

STRATEGY

JPM

第1回 JPM
プロモーショナル・マーケティングアワード2024

JPM

Promotional Marketing Awards 2024
応募要項

プロモーション企画募集

応募期間: 2024年7月18日(木)~8月30日(金)

広告主の商品販売を取り巻く環境は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のが、この度新しく生まれ変わった「JPMプロモーショナル・マーケティングアワード」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ともに審査されることで、今求められているプロモーショナル・マーケティ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行います。

世界標準のコンテストであり、価値ある当アワードに応募することで、自社の企画力のレベルを確認できます。

是非、皆様方のエントリーを期待しております。

| 一般社団法人 | 日本プロモーショナル・マーケティング協会
協賛 日本プロモーショナル・マーケティング学会

第1回 JPM プロモーショナル・マーケティングアワード2024

JPM

Promotional Marketing Awards2024 応募要項

【 応募 】

1. 応募基準

- 1) 応募は、日本プロモーショナル・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)の応募に関しては、エントリー & 審査料が異なりますのでご了承ください。
- 2) 応募企画は、2023年1月1日～2023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) プロモーショナル・マーケティング企画のコンテストですので、購買につながり、ビジネス効果があっ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部門」の場合はプロモーションによって社会課題を解決した企画も評価します。

2. 応募申込み

- 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)化添付しお送りいただきます。
※GoogleフォームのエントリーフォームURL
<https://forms.gle/HaXRiV2a7ra1st726>
- 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。
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1回 JPMプロモーション・マーケティングアワード2024 エントリーフォーマットの記入に当って」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 jpm@jpm-inc.jp にメールでご請求ください。エントリーフォーマットシート(パワポデータ)を送付いたします。

3) エントリー企画部門(6部門)

| ●エントリー企画部門 | ●エントリー企画部門概要 |
|--------------------------|---|
| ①：ブランディング プロモーション企画 | BtoC、BtoB領域で商品やサービス、企業のブランディングから販売促進まで一気通貫でコミュニケーションを展開し、ビジネス成果を上げた統合的なプロモーション企画。 |
| ②：セールス&コマース プロモーション企画 | 購買起点の体験を設計し、LINEやキャッシュレス決済サービスなどを活用したデジタル販促やSNSを活用した拡散型プロモーション、ECを含めあらゆるコマースを活性化するオムニプロモーションを展開し、キャンペーンの期間や予算規模によらずビジネス成果を上げたプロモーション企画。 |
| ③：リテールマーケティング企画 | 小売流通が持つ購買データ、小売アプリ、インスタサイネージ、シェルフ棚などを積極的に組み合わせ、買い物客、小売、メーカー三者のWinを導いて、ビジネス成果を上げたプロモーション企画。 |
| ④：社会課題プロモーション企画 | 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社会貢献するために必要な課題解決を行い、結果、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、新しい仕掛けやテクノロジー(AI等)を駆使したり開発することで、ビジネス成果を上げたチャレンジな次世代型プロモーション企画。 |
| ⑥：エリアプロモーション企画 | 全国の地方で限定的に展開され、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。 |

※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)

3. 応募受付

2024年7月18日(木)~8月30日(金) 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 jpm@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、当協会にて保存します。
※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) 「第1回JPMプロモーション・マーケティングアワード2024」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に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)

※審査会終了後、応募料請求書を送付いたします。(9月中旬頃より)

※お支払いは当協会の規定により11月19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。

※応募受付後の応募料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」「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 | ・どのような成果が得られたか ・設定目的(戦略課題や目標)と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入賞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)・・・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協会会員社から選出された審査員

- 最終審査会審査員(8名)・・・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。

4. 入賞

一次審査で基準点に達した上位企画から、各エントリー部門の金賞・銀賞等を決定します。
更に金賞企画の中から最高賞であるプロモーション・マーケティング グランプリを決定します。

- ・プロモーション・マーケティング グランプリ……………1点
- ・各企画門金賞……………各1点
- ・各企画部門銀賞……………各2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①



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。JPM協会参与
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 小林 香予
日本コカ・コーラ株式会社
ジャパン&サウスコリアオペレーティングユニット カスタマー、コマース本部 本部長

日本コカ・コーラ株式会社に入社後、マーケティング本部にて、様々なブランドのビジネス戦略、ブランド成長戦略、販促プランニングの実務を国内・国外で経験。
現在は、日本と韓国における広域カスタマー戦略、コマース戦略の指揮を執っている。



審査員 岩川 透
江崎グリコ株式会社
セールス本部 ショッパー企画室 室長 JPM協会理事

江崎グリコ株式会社入社後、エリアから広域チェーンまでの複数の営業経験と、リテールサポート及び企画スタッフを経験。また、セールス本部とマーケティング本部の各所においてショッパー(購買者)を軸とした新設組織立ち上げを経験、現在に至る。
現職では、「情報分析」「企画開発」「企画推進(リテールサポート)」の全体監修を行っている。



審査員 半田 英智
LINEヤフー株式会社
会長室長

株式会社 USEN 入社後、光ファイバーブロードバンド事業等を経験。
株式会社 GYAO 取締役として セールス&マーケティング統括本部長、営業本部、コンテンツビジネス本部等の担当。
ヤフー株式会社 社長室長、Zホールディングス株式会社 執行役員を歴任。



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。

●最終審査会 審査員 紹介②



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 早川 悠生

株式会社 大広

クリエイティブディレクター
2023年度「JPM The Planner2023」受賞者

株式会社大広に入社後、プロモーションプランニング局、中国(広州/上海)駐在、コミュニケーションデザイン局、大広WEDO等を経て、現職。
プロモーションを起点としながら、クリエイティブ・デジタル・PRといった領域において、統合的・横断的に多種多様な企画に携わっている。JPMでの受賞の他、ADFEST、ACCなど受賞。



審査員 根本 淳

株式会社 電通リテールマーケティング COO

JPM協会 プロモーションル・マーケティングアワード委員会委員長

電通入社後、設立直後のYahoo! JAPANの広告販売、BSデータ放送局の立ち上げ、新聞社の読者のIDビジネスのPMを経験。電通デジタル執行役員として、全ての主要デジタルPFと向き合い、EコマースPFとの合併でデータビジネスを立ち上げ、機械学習を使ったSNS広告の効果予測サービスを開発。直近では、グループ22社をネットワークした電通コマースルームを立ち上げ、リード。購買データを活用したAIソリューション開発を推進。

【 発 表 】

- 1) 入賞企画の発表は、2024年11月初旬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53回日本プロモーションル・マーケティングショー(2024年11月27日～29日 於:都立産業貿易センター浜松町館)開催会場にて「第1回JPM プロモーションル・マーケティングアワード2024」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「入賞作品」については、第53回日本プロモーションル・マーケティングショーの閉会后(2025年1月～2月)に開催予定の「JPM プロモーションル・マーケティングアワード セミナー2024」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。11月27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予定です。
- 5) 表彰(金賞以上の企画に対して)は、第53回日本プロモーションル・マーケティングショーの会場で実施を予定しておりますが、現在のところ未定です。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。

【問合せ先】

**一般社団法人 日本プロモーション・マーケティング協会
プロモーション・マーケティングアワード事務局
〒104-0041 東京都中央区新富1-16-8 日本印刷会館7F**

担当:倉林・稲葉

「第1回JPMプロモーション・マーケティングアワード2024」

専用メール・アドレス: jpm@jpm-inc.jp

TEL:03-3523-2505

HP:<http://www.jpm-inc.jp>

