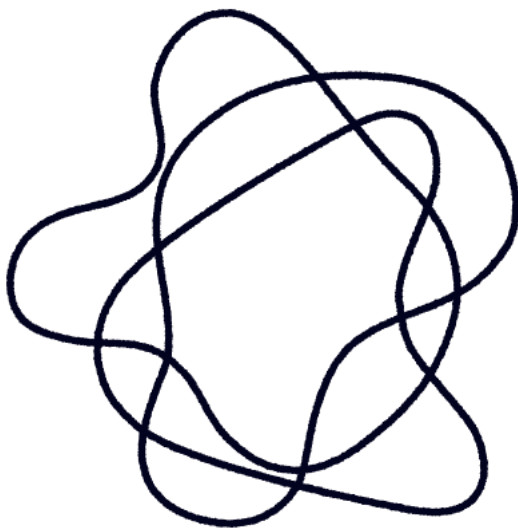


企業発表の立役者を讃える「プレスリリースアワード 2021」、 初代栄冠に輝く受賞企業 8 社を発表

- AOKI、ニュー・オータニ、松浦産業、テレワーク・テクノロジーズ、富士屋製菓本舗、
花王、川上産業、クロシェが部門賞受賞（発表順、敬称略） -

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、東証一部：3922、以下 PR TIMES）は、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 2021」の受賞企業を 2021 年 12 月 20 日(月)に発表いたしました。

初開催となる今回は、2020 年 10 月 1 日～2021 年 9 月 30 日に発信されたプレスリリースを対象にエントリーを受け付け、1 名を除き社外の独立した立場の審査員 8 名による選考を経て、総計 420 件のエントリーから 8 件のプレスリリースが受賞に至りました。受賞詳細を後述いたします。



Press Release Awards 2021

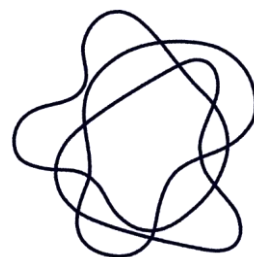
「プレスリリースアワード 2021」特設ページ <https://prtimes.jp/pressreleaseawards/2021>

プレスリリースアワードへの思い

世の中を動かす、大きなうねりのはじまりには、必ず、きっかけとなる小さな思いがある。

そのかけがえのない思いを情熱を孤独を、心から讃えるために。そして応募していただいたすべての方々と一緒に、これからのプレスリリースの可能性を広げていくために。Press Release Awards は、存在しています。

たったひとつの「伝えたい」という思いが、組織を動かし、メディアを動かし、ユーザーを動かし、遠く離れた誰かを動かし、世の中を動かし、未来を変えていくことを、私たちは信じています。



Press
Release
Awards 2021

思いは人を動かし、リレーしていく

プレスリリースアワードについて

プレスリリース発信文化の普及と発展のために PR TIMES が 2021 年に立ち上げたのが「プレスリリースアワード」です。プレスリリースを発信するという習慣が、業態・規模・地域・法人個人を問わず広がり、表現方法や用途にも発展性を持たせることを目指しており、エントリー対象は PR TIMES ご利用企業に限定していません。日本で発表されたプレスリリースからエントリーを受け付け、審査員も 1 名を除き社外の独立した立場から審査できる面々で構成しました（※）。

1 年間の内に日本で発表されたプレスリリースの中から、発表者の応募に基づき、審査委員会が社会性・公共性・共感性・将来性等の視点から、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。

また、当アワードには発表を担う**担当者**に光を当てるという目的もあります。広告作品の発表にはスタッフクレジット記載をよく目にしますが、これまでプレスリリースにクレジット記載されることはほぼありませんでした。広報担当者を含め発表に携わる方々の活躍が伝わるアワードにしたいと考えています。

※「プレスリリースアワード 2021」審査員

(プロフィール詳細は特設ページに記載)

浅岡 基靖 (株式会社 BS テレビ東京 チーフプロデューサー)

池田 光史 (株式会社 ニュースピックス NewsPicks 編集長)

井上 岳久 (井上戦略 PR コンサルティング事務所代表)

浦野 有代 (株式会社 宣伝会議 月刊『広報会議』編集長)

近見 竹彦

河 晃珍 (広島市立大学 広島平和研究所 准教授)

吉川 明日香 (東洋経済オンライン 編集長)

三島 映拓 (株式会社 PR TIMES 広報 PR 管掌取締役)

プレスリリースアワード 2021 受賞プレスリリース

世界初のプレスリリースが発表された記念日である **10月28日「プレスリリースの日」**から、2021年10月28日～11月25日の約1ヵ月間にエントリーを受け付け、総計 **420件** エントリーいただきました。各審査員8件ずつ選出する一次審査を経て **32件** が最終審査へとコマを進め、最終審査会の議論の末に **8件** の**受賞プレスリリース** が決定されました。**審査コメント** は一次通過32件へ全てフィードバックさせていただきました。

(「プレスリリースアワード 2021」は、2020年10月1日～2021年9月30日に発信されたプレスリリースを対象にエントリーを受け付けました。)

受賞プレスリリースは以下の通りです。

<インフルエンス賞>

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

AOKI 創業以来、類のないスーツ！？マスクに次ぐ新生活様式対応商品第2弾『パジャマスーツ™～パジャマ以上おしゃれ着未満～』発売

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000447.000011795.html>

株式会社 AOKI

飽田翔太/比本佳奈

(受賞理由)

ネーミングを含めタイトルに強いインパクトがあり、商品のユニークさをうまく表現している。コロナ禍における新生活様式という時流に合わせた提案性をポイントとしており、なおかつお客様サポートという企業姿勢に効果的に誘導している。マスクでの成功ということをリードに使っており、構成の巧みさが感じられる。視覚表現が明快で印象度が強い。商品特性などがわかりやすく的確に盛り込んであり商品理解をサポートしている。(審査員 近見 竹彦)



<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

緊急事態宣言中は 1479 室すべてがあなただけのレストランに！料理 120 種、ワイン&カクテル 300 種をお部屋で楽しむ『スーパールームサービス』

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001305.000014571.html>

株式会社 ニュー・オータニ

湯本健太郎/中島真介/渡辺武/高山剛和/岡田宜久

〈受賞理由〉

数字を連打するタイトルから迫力が伝わります。本文からは、コロナで世界中が沈む中を明るく盛り上げようとされている気概、姿勢を感じました。なお、一体どうやってこれだけの数を実現したか気になったのですが、応募の書類からわずか1日足らずで準備された取り組みであったことがわかり、大きな驚きがありました。はしばしから危機感と本気度が伝わり、でも悲しさはなくあくまで前向き。人々がコロナの中で渴望していたもの、優れたスタッフの方とサービスが揃っておられるのではないかと想像するような内容でした。写真クオリティも目をひきます。(審査員 吉川 明日香)

**〈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

ニッチトップメーカーによる売上比較“紙袋用取っ手”44%減、一方需要が増加する“取っ手だけ”のタックハンドル

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000004.000068233.html>

松浦産業株式会社 (PRorder)

松浦英樹/長尾孝/平田貴子/武部美穂/末川洋平

〈受賞理由〉

紙袋用取っ手 44%減、とコロナやレジ袋有料化後の事実を伝えただけで、「需要増」のタックハンドルを打ち出すデータの対比で情報への関心を引きました。サステナブルに対する世間の価値観の変化が表れた考察をしながら、環境配慮型の商品の取り扱いにも触れ、企業の姿勢も示しています。(審査員 浦野 有代)

**〈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

1日14時間で取り戻せる「締切に追い込まれた方」専用テレワーク個室プラン登場、1時間330円から/テレスペ

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000029.000055584.html>

テレワーク・テクノロジーズ株式会社

荒木賢二郎/坂口こうじ

〈受賞理由〉

笑わずには読めない楽しいプレスリリースです。その一方で緻密な発想の転換により、何もないことを価値に変えて共感を呼んだプレスリリースでもあります。当初このテレワーク個室事業の発表では空振り状態となり、自社の言いたいことでなく利用客に求められることを追求し直して、新プランを改めて出したという事実を知って合点がいきました。視点を利用客においたことで、こんな状況あると共感を呼ぶ内容での訴求に成功しています。

「締切に追い込まれた方」専用テレワーク個室という笑える打ち出しが、机と椅子しかない個室を正当化するという発想の転換があります。また、締切に追い込まれた「方」「方々」「チーム」に分けて説明が展開されるのも笑いを誘います。実際に話題化と利用にも繋がったということで、視点の置き方でマーケティングに成功した発表例だと考えました。(審査員 三島 映拓)

**〈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

毎年完売！節分限定・伝統の味付けの「助六豆（福豆）」が最強のおつまみに変身

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000007.000005539.html>

株式会社富士屋製菓本舗

北野雅江/白浜洋平

（受賞理由）

自社商品はもちろん、従業員への愛が感じられるプレスリリースでした。商品だけでなく、それを企画し、実際、作っている社員に光を当てることで、会社の人間的魅力がよく伝わりました。そうした信頼関係は読み手／消費者にも響く力を持っていると思います。社外への情報発信としてはもちろん、社内の従業員に贈るメッセージとして、プレスリリースがインターナルコミュニケーションの場面でも役立つ事例としても高く評価しました。（審査員 河 晃珍）

**<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

蚊の嫌う肌表面をつくり、蚊に刺されることを防ぐ技術を開発

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000001.000070897.html>

花王株式会社

後藤良子/仲川喬雄/瀧澤浩之/飯倉寛晃/山本佳乃

（受賞理由）

研究論文は引用こそされていないようですが（Google Scholar による）、純粋にとっても興味深い内容でした。タイトルをこねくりまわすことなくド直球で打ち出しているのも高評価です。なにより、今年の夏も例年通り苦しめられた蚊が、いかにして人肌に降り立つのか、という知的好奇心を満たしてくれます。なるほど、脚を引っ張られると感じたら、蚊は脅威とみなしてすぐに逃避してしまうのですね。「なぜ、蚊が嫌う表面に着目したのだろう」「どうして自然界にも濡れ現象を利用した蚊よけが存在するのではないか、という仮説を立てられたのだろう」等々、ジャーナリストとして研究者たちにもっともっと話を聞いてみたい、と思わせてくれます。（審査員 池田 光史）

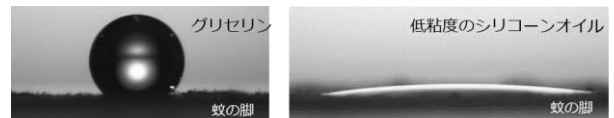


図1. 蚊の脚を模した表面に液体を滴下して1秒後の様子

<イノベティブ賞>

既存概念に縛られずプレスリリースの表現や用途を最も拡大したプレスリリースに贈る賞

※今年度該当なし

<特別賞>

上記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

プチプチ、53 年目の超進化。四角くて、手でまっすぐに切れ、ぴったりサイズにできる新プチプチその名も『スパスパ』 爆誕！

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000003.000076277.html>

川上産業株式会社

杉山彩香/林久美子/石黒朋子/佐藤浩司/鈴木健夫/小森智/大谷内裕司

（受賞理由）

巣ごもり需要、メルカリなどC to C 活況の時代の困りごとをうまくとらえた商品。定番「ぷちぷち」のありそうでなかった新たな活用法がよくわかるリリース。ハサミ不要で切りやすいだけでなく、四角なだけに実現したメジャー機能の工夫になるほどと唸る。起承転結のストーリーが描きやすく、映像イメージも沸く、シンプルながらも理想的なリリースといえる。（審査員 浅岡 基靖）

**【クロシェ】三井化学株式会社の新素材、HUMOFIT(R)を活用した「記憶する靴」 farfalle CLASSICAL から、自分で足型を作れるパンプスを発売**

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000022.000073644.html>

株式会社クロシェ

村岡乃里江/沼部美由紀/香川あゆみ/三井化学株式会社

（受賞理由）

数年かけて開発した渾身の画期的な商品を上手に訴求。難しく説明しづらい技術をわかりやすい動画を駆使して伝えているのも良い。また、タイトルが「記憶する靴」という訴求力があるワードを使い興味喚起しているのが秀逸だ。「記憶する」靴とは、どのようなものか？、とついつい最後まで読んでしまった。テレビ番組と組んでワード開発をし、それを他メディアでも応用していく手法は広報戦術としても優れている。（審査員 井上 岳久）



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、企業とメディア、そして生活者をニュースでつなぐインターネットサービス「PR TIMES」を2007年4月より運営しています。報道機関向けの発表資料（プレスリリース）をメディア記者向けに配信するとともに、「PR TIMES」およびパートナーメディアに掲載し、生活者にも閲覧・シェアされています。利用企業数は2021年8月に5万8000社を突破、国内上場企業47%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2万人超、サイトアクセス数は月間5800万PVを突破、配信プレスリリース件数は累計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200媒体以上にコンテンツを掲載しています。クライアントとメディアのパートナーとして広報PR支援を行うPRパートナー事業や、ストーリー配信サービス「PR TIMES STORY」の運営、動画PRサービス「PR TIMES TV」「PR TIMES LIVE」の提供、タスク・プロジェクト管理ツール「Jooto」やクラウド情報整理ツール「Tayori」の運営も行っています。



【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（東証一部 証券コード：3922）

所在地：東京都港区南青山2-27-25 ヒューリック南青山ビル3F

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
 - 広報・PRの効果測定サービス「Web クリッピング」(<https://webclipping.jp/>)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
 - クラウド情報整理ツール「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、等

URL：<https://prtimes.co.jp/>

PR TIMES