れます。審査では、表現の巧さや話題化の規模だけでなく、誰のどんな状況を動かそうとした発表なのかを丁寧に読み取りたいと思っています。日々リリースと向き合う書き手の判断に敬意を持ちながら、当事者のひとりとして自分自身も学ばせていただくつもりです。



大松 雅和 | TBS 「がっちりマンデー!!」「坂上 & 指原のつぶれない店」プロデューサー (一次審査/初)

1996 年 TBS 入社。情報システム部門に配属後、1998 年から制作部門へ。「ウンナンの特コ!」「ガチンコ!」「関口宏の東京フレンドパーク 2」などのディレクターを担当。「がっちりマンデー!!」2004 年 4 月の放送開始時から、総合演出を担当、現在はプロデューサーを兼務。他に「坂上 & 指原のつぶれない店」プロデューサーも担当。岡山県出身。52 歳。

【コメント】
普段お仕事で目を通してしているプレスリリースを、また違った視点で見るということで、どんなものに出会えるか楽しみです。



掛橋 愛理 | 株式会社キャストリポート 代表取締役 (一次審査/初)

NHK にて報道取材・番組制作に携わった後、独立。地方の中小企業やスタートアップを中心に、等身大の価値を社会へ届ける PR 伴走支援やセミナー登壇を行う。地方における発信力の強化を経営課題と捉え、「のれんを掲げ続ける持続可能な広報体制」の構築を支援。事業者自らが発信力を高め、長期的にファンを育てるための育成・伴走に注力している。プレスリリースエバンジェリスト。

【コメント】
プレスリリースは、事業者の皆さまの挑戦や「世の中をより良くしたい」という思いを社会へ届ける大切な手段です。事業や課題に真摯に向き合った過程や現場のリアルな姿が伝わってくる発信に、人は共感し、その思いは社会をより良くする大きな力となります。日頃から発信に寄り添う立場として、現場の努力や試行錯誤がどのような形に昇華されているのかを丁寧に受け止めながら、初めての審査員として一通一通の発信に真摯に向き合っています。



北見 幸一 | 東京都市大学 准教授/企業広報戦略研究所 (一次審査/初)

株式会社電通パブリックリレーションズ（電通 PR、現株式会社電通 PR コンサルティング）在職中に立教大学大学院にて経営学修士、経営学博士を取得している。仕事では、電通 PR 社員、北海道大学准教授、電通 PR 部長、東京都市大学准教授と、アカデミックと実務を繰り返している。専門は、経営学、マーケティング、ブランド戦略、広報・PR 戦略。主著は『広報・PR 論（改訂版）—パブリック・リレーションズの理論と実務』（有斐閣ブックス、2022、関谷・菌部・北見ほか著）。

【コメント】
プレスリリースは役割を進化させているのではないかと考えています。今回、私は「らしさ」にこだわりたいと思っています。本来、地域、エリア、団体、組織には魅力が溢れているはず。その魅力をまとめたものが「らしさ」です。どのように「らしさ」を表現しているのか感じてみたいと思います。とても楽しみです。



袈裟丸 梨里子 | 株式会社 AJ プランニング 代表取締役 (一次審査/初)

先端技術 (IT・ディープテック) 広報専門家。東京都立産業技術大学院大学 戦略的機能イノベーション研究所 研究員。AERA woman スペシャルサポーター。IT・AI・医療・大学発スタートアップから大企業の事業創出まで幅広く手がけ、技術を事業成長・資金調達・社会実装につなげる広報戦略を得意とする。専門性の高いディープテック領域で数多くのメディア掲載を実現し、関わった 4 社が「東洋経済 すごいベンチャー 100」に選出。京都大学発 EV スタートアップに CMO として参画し、時価総額 200 億円規模への成長に貢献した。ライフワークとして 水難教育の普及など社会貢献活動にも取り組む。プレスリリースエバンジェリスト。

【コメント】

2024 年のプレスリリースアワードで、受賞企業の「泳げない国インド」というタイトルに度肝を抜かれました。あれから 2 年、AI がどれだけ進化しても、その人自身の経験に根ざした熱い想いだけは、人工知能では決して書き出せない。今年は審査員としてそんな、人の熱量が宿る一本に出会えることを楽しみにしています。



高阪のぞみ | 株式会社メディアジーン 執行役員 Business Insider Japan ブランド編集長 (二次・最終審査/2 回目)

ブライスウォーターハウスコーパースコンサルタント (現・日本 IBM) にてコンサルタントとして従事後、編集者に。経済誌「PRESIDENT」「dancyu」などの編集に携わる。2018 年より Business Insider Japan にてブランドスタジオ、アワードイベント、パーティカルメディア等を立ち上げる。2022 年より共同編集長 (現ブランド編集長)。関心分野は AI 時代における人文知の価値、これからの組織とリーダーシップ、社会や都市におけるケア・やさしさなど。東京大学文学部卒。

【コメント】

企業や組織からのメッセージはただの情報発信にとどまらず、その企業・組織の姿勢そのものを映し出すと思っています。誰に、どんな未来を届けたいのか。その想いが込められたプレスリリースは、人の心を動かし社会を動かす力があると信じています。今年もそうしたプレスリリースに出会えることを楽しみにしています。



小島 雄一郎 | 株式会社 kojimake 代表取締役/株式会社いまでや 社外取締役 (一次審査/初)

立教大学法学部を卒業し、2007 年に電通入社。3 年間の営業経験を経て、第 1 回販促会議賞 (現：販促コンペ) の受賞をきっかけにプランナーに転向。その後、同賞で 5 大会連続入賞。その後、社内ベンチャーとして新規事業を立ち上げ、2014 年のグッドデザイン賞ビジネスモデル部門を受賞。2023 年に立ち上げた事業を売却し、電通を退社。株式会社 kojimake を設立。2024 年より、自ら企画書を送って自宅に誘致したお酒のセレクトショップ "IMADEYA" の社外取締役に就任。著書に『「選べない」はなぜ起こる? (サンマーク出版)』など。「日経 COMEMO」で新時代のキーオピニオンリーダーとしても連載中。プレスリリースエバンジェリスト。

【コメント】

この度、初めて審査員にお声がけいただきました。私は企画をする際、「この企画ならどんなプレスリリースになるか」、「そのリリースをメディアがどう取りあげるか」という考えが、いつも頭の片隅にあります。今回は沢山のプレスリリースを見ながら、その根底にある企画の鋭さや強さという視点で審査をしてみたいと思います。よろしくお願いします。



小林 史憲 | テレビ東京 報道局 カンブリア宮殿チーフプロデューサー (二次・最終審査/4 回目)

1998 年テレビ東京入社。「ガイアの夜明け」「カンブリア宮殿」のディレクター、プロデューサー、北京支局特派員などを歴任。2024 年 4 月～「テレ東 BIZ」編集長、2026 年 4 月～現職。BBQ インストラクター中級。ほめる達人検定 2 級。極真空手は白帯 (初心者クラスで稽古中)。著書に「テレビに映る中国の 97% は嘘である」(講談社+α 新書)、「騒乱、混乱、波乱! ありえない中国」(集英社新書)、ルポ動画「激動の中国 2008～2013」(YouTube)

【コメント】

PR TIMES さんはしつこい。今年も審査員のオファーが届いた。いつも塩対応で気持ちを伝えているのに、毎年アワードの担当者が変わるからか、前年を踏襲して無邪気に送ってくる。一昨年も一昨年も昨年も膨大なプレスリリースと格闘し、あまりの過酷さに後悔した。にもかかわらず、また引き受けてしまったのは、素敵なリリースとの出会いがあるからだ。書いた人の「思い」に感動してしまうからだ。だから今年も。。授賞式でみなさまとお会いできることを、心待ちにしています。



駒橋 恵子 | 東京経済大学 コミュニケーション学部教授 (二次・最終審査/初)

上智大学文学部新聞学科卒業。慶應義塾大学大学院経営管理研究科修了 (経営学修士・MBA)。東京大学大学院人文社会系研究科修士課程修了 (社会学修士)、博士課程満了・博士 (社会情報学)。東洋経済新報社、金融財政事情研究会などの編集記者を経て、多摩美術大学専任講師、助教授。2004 年 4 月に東京経済大学 コミュニケーション学部に着任し、助教授、准教授を経て、2013 年より教授。前日本広報学会常任理事、日本パブリックリレーションズ協会 PR プランナー資格認定制度試験委員長。著書に『報道の経済的影響』(御茶ノ水書房)、共訳著に『アージェンティのコーポレート・コミュニケーション』(東急エージェンシー) ほか。

【コメント】

SNS で多様な情報が錯綜する時代に、企業のプレスリリースは正確な情報を伝える上で重要な役割を持ちます。最も効率的にメッセージを届けるツールであり、今や全てのステークホルダーがアクセスできるメディアとなっています。各リリースがどれだけ効果的に情報を伝えているのか、じっくり拝見させていただきます。



佐久間 智之 | PRDESIGN JAPAN 株式会社 代表取締役 (二次・最終審査/4 回目)

1976 年生まれ。東京都板橋区出身。埼玉県三芳町で公務員を 18 年務め税務・介護保険・広報担当を歴任。在職中に独学で広報やデザイン・写真・映像などを学び全国広報コンクールで自治体広報日本一に導く。地方公務員アワード 2019 受賞。2020 年に退職し独立。現在は総務省 地域力創造アドバイザー、官公庁の広報アドバイザー、プレスリリースエバンジェリスト、研修講師として幅広く活動。「Office で簡単! 公務員一枚デザイン術」「やさしくわかる! 公務員のための SNS 活用の教科書」など著書多数。プレスリリースエバンジェリスト。

【コメント】

今回で 4 回目の審査をさせていただくことになりました。プレスリリースを出すことは目的ではなく、どのような想い、狙いで出しているのか。その先にいる人たちが共感するためにどんな工夫をしているのかなどが大切なポイントになるのかと思います。今年も皆さんからのプレスリリースというラブレターを読むことを楽しみにしています。



関根 和弘 | 朝日新聞 GLOBE 編集部 (二次・最終審査/3 回目)

1998 年、記者職で朝日新聞社に入社。地方支局や大阪社会部、モスクワ支局、ハフポスト日本版(出向)、GLOBE+編集長などをへて 2025 年 4 月より現職。国際ニュースや社会課題をテーマに取材を続ける一方、企業の SX(サステナビリティトランスフォーメーション)や情報発信のあり方についてメディア視点での提言に取り組む。企業広告や PR の変化を追う連載「広告の新潮流〜社会課題への挑戦」を執筆。

【コメント】

新聞記者になって約 30 年。企業や各種団体が発表するプレスリリースがきっかけで取材を始めることは多々ありました。「思わず取材したくなる」。そんなメディア視点を意識して今年も審査に臨みたいと思います。

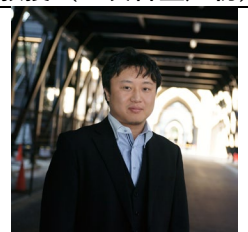


関谷 直也 | 東京大学大学院情報学環総合防災情報研究センター長・教授/福島大学食農学類客員教授 (一次審査/初)

1998 年慶應義塾大学総合政策学部卒業。2004 年東京大学大学院人文社会系研究科社会情報専門分野博士課程満期退学。博士(社会情報学)。2020 年東京大学総長補佐。2018 年東京大学卓越研究員。主著に『災害情報』(東京大学出版会)『風評被害』(光文社)『「災害」の社会心理』等。

【コメント】

初めて、審査に参加させていただきます。何卒、よろしくお願いします。



中村 勇介 | 日経クロストrend 編集長 (二次・最終審査/2 回目)

ウェブ関連雑誌の編集者、「日経ネットマーケティング」を経て、「日経デジタルマーケティング」編集に在籍。特集「日本交通はグーグルになれるか」「電通不祥事はパンドラの箱か」など、イノベーションの先端企業やネット広告業界の課題点を示す特集の執筆を手掛けた。「日経トレンドイネット」編集を経て、18 年 2 月から記者、25 年 4 月から現職。

【コメント】

2025 年に続いて審査員のご案内をいただき光栄です。たった一本の動画をきっかけに、爆発的に売れるグループが生まれる時代です。一本のプレスリリースが会社の運命を変え、大きく成長につながったとしても不思議ではありません。リリースは単なる情報発信ツールではなく、マーケティングツール。マーケティング専門メディアとして、戦略的な活用事例と出合えることを楽しみにしています。



根本 祐滋 | 株式会社宣伝会議 月刊『広報会議』編集長 (二次・最終審査/初)

早稲田大学文学部卒業。杉並区役所、税務研究会を経て、宣伝会議に入社。2025 年 9 月より現職。広報施策だけでなく、そこに至る思考やプロセスを伝える誌面づくりを重視している。

【コメント】

近年、プレスリリースには情報を届けるだけでなく、社会との接点となり、対話を生み出すという役割がより一層求められていると感じます。そうした対話を生むのは、一つひとつのプレスリリースに込められた「人の思い」ではないでしょうか。心揺さぶられるプレスリリースを拝見できることを、楽しみにしています。



日比谷 尚武 | kipples 代表 / コネクタ (一次審査/初)

慶應義塾大学卒業。在学中からフリーランスとして Web サイト構築やストーリーミングイベントの企画・運営に従事。新卒で NTT ソフトウェアに入社し、その後、株式会社 KBMJ(現アビリティ)にて取締役を務める。Sansan 株式会社ではマーケティングと広報機能の立ち上げを担当し、2016 年に kipples を創業。人や情報をつなぎ、変革者に伴走するコネクタとして活動する。Shibuya Startup Support PR 担当特別アドバイザーなども務める。著書に『現場のプロが教える! BtoB マーケティングの基礎知識』(共著)がある。スタートアップへのアドバイス・出資やクラフトビール「ビビビ」の運営など、多方面で活動中。

【コメント】

プレスリリースは、メディア掲載を獲得するための文書ではありません。企業や団体の取り組みを社会に開き、さまざまなステークホルダーとの新たな関係や対話を生み出す起点にもなります。「なぜ今、発表するのか」「誰に、どのような変化をもたらしたいのか」。その意図と、発表の背景にある行動が誠実に伝わるプレスリリースに出会えることを楽しみにしています。



藤村 侑加 | PReA 株式会社 代表取締役 (一次審査／初)

DHC、リクルート、事業会社での広報を経て独立。2021 年に PReA 株式会社を設立し、BtoB スタートアップや地域企業を中心に約 40 社の広報・PR を支援。戦略立案からプレスリリース、メディアリレーションズ、ブランドコミュニケーションまで一貫して伴走する。認定 PR プランナー。東京都 ASAC メンター、CS 日テレ番組審議委員、プレスリリースエバンジェリスト。

【コメント】

プレスリリースを書く仕事は、時に苦しく、時にとても楽しい仕事です。限られた文字数の中で、事業の本質や、その裏側にある誰かの挑戦や届けたい想いをどう表現するか、多くの方が悩みながら書かれていることをよく知っています。その努力や背景にも思いを巡らせながら、一つひとつ丁寧に拝見したいと思います。たくさんの素敵なプレスリリースとの出会いを楽しみにしています。

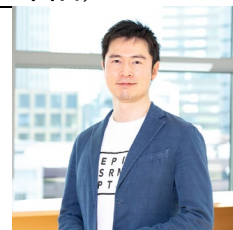


三島 映拓 | 株式会社 PR TIMES 取締役 コーポレートコミュニケーション部長 (二次・最終審査／6 回目)

1980 年島根県生まれ。2003 年東京大学文学部卒業。05 年ベクトル入社。07 年 PR TIMES 入社後、CS、PR プランナー、アライアンス、広報など経験し、17 年より取締役。経営管理と PR を担う。プレスリリースアワードとプレスリリースエバンジェリストの立ち上げと審査員を務める。PR で大切にするのは共感と信用。

【コメント】

プレスリリースアワードも 6 年目。毎年、授賞式のステージでは、そこに至るまでのドラマが感じられ、胸が熱くなります。使命感を持って成果を上げた仕事を、少しでも多くの人々の心に響かせる、プレスリリースの数々。今年はきっと、AI の知性と人間の汗と涙が融合した"一次情報"に出会い、他審査員と議論できるのを、心から楽しみにしています。



矢嶋 聡 | 株式会社はね 代表取締役 (二次・最終審査／3 回目)

ネットベンチャー2社でマーケティング→NY 留学→PR 会社勤務を経て 2008 年にネイバージャパン株式会社（現：LINE ヤフー株式会社）入社。コミュニケーションアプリ「LINE」の広報・マーケティング統括を経て 2017 年 10 月より株式会社メルカリにてグループ広報責任者を務める。2023 年 3 月末にメルカリを退社し、同年 6 月に PR コンサルティング会社「はね」を設立。

【コメント】

AI の普及により情報発信のハードルが下がった今、プレスリリースも「発信すること」だけでは埋もれてしまう時代です。だからこそ、自社ならではの視点や強み、社会に伝えたい想いが感じられる「その会社らしい」プレスリリースに出会えることを期待しています。



安成 蓉子 | 株式会社翔泳社メディア編集部門 ビジネス編集統括 兼 Biz/Zine 編集長 (二次・最終審査／初)

慶應義塾大学文学部卒業。専門商社で営業を経験し、2012 年翔泳社に入社。2019 年 4 月～2026 年 3 月、マーケティング専門メディア『MarkeZine』4 代目編集長。2025 年 4 月より経営層向けメディア『Biz/Zine』編集長を兼任。2026 年 4 月より現職。編集業務と並行して、デジタル／AI 時代に適した出版社・ウェブメディアの新ビジネスモデル構築に取り組んでいる。

【コメント】

AI 時代、情報の届き方・消費のされ方は急速に変化していますが、「WHO & WHAT」が明確なメッセージが持つ強さと、そこから生まれる「信頼・共感」の重要性は変わりません。企業のマーケティングや事業開発、イノベーションの発信に携わってきた経験から、「情報を届ける」ことだけでなく、「事業の挑戦・グロースに果たす役割」という視点も持って、審査に臨みたいと思います。どんな出会いがあるか、とてもワクワクしています！



山田 俊浩 | 東洋経済 総編集長 (一次審査／初)

早稲田大学政治経済学部政治学科卒。1993 年東洋経済新報社に入社。『週刊東洋経済』の記者・編集者として主に IT・ネット、エレクトロニクス、金融などを担当。2013 年 10 月からニュース編集長。14 年 7 月から 18 年 11 月まで東洋経済オンライン編集長。19 年 1 月から 20 年 9 月まで編集局次長週刊東洋経済編集長。20 年 10 月から会社四季報センター長。25 年 3 月から東洋経済総編集長。00 年に『稀代の勝負師 孫正義の将来』（東洋経済新報社）。

【コメント】

AI がそれらしい文章をきれいに書いてしまう時代だからこそ、作り手の「どうしても伝えたい！」という体温がこもったプレスリリースを見ると、編集者の血が騒ぎます。体裁の美しさも大事かもしれませんが、少し不器用でもいいじゃないですか。熱量があふれ出ているようなリリースに出会えるのを楽しみにしています。



四谷 志穂 | Web 担当者 Forum 編集長 (一次審査／初)

大学卒業後、物流企業で営業兼 Web 担当者を経験。コーポレートサイトのリニューアルやデジタル広告の運用、倉庫の営業に携わる。2013 年にインプレスに入社し、Web 担当者 Forum の編集者となり 2018 年から現職。

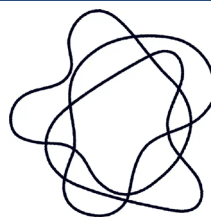
【コメント】

メディアの編集者として毎日 1,000 通以上のプレスリリースに目を通す中で、戦略的な設計はもちろんのこと、「誰に、どう届けたいのか」という広報担当者の熱量や情熱が伝わってくる瞬間をいつも楽しみにしています。プレスリリースは企業と社会をつなぐ大切なツールだからこそ、そこに込められた作り手の思いや意図にしっかり寄り添い、選考に臨みたいと思います。素晴らしいプレスリリースとの出会いに期待しております。



最終審査に進んだ「Best101」は審査員の講評とともに発表

プレスリリースアワードは、審査員による一次審査・二次審査を経て最終審査に進むプレスリリース 101 件を選定し、その中から 10 の部門賞に該当するものを決定して 10 月 28 日の授賞式で表彰します。最終審査に進んだ 101 件は「Best101」として、審査員の講評と合わせて 9 月上旬～中旬に特設サイト等での発表を予定しています。



Press
Release
Awards 2026
Best 101

■ 昨年の「Best101」と講評はこちら：<https://prtimes.jp/pressreleaseawards/2025/best101/>

エントリーは 8/7(金)23:59 まで！プレスリリースアワード 2026

プレスリリースアワードは日頃の皆さまの広報・PR 活動に光を当て、発信文化を広げようと、2021 年にスタート。今年で 6 回目の開催を迎え、これまでに累計 9500 件を超えるプレスリリースをエントリーいただきました。今回も昨年に引き続き、イノベーション賞、インフルエンス賞、ソーシャル賞、パブリック賞、エンパシー賞、ヒューマン賞、ストーリー賞、ローカル賞、グレートステップ賞、特別賞の 10 部門での授賞を予定。同一企業、同一担当者からの複数エントリーも可能です。

応募対象： 2025 年 8 月 1 日～2026 年 7 月 31 日に発信された全てのプレスリリース

※「PR TIMES」ご利用有無は問いません

応募フォーム：<https://pressreleaseawards.prtimes.jp/entry-form/>

エントリー費： 無料

応募〆切： 2026 年 8 月 7 日(金)23:59

受賞連絡： 2026 年 9 月中旬以降を予定

発表形式： 10 月 28 日開催の授賞式、当社プレスリリースおよび特設サイトを予定

よくあるご質問：<https://tayori.com/q/pressrelease-award2026/>

特設サイト：<https://prtimes.jp/pressreleaseawards/>

スケジュール

- STEP1 【6月30日(火)～8月7日(金)】エントリー受付
- STEP2 【9月上旬～中旬】Best101決定
- STEP3 【9月下旬～10月上旬】受賞プレスリリース決定
- STEP4 【10月28日】授賞式・受賞プレスリリースの発表

※予定は変更になる可能性があります

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/>

PR TIMES