第22回「助成研究吉田秀雄賞」受賞研究が決定

当財団は第22回「助成研究吉田秀雄賞」の受賞研究を決定しました。本賞は、「広告・広報・メディアを中心とするマーケティングおよびコミュニケーション」に関する研究助成事業の成果の中から優れた研究を顕彰します。選考委員会(選考委員長 嶋村和恵早稲田大学教授)による厳正な審査の結果、2023年度に当財団が助成した研究成果(常勤研究者の部5件、大学院生の部2件)の中から、下記の方々が受賞されました。

なお、受賞者のうち石田真貴氏は、あわせて海外発表奨励金制度に推薦されました。この制度は大学院生の積極的な海外発表を奨励するため、選考委員会から別途推薦のあった受賞者に対し、海外発表の費用(一律30万円)を支援するものです。

贈賞式は、11月8日にアドミュージアム東京で開催しました。

前段の左から2番目より、代表研究者の橋本博文氏、李振氏、石田真貴氏。写真撮影：加瀬健太郎

〔常勤研究者の部〕

奨励賞 (副賞10万円)	『Impacts of Ad Appeals and Social Media Tie Strength on In-feed Native Advertising Effectiveness: Insights Based on Diverse Experimental Data インフィード広告の有効性における広告表現とソーシャルメディアのマッチング効果 ～多様な実験データに基づく洞察～』	[代表研究者] 李 振 関西大学商学部准教授 [共同研究者] 矢田 勝俊 関西大学商学部教授 高井 啓二 関西大学商学部教授 石橋 健 関西大学商学部准教授
奨励賞 (副賞10万円)	『ヘルプマークに対する肯定的な認識を促す広告の効果検証 ～日本人の心の特性を前提に据えた効果的な周知のあり方に関する実験研究～』	[代表研究者] 橋本 博文 大阪公立大学大学院文学研究科准教授 [共同研究者] 前田 楓 立教大学現代心理学部心理学科助教 佐藤 剛介 久留米大学文学部心理学科教授

〔大学院生の部〕

奨励賞 (副賞10万円)	『リードユーザーによる革新的新製品の評価とフォールスコンセンサス効果の検証』	石田 真貴 関西学院大学大学院 商学研究科博士課程後期課程3年 (現 関西大学商学部助教)

*常勤研究者の部、大学院生の部ともに吉田秀雄賞／準吉田秀雄賞は該当なし

選考委員長講評

早稲田大学商学学術院教授　**嶋村 和恵**

助成研究吉田秀雄賞の選考委員会は、時事通信ビルに移転した直後の財団会議室とオンラインのハイブリッド方式で、9月24日に開催されました。この選考委員会に先立って予備審査も行われています。本年、対象となった助成研究は常勤研究者の部が5件、大学院生の部が2件の計7件で、このうち5件の研究が予備審査を通過しました。本審査の選考委員は5件の研究を約1カ月かけて熟読し、採点、コメントも書いた上で委員会に臨んでいます。

大学院生の部では、①先行研究を適切にレビューしているか、②独創性があるか、③実務応用性があるか、④論旨が明確か、⑤適切な実証手続きを取っているか、⑥研究の発展性と理論的貢献があるか、という6つの基準で評価します。今回は、関西学院大学大学院（現在は関西大学商学部助教）の石田真貴さんの『リードユーザーによる革新的新製品の評価とフォールスコンセンサス効果の検証』が奨励賞に選ばれました。新製品開発において、企業内にいるリードユーザーの役割の重要性を検討するもので、問題意識が明確であり、先行研究のレビューも適切であるという評価があった一方で、検証の方法に少し問題があるという指摘もありました。とはいえ、今後の伸びしろの大きな研究であることを全委員が評価し、奨励賞に値すると判断しました。また、同時に海外発表奨励金制度の対象にも選ばれました。

常勤研究者の部は、①学術的意義、②独創性、③インパクトの3つの基準で評価します。今回は関西大学の李振先生を代表とする『Impacts of Ad Appeals and Social Media Tie Strength on In-feed Native Advertising Effectiveness: Insights Based on Diverse Experimental Data インフィード広告の有効性における広告表現とソーシャルメディアのマッチング効果～多様な実験データに基づく洞察～』と、大阪公立大学大学院の橋本博文先生を代表とする『ヘルプマークに対する肯定的な認識を促す広告の効果検証～日本人の心の特性を前提に据えた効果的な周知のあり方に関する実験研究～』の2件を奨励賞としました。

李先生の研究は、膨大な文献レビューをもとに、SNSプラットフォームとの紐帯の強弱から広告効果を見ていくもので、アイトラッキングやウェブカメラによって収集したデータの分析を行う非常に意欲的な研究であると評価されました。しかし一方で、ネイティブ広告の情報処理、環境にやさしい広告のメッセージ受容、解釈レベル理論と情報処理の流暢性など、さまざまな要素を盛り込みすぎ、この研究の本当の目的がやや不明確という指摘もありました。

橋本先生の研究は、外見からはわからないが援助や配慮を必要としている方々が身につける「ヘルプマーク」を扱うものです。ヘルプマークに肯定的な認識を生むための広告物を制作し、それを実際に掲出して効果を見ていくというもので、非営利広告の力を検証するユニークな研究として高く評価されました。社会実験ともいえるこの試みですが、いわゆるコントロール群の設定がなく、広告の効果が正しく測定できているのかといった疑問も示されました。

本年度は吉田賞、準吉田賞に該当する研究はありませんでしたが、奨励賞を3研究に贈ることができたことを選考委員一同大変うれしく思っています。今後もさらに優れた研究が提出されることを願ってやみません。

Editor's Note

本号の取材先の皆様は、それぞれ異なることを実践されているのだが、そこに至る考え方などの根底の思想については、似ている部分が多いことに気付いた。本号も大変興味深い内容になったと自負する。（焼仙草）

先日、学生時代のテキストを手にしたところ、意外に面白い発見がありました。テストや成績とは無縁の現在、記憶力の低下が気になりますが、興味があることを「自分の学び」として楽しんでいきたいと思いました。（葡萄）

4年ぶりに選出された「助成研究吉田秀雄賞」大学院生部門の受賞者は、あわせて海外発表奨励金制度の対象となりました。前回の対象者はコロナ禍で国際学会が対面で開催されず、叶わず。雪辱を果たす時がやってきました。（ひろた）

今号を通じて情報について考えてみたときに、常にスマートフォンを持っている自分に気が付きました。それで見ているのはSNS。XやInstagram、YouTube。浴び続けている情報の波。その情報の真偽は？（みずさわ）

AD STUDIES　2024年12月25日号　通巻90号
公益財団法人 吉田秀雄記念事業財団
〒104-0061
東京都中央区銀座5-15-8　時事通信ビル11階
TEL：03-6264-1208　FAX：03-6264-1228
URL：https://www.yhmf.jp

発行人　岩下 幹
編集長　小林球一
編集部　岩本紀子、沓掛涼香、小島康平
編集協力　プレジデント社
表紙デザイン　八木義博＋藤田将史、中谷晴子（Creative Power Unit）
撮影　片村文人

本文デザイン　南 剛（中曽根デザイン）
校正　株式会社ヴェリタ
印刷・製本　大日本印刷株式会社

©公益財団法人 吉田秀雄記念事業財団
掲載記事・写真の無断転載を禁じます。