

2025年1月17日

第12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。
同一賞内においては、大学名・ゼミナール名の五十音順に論文を並べています。

【金賞】

近畿大学 峯尾ゼミナール

「小売店のエココミュニケーションにおける心理的リアクタンスの影響とその抑制要因」

竹本美南、河井優和、山下伯、重留千里

駒澤大学 中野ゼミナール

「ギャップ萌え」の心理的要因と「ギャップ萌え」が広告態度やブランド態度に及ぼす影響
—受け手と対象の性差と個人のオタク特性に着目して—

辻本愛香、石塚星花、高根悠希、野島大雅、原田瑞生、藤井翔

※審査の結果、今年度は2本の論文を金賞に選出しました。

※同一賞内は五十音順に並べています。

【銀賞】

青山学院大学 久保田ゼミナール

「安全志向製品における非対称な広告デザインがもたらす影響」

宇藤夢華、内藤夏那、長谷川美怜、横井葵

【銅賞】

専修大学 石崎ゼミナール

「広告におけるカラーとモノクロでは視覚的印象にどのような影響をもたらすのか
—解釈レベル理論によるアプローチ—

安藤康貴、阿部萌花、市川心楼、矢野翔大、川上彩音、小川瑞季、橋上真依、土橋彩花

【佳作】

青山学院大学 久保田ゼミナール

「インターネットミームを用いた広告が顧客エンゲージメントに影響を及ぼす要因の検討」

大内彩楓、牧野希純、松村さくら、松山和佳奈

青山学院大学 芳賀ゼミナール

「広告らしくない広告とその広告効果ーコンテンツの芸術性に着目してー」

馬杉心優、江川豪、松井晴紀

近畿大学 峯尾ゼミナール

「AI 音声を活用した広告の効果ー信頼性と品質評価における AI 明示の重要性ー」

榎木翼、川上拓真、岩崎由倫、笠島菜々子、藤本万里奈

近畿大学 峯尾ゼミナール

「啓発広告の言葉遣いが受け手に与える影響ータメ語に着目してー」

桂秀悟、大垣琴奈、松本めい、津門凜音、辻満理奈

近畿大学 峯尾ゼミナール

「商品画像の掲載と商業的意図の知覚の関係性ーCSR 広告に及ぼす影響に着目してー」

鷹森亜珠利、近藤秀平、伊藤妃那、藤本菜々穂

慶應義塾大学 李ゼミナール

「炎上意見の認知による広告態度の変容」

古田凌都、高橋法穂、田中晶帆、能登有紀、中山遥

駒澤大学 武谷ゼミナール

「青春を利用した広告の効果とはー広告から感じられる感情に着目をしてー」

八百谷優希、黒崎蓮、相澤優羽、伊東秋咲子

駒澤大学 武谷ゼミナール

「広告への不信感を乗り越える鍵とは？ーテストイモニアル広告の新たな戦略ー」

小橋凜夏、古越愛梨、渡井椋介、小林聖翼

駒澤大学 中野ゼミナール

「「界限」の構造説明と行動ターゲティング広告に「界限」を用いることによる広告効果の検証

ープライバシー懸念における個人と集団の概念に着目してー」

藤原ありす、伊藤龍之介、先崎壮人、千代華奈美、田中美月、細野実希、米川ひなた

大東文化大学 五十嵐ゼミナール

「有名人の起用が広告に与える影響

ージェンダー的ステレオタイプに起因する違和感の軽減とブランド利用意向を考慮してー」

新井優、美巢田あびらる、馬場健太郎、笹川優羽、葉潔雅

早稲田大学 石井ゼミナール

「空間の照度が消費者の判断に与える影響 ー解釈レベル理論から見る新たな広告軸の設計ー」

金澤亜未、寺田真菜、志賀弘武、初本紗夏、村田歩夢、坂下夕海

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 芳賀ゼミナール

「「なんで知ってるの!？」 ー若者の行動ターゲティング広告に対する不快感を緩和する方法の検討ー」

内藤文乃、坂口すなお、山田遥奈

神奈川大学 権ゼミナール

「生成 AI が変える食品広告の未来 ー温度がもたらす影響に着目してー」

島田敦也、加藤朝陽、気田健太郎

慶應義塾大学 李ゼミナール

「映画ポスターにおける受賞情報の効果 ー日本と海外のポスター比較を通じてー」

辻大樹、福澤愛、玉腰莉子、平井愛美

慶應義塾大学 李ゼミナール

「映画予告から受ける印象の日米比較 ー文化的背景が映画視聴意欲に与える影響ー」

鳥海智洋、菅野大地、宮本ゆら、村上香花

専修大学 石崎ゼミナール

「ゲーム内広告におけるプレイスキルの巧拙が視聴者の心理変容に与える影響

ー社会的比較理論によるアプローチー」

鷲津大河、青木拓都、北河原愛花、栗山さくら、塚田瑞貴、戸叶萌、渡慶次美月

大東文化大学 五十嵐ゼミナール

「動画における字幕が視聴者の記憶にもたらす影響—字幕の色の効果に着目して—」

北川芽依、中沢音花、中村啓吾、原澤怜司、村田海斗、湯本寛汰

千葉商科大学 松本ゼミナール

「環境コミュニケーションにおける3つの訴求型とエコロジー関与の度合いによる交互作用」

佐藤克哉、伊藤美月、齋藤花菜、芝野愛理、田中伶穂、堀口凜華

千葉商科大学 松本ゼミナール

「AI が使用された広告とパブリシティの組み合わせが消費者の広告態度とブランド態度に与える影響

—露出順序とパブリシティで認知させる機械ヒューリスティックに着目して—」

菅原夏奈美、山西こころ、齋藤幸枝、安宅祥泰、木村泰輔

千葉商科大学 松本ゼミナール

「インフィード広告において単純接触効果が最も効果的に作用する提示回数の検討」

橋本大雅、田澤勘太、佐藤美鈴、平間有紗、森優希

千葉商科大学 松本ゼミナール

「あなたが選ぶのはシンプル or ユニーク？」

—製品における示唆的ブランド名・非示唆的ブランド名が消費者の態度に及ぼす影響—」

石神勇輝、多田唯楓、直江双葉、河晃祐、岡田彩加

日本大学 井上ゼミナール

「レビューの量およびレビューの質が購買意向に及ぼす影響—関与の調整効果に注目して—」

余語優大、石黒加菜、川田悠介、清水純花

立正大学 畠山ゼミナール

「商品のジャッジ企画は消費者の購買意欲にどのような影響を及ぼすのか」

眞榮千尋、村上ヒカル、前嶋夕雨、木村文哉、濱野泰地、河北晋治、鶴大輝、千種花音

早稲田大学 石井ゼミナール

「オンライン・ショッピングにおけるスクロール方向とバラエティ・シーキングの関係性」

稲生大翼、高嶋玲佳、松居直輝、澤崎治希、宮岡凜太

- 今年度は11大学・13ゼミ・計39のグループから論文が投稿されました。
- 金賞・銀賞・銅賞の論文要旨は近日中に学会 HP に掲載します。