



一般財団法人  
ブランド・マネージャー認定協会  
Association for the Certification of Brand Managers Japan

# BRAND MANAGEMENT AWARD®

## 2026

## 募集要項

---

## MESSAGE

# ブランディングで日本を元気に！

ブランディングは、日本社会を元気にするカギとなります。  
BRAND MANAGEMENT AWARDでは、優れたブランディング事例を称え、  
その価値を多くの人々に広げることで、地域経済や産業全体を活性化し、  
社会の元気を取り戻す力を生み出します。

その成功の裏には、的確なデザインや広告戦略、  
そして“型”を活用した実践的なアプローチが存在します。  
これらすべてをポジティブに統合し、  
日本の未来を明るくするブランディングをともに広めていきましょう。

# ブランド・マネージャー認定協会

ブランディングに実践の『型』を取り入れた、日本で最初の専門機関

## ブランド・マネージャー認定協会概要

名称	一般財団法人ブランド・マネージャー認定協会
設立	2008年9月18日 2010年9月29日 一般財団法人化
所在地	東京都新宿区新宿1-36-7 川本ビル3F
電話番号	03-5312-6862
公式サイト	<a href="https://www.brand-mgr.org/">https://www.brand-mgr.org/</a>
メールアドレス	info@brand-mgr.org
主な事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・ブランド・マネージャーに関する民間資格の創設および同資格の付与</li><li>・ブランド、ブランディングおよびブランド・マネージメントに関する研究や啓蒙活動</li><li>・スクール、セミナー、勉強会、研修、シンポジウム等の企画、監修、開催・運営</li><li>・教材、書籍、その他出版物の企画、監修、編集、出版・販売</li><li>・研修および講演会の企画、開催・運営の請負業務等</li></ul>

## 活動実績 ※実績は全て2026年2月末

トレーナー資格者	182名
IBコンサルタント等資格者	129名
資格取得講座の 受講生実績	5,023名

### 内訳

ベーシックコース：3,344名

アドバンスコース：1,089名

トレーナー認定コース：368名

インターナルブランディングコース：222名

# BRAND MANAGEMENT AWARDとは

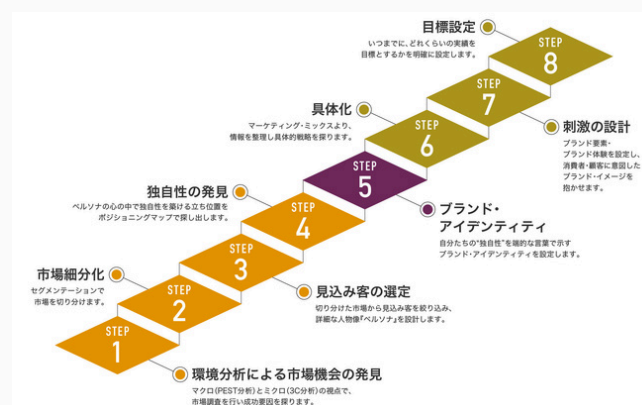
BRAND MANAGEMENT AWARDは、一般財団法人ブランド・マネージャー認定協会が主催する、日本初の「ブランディングの型」に基づく実践事例評価制度です。

## アワードの趣旨

当協会の理念である、「優れたブランドを構築できるブランド・マネージャー、ブランド構築のプロフェッショナルを輩出し続けることで、様々な組織の持続的成長を促し、企業価値を向上し続け、日本経済の活性化と発展に貢献する」を体現する全国のブランド・マネージャーの活動に光を当て、称賛する取り組みです。

### ● ブランディングの型

当協会の講座で提唱する「ブランディングの型」を実際のビジネスの場で実践し、成功に導いた事例を広く社会に共有し、日本全体のブランド経営水準の向上に貢献します。



### ● ブランドを“経営の中核”として評価

多くのアワードが「広告表現」や「話題性」を評価軸にする中、本アワードはブランドを経営資産としてどう設計し、どう実装し、どう持続させているかを評価します。

- ・ 戦略との一貫性
- ・ 経営課題解決としてのブランド
- ・ 組織への浸透度
- ・ 顧客体験との整合性

### ● 社会的価値を創出する企業を表彰

ブランドを通じて「信頼」「共感」「文化」を育てた企業にも光を当て表彰します。取り組みは優れたブランド・マネージャーだけではできません。企業の理解や共感があって初めて前に進めるものです。

- ・ 短期的成果だけでなく持続可能性も
- ・ 売上だけでなく社会的意義も
- ・ 独自性だけでなく誠実さ、共創さも

# 受賞価値とメリット

## あなたの成果を、クライアントの誇りに ~第三者による正当な評価~

ブランディングの現場では、数字だけでは測れない「想い」や「試行錯誤」があります。本アワードでの受賞はそのプロセスを専門家が正当に評価し、公的に証明するものです。それは伴走してきたクライアント企業や自社スタッフへの何よりの恩返しとなり、組織全体に「自分たちのブランドは素晴らしい」という自信と活力を生み出します。

### 専門家による「戦略とプロセス」の肯定

単なる「売上向上」や「デザインの美しさ（広告表現の評価）」だけでなく、ブランド・マネジメント全体に基づく専門的な評価が得られることで、現場の試行錯誤や泥臭い努力が、体系的な「正解」として認められる喜びを提供します。

### プロジェクトメンバーへの最高のギフト

ブランド支援者が、自社メンバーもしくはクライアント企業と共に歩んできた軌跡が、「公的な賞」として形になることで、プロジェクトに関わったすべてのメンバーや経営層など、これまでの投資や決断や苦勞が間違っていなかったという確信につながり、信頼がより強固なものになります。



### 組織内モチベーションの劇的向上

受賞の事実がクライアント内、もしくは自社内に共有されることにより、従業員の帰属意識の醸成につながります。特に現場の士気が高まることで、インターナルブランディングの観点からも、大きな推進力の醸成、ポイントになります。

### 次なるプロジェクトへの追い風

第三者評価という「根拠」を得ることで、社内の反対勢力や慎重派を納得させる材料になります。次なる施策や予算承認がスムーズになり、ブランディング活動を継続、加速させるための「社内政治的な武器」としても機能します。

# 受賞価値とメリット

## 「ブランドの誇り」を可視化し、ファンと味方を増やす ～受賞によるPR効果～

BRAND MANAGEMENT AWARDの受賞は、当協会の厳しい審査基準をクリアした「ブランド・マネージャー」を示す証です。経歴をはじめ、名刺、ウェブサイト、プレスリリース、パンフレット等、あらゆる接点で利用することができ、信頼性を一気に引き出します。

### A.ブランディング支援業（コンサル、制作、代理店）の場合

～ブランド支援業としての「実力」を可視化し、提案の決定打にする～

ブランド支援者にとって、目に見えない「戦略立案力」や「伴走力」を証明するのは容易ではありませんが、受賞はそのプロセスを評価、証明するものなので、分かりやすく伝えることができます。

- ・新規獲得時の「安心、信頼のショートカット」として機能
- ・「再現性のあるノウハウ」を利用することで顧客内の不安を払拭
- ・既存クライアントへの付加価値向上

### B.企業内のブランド・マネージャー（事業会社）の場合

～「ブランドの誇り」を可視化し、ファンと味方を増やす～

自社ブランドを背負う立場にとって、受賞は「愛されるブランド」であることの公式な認定証となります。

- ・顧客、消費者からの「選ばれる理由」に
- ・採用市場での「選ばれる企業」に
- ・流通、取引先への「交渉力の強化」に

活用シーン	A.ブランディング支援業（Partner）	B.事業会社（Brand Owner）
マーケ・営業	ウェブサイトへの事例掲載、名刺交換、提案書での事例共有などで活用し、引き合い数、成約率を向上	商品ページ、商品POP、展示会などの接点で受賞マークを活用、消費者の選択を容易にし、購買意欲を刺激
広報・PR	「受賞実績」として実績紹介ページを充実させる 外部メディア等の紹介時に経歴の一部として掲載	プレスリリースで「受賞」を報じ、認知拡大 プレスリリースをきっかけに後パブ効果を期待
採用・組織	「ブランディングのプロが集まる会社」として採用力を強化	「誇れる自社ブランド」として社員の戦力化、離職率低下。 採用効率化

# 受賞価値とメリット

## あなたの成功を、社会の共通価値へ。多角的なメディア展開 ~協会・外部メディアによる紹介~

受賞事例は、当協会が持つ多様なプラットフォームを通じて、ブランドの専門家、経営者、そして広く社会へと発信されます。自社単独ではリーチできない層へ、貴社の取り組みを強力にプロモートします。

### ①協会公式メディアでの永続的なアーカイブ

#### ・ BRAND MANAGEMENT AWARD特設サイトへの掲載

受賞の全貌を、詳細な解説記事とともに公開します。ブランディングの模範事例として長期間掲載されます。

#### ・ 一般財団法人ブランド・マネージャー認定協会の公式HP

協会公式サイトにて、認定者の誇るべき実績として掲載。プロフェッショナルとしての信頼性を裏付けます。

### ②実践知を共有する「登壇・講演」の機会

#### ・【選抜※金賞は確定】実践サロンでの特別講演（講師謝礼あり）

協会の認定者が集う「実践サロン」にて、ゲスト講師として登壇。実践の裏側を共有する場を提供します。

#### ・【選抜】外部カンファレンスでの特別講演

協会が提携・出展・協賛・後援する大規模イベントでの登壇機会を提供（実績：Marketing Technology Fair）

### ③外部有力メディアへの露出・掲載実績

#### ・ メディアとのリレーションシップ

受賞事例の内容に応じ、協会が連携しているメディアへの掲載や取材の橋渡しを行います。

【ビジネス・経済】日経クロストrend、経済界、LOCAL GROWTH CONSORTIUM等

【放送・地域】千葉テレビ、その他地方メディア

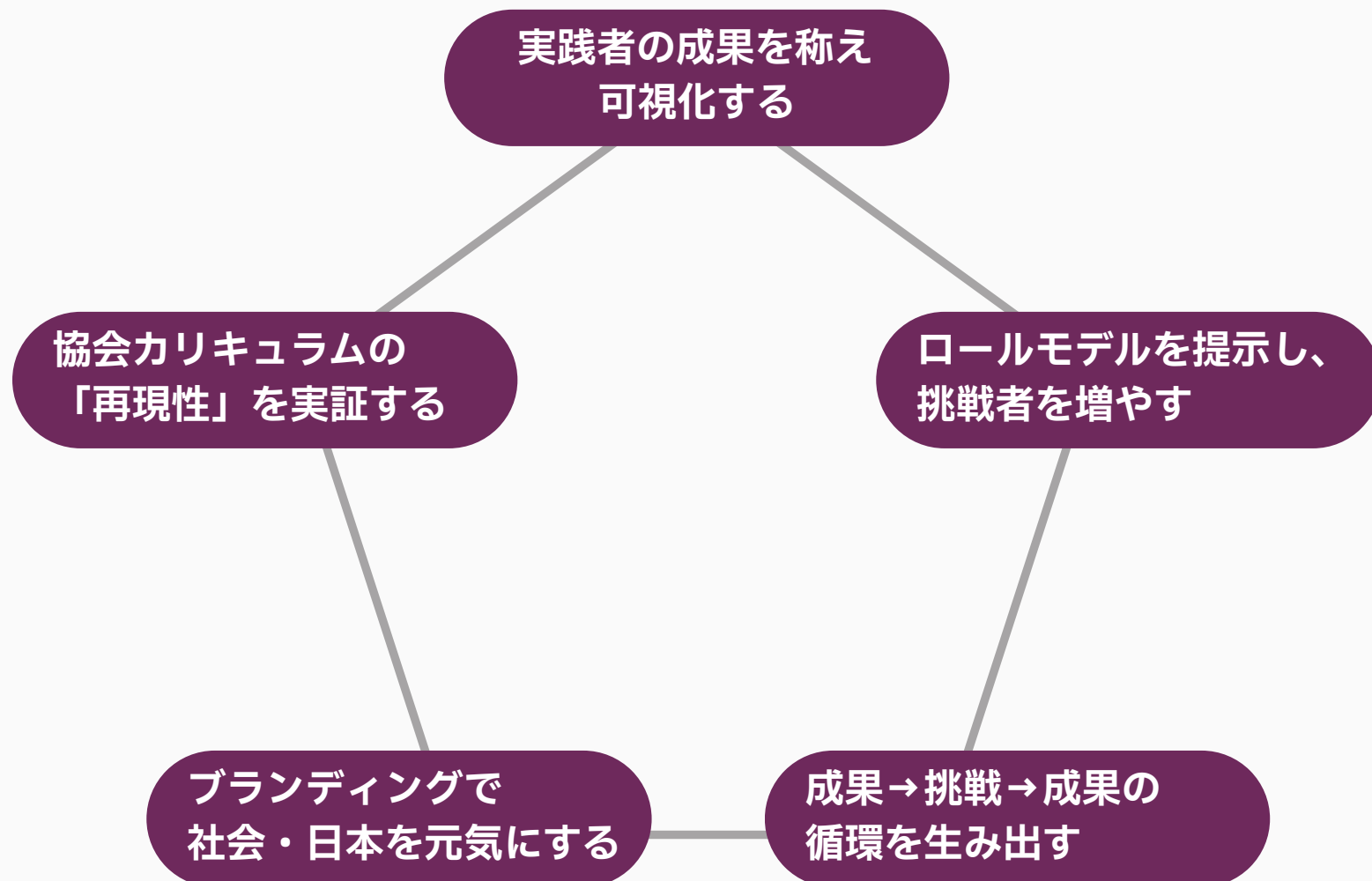
#### ・ プレスリリース配信



# BRAND MANAGEMENT AWARDの開催意図

## 実務におけるブランディング成功事例を評価・表彰し、その価値と再現性を社会へ

BRAND MANAGEMENT AWARDは、ブランド・マネージャー認定協会の資格者による、「実務におけるブランディング成功事例」を評価・表彰し、その価値と再現性を社会に示すための取り組みです。過去、13回行われてきた「公開シンポジウム」から「BRAND MANAGEMENT AWARD」に正式に名称を代え今後もブランド実践者に光を照らすだけでなく、ご参加いただく皆さまに以下の価値を提供し続けます。



### 実践者の成果を称え可視化する

ブランディングは一朝一夕に成るものではなく、現場での地道な試行錯誤の連続です。当アワードでは、そのプロセスに光を当て、数値的な成果だけでなく、背景にある「想い」や「戦略的思考」を正当に評価します。

### 協会カリキュラムの「再現性」を実証する

当協会が提唱するブランディングのメソッドは、単なる理論に留まりません。アワードに集まる多種多様な業界・規模の成功事例こそが、カリキュラムの「正しさ」と、誰が取り組んでも成果を出せる「再現性」の証明です。

### ロールモデルを提示し、挑戦者を増やす

アワードを通じて公開される成功の軌跡は、次なる挑戦者にとっての羅針盤（ロールモデル）となります。優れた事例が新たな基準となり、後に続く方々の心理的ハードルを下げ、実践への一歩を後押しします。

### 成果→挑戦→成果の循環を生み出す

評価された成果が誰かの刺激となり、新たな挑戦を生む。その挑戦がまた新たな成果となってアワードに戻ってくる——。この「成果と挑戦のサイクル」を回し続けることで、知見をアップデートし続けます。この循環こそが、日本のブランディング実務のレベルを底上げするエンジンとなります。

### ブランディングで社会・日本を元気にする

ブランドとは、企業の「意志」と「独自の価値」の表明です。ブランディングによって企業が自らの価値を再発見し、輝きを取り戻すことは、地域経済の活性化や社会課題の解決に直結します。一つひとつのブランドが日本中を明るく照らし、社会全体に活気と自信をもたらす未来を目指しています。

# 概要：応募のルール

## 応募資格・応募方法・応募費用について

### 応募資格

●ブランディング事例 ●インターナル事例 ●共通

応募資格は以下を満たす方を対象とします。

- 応募時点で当協会の3級資格以上を保有している方
- 応募時点で当協会のインターナルブランディングコースを受講完了している方  
資格の保有有無は問いません
- 自らが関わった事例で、公表しても問題のない事例であること
- 選考過程、アワード当日の参加が可能であること

### 応募方法

BRAND MANAGEMENT AWARD特設サイト内にてエントリーシートをDLのうえ、同特設サイト内のエントリーより応募  
なお、ブランディング事例とインターナル事例はエントリーシートの内容が異なりますので、予めご注意ください。

### 応募費用

エントリー時：一次審査費用として、一事例につき、11,000円（税込）

一次審査通過した事例については、二次審査費用および当日のアワード参加費を含み33,000円（税込）をお申し受けいたします。

なお、事例発表が複数名の場合は、追加1名につき16,500円（税込）／人を別途二次審査審査前までにお申し受けいたします。

# 概要：応募のルール

## ■ 応募期間・プレゼンテーションルールについて

### 応募期間

**2026年4月1日（水）～2026年6月30日（火）まで**

### 応募上の注意

- 一次審査のエントリー者は応募時点でカテゴリー別の資格要件を満たす者がご応募ください。
- 応募事例はオリジナルに限り、所有権は応募者に帰属します。著作権の侵害やその他不正な場合は応募者の責任となりますので、あらかじめご承知おきください。
- 一次審査はエントリーシートでの書類審査となります。二次審査は動画を提出いただき動画の発表内容で審査いたします。
- 二次審査の動画提出以降、プレゼンターの変更は出来かねることをあらかじめご承知おきください。
- 二次審査、アワード当日のプレゼンターはエントリー者を含め3名までとさせていただきます。
- 協会にて行う告知、PRなどについてはプレゼンター全員の掲載が難しい場合、エントリー者のみとさせていただきます。
- 一次審査を通過し、二次審査まで進む事例については二次審査期間中、協会特別サイトにて掲載をいたします。
- インターナルブランディング賞は二次審査期間、アワード当日の投票の対象としない審査員特別賞といたします。
- 応募の取り下げは、以下の通り定めます。
  - 一次審査の取り下げ：一次審査の提出をし一次審査費用の支払いがない場合取り下げといたします。
  - 二次審査の取り下げ：一次審査を通過し、二次審査に進むことを合意したうえで二次審査の提出が間に合わない場合は取り下げとします。  
但し、二次審査費用の返金は行わないことといたします。

# スケジュール

**STEP 01 エントリー期間** エントリー締切：2026年6月30日(火)

エントリー期間内にエントリーシートをDLのうえ、事例の概要をシートの内容に則りご記入ください。規定のエントリーシートのご記入を終えた後は、エントリー期間中に事例のご応募をお願いします。

**エントリーをお考えの方に！**  
エントリー説明会

説明会ご参加者には、一次審査に活用できるAIツール  
**11うしジェネBMA//**  
をプレゼント！

4月20日(月) 16:00-17:30  
5月28日(木) 10:00-11:30

**エントリーシートDLはこちら**

**説明会参加はこちら**

説明会の参加申し込みは5月27日まで

**STEP 02 一次審査** 一次審査期間：7月1日(水)～7月21日(火)

一次審査は提出いただくエントリーシートの内容による審査員の書類審査を行います。二次審査に進むふさわしい事例を選出します。

**一次審査結果発表：7月24日(金)**

結果はメールにて通知いたします。

**STEP 03 二次審査説明会**

一次審査に通過した応募者向けに二次審査説明会を行います。一次審査の通知連絡時に以下の日程よりご希望の日をご選択ください。(プレゼンターのみご参加いただけます。)

・7月28日(火) 11:00-12:00  
・7月29日(水) 14:00-15:00  
・7月30日(木) 17:00-18:00

インターナルブランディングカテゴリーでご応募いただく方は左記日程とは別で個別にご案内いたします。

**STEP 04 二次審査提出**

二次審査説明会にてご案内します、二次審査の提出物を以下の日程までにご提出いただきます。

**二次審査提出日：9月4日(金)**

ご提出は審査の対象となる、動画やプレゼン資料のほか、一般投票向けにサイトに掲載する、応募者(複数名であればその方分も含む)のお写真、プロフィール、事例の聞いてほしいポイントなどを想定しています。

**STEP 05 二次審査／一般投票**

二次審査の提出資料の提出以降、1か月ほどの期間で二次審査を行います。二次審査期間中に一般投票(誰でも投票可)を設け、当日聞きたい事例に投票いただきます。この投票の得票は当日の投票に加算します。

審査員審査(二次審査)	一般投票
二次審査で提出いただく動画内容を複数名の審査員により審査します。ブランディングカテゴリーは8項目、インターナルブランディングカテゴリーは6項目に重きを置いた審査を行い、審査員の採点に加重平均し二次審査に通過する事例を決定します。	一次審査を通過した事例のうち、ブランディングカテゴリーでエントリーする事例をサイトに一部掲載します。動画は冒頭数分+資料は20P以内の制約を設け、当日聞きたい事例に応募いただきます。
<b>二次審査期間</b> 9月8日(火)～9月30日(水)	<b>一般投票期間</b> 9月11日(金)～9月25日(金)
<b>二次審査結果発表：10月2日(金)</b>	
一般投票の結果は、事前に審査員にも共有をしますが、二次審査の審査軸はあくまでブランディングの実務の評価が主となるため、影響はしないものとお考えください。但し、得票が大きく審査内容と乖離する場合は審査員による協議のうえ、決定します。	

**STEP 06 本番資料のご提出**

11 / 25 (水)

**STEP 07 最終プレゼンテーション**

11 / 28 (土)

# 賞の種類と副賞

## 奨励賞



奨励賞

ブランディングカテゴリー、インターナルブランディングカテゴリー共に、一次審査を通過した事例で且つ二次審査の選考に至った事例には奨励賞以上の賞を授与します。奨励賞は、ブランディング事例に対し、有意義な貢献、その努力と取り組みが評価された事例として、授与されます。

副賞：受賞者紹介によるベーシックコース受講費用を半額免除（1名）

## SDGs審査員特別賞



SDGs  
審査員特別賞

ブランディングカテゴリーでエントリーした事例のうち、SDGsの17の目標（世界的な社会課題の解決）に対して、ブランドがその課題解決に貢献し、且つ持続成長可能な開発が行われたと評価された事例に授与されます。

副賞：受賞者本人の受講費用を半額免除（本部開催の資格取得講座に限る）  
受賞者紹介によるベーシックコース受講費用を半額免除（1名）  
（テーマが合う場合に限り）実践サロンでの特別講演  
（有償：講師登壇費用をお支払いします）

## 農商工連携審査員特別賞



農商工連携  
審査員特別賞

ブランディングカテゴリーでエントリーした事例のうち、農林漁業者と商工業者等が通常の商取引関係を超えて協力し、お互いの強みを活かして売れる新商品・新サービスの開発、生産等を行い、ブランディングによって需要の開拓につながった事例に授与されます。

副賞：受賞者本人の受講費用を半額免除（本部開催の資格取得講座に限る）  
受賞者紹介によるベーシックコース受講費用を半額免除（1名）  
（テーマが合う場合に限り）実践サロンでの特別講演  
（有償：講師登壇費用をお支払いします）

## 地域創生審査員特別賞



地域創生  
審査員特別賞

ブランディングカテゴリーでエントリーした事例のうち、持続可能で活力ある地域社会の形成を目指す取り組みにおいて、ブランディングを通じて経済的・社会的な活性化に貢献した事例に授与されます。

副賞：受賞者本人の受講費用を半額免除（本部開催の資格取得講座に限る）  
受賞者紹介によるベーシックコース受講費用を半額免除（1名）  
（テーマが合う場合に限り）実践サロンでの特別講演  
（有償：講師登壇費用をお支払いします）

# 賞の種類と副賞

## 優秀賞



優秀賞

ブランディングカテゴリーでエントリーした事例のうち、ブランディング事例の総合的な評価で秀逸であるとブランド識者によって評価された事例に授与されます。

副賞：受賞者本人の受講費用を半額免除（本部開催の資格取得講座に限る）  
受賞者紹介によるベーシックコース受講費用を半額免除（1名）  
（テーマが合う場合に限り）実践サロンでの特別講演  
（有償：講師登壇費用をお支払いします）

## インターナショナルブランディング賞



インターナショナル  
ブランディング賞

インターナショナルブランディングカテゴリーでエントリーした事例のうち、ブランディング手法による組織開発を行った事例でその年一番優秀であると評価された事例に授与されます。

副賞：受賞者本人の受講費用を半額免除（本部開催の資格取得講座に限る）  
受賞者紹介によるベーシックコース受講費用を半額免除（2名）  
実践サロンでの特別講演（有償：講師登壇費用をお支払いします）

## 中小企業庁長官賞（未定）



中小企業庁  
長官賞

ブランディングカテゴリーでエントリーした事例のうち、中小企業のブランド活用において優れていると評価された事例に対し、中小企業庁長官より賞の判断を委託された協会審査員が決定する賞です。

副賞：受賞者本人の受講費用を半額免除（本部開催の資格取得講座に限る）  
受賞者紹介によるベーシックコース受講費用を半額免除（2名）  
実践サロンでの特別講演（有償：講師登壇費用をお支払いします）

## 準大賞



準大賞

ブランディングカテゴリーでエントリーし、二度の審査員審査を通過したブランディング事例のうち、一般投票、当日投票すべてを含む投票の得票で二位になった事例に授与されます。なお、本賞受賞者は銀賞以上の賞が確定している事例となり、W受賞となります。但し、副賞は本賞を優先させます。

副賞：トロフィーの進呈  
受賞者本人の受講費用を半額免除（本部開催の資格取得講座に限る）  
受賞者紹介によるベーシックコース受講費用を半額免除（2名）  
実践サロンでの特別講演（有償：講師登壇費用をお支払いします）

# 賞の種類と副賞

## 大賞



大賞



BRAND MANAGER  
OF THE YEAR

ブランディングカテゴリーでエントリーし、二度の審査員審査を通過したブランディング事例のうち、一般投票、当日投票すべてを含む投票の得票で一位になった事例に授与されます。

今年度の最も優れている事例としてブランド識者である審査員以外にも一般参加者にも評価された事例として、今年度のアワードの「顔」として協会サイト、各種メディア、外部メディアにも積極的に取り上げます。

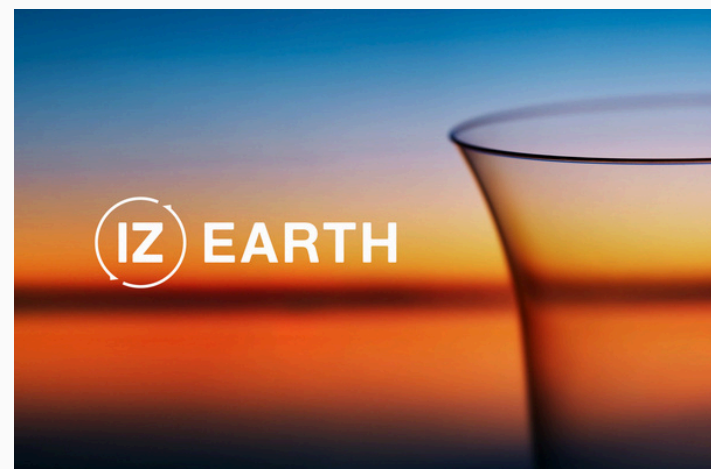
なお、本賞を受賞した事例のブランド・マネージャー（メインのエントリー者1名）には、BRAND MANAGER OF THE YEARが与えられます。

### 副賞：トロフィーの進呈

受賞者本人の受講費用を半額免除（本部開催の資格取得講座に限る）

受賞者紹介によるベーシックコース受講費用を半額免除（2名）

実践サロンでの特別講演（有償：講師登壇費用をお支払いします）



# 審査基準

## ブランディングカテゴリー

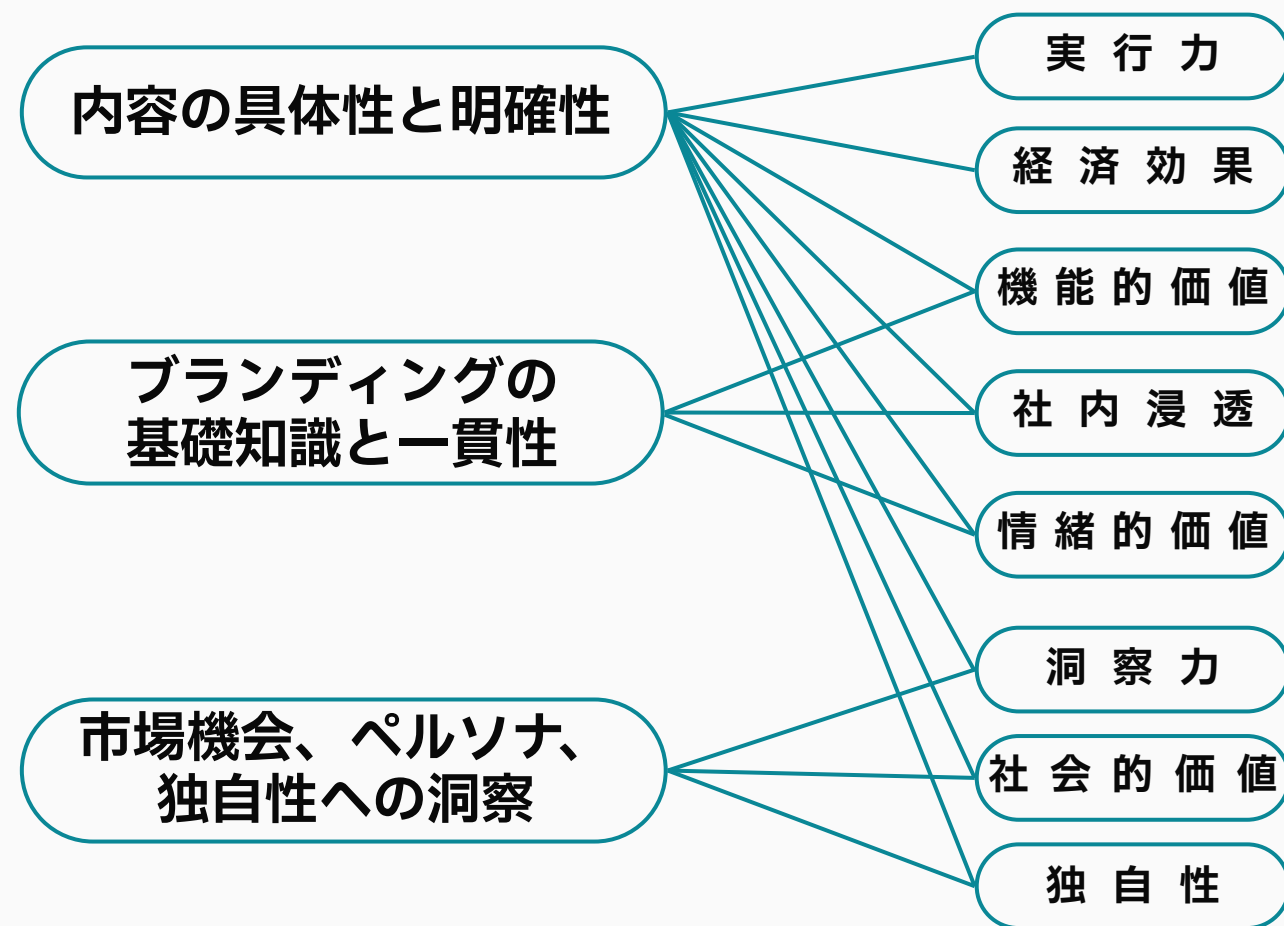
ブランディングカテゴリーでの応募の方は、すべて以下の審査基準で審査をいたします。

### ▼一次審査

審査は、基本的に二次審査の8つの項目の審査となりますが、一次審査においては、それらを包含する形で以下の3項目の要素を評価します。配分や評点などは開示しておりませんので、あらかじめご承知おきください。

-一次審査評価項目-

-二次審査評価項目-



プロジェクトが絵に描いた餅ではなく、実際に「どう動き」「何を変えたか」の具体性を問います

ブランディングの知識をベースに、ターゲットへの提供価値から社内への浸透まで「一貫したストーリー」を評価します。

誰に対して、どんな独自の切り口で、社会にどう貢献したか、ブランドの本質的な強みを評価します。

### 一次審査

「ブランディングの『骨組み』が正しく設計されているか？」

協会で学んだ知識を正しく活用し、論理的な一貫性があるかを確認します。ここでは8つの評価項目の要素を左記の3つの視点で「原石としての素養」を見極めます。

# 審査基準

## ブランディングカテゴリー

ブランディングカテゴリーでのご応募の方は、すべて以下の審査基準で審査をいたします。

### ▼二次審査

二次審査では、以下の8つの評価項目で評価します。各評価項目に優劣はなく、すべて同点で採点をします。

#### 洞察力

市場や顧客のニーズを把握し、経営目的に基づいた戦略やアプローチを立案・実行する能力を評価する項目です。市場の変化を捉え、迅速に対応し競争力を維持・強化できるブランドを評価します。

#### 機能的価値

ブランドが提供する実用性や性能に焦点を当てた評価項目。消費者、顧客から得られる具体的な機能やベネフィットを評価します。

#### 情緒的価値

ブランドが持つ感情的な魅力や消費者、顧客とのつながりを評価する項目。喜びや安心感、自己表現などの感情的ニーズを満たすかどうかを評価します。

#### 社会的価値

ブランドが社会や環境に与える価値を評価する項目。環境負荷軽減、社会貢献活動、地域コミュニティへの支援などの活動を評価します。

#### 独自性

競合ブランドとの差別化を評価する項目。独自の特徴や魅力があり、消費者、顧客に強い印象を与えるブランドを評価します。

#### 社内浸透

ブランドの価値やビジョンが組織内の全従業員に共有、理解されているかどうかを評価する項目。従業員のエンゲージメントが向上しているか、ブランドの価値に基づいて行動できているかなどを評価します。

#### 実行力

計画や戦略を効率的かつ効果的に実行できているかどうかを評価する項目。状況に適応し、目標達成に向けて試行錯誤を繰り返す活動を評価します。

#### 経済効果

ブランディング活動が企業の経済的な成果にどの程度貢献しているかを評価する項目。直近の売上成長率や利益率の貢献だけでなく、顧客生涯価値の向上など、持続的成長の視点でも評価します。

# 審査基準

## インターナルブランディングカテゴリー

インターナルブランディングカテゴリーでのご応募の方は、すべて以下の審査基準で審査をいたします。

インターナルブランディング賞の審査においては、当協会のインターナルブランディングコースの組織変革プロセスの一部に基づき審査をいたします。

一次審査では、インターナルブランディング事例として、二次審査に進める事例を選出する基準といたします。二次審査は、ブランディングカテゴリーと同様に動画と資料による審査となりますが、主に評価軸は以下の6つを優劣なく評価します。**※評価軸の詳細は一次審査通過者には別途お知らせいたします。**

### 洞察力

会社の中で今起きていることを整理し、「このままだと何がまずいのか（ネガ）」と「うまくいくと何が得られるのか（ポジ）」を分かりやすく描けているかを見ます。さらに、問題の背景にある“原因（阻害要因）”を把握し、「今いちばん取り組むべきテーマ」やシンボル・プロジェクトがこれだ、と筋道立てて説明できているかを評価します。

### 社会的価値

取り組みが「社会や顧客にどんな良い影響を生むのか」が、パーパス・理念・ビジョンとつながった形で説明できているかを見ます。きれいな言葉だけで終わらず、シンボル・プロジェクトや施策として実際に動いているか、成果や変化が確認できるか、そして外部の反応（評価・共感）を取り込み改善しているかまでを評価します。

### 独自性

その会社らしさが、ブランド・ビジョンやシンボル・プロジェクト等の取り組みに表れているかを見ます。どの会社にも当てはまりそうな一般論ではなく、「なぜこのブランド・ビジョンなのか」「なぜこの重点テーマ/シンボル・プロジェクトなのか」が自社の歴史・強み・顧客価値・現場の実態から説明できているか。さらに、社員が使える共通言語として“日々の判断”に落ちる表現になっているかを評価します。

### 社内浸透

決めたブランド・ビジョンが、社員に「伝わった」だけでなく「腹落ちして、行動に出ている」かを見ます。周知の回数やイベントの多さより、日々の会議・現場判断・部門間連携の中で共通言語として使われているかが重要です。さらに、シンボル・プロジェクト後に横展開や文化としての定着に進めているか（継続の仕組みがあるか）も評価します。

### 実行力

計画だけで終わらず、実際に動かして成果につながられているかを見ます。特に、シンボル・プロジェクトで「いつ・誰が・何を・どうやるか」が具体的に描かれ、短期間で目に見える成果（小さな成功）を作れているか。さらに、その成功を次の変革や横展開に活かしているか（学びが回っているか）までを評価します。

### ブランドメッセージの発信力と伝達力

自社のパーパス・理念・ビジョンを、外へも同じ意味で明確に伝えられているかを見ます。言葉が難しくなく社内向けで終わらず、短くても「自社らしさ」と「届けたい価値」が伝わり、外部が共感しやすい表現になっているか。さらに、発信が単発で終わらず、接点での体験価値の向上につながっているかも評価します。

# 審査員

## 協会顧問



### 審査員長

田中 洋 Hiroshi Tanaka

中央大学名誉教授  
事業構想大学院大学客員教授  
ビジネス・ブレークスルー大学大学院客員教授



長崎 秀俊 Hidetoshi Nagasaki

目白大学 社会学部 社会情報学科 教授  
目白大学大学院 国際交流研究科 兼任  
日本マーケティング学会 理事兼サロン委員



八塩 圭子 Keiko Yashio

東洋学園大学現代経営学部 教授  
フリーアナウンサー  
日本マーケティング学会副会長



山口 夕妃子 Yukiko Yamaguchi

佐賀大学 芸術地域デザイン学部 教授  
日本マーケティング学会 理事兼サロン委員  
福岡大学大学院 商学研究科商学専攻  
博士課程後期 修了 博士(商学)

## 協会評議員・理事



榛沢 明浩 Akihiro Harusawa

東京大学法学部卒業。  
北陸先端科学技術大学院大学知識科学研究科  
博士前期課程修了。



小池 玲子 Yoshiko Koike

クリエイティブハウス R-3 代表  
クリエイティブディレクター



水野 与志郎 Yoshiro Mizuno

ビーエムウィン株式会社  
代表取締役



佐々木 研一 Kenichi Sasaki

株式会社イノベーションゲート  
解析研究員 (マネージャー)  
プリンシプル・コンサルティング・グループ株式会社  
プリンシプルアセスメント研究所 所長  
早稲田大学 大学院文学研究科  
心理学コース 博士 (心理統計)



島田 良 Ryo Shimada

株式会社りんごの木  
代表取締役社長

## アドバイザー



徐 誠敏 Sung Min Seo

名古屋経済大学 経営学部 准教授  
元・静岡産業大学 情報学部 非常勤講師  
企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室代表  
元・中央大学 商学部 兼任講師



山崎 浩人 Hiroto Yamazaki

Brand ideaL合同会社 代表 ブランド・コンサルタント  
元・オグルヴィ・ジャパン・グループ  
チーフマーケティングプロデューサー



高田 敦史 Atsushi Takada

A.T. Marketing Solution 代表  
Visolab株式会社 Chief Marketing Officer  
東京理科大学 非常勤講師、広島修道大学 非常勤講師  
経済産業省「産地ブランド化推進事業」プロデューサー (2018年度)  
元・トヨタ自動車レクサスブランドマネジメント部長



野村 恭子 Kyoko Nomura

株式会社リクルート  
Airブランドマネージャー



水口 克夫 Katsuo Mizuguchi

株式会社Hotchkiss代表/アートディレクター  
金沢美術工芸大学名誉客員教授  
京都芸術大学大学院特任教授



吉田 ともこ Tomoko Yoshida

ブランド戦略コンサルタント  
株式会社オレンジフリー  
取締役会長

# 審査体制

## 審査方法（ブランディングカテゴリ）

### 一次審査

エントリーシートに記載いただいた内容に基づき、絶対評価にて審査を行います。そのうえで、評点の高い事例から順に一次審査通過事例を決定します。

#### -評価軸-

内容の具体性と明確性

ブランディングの基礎知識と一貫性

市場機会、ペルソナ、独自性への洞察

### 二次審査

一次審査通過後、プレゼンテーション動画をご提出いただき、審査員団で相対評価します。ご提出いただく事例のカテゴリ、ブランディングの種類、審査員の審査傾向などで差が出ないように審査します。

#### -評価軸-

洞察力

独自性

機能的価値

社内浸透

情緒的価値

実行力

社会的価値

経済効果

### 一般投票

二次審査期間中、特設サイトにて事例の一部を公開し、一般投票を行います。

### 受賞

二次審査を通過し当日のアワードで発表することになる事例については、銀賞以上の賞が確定します。中小企業庁長官賞は中小企業庁の判断となるため、未定

### 当日投票

当日発表の事例を聞き、参加者、審査員全員で「大賞にふさわしい事例」「テーマに合った事例」に投票し、一番得票の多かった事例をBRAND MANAGEMENT AWARD2026の大賞とします。尚、二次審査期間中に投票された一般投票の得票も加算し計算します。（今年度の配点は未定）

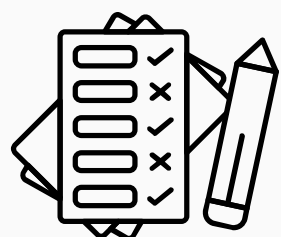


# 審査体制

## 審査方法（インターナショナルブランディングカテゴリー）

### 一次審査

エントリーシート内に記載いただく内容で評価します。インターナショナルブランディング事例として適切だと評価した事例を二次審査に進めます。



特定の審査員による書類審査を行います。

### 二次審査

一次審査を通過した事例すべてを同じ審査員団で審査、協議し、今年度のインターナショナルブランディング賞を決定します。本カテゴリーは審査員特別賞のみの取り扱いのため、投票はございません。



インターナショナルブランディングカテゴリーの審査員団全員で事例を評価し、インターナショナルブランディング賞を決定します。

洞察力

社内浸透

社会的価値

実行力

独自性

ブランドメッセージの発信力と伝達力

### 受賞

今年度のインターナショナルブランディング賞に決定した事例は当日のアワードで模範的なインターナショナルブランディングを行った事例としてプレゼンテーションしていただきます。



インターナショナル  
ブランディング賞

# 応募上の注意

## エントリーの人数制限

エントリーはメインのエントリー者1名を代表者としていただき、エントリーいただきます。一次審査通過後、メインのエントリー者の他、合同発表者として2名の追加まで認めています。但し、合同発表者も発表いただく事例に関わったことのある方、応募資格を満たすことが条件となります。

## 複数発表者の時の対応

ブランディング事例の受賞においては、応募いただく事例に対して賞を授与します。一部、BRAND MANAGER OF THE YEARは個人賞となりますが、その場合はエントリー代表者へ賞を授与します。その他、受賞者には協会、外部メディア等より取材申し込みが協会経由で入ることがありますが（有償・無償関わらず）全てエントリー代表者へのご連絡、ご対応をお願いいたします。特設サイトへの掲載は発表者全員、紙媒体の配布物に関してはエントリー代表者の掲載となります。（可能であれば複数名掲載します）

## 発表者の追加、変更について

エントリー者の変更は不可とします。一次審査通過後、発表者を追加、変更したい場合、二次審査の提出までを期限とします。

## 知的財産権および肖像権

応募種類、画像、動画等（以下、「応募素材」という）の著作権は原則として応募者または権利者に帰属します。当協会は、本アワードの広報活動、ウェブサイト、SNS、出版物、および当協会が実施する教育カリキュラム（講座・サロン・セミナー等）において、応募素材を無償で使用（複製、加工、公衆送信等）できるものとします。応募素材に含まれる第三者の知的財産権や肖像権については、応募者の責任においてあらかじめ許諾を得るものとし、万が一第三者との間で紛争が生じた場合、当協会は一切の責任を負いません。

# 応募上の注意

## 発表内容のアーカイブ配信および特定会員への販売許諾

応募者は、本アワードにおけるプレゼンテーションの内容、録画映像、および発表資料について、当協会がアーカイブコンテンツとして、有償または無償で第三者に提供（動画、サブスクリプション配信、ケースステディ教材としての提供等）することに、応募をもって同意したものとみなします。

販売によって生じた収益は、本イベントの損益補填、当協会の運営およびブランディングの普及活動に充てられるものとし、応募者へのレパトリー（ロイヤリティ）の支払いは発生しないものとします。

応募素材に秘匿性の高い情報が含まれ、アーカイブ配信に支障のある場合は、応募時または応募素材の提出時までにはあらかじめ当該箇所を明記するものとします。但し、その内容が審査の根幹に関わる場合、公開の可否について当協会と協議するものとします。

## 情報の公開範囲

受賞およびノミネートが決定した際、企業名、氏名、事例の概要、および公開可能な実績数値、ならびに発表動画・資料は、本アワードの特設サイトおよび当協会の会員向け訴求、イベントの集客プロモーション、協会公式サイトなどで公表されることがあります。

## 受賞の取り消し

受賞決定後であっても、以下のいずれかに該当すると当協会が判断した場合、受賞を取り消し、賞状の返還、ロゴの使用許可の停止、禁止ができるものとします。

- ・ 応募内容に重大な虚偽が発覚した場合
- ・ 法令違反、公序良俗に反する行為、または当協会の名誉を著しく毀損する行為があった場合
- ・ 応募規約のいずれかの条項に違反した場合

上記の事由に関わらず、応募者又はその所属組織、クライアント等の自己都合により、受賞の辞退、掲載情報の削除、アーカイブ配信の停止を求める場合、応募者は協会に対してサイト修正費、SNS運用修正費、動画再編集費等の諸経費として一式33万円（税込）を支払うものとします。

---

## よくある質問（FAQ）

### 【応募資格・対象について】

#### Q 資格がまだないのですが、応募できますか？

A 応募時までに3級試験に合格すれば応募資格を満たしますので、ブランディングカテゴリーの事例についてはご応募が可能です。  
インターナルブランディングカテゴリーでのご応募の場合は、インターナルブランディングコースのご受講が必要です（資格の有無は問いません。）

#### Q 複数名での発表はできますか？またその時の条件は何ですか？

A 複数名での発表は代表者（エントリー者）を含む最大3名までとさせていただきます。登壇するプレゼンターはすべての資格要件を満たす必要があり、ブランディングカテゴリーであれば3級以上の資格を保有、インターナルブランディングカテゴリーではインターナルブランディングコースのご受講を済んでいることが条件となります。

#### Q ブランディングプロジェクトがまだ進行中（完了していない）ですが、応募はできますか？

A はい、可能です。ブランディングは継続的な活動ですので、現時点までのプロセスや中間成果で応募くださいますよう、お願いいたします。

#### Q 数年前の事例でも応募可能ですか？

A はい、可能です。但し、今年度より継続中の案件以外（終了したプロジェクト）は5年以内に限らせていただきます。

#### Q 個人事業主やフリーランスとして支援した事例でも応募できますか？

A もちろん、可能です。クライアント企業の承認が得られていれば、支援者（パートナー）としての実績として正当に評価します。

# よくある質問（FAQ）

## 【機密保持・公開範囲について】

**Q クライアントとの守秘義務があるため、詳細な数値を公開できません。**

**A** 実数（売上額など）の記載はあるほうが説得力が増すため、あるに越したことはありませんが、出せない場合は「前年比〇〇%」「成約率〇倍」といった比率や定性的な変化（顧客の声、メディア掲載数など）で表現いただいてもかまいません。

**Q 二次審査の動画や資料は、どこまで一般公開されますか？**

**A** 二次審査に進んだ事例は、奨励賞以上の賞が確定した賞となり受賞事例の扱いとなります。一般投票および事例周知のため、特設サイトにて公開されます。公開に際して機密情報が含まれる場合は、一部を伏せる、あるいは公開用の資料を別途作成いただくなどの調整が可能です。

## 【審査・カテゴリーについて】

**Q 一次審査の3項目と、二次審査の8項目はどのように書き分ければ良いですか？**

**A** 一次審査は「戦略、取り組みの枠組み」を見るための簡易的な内容となっております。二次審査では、その骨組みに「具体的な施策ディテール」や「感情的な変化」を肉付けいただくイメージです。また、一次審査結果でも評価されたポイントなどをお知らせしますので、一次審査の通過後に修正を加えるなども可能です。

**Q インターナルブランディングカテゴリーとブランディングカテゴリーのどちらでエントリーするか迷っています。**

**A** ブランディングの支援が長期間、多岐にわたってくると両方の支援を行っているといったケースも見られます。その場合、1事例をエクスターナルとインターナルに切り分け両方にエントリーいただくことも可能です。



## 本件に関するお問い合わせ



特設サイト

<https://www.bm-award.org/>

主催

一般財団法人ブランド・マネージャー認定協会

お問い合わせ

[bm-award@brand-mgr.org](mailto:bm-award@brand-mgr.org)

担当

志賀  
[shiga@brand-mgr.org](mailto:shiga@brand-mgr.org)  
080-3708-4586