

ケーブル・アワード2019 第12回ベストプロモーション大賞 審査基準

部門別	評価項目	評価内容
チラシ部門	アイデア性	親近感、話題性、斬新性、発想力、時代性
	デザイン性	注意喚起度、好感度、大きさ・材質・色遣い・フォントの適切度
	内容伝達性	訴求内容のわかりやすさ
	総合完成度	残印象度、購買や問合せ等次ステップへの誘起度、ソリューションとして妥当な手法か等 総合的評価
CM(映像)部門	アイデア性	親近感、話題性、斬新性、発想力、時代性
	デザイン性	注意喚起度、好感度、映像・音声(BGM)等の適切さ
	内容伝達性	訴求内容のわかりやすさ
	総合完成度	残印象度、購買や問合せ等次ステップへの誘起度、ソリューションとして妥当な手法か等 総合的評価
グッドプラクティス部門	アイデア性	話題性、斬新性、先見性、次世代への可能性
	地域連携・社会的貢献度	当該地域に与える貢献度・支持率・連携度(※1)、事業としての社会的貢献度
	業界影響度	CATV業界に与える影響度(※2)、今後への期待度または全国展開への期待度(※3)、企画実施の際の技術的優位性(※4)
	総合完成度	購買や問合せ等次ステップへの誘起度、自社ブランド認知等への貢献度等 総合的評価

<解説>

- ※1：全国展開されているMSOにあってもサービスエリアにおいて、地域社会への貢献度・支持率・影響度・連携度等考慮して、地元民の視点からみて審査対象となる事例が他の模範とみなせること。
- ※2：事業規模・対象エリアともに大きな大手MSOや、加入率が高く地方での一定した地位を築いているローカル局など多様な事業者からなるCATV業界にあって、それら多様性・独自性を考慮しても審査対象となる事例が全体としてCATV業界に良い影響を与え、他の模範とみなせること。
- ※3：審査対象となる事例をCATV業界全体へ広がることを期待したい、または当該事業単体としても長期的に継続して実施して欲しい事例であること。
- ※4：放送技術・デジタル技術・マーケティング力等審査員個人の技術的観点から見た優位性を判断する。

以上