

# Breakthrough Advertiser 部門定義 & 審査指針

## 部門の定義

Breakthrough Advertiser は、  
蓄積された実績がない中でも果敢に挑戦し、  
2022 年に戦略的に YouTube 広告の活用を開始して、  
優れたビジネス目標を達成した企業、  
ブランドおよび団体を表彰します

YouTube 広告を本格的に利用することになった理由と、  
キャンペーンで達成した、  
マーケティング目標への貢献が分かる数値的結果  
これらの結果を裏付ける数値として、実際に貢献した  
マーケティング目標の内容(認知指標、売上貢献、ダイレクトアクション、  
ソーシャルシェアなど)について、数値的結果を提出してください。

※審査対象となるキャンペーン例

- ・例①: YouTube 広告を 2022 年に初めて実施した
- ・例②: 同一企業内ですでに YouTube 広告の活用実績があったが、  
当該ブランドでは 2022 年から本格的に取り組んだ
- ・例③: 過去に YouTube 広告の出稿実績があっても、YouTube 広告を戦略的に活用したキャン  
ペーンを 2022 年に初めて実施した

※ファイナリストおよび受賞作品に選出された場合は、選出理由を公開する必要があるため、明示的に  
マーケティング目的を達成した数値的結果(認知指標、売上貢献など)を公開させて頂く予定です。  
予めご了承ください。

## 審査指針



Breakthrough Advertiser 部門  
代表審査員  
レノボ・ジャパン合同会社  
CMO  
リュウ シーチャウ

「やったことないから怖い」  
を  
「やったことないからワクワク」  
に変えられるぐらい新しいことをチャレンジしたくなるような  
キャンペーンに出会えること楽しみにしています

やりたいことを大胆にチャレンジして  
結果につながったキャンペーン

そのパッションを感じながら  
評価させていただきたいと思っています