

第 11 回 日本広告学会関東部会学生広告論文賞 審査結果

過日の関東部会運営委員会において学生広告論文賞の審査が行われ、次の通り各賞が決まりました。

【金賞】

駒澤大学 武谷ゼミナール

「おじさん構文を使用した企業メッセージが SNS におけるエンゲージメントの獲得に与える影響」

中村匠、神田幸音、師田真緒

【銀賞】

近畿大学 峯尾ゼミナール

「ティザー広告が消費者の口コミに与える影響－広告の情報量に着目して－」

渡邊和沙、高橋佑佳、名迫理音、日向亜季、木田芙由奈

【銅賞】

駒澤大学 中野ゼミナール

「画像生成 AI によって作成されたエンドーサーを広告に起用した際に生じる消費者反応の検証

－欺瞞と製品革新性の概念に着目して－」

高橋雄佑、田村泰聖、平井陽樹、水谷怜可、美濃彩乃、伊美歩香、江尻佑斗

【佳作】

青山学院大学 久保田ゼミナール

「イニシャルと広告表現が一致するとき広告態度に与える影響」

宮川万里、吉田彩乃、清水優衣、宇藤夢華

青山学院大学 芳賀ゼミナール

「TVer 広告は最強なのか

－行動ターゲティング、スキップ不可、残り広告本数表示という特徴に着目して－」

秋田転杜、齋藤風子、三森稔文、村松彩夏

近畿大学 峯尾ゼミナール

「広告内の自虐的ユーモアが消費者の知覚に及ぼす影響－広告懐疑の調整効果に着目して－」

國次雄大、川上鈴佳、北澤舞、山下夏葵、渡邊蘭丸

近畿大学 峯尾ゼミナール

「LGBT 広告における適切な訴求方法の検討」

木瀬志織、青木梨々花、浦宗蒼士、庄村凌

近畿大学 峯尾ゼミナール

「「安すぎる」価格に対する Z 世代消費者の反応—EC サイトにおける衣類商品の購買を例に—」

尾崎梨音、岡本美穂、中坂彩花、森山愛菜、保田和奏

駒澤大学 武谷ゼミナール

「観光地への訪問意図の向上効果—観光ポスターに雨天の写真を用いて—」

郷間滉生、岸浪菜々子、佐藤舞祐

駒澤大学 武谷ゼミナール

「推しグッズを撮影する心理とは—撮影行動の動機と撮影行動が撮影者自身に及ぼす影響の解明—」

折笠真之介、山崎翔太、原彩華、高島佑里紗

駒澤大学 中野ゼミナール

「Instagram のメインアカウントと親しい友達限定アカウントがソーシャルメディア広告への反応に及ぼす影響—それぞれのアカウント利用時の自己隠蔽に着目して—」

伊藤杏樹、赤嶺友来、金子璃公、カヤノサユリ、佐久間更紗、松田翼

専修大学 石崎ゼミナール

「三面同一スクリーン広告と中央のみ異なる三面スクリーン広告の広告効果にはいかなる違いがあるのか」

南園悠佳、稲葉晴、安藤帆夏、伊藤雅樹、保谷菜月、加藤詩菜

千葉商科大学 松本ゼミナール

「ファン心理を利用した広告の効果について—アイドルファンに着目して—」

内田颯人、高橋慎、小林英士

日本大学 井上ゼミナール

「みんなで食べると太りにくい？—食べ物の共有が太りやすさの判断に及ぼす影響—」

山岡咲喜、石井文也、下藺仁也、寺倉麻結奈

日本大学 井上ゼミナール

「肉を擬人化すると食べたくなくなるのか？」

青山朋実、安藤将太、尾山凜、佐藤聖也

立教大学 有馬ゼミナール

「スキップされないテレビCMに必要な要素とは—ドラマタイアップCMを例として—」

瀬間夏未、小山彩、市川紗菜、小寺祐奈、野田菜月

以上に加えて、惜しくも入選とはなりませんでしたが、今後の発展が期待できる論文に奨励賞を授与することとなりました。

【奨励賞】

青山学院大学 久保田ゼミナール

「異性の魅力を含んだ広告のマーケティング効果」

腰越遥、大内彩楓、前原彩那、向川香波

慶應義塾大学 李ゼミナール

「現代における選挙ポスターの存在意義—若年層を対象とした検討—」

吉野はるか、佐藤佑和、笹部憧語、堀川洸

駒澤大学 武谷ゼミナール

「サービスロボットとの働き方についての検討—サービスロボットと従業員の関係性に着目して—」

杉本周陽、松本莉和、手島萌子、内田航成

専修大学 石崎ゼミナール

「ティーザー広告における事前期待と広告視聴後の不一致が広告評価に及ぼす影響

—期待-不一致モデルを用いて—」

高橋一生、山本隼輔、山岸里咲、根津裕真、増田剛輝、十文字一葉、諸角温寧

大東文化大学 五十嵐ゼミナール

「インターネット動画広告から知覚される嫌悪感が消費者の記憶に与える影響」

馬橋伊織、グエン・ホアンカ、大場星和、太田成美、高久美有

千葉商科大学 松本ゼミナール

「注意喚起広告における文型の4水準とネガティブ感情の関係性」

紺野彩季、大辻真鈴、加藤美羽、鈴木綾花、森田鼓太郎、田中久也

千葉商科大学 松本ゼミナール

「広告におけるジェンダー描写が受け手のジェンダー観に及ぼす影響」

河原崎咲帆、清水亮之介、坂本遼太、樽見一花、坂下恋羅、磯野佑奈

千葉商科大学 松本ゼミナール

「なぜ、人はカリギュラ効果や心理的リアクタンスを用いた広告に魅力を感じてしまうのか

—禁止表現における商品選定について—」

中村匠、片野凌、親見愛、二木優奈、三輪桜子

- 今年度は9大学・11ゼミ・計30のグループから論文が投稿されました。
- 2024年2月に開催される関東部会研究会（オンライン）において表彰式を行う予定です。