

Force for Good 部門定義 & 審査指針

部門の定義

Force for Good は、
収益やビジネスインパクトを超えて、自社のブランドパーパスを表現し、
社会的意義のあるコミュニケーションを展開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、社会に与えた影響インパクトと、
それによるブランド価値への影響を評価します

社会への影響インパクトを示す具体的な数値的結果

- 生活者の認知変容
- ソーシャルシェア
- シェア、いいね、コメント
- ブランド認知
- コーポレートイメージ向上
- ブランドイメージ向上
- マーケットシェア推移
- 売上 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



Force for Good 部門
代表審査員
株式会社ADKクリエイティブ・ワン
クリエイティブ・ディレクター / コピーライター
細川 万理

自社の商品やサービスを通じて、
人々を少しでも幸せにしたい、世の中の課題を解決したい。
それは、あらゆるビジネスの根源にある
企業の、そこで働く人々の、究極の願いだと思います。

- メッセージに、その企業だからこそその願いや意志がにじみ出る「力」があるか。
- クリエイティブに、心を動かし、未来にインパクトを与える「力」があるか。

そんなForceの強さに着目したいと思います。