



JPM AWARDS

JAPAN
PROMOTIONAL
MARKETING

日本プロモーション・マーケティングアワード2026 プロモーションプランニング部門

JPM AWARDS 2026 Promotion Planning

応募要項

日本で唯一、実務プロモーション企画に特化した最高レベルのアワード。

世の中を動かし、ブランド価値を高め、購買行動を促した優れた

プロモーション企画を評価、表彰します。

あなたの挑戦と成果を、ぜひエントリーください。

JPM

一般社団法人 | 日本プロモーション・マーケティング協会

人を動かし世の中を動かす

プロモーション企画募集

広告主の商品販売を取り巻く環境はDX、AI等を中心にデジタル化している時代の中で大きく変化しています。商品の購買に結びつく質の高いプロモーションの企画・提案力がプロモーション会社に求められており、企画力の強化が競争力の源泉となります。このプロモーションの企画力を評価するアワードが「日本プロモーション・マーケティングアワードープロモーションプランニング部門ー」です。

当アワードはプロモーション企画が最も多く応募される日本を代表するコンテストです。

当アワードに応募される多くの企画と共に審査されることで、今求められているプロモーションプランニング企画の傾向が確認できます。

企画の質の総合評価を、広告主や業界の著名人が独自の審査項目と評価基準、審査方法に基づいておこないます。

世界基準のプロモーションプランニング企画コンテストであり、価値ある当アワードに応募することで、自身や自社の企画レベルを確認できます。

応募期間：2026年6月20日(土)～2026年8月31日(月)

応募対象企画：2025年の実施企画(2025年1月1日～12月31日)

一次審査期間 9月～10月上旬

最終審査会 11月上旬

入賞企画発表 12月16日(水) 第55回JPMショー初日

※是非、皆様方のエントリーを期待しております。

| 応 募 |

1 応募基準

- ① 応募は、日本プロモーション・マーケティング協会会員会社に限らず会員社以外の一般企業様からも応募が出来ます。

※但し、会員社以外(一般)の企業様に関しては、エントリー&審査料が異なりますのでご了承下さい。

※PM有資格者がエントリーする場合、エントリー&審査料の割引があります。

- ② 応募企画は、2025年1月1日～2025年12月31日の間に実施されたプロモーション企画を対象とします。

- ③ プロモーション・プランニング企画のコンテストですので、購買につながり、その結果ビジネス効果が認められた企画であることを原則とします。

※但し、「社会課題プロモーション企画カテゴリー」の場合はプロモーションによって社会課題を解決し、ビジネス成果に繋がった企画も評価します。

2 応募の申込み

- ① エントリー1企画ごとにGoogleフォーム(下記URL)のエントリーフォームに所定のエントリー基本情報を記入し、最後にエントリー企画概要シート(別途お送りするパワーポイントのフォーム)を作成、PDF(画像)化添付しお送りして頂きます

※GoogleフォームのエントリーフォームURL：<https://forms.gle/RnjXsWeD9fjkvZS49>

- ② Googleフォーム上への記入

エントリー 基本情報等記入	応募の基本情報、エントリー料の請求先情報等を記入。 PM有資格者は別に褒賞(入賞)対象となる為、必ずIDナンバーを記入する。
エントリー 企画概要シート記入	企画内容を、「A.課題/目標」、「B.戦略ポイント(コア・アイデア)」、「C.具体的な実施内容」、「D.ビジネス成果」を4つのブロックに分けて簡潔に、分かりやすくパワーポイントのフォーマット上に「縦位置1枚」でまとめる。 図解や画像(実施状況、ツールなど)を使用し、分かりやすく説明する。 ※審査項目は、【審査】の「1.審査項目と基準」を参照してください。

※エントリーシートの記入の際には、「第2回 JPMプロモーション・マーケティングアワード2026 エントリーフォーマットの記入に当たって」をお読みいただき、それぞれの記入項目をご確認ください。

※基本情報欄の記入以外には、エントリー企画概要シート上には審査の公平性を保つため出品会社名・共同出品会社名は絶対に記載しないでください。

※エントリーシート類をご所望の場合は、協会の専用メール・アドレス(jpma@jpm-inc.jp)にメールでご請求ください。エントリーシート・データを送付いたします。

③エントリー企画カテゴリー(6カテゴリー)

エントリー企画カテゴリー	企画部門概要(説明)
1 ブランディングプロモーション企画	ビジネスの全領域で、企業・商品・サービスにおけるブランディング向上とビジネス成果向上を目的にした、統合型プロモーション企画。店頭内外の販促まで様々な施策(広告、イベント、SNS、店頭等)で統合的にコミュニケーション展開し、最終的にビジネス成果を上げていること。
2 セールス&コマースプロモーション企画	単発的あるいは実施期間・予算規模によらず、購買起点の体験を設計し、ビジネス成果を上げたセールス系のプロモーション企画が対象。従来型の販売促進施策、デジタルプラットフォームを活用したデジタル販促、ECを含めたオムニプロモーションなど、特に「購買」に直結しているもの。
3 リテールプロモーション企画	リアルコマース・デジタルコマースに関わらず、売り場や流通や商談を活性化し、リテールにおけるマーケティング戦略でビジネス成果を上げた企画が対象。買い物客・小売流通・メーカー三者のWinを導くことや、小売流通が持つ購買データ、小売アプリ、リテールメディア、シェルフなどを積極的に組み合わせたもの。
4 社会課題プロモーション企画	企業、商品、サービスの領域で、環境(E: Environment)、社会(S: Social)、ガバナンス(G: Governance)など、企業の持続的な成長や様々な社会貢献のために必要な課題解決を行うことにより、ビジネス成果を上げたプロモーション企画。
5 プロモーションイノベート企画	新しい仕組み、仕掛けやテクノロジー(生成AI、ChatGPT等)を駆使したプロモーション企画や、販促利用で開発することで、ビジネス成果を上げたチャレンジアブルな次世代型プロモーション企画。
6 エリア限定プロモーション企画	限定的な地方エリアのみで展開され、地域産業(流通企業等)との取り組みやコラボ、地元媒体社との協業等でエリアならではの話題性や大きな販売促進に繋げ、ビジネス成果を上げたプロモーション企画。

※ビジネス成果の評価について

本アワードでは、認知や理解と行ったコミュニケーション成果ではなく、「ビジネス成果・効果」を最終評価にします。

※「ビジネス成果」は、エントリー企画カテゴリーで様々ですが、基本は「(商品・サービスの)売上げ指数」をKGI(目標達成指数)として認識します。また、KPI(達成度指数)となる、集客(動員)指数、PR効果指数(各種媒体での取り上げ指数)、PV指数、相談成立指数、商品取り扱い指数、店頭カバレッジ指数、インナーモチベーションアップ…等々も具体的に明記してください。

注)PR効果を広告出稿量指数に換算することは効果として明記することは禁じます。

※エントリー企画概要シートのエントリー部門欄には、エントリー部門名を必ず明記してください。

※同一事例での複数部門へのエントリーは、認めません。(必ず1企画1部門エントリーをお守りください)

※各エントリー企画部門の参考事例が別記付けましたので参照ください。

③ 応募受付

2026年6月20日(土)～8月31日(月) 17:30 (締切り厳守)

※応募に関してお問い合わせ及びパワーポイントのエントリー企画概要シートフォーマットのご希望があれば、応募期間中に協会の専用メール・アドレス(jpma@jpm-inc.jp)にご連絡ください。

④ 応募内容について

- ① 応募書類データは、返却しません。所定の期間、当協会で保存します。
※但し、審査の為に審査員にお渡ししたデータ類は審査終了後にすべて破棄致します。
- ② 応募された企画内容に虚偽が判明した場合は、入選・入賞は取消されます。
※出品する企画内容やエントリーシート内で使用する画像等に関しては、必ず広告主様の許可を得た上で、ご応募ください。
- ③ 出品企画の著作権、工業所有権等の知的財産権は、出品会社がその責に任じてください。
- ④ 「JPMアワード2026—プロモーションプランニング部門—」に出品された企画関連画像・映像の著作権は当賞及び協会の告知PR等を使用する場合に限り、日本プロモーション・マーケティング協会に委譲することとします。

⑤ 応募料(審査料含む)

協会会員会社		
1社で単独出品の場合	応募企画1点につき	22,000円(消費税込)
2社以上で共同出品の場合	応募企画1点1社につき	17,600円(消費税込)
一般企業(会員社以外)		
1社で単独出品の場合	応募企画1点につき	33,000円(消費税込)
2社以上で共同出品の場合	応募企画1点1社につき	22,000円(消費税込)
PM(プロモーション・マーケター)有資格者(会員社及び一般共通) 割引価格 注)		
1社で単独出品の場合	応募企画1点につき	16,500円(消費税込)
2社以上で共同出品の場合	応募企画1点1社につき	13,200円(消費税込)

※審査会終了後、順次応募料の請求書を送付いたします。(10月中旬頃より)

※お支払いは当協会の規定により11月末日までにお支払いください。

※請求書は、エントリーフォーム基本情報の「請求先」欄に記載された担当者様宛に送付いたします。
請求書の分割を希望される場合、応募の際に必ず協会事務局までご相談下さい。

注) PM(プロモーション・マーケター)有資格者価格は、エントリーフォーム基本情報にPM資格のIDナンバーを必ず明記して下さい。請求時の申告は受付ませんのでご了承ください。

※応募受付後の応募料(審査料含む)の返却はいたしません。

⑥ 共同出品会社

2社以上で共同出品の場合は、その旨を必ず応募時にGoogleエントリーフォーム基本情報に忘れずに明記してください。

入賞の決定後に共同出品会社を追加することはできませんのでご注意ください。

| 審 査 |

1 審査項目と基準(エントリーシートより)

A 課題／目標	・プロモーションの目的設定の前提となる「販売の現状」は何か ・何を課題、目標に設定したか
B 戦略ポイント	・企画の戦略上のコア・アイデアは何か ・その意図と特長は何か
C 具体的な実施内容	・「中心的仕組み」「戦術」「ツール＆メディア」等は何か ・その意図と特長、独自性は何か
D ビジネス成果	・どのようなビジネス成果が得られたか ・設定目的(戦略課題や目標)とビジネス成果の整合性はどうか

2 審査での評価方法

- ① 「B. 戦略ポイント」「C. 具体的な実施内容」については、「A. 課題／目標」に適合した戦略・戦術計画が行われているかを評価します。
「D. ビジネス成果」については、「A. 課題／目標」での設定(成果を確認できる数値目標や課題等)に対しての達成度で、その成果を評価します。

- ② 一次審査員は、「A. 課題／目標」～「D. ビジネス成果」の4項目を評点で評価します。一次審査員全員の評点評価に基づいた各部門の上位企画が、最終審査会の審査員によって審査され、高く評価された企画が各部門の入賞企画として決定されます。

※エントリーシートについては、①～②の審査での評価方法をご理解頂いた上で、作成してください。

3 一次審査員及び最終審査会審査員による審査

一次審査員(20名程度)	全カテゴリーのエントリー企画全件を審査します。
プロモーション・マーケティングアワード委員会の委員とJPM協会会員社から選抜されたプロモーション企画業務での実績・経験値の高い審査員で構成	
最終審査会審査員(7～8名)	一次審査で高評価の上位企画から各部門の金賞・銀賞とPMAグランプリを決定する審査をします。

会員会社及び様々な外部(広告主、マスコミ業界、流通業界、学術界等)より、著名な審査員で構成(次頁で紹介)

4 入賞

一次審査で基準点に達した上位企画から、各エントリーカテゴリーの金賞・銀賞等を決定します。

更に各カテゴリー金賞企画の中から最高賞であるグランプリを決定します。

グランプリ	＜経済産業省大臣官房 商務・サービス審議官賞(予定)＞	1点
各企画カテゴリー	金賞	各1点
各企画カテゴリー	銀賞	各2点程度
PM(プロモーション・マーケター)	奨励賞	全カテゴリーから優秀企画 1点程度

※入賞該当企画が無しという場合もあります。

最終審査会 審査員紹介（予定）



審査員長 守口 剛

早稲田大学商学学術院 教授

東京工業大学理工学研究科経営工学専攻博士課程修了、博士(工学)。
早稲田大学大学院商学研究科長、日本プロモーション・マーケティング学会会長、
日本消費者行動研究学会会長などを歴任。
主な著書に、『プロモーション効果測定』朝倉書店、『プロフェッショナル
マーケター～マーケティング最先鋭の言葉～』（共編著）ダイヤモンド社、
『消費者行動論～購買心理からニューロマーケティングまで～』（共編著）八千代出版 など。



審査員 岩川 透

江崎グリコ株式会社
営業本部 スーパーバイザー
JPM協会理事

江崎グリコ株式会社入社後、営業担当としてエリア営業から広域営業まで幅広い
営業業務に従事するとともに、スタッフとして営業支援・企画業務を担当。
また、営業部門及びマーケティング部門において、新設組織立ち上げを複数経験。
購買者起点を軸とした「情報分析」「企画開発」「企画推進」の3機能を有する新たな組織を構築。
現職では、顧客起点を軸とした営業活動全般の監修を担うとともに、
営業組織の変革を推進している。



審査員 矢野 由佳

花王株式会社
グローバルコンシューマーケア部門
ヘアケア事業部 ブランドマネージャー

入社後、衣料用洗剤『アタック』などを担当し、マーケティングに15年以上従事。
19年よりヘアケア領域に。現在は『ケープ』『リーゼ』『ブローネ』を担当し、
世代を超えたブランド育成に取り組んでいる。



審査員 寺地 祐太

楽天グループ株式会社
マーケティングディビジョン
グループマーケティング統括部 ディレクター／
組織戦略室 室長

1997年日本電信電話(株)に入社後、2006年ウォルト・ディズニー・ジャパン(株)にて
デジタルビジネス、リテールセールス、マーケティング、EC事業に従事。
2020年楽天入社、
現在はグループ全体のマーケティング戦略・施策を推進。

最終審査会 審査員紹介（予定）



審査員 尾崎 俊介

サミット株式会社
広報・ブランド価値共創部マネジャー

食品スーパーマーケットにて主に営業政策、経営企画を担当。
IDPOSマーケティングやブランディング企画に従事。
2020年より食品マーケティング系企業にて流通小売企業向けCRM戦略構築支援を担当。
2024年サミット株式会社入社、現職に至る。



審査員 藤井 一成

株式会社 ハッピーアワーズ博報堂
代表取締役社長 エグゼクティブクリエイティブディレクター

博報堂のインタラクティブ局で、デジタルマーケティングの成長期を経験、
クリエイティブから SP、事業デザインまで統合プランニングのスタイルを確立。
2015年に株式会社ハッピーアワーズ博報堂の代表に。クリエイティブで“幸せな時間”を
つくることをモットーに、ブランド戦略、広告コミュニケーションから新規事業、
サービス開発を手がけ人・モノ・社会を動かしている。
JPMでは、多くの受賞歴があり、第一回「JPM The Planner」にも選出されている。



審査員 谷口 優

株式会社 宣伝会議
取締役 兼 月刊『宣伝会議』編集長
社会構想大学院大学 准教授

現在、月刊『宣伝会議』のほか、宣伝会議の出版、メディア事業のマネジメント全般を担当。
実務家教員として社会構想大学院大学の准教授（現任）。
東京大学大学院情報学環教育部（～2022年度）、
青山学院大学総合文化政策学部非常勤講師（～2023年度）を歴任。



審査員 菊池 雄也

株式会社 電通プロモーション
クリエイティブディレクター／コピーライター

コピーライティングに軸足を置きながら、グラフィック・TVCM・プロモーション・イベント・
デジタルなど、枠にとらわれない雑食性で、“あたりまえの隣にある”クリエイティブ&
プランニングワークを実践。主な仕事は、日本コカ・コーラ「SHIBUYA COUNTDOWN」
「TOKYO2020+1」「Team Coca-Cola Colorful Dreams」、日清シスコ「ココナッツ3:20」
「青春と大人のメッセージサブレ」、森永乳業「でるサイユのぼら」など。
JPMでの受賞の他、第1回販促コンペ | グランプリ、NY FESTIVAL | ゴールド、
日本雑誌広告賞、JAA広告賞、OCC、など受賞。

｜ 発 表 ｜

- ① 入賞企画の発表は、2026年11月までに企画応募各社(出品担当者様)へ通知いたします。
- ② 入賞作品は、第55回日本プロモーション・マーケティングショー(2026年12月16日～18日 於：都立産業貿易センター浜松町館)開催会場にて「JPMアワード2026」の入賞企画の発表を広報的に実施する予定です。
詳細は、入賞企画の応募会社へ別途お知らせいたします。
- ③ 当アワードの「入賞企画」については、第55回日本プロモーション・マーケティングショーの閉会后(2027年2月～3月)に開催予定の「JPM アワード2026ープロモーションプランニング部門ーオンラインセミナー」で、入賞作品についてのプレゼンテーションをお願いする場合がございます。
- ④ 入賞企画は「販促会議」等の専門誌に掲載される予定です。12月16日には協会からニュースリリースとして入賞企画決定が広報されます。
- ⑤ 表彰(上位優秀気入賞企画に対して)は「JPMアワード2026贈賞式」(2027年2月頃)の開催を予定しております。
全入賞企画出品会社、広告主には贈賞品(贈賞盾or表彰状等)をお贈りいたします。

エントリーシート記入参考例

※ 出品会社名・共同出品会社名を記載しないでください。

プロモーション名	●●●●●キャンペーン	対象商品名	スッキリ緑茶●●●●●
エントリーカテゴリ名	ブランディングプロモーション企画	広告主名	株式会社●●●●●

1. プロモーションの課題・目標

課題：超コモディティ市場で続いた低迷。

機能差がなく完全にコモディティ化した緑茶市場。かつて、老舗のお茶として隆盛を極めた●●●●●は、危機に瀕していた。2023年は、●●●●●として過去最大だった2018年に比べ●割も実績を落とすまでに。さらに、今年のリニューアル直前の3 か月は前年比80 % の低迷が続いていた。

目標(KGI 目標達成指数)：

キャンペーン期間中の売上げ回復………全容量計 前年比120%

2. 戦略ポイント(プロモーションのコア・アイデア等)

コア・アイデア：淹れたてスキッリの緑へ、裸の●●●●●

これまでのペットボトル緑茶は茶色だった。その発見をもとに、緑茶本来の色とスキッリとした味の両立を追求し、ついに実現。この“緑”という目に見える本質価値を、“裸”というコンセプトで、体験できるコミュニケーションに昇華させた。



3. 具体的な実施内容(プロモーションアイデア・仕組み・各種エグゼキューション等)



4. 具体的なビジネス成果(※KPI等を記してください)

●●●●●、期間中大幅な売上げのV字回復。

キャンペーン後の4～9 月、スーパーマーケットでは前年比150%、コンビニでは前年比200%まで復活。

全容量計で、前年比130% 超えと大躍進をし、大幅なV 字回復を遂げた。



●エントリーシート提出時は必ずA3サイズのPDFあるいは画像データ(JPEG等)に変換してください。

1～4の項目について、スペース配分は自由で構いません。

●文字だけでなく図や写真などを使用してわかりやすいものにしてください。

●このエントリーシートは一般公開されません。審査資料としてのみ使用しますので出来るだけ具体的な成果をご記入ください。

※入賞された企画は公開時には改めてご提出いただきます。印刷時にA3サイズになるように作成してください。



問合わせ先

— | 一般社団法人 | **日本プロモーション・マーケティング協会** —

JPMアワード 2026 - プロモーションプランニング部門 - 事務局

専用メール・アドレス：jpma@jpm-inc.jp 担当：倉林・稲葉・大原

住所：〒104-0041 東京都中央区新富1-16-8 日本印刷会館7F 協会ホームページ：<https://jpm-inc.jp/>