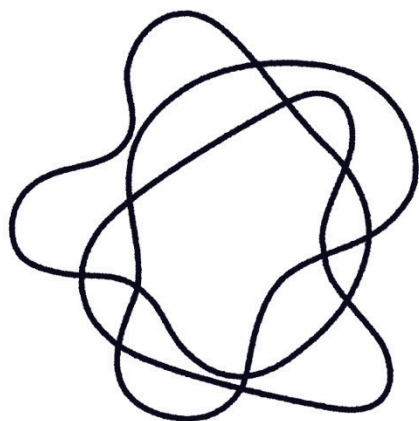


2023 年 10 月 26 日  
株式会社 PR TIMES

# 総数 1161 件から 10 件受賞「プレスリリースアワード 2023」 コミック化プレスリリース、岡山県漁師や老舗靴下屋の挑戦

花王・ライオン、アース製薬、南相馬市、武蔵野大学、パイン、邦美丸、  
ヤッホーブルーイング、クラシコ（プラチナム）、マリモ、コウダプロが受賞

## Press Release Awards 2023

思いは人を動かし、リレーしていく

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：3922）は、10 月 28 日の「プレスリリースの日」に先立ち、2023 年 10 月 26 日（木）に、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 2023」の受賞プレスリリースを発表いたします。

2022 年 9 月 1 日から 2023 年 8 月 31 日に国内で発信されたプレスリリース 1161 件がエントリーし、プレスリリースアワード 2023 審査会により 11 社 10 件のプレスリリースが 10 部門の賞に決定いたしました。

特設サイト：<https://prtimes.jp/pressreleaseawards/2023/>

※2023 年 10 月 26 日(木) 11:30 より授賞式&発表会を LIVE 配信（PR TIMES LIVE）

<https://www.youtube.com/watch?v=iyemT2piL9Y>

### 10 月 28 日はプレスリリースの日 | プレスリリースについて考え、可能性を広げる日に

世界で初めてプレスリリースが発信されたとされる 1906 年 10 月 28 日、この日をプレスリリースについて考える 1 日にしようと、2021 年に PR TIMES が「プレスリリースの日」を制定しました。毎年、10 月 28 日前後（今年は 10 月 26 日）にプレスリリースアワード授賞式とプレスリリースエバンジェリスト発表会を実施しています。

※「プレスリリースエバンジェリスト」発表プレスリリースはこちら。

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001347.000000112.html>

#### 【PR TIMES キーワードランキングから見る 2023 年プレスリリース動向】

2023 年は AI の発展が目覚ましく、企業のプレスリリース発表からもその広がりをうかがい知ることができます。

前年との比較で見ても、2022 年(\*)に 5994 件のプレスリリースにキーワード登録があった「AI」は、2023 年(\*)には 9454 件と 3460 件増加（約 57.7% 増）しています。2023 年「PR TIMES」で最も多く登録されたキーワードは「DX」で、2 位「イベント」、3 位「SDGs」と続きます。刻々と変化する社会情勢に合わせ、企業は様々な新商品・サービスを発表しています。

今年のプレスリリースアワードでも、SDGs の発想で無駄を無くす新しい漁業の発表や、SNS コミュニケーションの中で生まれた復刻商品など、多様な発表が受賞となりました（全 10 件受賞プレスリリースは後述）。

1 年に 1 度「プレスリリースの日」が、プレスリリースが持つたくさんの可能性を考える機会となり、「プレスリリースアワード」受賞プレスリリースをそのきっかけにさせていただけたら幸いです。

#### プレスリリース年間キーワード登録ランキング (2022/9~2023/8)

|     |         |         |
|-----|---------|---------|
| 1位  | DX      | 14969 件 |
| 2位  | イベント    | 14025 件 |
| 3位  | SDGs    | 13486 件 |
| 4位  | 新商品     | 11505 件 |
| 5位  | キャンペーン  | 10772 件 |
| 6位  | AI      | 9454 件  |
| 7位  | 期間限定    | 8972 件  |
| 8位  | スタートアップ | 8311 件  |
| 9位  | プレゼント   | 6885 件  |
| 10位 | EC      | 6305 件  |

(\*)前年 9 月 1 日～当年 8 月 31 日のプレスリリースアワード対象期間で計測

※当社はプレスリリース発信時に「PR TIMES」に登録することができる 10 個までのキーワードを分析しています。

## プレスリリースアワード 2023 受賞プレスリリース

今回のプレスリリースアワードでは、1161 件のエントリーから上場企業、地方企業、学校法人、自治体、個人事業主まで様々な企業・団体・個人が受賞となりました。受賞したプレスリリース、プレスリリースの発表に携わった担当者を紹介いたします。審査員から寄せられた受賞理由と併せてご覧ください。

## &lt;インフルエンサー賞&gt;

発信と活用により社内外へ最も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

## 【授乳中は飲酒お休み】“卒乳”などの人生の節目をお祝いするサービス「隠れ節目祝い by よなよなエール」提供開始

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000050.000018582.html>

株式会社ヤッホーブルーイング 飯田百恵・河津愛美・鈴木さおり・塚田紗衣・水落衛・柳下桂一郎・山口明香・渡部翔一／株式会社ブルーパドル 佐藤ねじ／株式会社 QUON 林龍一／ドロロップ 白澤真生／株式会社スキュー 矢野正太郎

## 受賞理由：審査員 株式会社宣伝会議 月刊『広報会議』編集長 浦野有代より

「隠れ節目祝い」とは何か、質の高い画像を使って、簡潔に伝えています。サービスの開発背景も丁寧に描かれていて、読み手の関心をひきます。子育て期に一時離れていたユーザーが、再びビールを楽しみ始める、そのきっかけを生み出すコミュニケーション施策。社内の子育て中スタッフの意見を取り入れプレスリリースを仕上げており、ユーザー目線に寄り添った内容で、SNS での反響や報道につながっています。



## &lt;ソーシャル賞&gt;

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

## 一看護師の働き方改革―「髪色は明るくしてはいけない？」身だしなみルールの緩和を求める声も。看護師・病院利用者・病院幹部のホンネを徹底調査 11の「ふしぎなナース文化」

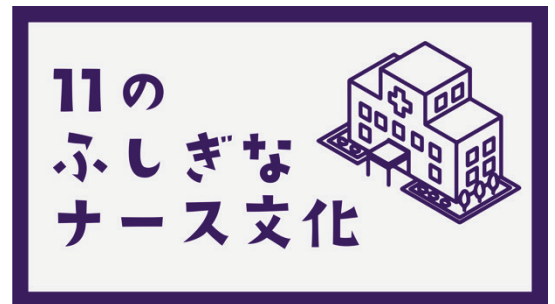
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000052.000018274.html>

クラシコ株式会社 江村知也・小島さとみ／株式会社プラチナム 針谷真吾・坂井慎・島田恵実

## 受賞理由：審査員 株式会社テレビ東京 「カンブリア宮殿」兼「テレ東 BIZ」プロデューサー 小林 史憲より

このリリースは、「ブラック校則」が問題になる中、「ブラック看護師ルール」もあったのか！？という発見感がありました。特定の業界の問題ですが、人々の関心ごとである「暗黙のルール」として公表することで、社会に対して問題提起する役割を果たしていると思います。

リリースの打ち出し方も、タイトルに「髪の色は明るくしてはいけない？」という具体例や、「11のふしぎなナース文化」というキャッチーなワードを入れて興味を惹いています。独自の調査内容も、看護師だけでなく、一般人や管理者の声も拾い上げることで、多角的に検証しています。適度なテキストの量に、グラフや写真がバランスよく配置され、とても読みやすい構成になっています。単純に自社製品を宣伝するのではなく、社会の関心ごとに絡めながら、さりげなく商品のPRに繋げている点で、ソーシャル賞にふさわしいと考えました。



## &lt;パブリック賞&gt;

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

## 花王とライオン、使用済みつめかえパックを協働で水平リサイクル 再生材料を一部に使用したつめかえパックを初めて製品化

<https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2023/20230516-001/>

<https://www.lion.co.jp/ja/news/2023/4302>

花王株式会社 磯場恵美・鈴木千賀子／ライオン株式会社 園田明子・松本典子

## 受賞理由：審査員 株式会社 PR TIMES 広報 PR 管掌取締役 三島 映佑より

製品ブランドとしてはライバル同士のメーカー2 社が、環境保護という社会課題の為に強力なタグを組み、業界全体を変えようと実際に行動を起こす、覚悟が伝わるプレスリリースでした。ここに至るまでの協働と広報調整を考えると、裏側には相当のドラマがあったものと想像します。循環型社会を目指すという、公共の大義を最優先しなければ実現しなかった共同発表。そこには率先して自己開示する姿勢があり、アップサイクルを実現するための構造、これまで両社がリサイクルを推進してきた歴史や数字データ、市場全体の状況など、実態や背景が丁寧に伝えられています。自社の都合よりも、まさにパブリックに忠実な発表だと感じました。



## &lt;エンパシー賞&gt;

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

**【武蔵野大学】コロナで中止となった3年前の夏の甲子園大会、11月に阪神甲子園球場での開催が決定！ 5月18日（木）記者発表会を有明キャンパスで開催**

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000162.000067788.html>

学校法人武蔵野大学 足立京子・宇城渥・右原英貴・上別府里桜／あの夏を取り戻せ実行委員会 大武優斗・小泉真俊

**受賞理由：審査員 株式会社宣伝会議 月刊『広報会議』編集長 浦野有代より**

大会開催を応援したくなる背景があり、社会の移り変わりも感じとれるニュースバリューのある内容。記者発表会にメディアを集めることに成功しています。なぜ大会を企画したのか、1000人もの大会参加者をどのように集めたのか、運営資金の課題も含め、開催決定に至るポイントがまとまっています。発起人である大学生の切なる想いを載せ、読み手を共感へと導くプレスリリースの構成になっていました。



## &lt;ヒューマン賞&gt;

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

**SNSで話題になった約70年前のパインアメ缶を復刻！「復刻パインアメ缶」を数量限定販売 クラブハリエとの「ご縁&ご円」で誕生した相互コラボスイーツも販売を開始！ 阪神梅田本店 食祭テラスにて**

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000011.000072346.html>

パイン株式会社 井守真紀

**受賞理由：審査員 株式会社日経 BP 日経クロストrend編集長 勝俣哲生より**

今回のパインアメのプレスリリースは、ロングセラー商品らしく、企業の歴史と長年支持してくれているお客様への愛と情熱を存分に感じさせるものでした。本リリースでは23年3月に同社に送られた1通の問い合わせメッセージのエピソードが紹介されています。他界されたおばあさまの遺品整理で、1951年の発売当時とみられる古いパインアメの缶が発見されたとのこと。手芸のボタン入れとして大切に保管されていたそうです。ご家族の好意により、この貴重な缶は同社へ約70年ぶりに里帰りすることになりました。

この縁を大事にし、感謝の意を込めて同社は復刻缶を限定発売しました。この一連のエピソードを発信したのが、本プレスリリースの核となる部分です。

単なるレトロブームに乗った復刻ではなく、お客様とのつながりを大切に同社の姿勢がしっかり盛り込まれており、このプレスリリースが多くの人の共感を増幅させるよい起点になったと思います。また、こうした真摯な姿勢を対外的に示すことは、社員の方々の誇りにもつながっていると想像します。

プレスリリースはもはやメディア関係者だけにに向けた発信ではなく、あらゆるステークホルダーに向けた、「社会への手紙」だと思います。今回のパインアメのような共感ストーリーを伝えるものが増え、票を投じさせていただきました。



## &lt;ストーリー賞&gt;

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

**持続可能な漁業を。地方から漁業界を改革していく「受注漁」を本格的に始動開始**

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000001.000122643.html>

邦美丸 富永邦彦・富永美保

**受賞理由：審査員 國學院大學 観光まちづくり学部 准教授 河 晃珍より**

生産者と消費者をダイレクトに結ぶ「受注漁」というシステム自体、大変面白く、時代にもあう発想で話題性があると思いました。素材の面白さに加え、プレスリリースでは、より大きな文脈／コンテキストのなかで受注型漁の意味をしっかりと捉えています。背景にある持続可能な漁業や、水産資源をめぐる様々な課題が分かりやすく説明され、その上で、受注漁の特徴や意義が説得力のある形で伝わってきます。プレスリリースを読み終わった後、「受注漁」について語りたくなりました。まさに、ストーリー賞にふさわしい魅力、可能性を感じています。形式面でいえば、構成はいたってシンプルですが、文字情報はもちろん、データや写真など、視覚的資料の使い方が適切で、かえって余計な情報に邪魔されないため、メッセージが入りやすかったと思います。



## &lt;イノベティブ賞&gt;

既成概念に縛られず**表現や用途**を最も拡大したプレスリリースに贈る賞

**アース製薬、中期経営計画をコミック化！社内の理解促進を図り、全員参画で確実な実行へ**

<https://corp.earth.jp/jp/news/2022/pdf/20220913-01.pdf>

アース製薬株式会社 郷司功・山本修嗣・中辻雄司・富野八永・中田真由子・小紫誠

**受賞理由：審査員 株式会社 PR TIMES 広報 PR 管掌取締役 三島映拓より**

中期経営計画をコミック化したこと自体を、コミック仕立てのプレスリリースで伝える斬新さが圧倒的に目を引きました。単に奇抜な手法を採るのでなく、施策の意義を伝えるという、プレスリリース本来の役割に忠実な選択だと感じましたし、潔い勇気ある決断だと思いました。一方で、社内理解が進まなかった調査結果をデータで示し、トップコメントで思想が語られることで、社内浸透という目的の為にコミック化が選択された客観的な理由を知ることができます。社内向け施策を一貫した姿勢で対外的に発表することで、社の姿勢が社員を含めた広いステークホルダーに伝わっていきます。中に伝えたいことは外に伝えることが効果的と言われますが、まさにその好例です。



## &lt;ローカル賞&gt;

発信と活用により**地元の魅力**を内外へ広げることにも最も貢献したプレスリリースに贈る賞

**東北初、福島県南相馬市が新成人 18 歳に「祝い金 50,000 円」を支給し、門出を応援します！**

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000001.000116976.html>

南相馬市

**受賞理由：審査員 PRDESIGN JAPAN 株式会社 代表取締役 佐久間 智之より**

こちらのプレスリリースを私が選定した理由は、成人式ということで普通の自治体なら「もどってきて」と伝えたいところを、「いってらっしゃい」とそっと新しい門出の後押しをしている点が秀逸だと感じたため。また、ポスターを活用した周知をしたこと、それをリリースすることでインプレッションを獲得したことは非常に価値が高いです。

共感を生むために人をキーワードとしてストーリーを見える化（画像など）しており、何より自治体発というのが素晴らしい。多くの自治体でこのプレスリリースを参考にしていたら、良いプレスリリースを日本中に広げていただければと思います。



## &lt;グレートステップ賞&gt;

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

**【業界初\*】色覚・視覚障がいの方も楽しめる、色がわかる くつした誕生 創業 66 年老舗靴下屋の三代目アツギ姉妹が新発明！**

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000001.000124090.html>

株式会社マリモ 日比野ほのか・日比野さやか

**受賞理由：審査員 インキュベイトファンド株式会社 Platform Team 清水 夕稀 より**

本リリースは、ご祖父様から業界最年少の若さで事業を承継し、100 年企業への駆け抜けていく覚悟を持って立ち上げた靴下ブランドより、業界初、色覚・視覚障がいの方も"色"が楽しめる「みちる」シリーズを発明したという内容です。「病気で片目を失ったご祖父様のために」という背景や、パートナーである福祉施設や歴史ある国産工場と三位一体となって開発を行ったというストーリー、そしてインクルーシブデザインとファッション性が共存する商品の特徴が、わかりやすくリリースにまとまっています。株式会社マリモさんは、創業 66 年目にして初めて PR TIMES を利用してプレスリリースを発信されています。家族や顧客、協業パートナーへの愛が読み手を動かし、社会課題への新しいアプローチ方法を提案したリリースとなりました。



## &lt;特別賞&gt;

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

**“家庭内カレー問題”に終止符を打つ！甘口カレーを本格スパイスカレー味に変える「大人のカレースパイス」が 4 月 4 日(火)より発売開始**

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000018.000066734.html>

株式会社コウダプロ スパイシーひろみ・原口水月

受賞理由：審査員 株式会社テレビ東京 「カンブリア宮殿」兼「テレ東 BIZ」プロデューサー 小林 史憲より

このリリースは、単純に商品を紹介するだけでは平凡な内容になりがちなところを、リリースを工夫することによって、魅力的に表現していると思いました。まずタイトルが秀逸です。「家庭内カレー問題に終止符を打つ」。普通なら「甘口カレーを辛口に変えるスパイス発売」とだけ書くところですが、この一言があることでグッと興味を惹かれます。さらに、「ママさん、パパさん、我慢して甘口カレー食べるの、もうやめませんか？」という呼びかけ。どの家庭でも「あるある」というところを突いてきます。そして、開発した社員の写真には、「アラフィフで『しあわせ食卓事業部』所属」という、一見どうでもいい情報が書かれていて、クスッと笑われます。他にも、商品の特徴が一発でわかる写真や、実際に食べた人の声、アンケート結果など、テキストと写真とグラフがバランスよく配置され、飽きずに読み進められるよう構成されています。多くの企業にとっても参考になるような、優れたリリースだと思いました。



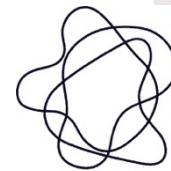
## プレスリリースアワード 2023 を振り返り プロジェクト責任者より

プレスリリースアワード 2023 運営責任者 株式会社 PR TIMES カスタマーリレーションズ本部 村上 伊周

エントリー全体を見る中で印象に残ったのは、プレスリリースに携わる方々の強いこだわりや熱意です。より特徴や思いを伝えるためには、どんな表現や発信方法が必要なのかを考え、社内外の多くの方を巻き込み一つのプレスリリースを作り上げる。そうして発信されたプレスリリースはそれ自体に大きな意義があり、だからこそプレスリリースアワードは、プレスリリース、それを作り上げる担当者に光を当てる機会でありたいと感じています。

応募いただいた 1161 件、最終審査に進んだ 101 件、そして見事受賞となった 10 件。プレスリリースアワードはその全てを讃えます。

そして今年は、惜しくも受賞には至らなかったものの、最終審査に進出したプレスリリース 101 件とその発表に携わった方々の活躍をより広く伝えたいと考え、最終審査進出のプレスリリースを「Best101」として発表いたします。



Press  
Release  
Awards 2023  
Best 101

プレスリリースアワード 2023 「Best 101」プレスリリース

[https://prtimes.jp/pressreleaseawards/assets/img/2023/23\\_Best101\\_PRA.pdf](https://prtimes.jp/pressreleaseawards/assets/img/2023/23_Best101_PRA.pdf)

## 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」の利用企業社数は 8 万 7000 社を超え、国内上場企業の 55% 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 5000 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 3 万 3000 件超、累計で 100 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 240 媒体以上にコンテンツを掲載しています（2023 年 8 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」、[isuta]「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 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」 「PR TIMES LIVE」(<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.jp/magazine/>) の運営  
- Web ニュースメディア運営、等

URL：<https://prtimes.co.jp/>

PR TIMES