

～伝統あるマーケターの登竜門 アフラックが2年連続金賞～ 第43回 JAA 広告論文 受賞作品発表

公益社団法人日本アドバタイザーズ協会（伊藤 雅俊理事長）は、第43回 JAA 広告論文の受賞作品を決定しました。JAA 広告論文は、アドバタイザーの視点に立った優れたコミュニケーション戦略や、広告に対する新しい提案・提言を表彰する事で、広告の健全な発展に寄与する事を目的に昭和49年から続いている伝統あるコンクールです。本年は41作品の応募から6作品が入賞しました。金賞はWebの資料請求を緻密な分析と資料展開で論じたアフラック金親氏が受賞。銀賞は見込み客をセグメント化し、カスタマージャーニーを設計したトヨタマーケティングジャパン大澤氏の論文、銅賞はCMのクリエイティブ調査について自社独自の手法開発をまとめたライオン南氏の論文が受賞しました。なお、受賞論文は、JAA協会報『月刊JAA』1月号（1月15日発刊予定）に掲載予定です。

（敬称略）

受賞作品

JAA 金賞	WEBの資料請求における保険検討行動の変化	金親 裕美 / アフラック (アメリカンファミリー生命保険会社)
JAA 銀賞	カスタマージャーニー分析による顧客視点マーケティングの実践について ～継続的な接点創出により軽/2BOX 両検討層の態度変容を促す取り組み～	大澤 あつみ / (株)トヨタマーケティングジャパン
JAA 銅賞	成功確度を高める為のテレビ広告事前評価手法開発への挑戦 ～広告の神様はサイコロを振らない～	南 暁 / ライオン(株)
優秀賞	がん保険 TVCMの事前調査結果と、放映開始後の蓄積効果との関連性 ～性年代別への細分化と、商品特性に合わせた長期スパンでの検証～	中村 大輔 / アフラック (アメリカンファミリー生命保険会社)
優秀賞	2016年トップスーパーNANOXの統合型コミュニケーション戦略について	犬伏 拓実、杉浦 由紀 濱田 浩二、吉田 馨/ ライオン(株)
優秀賞	SYNC! ILLUMINATION に見る “ターゲットに届いて響く”コンテンツマーケティング創り	今井 淳一 / (株)オリエンタルランド

最終審査ノミネート作品

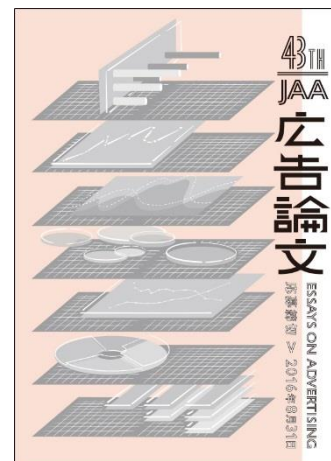
NEC Facebook グローバル・エンゲージメント戦略 ～F1 チーム協賛を活用したグローバルな NEC ブランド認知向上の取り組み～	多田 和江 / NEC
BtoB マーケティングにおける、DMP データを活用したペイドメディア戦略について	龍 阿香子 / NEC
東京ディズニーシー「ディズニーハロウィーン」のリブランディング ～若年層向けコミュニケーションの可能性～	宮崎 菜緒 / (株)オリエンタルランド
瞬間を“捉える”から“育てる”へ。 #猫バンバン プロジェクトに見る究極のモーメントマーケティング	富井 祐樹 /日産自動車(株)
購入ステップに合わせたコミュニケーション戦略立案による認知拡大施策について ～新商品「明治メイバランス Mini カップ」の市場創造戦略～	杉山 公美 / (株)明治

問い合わせ先：公益社団法人 日本アドバタイザーズ協会 事務局 担当：今井

TEL. 03-3544-6580 E-mail jaa-info@jaa.or.jp

JAA 広告論文について

JAA広告論文は広告を出稿するアドバタイザーの視点から広く論文作品を募集するもので、昭和49年から続いている伝統あるコンクールです。アドバタイザー自ら「広告」について改めて考え、生活者との新しいコミュニケーションの在り方や新しい広告モデルを発見することで、広告の健全な発展に寄与することを目的としています。近年では広報、マーケティング、営業領域の方々からも応募頂き、論理的な思考が必要とされるメーカーの成長機会として多くの企業からご応募頂いています。審査委員は日本アドバタイザーズ協会理事及び学識経験者から構成されています。



第43回JAA広告論文審査委員

伊藤 雅俊 (JAA 理事長)

岸 志津江 (東京経済大学教授)

芳賀 康浩 (青山学院大学教授)

村上 欣也 (明治)

山崎 真人 (旭化成)

澤村 環 (アフラック)

笠原 幸一 (オリエンタルランド)

大木 直弘 (レナウン)

小和田 みどり (ライオン)

(敬称略・順不同)