

2026年1月11日

日本広告学会

広報・学術交流委員会

学生広告論文賞事務局

第13回 日本広告学会学生広告論文賞 審査結果

過日の広報・学術交流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。今回は、金賞1篇、銀賞2篇、銅賞2篇、佳作13篇、奨励賞18篇を選出しました。

【金賞】

日本大学 井上ゼミナール

「「キモかわいい」キャラクターはなぜ「かわいい」と知覚されるのか？

—無害性知覚を介した社会的関わり合いの影響—

宮優作、岡田佳穂、齋藤拓心

【銀賞】

近畿大学 峯尾ゼミナール

「脆弱性アピール広告が広告評価に及ぼす影響－要因タイプと発信者の年齢に注目して－」

北野葵、小角旦陽、常本紗帆、西山詩乃

千葉商科大学 松本ゼミナール

「製品関与度の高低と合理的・感情的訴求の違いがQRコードスキャン意図に与える効果の検証」

佐久間優奈、伊藤澄香、根本快、細谷叶、本木実優、横倉柊斗

【銅賞】

千葉商科大学 松本ゼミナール

「Z世代の「関わりたくなる広告」とは何か

—縦型の選択式インターラクティブ広告の操作設計が自律性に及ぼす影響—

吉次今日子、山下さくら、佐久間豊、田中結菜、上原陸翔、岩永未來

東京都立大学 峯尾ゼミナール

「インターネット広告の「削除のしづらさ」がユーザーの心理的負担とサイト再訪意図に与える影響」

芝本莉々奈、渡部雅哉、呉翔繁、小熊里梨

【佳作】

青山学院大学 久保田ゼミナール

「Instagram の投稿における 確信的な表現がもたらす影響

—エンゲージメント意図を形成する心理メカニズムに着目して—」

會澤菜未、田中丸怜子

青山学院大学 久保田ゼミナール

「「かわいい」の再整理と心理的距離を介した製品評価—かわいさに触れると、心は近づく—」

牧野希純、平沢萌果、畠美沙希

青山学院大学 久保田ゼミナール

「「自業自得」でも、助けたい。責任帰属と内集団バイアスが支援行動に及ぼす緩衝効果」

尾嶋亜衣奈、鍋坂祐来、中村美穂

神奈川大学 権ゼミナール

「企業の公式謝罪はなぜ響かないのか—炎上当事者の「沈黙」 が企業広告の信頼性を弱める仕組み—」

稻垣雅哉、尾畠直樹、高橋あずみ、笹崎脩慈、村上寛樹

近畿大学 峯尾ゼミナール

「外国语表記メニューが日本人に与える影響—言語表記の透明性がメニュー評価に及ぼす効果—」

上尾莉加、白井日那、木下実香、松田大輝

近畿大学 峯尾ゼミナール

「支払総額に占める送料の割合は購買行動をどう変えるのか

—価格の見え方が消費者判断に与える影響—」

藤井彩乃、中村愛理、古市咲花、森下夏光

慶應義塾大学 李ゼミナール

「リール動画広告におけるレビュー型とショートドラマ型の効果比較」

平井愛美、今田啓太、佐久間理紗子、高橋佑佳、近藤祐以

慶應義塾大学 李ゼミナール

「サウンドロゴの業界適合性とブランド好感度—飲食店と保険業のサウンドロゴ分析から—」

能登有紀、草薙樹、島明佳音、成田明日香

駒澤大学 中野ゼミナール

「イースターエッグ広告が消費者に与える影響－発見者と共有された人の両者に着目して－」

浅川英汰、阿部瑚白、工藤陽菜、小林花、西藤あかり、堀内奏、吉井優杏

駒澤大学 中野ゼミナール

「お堅い業界におけるインターネットミーム活用が広告態度とブランド態度に及ぼす影響

－「期待違反」「ユーモア」「信頼性」に着目して－」

竹田歩未、岡固宗幸、河野恵、菊地佑紀、岸小春、三橋祐也

早稲田大学 石井ゼミナール

「画像広告における視覚的 POV と語りの POV を交差させる効果について」

西本満里、青山しゅう、伊藤優希、川村周、桑原瑞季、櫻井翔大

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価格表示位置の左右差が価格知覚に与える影響」

津曲隼人、木内和香、金村聰栄、柴田葉月、藤岡颯汰

早稲田大学 石井ゼミナール

「広告における歌声は評価を高めるのか？

－解釈レベル理論を用いた歌声の有無が製品・広告評価に与える効果の検討－」

萩原知也、久保田咲希、杉浦叶汰、曾根小夢希、山口颯太

【奨励賞】

青山学院大学 芳賀ゼミナール

「SNS における PR 投稿に対する不信感－メディアの商業性の影響－」

林千遙、森菜月、長谷川琳乙、宮崎羅奈

桜美林大学 西川ゼミナール

「日本の案内用図記号の文化性に関する実証的研究－なぜ外国人は新宿駅で迷うのか－」

岡安令華、播磨真子、黒澤優彩

神奈川大学 権ゼミナール

「自虐広告の有効性に関する研究－製品カテゴリー関与の重要度－」

石本一翔、中山玲、千種莉央、蟠原楓、田中凜、高田琳夢

神奈川大学 権ゼミナール

「視覚的手掛けりの主役（風景・食）が地方プロモ広告の印象に与える影響」

鶴田凜、小山凌介、大泉蓮、松本悠希

近畿大学 峯尾ゼミナール

「Z世代におけるネットミームを活用した広告の受容」

宇野祈美、梶山愛心、永田風羽、河野紗季、鵜瀬裕大

慶應義塾大学 李ゼミナール

「「No.1表示」が大学生にもたらす影響について 一公正な市場環境の維持のためにー」

山崎航太朗、大垣美波、村上香花、市坂里珠、北島汐愛

慶應義塾大学 李ゼミナール

「「観光誘致ポスターにおける地域性ユーモアの可能性」ー若者の観光地への心理的距離と行動意図ー」

藤田彩乃、小野すみれ、松尾有紗、宮家隆成

専修大学 石崎ゼミナール

「ブランドショッパーの象徴性はどのように解釈されるのか

ー外的文脈と解釈レベルにおける人物変化とブランド印象の変動ー」

長谷川亜夢、村松龍成、内山菜々子、駒澤未来、渡邊春音、石崎快、結城陽代里

専修大学 石崎ゼミナール

「デジタルサイネージ広告における広告規模と広告形式による影響」

澤田幸奈、田村彩乃、島袋佑太、浅川拓輝、中村真滉、中谷友梨香、金澤秀弥

大東文化大学 五十嵐ゼミナール

「人物広告におけるAI人物広告の有用性についてー消費者のAI受容度に着目してー」

竹蓋優羽、野本茉歩、金澤直樹、張榕珊

千葉商科大学 松本ゼミナール

「立体造形看板が飲食店の入店意欲に及ぼす影響」

中山奈桜美、源川奈乃葉、石川莉未、佐々光陽、貴田拓海、小山明日香、尾籠はるか

千葉商科大学 松本ゼミナール

「アンビエント広告における設置場所の意外性が広告評価に与える影響」

河井悠里、助川大耀、坂本寛康、吉田りん、植田ナディア、山内愛莉

東京都立大学 峯尾ゼミナール

「人気の逆輸入効果の境界条件」

磯崎拓実、荒幡優太、柳澤未來、下地佐和

日本大学 田部ゼミナール

「広告コピーにおける言語スタイル（敬語／タメ語）が広告効果に与える影響

—背景色との相性に着目して—」

菊地萌伽、川口真矢、大槻晃、北井蓮大

日本大学 田部ゼミナール

「自虐的広告における表現強度と受け手の性別が広告評価に与える影響」

荻原充希、秋葉棕太、北澤聖

日本大学 田部ゼミナール

「購買意欲を刺激する PR 投稿の特徴—フォロワー数とブランド認知度の影響の検討—」

浅野夏未、渡辺怜奈、笠原千愛、井口莉子

日本大学 田部ゼミナール

「広告モデルの体型が消費者の感情評価と購買意図に与える影響

—体型コンプレックスの役割に着目して—」

百野碧納、森にこ、牛嶋未咲、大岩杏彩子

文教大学 浅川ゼミナール

「食品パッケージの文字フォントが消費者の購買意欲に及ぼす影響

—明朝体とゴシック体を対象とした実証分析—」

佐藤粹季、篠木洸太、新屋希々花、石井絢菜、三塚大幸

- 今年度は14大学・16ゼミ・計49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。
- やむを得ない事情があると事務局が判断した場合に限り、論文提出時に規定以下の人数であっても受理しています。なお、エントリー時には規定の人数を下回ることを認めていません。