

第3回「JAA チャレンジアワード」選考結果について

アドバイザーが主体となって取り組んだチャレンジから得られた学びや、イノベーションにつながる提言を広く募集し、表彰する「JAA チャレンジアワード」は、本年度第3回目を実施しました。4月13日第一次審査会、6月7日最終審査会を経て、選考結果は以下の通りでございます。

<第3回「JAA チャレンジアワード」入賞作品>

◆金賞

「変わるべき」は女性ではなく、環境や社会
～花王ロリエ パーパスコミュニケーションによるブランド強化～

花王株式会社 作成センター コミュニケーション作成部
嶋田 幸蘭 様、松永 沙都子 様

<授賞理由> ブランドのパーパスと真正面から向き合っ、今の時代に共感されるブランドの姿を議論し、女性の代弁者として彼女たちの悩みや従来型のコミュニケーションの課題を掘り下げたのは素晴らしい。単に提言のみならず、具体的なアクション(職場のロリエ)に繋げたことで、より企業姿勢の理解が得られた点が多く企業の参考になると感じた。
またマス広告でストレートの社会課題へ訴えかけ、社会の認識を変えようとした取り組みにはチャレンジ性が感じられ、メッセージだけでなく、具体的な解決に向けた行動が伴う点に、ロリエの信念を感じたと評価された。

◆銀賞

“NBA Japan Games 2022”
若年層インサイトを捉えた新しいスポンサーシップのかたち

日産自動車株式会社 日本マーケティング本部
ブランド&メディア戦略部 メディア戦略グループ
小倉 遵也 様、高野 千春 様

<授賞理由> イベント協賛にありがちな課題を来場者のインサイト、カスタマーインサイト、日産だからできることをしっかりと深掘したうえで、発信力の高いイベントに仕立て上げた戦略的なスポーツ協賛ができた点が素晴らしい。「広告の捉えられ方の変化」の視点を踏まえて、「お客様が見たいもの×日産が伝えたいこと」を軸とした共創型スポンサードにチャレンジされたことが他社においても大いに参考になると感じた。
あわせて高い成果を獲得されたことはもちろんのこと、想定以上の反響を得られたことの分析もなされており、今後のチャレンジや多くのアドバイザーにとって参考となると評価された。

◆銅賞

ご当地キャラ・流通キャラを活用したマス・SNS 連動型店頭販促
「全国ジュワツと焼き選手権」プロモーション

キッコーマン食品株式会社 プロダクト・マネジャー室 販促企画 G
小長 祐介 様

<授賞理由> 単にメーカー/消費者/流通の3者だけでなく、その中でもそれぞれのプレイヤーの立ち位置に基づく課題を整理し、その課題を解決するシナリオを策定、それぞれの活動の強みや資産の活用と共にキャッチーな企画で各ステークホルダーと一体感を持った活動に繋げ、売り場の現場と企画のギャップを新たな視点で解決した着眼点は素晴らしい。
また活動を通じて、課題となっていた販売部との継続的接点や、ベテラン社員の啓発、若手社員のモチベーションにも繋げた、着眼点や実行力なども高く評価された。

◆オーディエンス賞

「シティプロモーションの新しい形
～我孫子市×民間企業との関東圏 PR コラボレーションの取り組みについて～」

我孫子市役所 企画総務部秘書広報課あびこの魅力発信室・室長
深田 和彦 様

<授賞理由> 共通の課題を持ったパートナーに対し、市役所自らが主導的に働きかけて共同プロモーションを中期的なスパンで実施するという、地方自治体と民間企業のコラボレーションの発想は興味深い。成果検証についてもしっかりと行い、わかりやすい結果が生まれている点も参考となった。
また自治体のリソースやノウハウでは限界があった現状に対し、民間企業とWin-Winとなるような協業を通じて成果に繋がった点は、他の中小自治体における活動や、人口増加という社会課題の解決にも繋がる意義ある活動であると評価された。

◆オーディエンス賞

「変わるべき」は女性ではなく、環境や社会
～花王ロリエ パーパスコミュニケーションによるブランド強化～

花王株式会社 作成センター コミュニケーション作成部
嶋田 幸蘭 様、松永 沙都子 様

※本作品は、金賞とのダブル受賞となります。

<第3回「JAA チャレンジアワード」ファイナリスト> (順不同)

- ◆パナソニック オペレーショナルエクセレンス株式会社
ブランド・コミュニケーション部門 久松 葵 様

「TVCMセットの2万本の生け花をアップサイクル」

- ◆アフラック生命保険株式会社
広告宣伝部 課長代理 田中 麻衣 様

「がんと共に生きる社会にむけて私たちができること
～「生きる」を創る がん保険 WINGS 統合プロモーション～」

- ◆象印マホービン株式会社
マーケティング部 マネージャー 今水 陽一 様

「レッドオーシャン・オープンレンジ市場への挑戦」

以上