

# Best Multi Format 部門定義 & 審査指針

## 部門の定義

Best Multi Format は、  
YouTube (PC/Mobile)、YouTube Shorts、YouTube Connected TV など、  
様々なユーザー接点と、それに適したフォーマットを戦略的に活用し、  
優れたビジネス成果を達成したキャンペーンを表彰します

## 評価基準

キャンペーンで達成したビジネス成果と複数フォーマットを  
組み合わせたからこそ得られたマーケティング効果を評価します

成果を示す具体的な数値的結果

- オンライン/店舗での売上
- アプリインストール
- 登録・購入等の直接的なコンバージョン
- ブランド・商品認知
- 比較検討
- 購入意向 など

これらの結果を裏付ける数値的結果

- CPC
- CTR
- EVC
- CPA
- CPI
- ROAS
- ROI など

※ エントリーに必要な情報詳細については、[応募要項](#)と[応募規約](#)をご参照ください。

## 審査指針



Best Multi Format 部門  
代表審査員  
株式会社電通  
クリエイティブ・ディレクター / コピーライター  
北 恭子

テレビを見ない人たちからしたら、ネットこそがマスメディアです。

2020 年を境にネットの平均利用時間がテレビを上回り、  
どんどんその差が広がっています。

特に 10 ~ 30 代ではネット利用が1日 200 分を超え、そのスクリーン上では  
一般人の投稿も、大企業の広告も、ダイレクト広告も全てがフラットに表示されます。

- ネットの情報の波の中で、埋もれず記憶に残す力があるか
- マルチフォーマットの使い方が新しいだけでなく、本質的か
- ブランディングにも寄与しうるか

これからのコミュニケーションの王道を見つけるつもりで選びたいと思います。