

PR-FREE » 応募期間延長！「日本プロモーション大賞2025」 エントリー募集中

日本販路コーディネータ協会／応募期間延長！「日本プロモーション大賞2025」 エントリー募集中



2025年9月12日 11時09分 広告・マーケティング

日本販売促進協会主催の広報コンペティション

※本記事は、日本販路コーディネータ協会様から提供されたプレスリリースを元に掲載しています。弊社独自の見解や内容ではありませんので、詳細は提供元へお問い合わせください。

日本販売促進協会を運営する一般社団法人 日本販路コーディネータ協会（東京都北区赤羽西1-22-15：会長 小塩稲之）は「日本プロモーション大賞」のエントリー応募締切を2025年9月30日（火）に延長しました。

日本プロモーション大賞は、わが国における販売促進、広告宣伝、広報部門等の担当者の向上およびプロモーションに対する一層の理解促進を図ることを目的としています。当協会員だけでなく、一般企業・団体の販売促進、広告宣伝、広報部門等や広告代理店、印刷会社、その他制作会社等が企画実施する販促活動（広報を含む活動）の事例を広く募集し、審査を通して日本を代表する優秀な活動を表彰、公開するものです。審査は各分野の専門家で構成される審査委員会により行われ、グランプリ、金賞、特別賞の各賞を決定いたします。受賞作は2026年1月の第25回MM Pグループ全国研究会にて表彰します。

日本販売促進協会では広報宣伝に関する高度な知識を身につけ、事業戦略と商品戦略、販売戦略、販売促進戦略を一体となって立案、アドバイスできる人材を養成しています。販売促進、広告宣伝、広報部門等の担当者にとって、イベント、プロモーションやマスメディア、SPメディアなどの知識は必要不可欠です。しかし、実際、広告代理店や印刷会社の方に必要な知識は、クライアント側に立った「商品開発」「販売」「販売促進」「マネジメント」の知識です。

「日本プロモーション大賞2025」応募概要
<https://www.jsp.or.jp/award/index.html>

【目的】本賞は、優れたプロモーション活動を表彰し、マーケティング・販促・ブランディングの発展に寄与することを目的とします。特に、創造性・影響力・持続可能性を兼ね備えたプロモーションを評価し、その手法や成功要因を広く共有することで、業界全体の発展を促進します。

【応募資格】協会会員に限らず、どなたでもご応募いただけます。

【エントリー条件】本賞の対象は、企業・団体・個人が行ったプロモーション活動であり、以下のいずれかに該当するものとする。

1. 市場にインパクトを与えたキャンペーン（新規性・話題性）
2. 消費者の行動変容を促した施策（参加型・エンゲージメント）
3. ブランド価値向上に貢献した事例（ロイヤルティ強化）
4. 地域・社会への影響を生んだ活動（CSR・社会貢献）
5. 継続的な成果を出した施策（短期・長期のバランス）

【審査基準】審査は、以下の5つの観点で評価します。

1. 創造性（Innovation）
既存の手法にとらわれず、新しい発想を取り入れているか。過去のプロモーションと比較して、独自性があるか。
2. 話題性（Buzz & Engagement） SNS・メディア・口コミなどで話題を生み出したか。消費者の参加・共感を得られたか。
3. 効果（Impact） 目標（売上増加・ブランド認知向上など）を達成したか。データや指標に基づく成果が確認できるか。
4. 持続可能性（Sustainability） 一過性で終わらず、長期的な影響を持つか。環境・社会・経済の持続可能性に配慮しているか。
5. 適用可能性（Scalability） 他の企業や業界にも応用できる要素があるか。今後のプロモーション活動の参考になるか。

【賞の種類】以下の賞を設け、各分野で特に優れたプロモーションを表彰します。

1. グランプリ（最優秀賞） 全体を通して最も優れたプロモーションに授与。
2. 優秀賞（1件） 各評価項目で特に高い評価を得た事例に授与。
3. 部門賞（各1件） ・ 広告部門賞 ・ 広報部門賞

【応募・審査の流れ】

1. 応募締切：2025年9月30日（火）
2. 予備審査：エントリーシートに基づき、一次選考を実施。
3. 本審査：審査員が各基準に基づき採点。
4. 最終審査：2025年12月初旬

【審査方法】審査委員長と5名の審査委員、事務局の計7名で構成される審査運営委員会による非公開審査会を経て審査します。
エントリーに対し厳正な審査を行い、「大賞」「金賞」「特別賞」の各賞を決定します。

【審査委員】

大山 充： 厚生労働省地域雇用創造アドバイザー、経済産業省の中小企業支援事業に係る審査員を経て、現在日本販路コーディネータ協会最高顧問
岡田 吉晴：元中小企業大学校講師、MMP総合研究所 代表理事
日野 隆生：東京富士大学教授を経て、MMP総合研究所 所長
吉留 景子：(株)電通九州営業部長、(株)博多ステーションビル取締役事業推進部門長を経て、現在 広告アドバイザー、観光コーディネーター
尾中 謙治： MMP総合研究所 主任研究員
小塩 稲之： 東北経済連合会販売支援ディレクター、経済産業省ベンチャー 企業公的調達促進研究委員等を経て、現在、日本販売促進協会会長、日本プロモーション大賞審査会長

受賞作は第25回MMPグループ全国研究会で表彰します。 http://www.jtcc.jp/event/jmc_zenkoku.html

一般社団法人 日本販路コーディネータ協会

設立：2001年11月 / 会長：小塩稲之 / 所在地：東京都北区赤羽西1-22-15 大亜コーポ / 電話：03-5948-6581

HP: <https://www.hanro.jp/> 活動内容 / 「理論で考え、実践で学ぶ」をコンセプトに、日本販路コーディネータ協会、日本販路コーディネータ協会、日本販路コーディネータ協会、日本営業士会、日本販売促進協会、日本観光士会、全国観光特産士会の会員の方をはじめ、マネジメントマーケティング・コーディネーター、セールスレップ・販路コーディネータ協同組合員、MMP®総研研究員の育成を行っている。

現在、当協会の資格認定者が全国に2000名在籍中。資格認定者は、国、地方公共団体、商工会、商工会議所などの公的事業と民間企業を支援。今後も地域の資源活用のために、企業情報、地域情報などを独自に入手、調査、分析。全国の生産者、地域産業の発展のために寄与する様々な活動を企画運営実施。

リリース元：日本販路コーディネータ協会

URL：<https://www.hanro.jp/>

※本記事は、日本販路コーディネータ協会様から提供されたプレスリリースを元に掲載しています。弊社独自の見解や内容ではありませんので、詳細は提供元へお問い合わせください。