

ケーブル・アワード 2021 第 14 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	アイディア性	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
映像部門	アイディア性	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	アイディア性	話題性、斬新性、先見性、次世代への可能性
	地域貢献度	地域の課題解決への取り組み、デジタルトランスフォーメーション（DX）推進への取り組みなど、積極的な地域貢献、地元ステークホルダとの連携を評価
	ビジネス性	CSV※の観点をふまえて、短期・中長期を問わず、地域と自社の事業としてのマネタイズ、ブランド価値向上への貢献度を評価、SDGs の視点でも評価 ※Creating Shared Value：共有価値の創造
	総合完成度	自社のプロモーション、地域のプロモーション、地域貢献、新規ビジネスなど、自社の様々なリソースを活用、またパートナーとの連携により、ケーブルテレビ事業者の強みを活かした取り組みとしての総合的評価

以上