

次の食トレンドと注目商品が集う、 「おいしい博覧会 2026 秋冬」を 10 月 15 日(木) 開催

プレスリリースデータから次の食トレンドを予測。食品・飲料ブランドとメディア・SNS ユーザーが出会う 1 日に



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、企業とメディアのパートナーとして広報・PR 活動に伴走する PR パートナーサービスにおいて、食品・飲料メーカーとメディア・SNS ユーザーをつなぐリアルイベント「おいしい博覧会 2026 秋冬」を、2026 年 10 月 15 日（木）に開催します。

本イベントでは、「PR TIMES」に配信された食関連プレスリリースデータを分析して導いた「次の食トレンド予測 2027」の発表と、そのトレンド・視点を手がかりにした食品・飲料ブランドによる試食・体験ブースでの展示を実施します。会場には報道関係者・メディアライター、SNS ユーザーなど過去最大規模での招待を予定しています。開催に伴い、出展企業の募集を開始しました。

開催背景・今回の狙い

新商品の発売時には、プレスリリースを通じて情報発信する機会がある一方で、商品や取り組みの魅力は発売時の情報だけで語り尽くせるものではありません。消費者との接点の中で見えてきた支持される理由や利用シーンの広がり、時代の変化に合わせた改良の積み重ねなど、発売後だからこそ伝えられる魅力があります。また、こうした情報は、メディアや SNS ユーザーにとっても、新たな視点や切り口で商品を発見し、発信するきっかけとなります。

発売時のプレスリリースだけでは伝えきれない思いや背景を対面での出会いと対話を通じて届ける場として、当社は 2024 年 4 月に「おいしい博覧会」を開始しました。これまでに延べ 650 名以上のメディア関係者や SNS ユーザーが参加し、食品・飲料メーカー、自治体、省庁の担当者と直接交流しながら、商品や取り組みへの理解を深める機会を創出してきました。

6 回目となる今回は、展示ブース中心だった従来の構成から、セッションとブースを連動させる設計へと進化します。「PR TIMES」に蓄積された食関連のプレスリリースデータから 2026 年の動向を読み解き、2027 年の食トレンドを予測。識者やインフルエンサーの視点も交えながら、出展商品を単体で紹介するだけでなく、時代の潮流を体現するニュースとして届けることを目指します。



「おいしい博覧会」について

「おいしい博覧会」は、食品・飲料メーカーや自治体と、食に関する情報を発信するメディア・SNS ユーザーが一堂に会するリアルイベントです。出展企業は、食の兆しをもとに設定したテーマの中で、ブランドの垣根を越えて商品や取り組みを紹介し、普段接点を持ちにくいメディアや SNS ユーザーと直接対話できます。来場メディアや SNS ユーザーは複数ブランドの商品を横断して試食・体験し、担当者や開発者から、商品の特徴や開発背景、これからの展開などを直接取材できます。

コンセプトは、「次の食が、ニュースになる 1 日」です。「次の食」は、生活者の行動や価値観の変化に伴い、今後大きな広がりが見込まれる食のトレンドや切り口を指します。商品の新旧を問わず、食にまつわる新たな動きに光を当て、会場で生まれた発見が新たな発信へとつながる場を目指します。

会場では、「PR TIMES」のデータから次の食トレンドを提示するセッションと、商品を試食・体験できるブースを連動させます。セッションで食の潮流を捉え、識者やインフルエンサーの視点からその背景を深めたうえで、ブースでトレンドを体現する商品を体験し、担当者へ取材できる流れです。また、出展企業ごとの数値やブランドストーリーを紹介するパネル展示、事前予約制の個別取材エリア、撮影エリアも設ける予定です。



4 つのブーステーマ

会場には、2026 年秋冬の食を捉える 4 つのテーマを設けます。新商品から長く愛される定番商品、季節の需要や注目を集める食感まで、各テーマのもとで複数企業の商品を横断して試食・取材できます。

1. 2026 秋冬 新商品ステージ

2026 年秋冬に発売する新商品や、今期の目玉商品が集まる展示です。プレスリリース配信や発売発表だけでは伝えきれない開発背景、企画に込めた思い、販売現場や生活者から得られた反響、その反響を受けた次の展開までを、担当者が直接紹介します。

2. 秋冬のごちそう展 ～物価高でも、食卓は贅沢に～

日常の中で楽しむ小さな贅沢や、年末年始などのハレの日を選びたい商品を紹介します。「PR TIMES」で配信された食関連プレスリリースにおいて「ごちそう」という言葉を含む発表が増えていることを受け、物価高が続く中でも、価値を感じるものにはお金をかける生活者のメリハリ消費に着目。素材や製法へのこだわり、季節限定の楽しみ方、手軽に特別感を演出できる工夫など、価格だけでは語れない満足感を取材できる場をつくりまします。

3. ロングセラー展

長く愛されてきた定番商品の歴史、変わらず守り続けてきたこだわり、時代や生活者の変化に応じて進化してきた点を、改めて紹介します。過去の「おいしい博覧会」でも、ロングセラー商品の歴史や進化、新しい楽しみ方を取り上げた展示やセミナーは、来場者から関心を集めました。新商品と比べて情報発信の機会をつくりにくい既存商品について、発売当時の背景、味やパッケージの変遷、発売後の反響、これからの挑戦までを担当者が直接語り、いま改めて取り上げる意義や取材の切り口を提供します。

4. 新食感展

食関連のプレスリリースで注目が高まる「食感」に着目します。グミや韓国スイーツをはじめ、新しい製法や素材の組み合わせによって生まれた商品を、実際にブランドの垣根を越えて食べ比べ、それぞれの食感の違いや特徴を体験できる展示です。音や断面、伸び方など動画でも伝わりやすい表現、思わず誰かに共有したくなる驚きなど、味だけでは語りきれない商品の魅力と、SNS 投稿につながる視覚的・感覚的な切り口を紹介します。

食のトレンドを読み解く 3 つのセッション

会場では、「PR TIMES」で配信された食関連プレスリリースのデータをもとに、2026 年の動向を振り返り、2027 年に注目したい食トレンドを読み解く 3 つのセッションを行います。データによるトレンドの発表、識者による背景の深掘り、料理家・インフルエンサー等による日常の食卓への展開を通じて、来場したメディアや SNS ユーザーがトレンドを理解し、ブース体験を記事化・発信するための着眼点を提示します。

第1部 オープニング | 2027年の食トレンド予測を発表

「PR TIMES」で配信された食関連プレスリリースのデータをもとに、2026年の動向を総括し、2027年に注目したい食のトレンドを発表します。メディアにとって、会場で発見できる「次の食」へのヒントや取材に向かう視点を共有します。

第2部 コラボセッション① | 識者の視点でトレンドを深掘り

食のトレンドや歴史に知見を持つ識者を迎え、データから見える変化を社会背景や生活者心理とともに読み解きます。出展商品をトレンドの具体例として紹介し、複数商品を比較・取材できる機会につなげます。

第3部 コラボセッション② | 日常の食卓へ翻訳

料理家・インフルエンサー等とともに、食トレンドを日常の食卓に取り入れる方法を提案します。試食や撮影を通じて、来場者による生活者目線の発信やSNS投稿が生まれる場を目指します。

出展社募集について

「おいしい博覧会 2026 秋冬」へ出展する食品・飲料メーカー、自治体等を募集します。新商品に限らず、ロングセラー商品、既存商品の新しい楽しみ方、地域の食材や食文化に関する取り組みなども出展対象です。

出展企業には、展示ブースの提供に加え、商品のニュース性やメディアに伝える切り口の整理、事前の情報発信、当日の取材コミュニケーション、開催後の出展の効果検証まで、専任プランナーが伴走します。

出展料金（定価）：90 万円（税抜）

申込期限：2026 年 9 月 15 日

お問い合わせ先：oishii-expo@prt看mes.co.jp（おいしい博覧会事務局）

※出展枠には上限があります。申込状況により受付を終了する場合があります。

※出展内容や調理・運営条件等により、追加費用が発生する場合があります。



<開催概要>

開催日：2026 年 10 月 15 日（木）

会場：ホテルニューオータニ「芙蓉の間」（東京都千代田区紀尾井町 4-1）

出展ブランド：食品・飲料メーカー、自治体等（予定）

対象：メディア関係者、記者・編集者、番組制作者、フリーライター、SNS ユーザー、専門家等

※上記に該当しない方、および事前お申込みのない方のご参加はお断りしております。

主催：株式会社 PR TIMES

担当者コメント

株式会社 PR TIMES PR パートナーサービス部 岡田 一樹

「おいしい博覧会」を重ねる中で、メディアや SNS ユーザーが商品を実際に味わい、担当者の言葉に触れることで、資料だけでは伝わりにくい魅力が立ち上がる瞬間を見ってきました。出展企業からも、普段接点を持ちにくい媒体と出会えたことや、商品を改めて語る機会になったという声をいただいています。

今回は、その出会いをさらに深めるため、PR TIMES のデータから食の変化を捉えるセッションと、商品を体験するブースを連動させます。新商品だけでなく、ロングセラー商品が積み重ねてきた歴史や次の挑戦にも光を当て、企業やブランドが描く「次の食」が、メディアや SNS ユーザーの新たな発見につながる 1 日をつくりたいと考えています。



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 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/>