

1st Award 100s DX Review Report

当レポートは、「第1回 Award 100s DX レビュー」結果をもとに、国内の表彰事業の現状把握、課題の共有、DXの推進を目的に作成しました。

2023年12月

株式会社テンプロクシー mo4ma プロジェクト Award of サクセスチーム
<https://www.award-of.net> info@award-of.net tel. 03-5344-8605

はじめに

欧米を中心に応募者、主催者、審査員、スポンサー等関係者のパフォーマンスを飛躍的に高める表彰事業のデジタルトランスフォーメーション（DX）が進展しています。

今回、国内の表彰事業の現状把握、課題の共有、DXの推進を目的に、大賞、アワード、コンテスト等を実施しているさまざまな表彰事業を対象に、「第1回 Award 100s DX レビュー」（2023年8月8日～9月30日）を実施しました。

レビューは、表彰事業のDXレベルの評価に際して4基準（エントリー／審査／表彰／パフォーマンス）、計18項目を定義、表彰事業サイトの掲載内容および関係者の申請内容をもとに100件の表彰事業をスコア評価しました。

1. レビュー項目および配点

レビュー項目および配点は以下の通りです。

なお、当レビューは、表彰事業の開催期間中、期間外に関わらずサイトの掲載内容および関係者の申請内容（代理申請を含む）をもとに実施しており、回答が十分でない項目などからスコア評価が低く算定されているケースがあります。

基準	項目	スコア（配点）
エントリー		60
	表彰制度の情報発信・告知方法	10
	表彰制度、応募方法の説明	15
	応募受付方法	25
	応募者との連絡方法	5
	応募者の利用デバイスの考慮	5
審査		60
	審査方法	15
	審査体制	10
	評価基準	15
	選定方法	20
表彰		40
	応募内容の公開	10
	評価内容のフィードバック	10
	表彰、受賞内容の紹介	10
	表彰式の開催方法	10
パフォーマンス		40
	応募件数	10
	賞金総額	10
	応募料金	10
	言語対応	5
	支援組織	5
	満点	200

2. TOP10 表彰事業

評価は、A+が 140 スコア以上、A : 130 以上、A- : 120 以上、B+ : 110 点以上、B : 100 点以上、B- : 100 点未満として順位付け、TOP10 の表彰事業（大賞、アワード、コンテスト等）は以下の結果となりました。

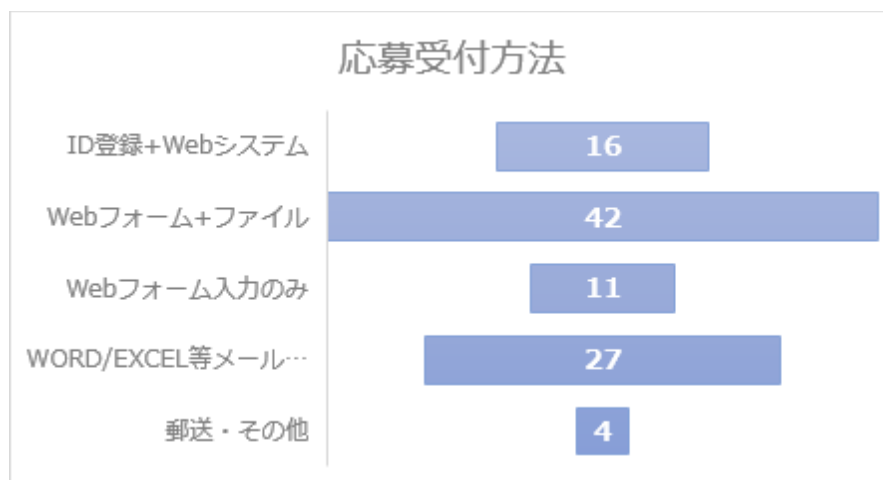
No	表彰事業名	評価
1	グッドデザイン賞	A+
2	日経統合報告書アワード	A
3	キッズデザイン賞	A-
4	日本ゲーム大賞	B+
5	BUG Art Award	B+
6	LEXUS DESIGN AWARD	B+
7	S-Booster	B+
8	TOKYO MIDTOWN AWARD	B+
9	日経ソーシャルビジネスコンテスト	B+
10	Art Award IN THE CUBE 2023	B
10	アジアデジタルアート大賞展 FUKUOKA	B
10	日本経営品質賞	B
10	キャンパスベンチャーグランプリ	B
10	イチ Biz アワード	B
10	Change Maker Awards	B
10	INTERNATIONAL STUDENTS CREATIVE AWARD	B
10	宣伝会議賞	B
10	東京金融賞	B
10	WIPO グローバル・アワード	B
10	コージェネ大賞	B
10	全日本 DM 大賞	B
10	D&I AWARD	B
10	全国高校生 何でも、アリ。Creative Award 2023	B

3. コメントサマリー

3.1 エントリー基準

専用サイトを開設している表彰事業は 68 件、うち SNS 活用は 1/2 の 34 件に上りました。事業運営者の総合サイトに表彰メニューとして開設されている表彰事業は 30 件、うち SNS 活用は 1/3 の 10 件に上りました。SNS 活用は計 44 件に及んでおり、表彰対象が個人／法人を問わず、情報発信・告知方法に SNS が定着しつつあります。

表彰制度、応募方法について Web サイトの該当ページで説明している表彰事業は 34 件、PDF 等ファイルも用意しているサイトが半数弱の 44 件、さらに紹介動画で説明しているサイトは 18 件に上りました。PDF 等ファイルの多くは配布用冊子が流用されていました。



応募受付方法として、もっとも充実した受付方法である「ID 登録+Web システム」は 16 件、Web システムで受付することで、審査プロセスにおける書類・視聴選考の分担や応募項目ごとの評点が可能になる等、応募数が増加している表彰事業で多く採用されていました。

応募者の応募しやすさを優先し、簡易な受付方法として定着している Web フォームを活用した「Web フォーム+ファイルアップ」や「Web フォーム入力のみ」は合わせて過半数の 53 件に上りました。

「WORD/EXCEL 等メール送信」は長年採用されている形式で、10 年以上前より開催されている表彰事業を中心に 27 件で採用されていました。受付の事務負担や旧来の審査プロセス等、表彰事業の運営が旧態依然のまま現在に至っています。

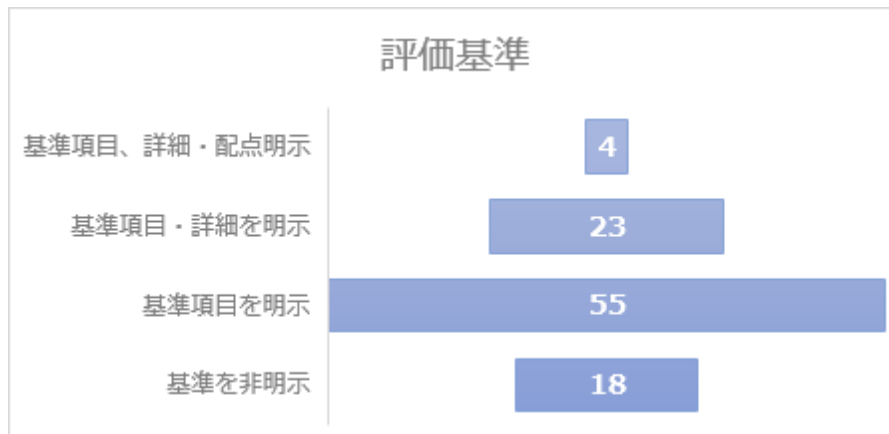
3.2 審査基準

審査方法は「書類・視聴選考のみ」が過半数の 59 件で、提出された内容のみが評価・審査対象になっていました。

「書類・視聴選考」に加え「面談・ヒアリング」や「プレゼン・現地視察」等を実施している表彰事業は 41 件で、段階的に候補者を絞り込んでいく形式となっています。この形式は、各応募者、審査員の調整や各段階の評価結果の集計等が課題であり、DX レベルが作業効率に大きく影響します。

審査体制に関して「審査体制+主な審査員開示」両方の開示は 59 件、いずれかの開示と合わせると 74 件に上りました。審査員プロフィールの開示を始め、表彰部門の専門分野の有識者が審査委員長を務める体制が多く見られました。

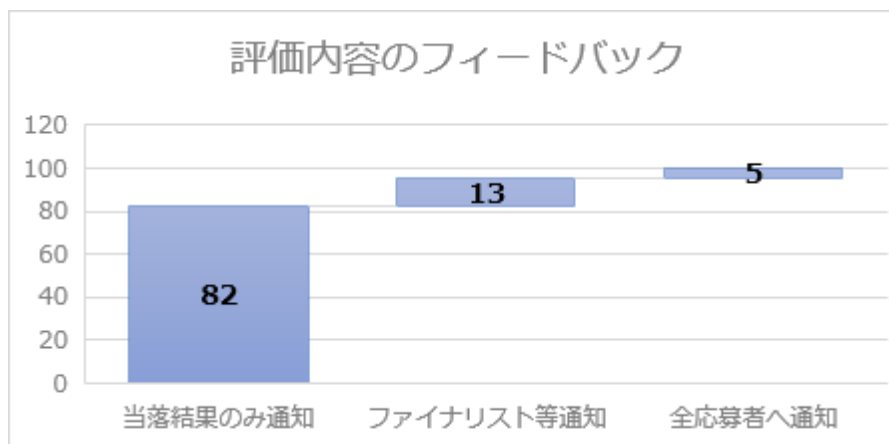
応募件数に相応する審査体制および審査員数を開示している表彰事業は少なく、応募案件をどの様に審査員に割り振っているのか、一人当たりの審査員がこなすのは困難と思われる小人数の審査体制も散見されました。



評価基準に関しては「基準項目を明示」が過半数の 55 件でした。「基準を非明示」が 18 件あり、評価・審査の透明性、公平性や厳格性の観点より信頼を損ねる格好になっています。他方、基準項目に詳細説明を加えている「基準項目・詳細を明示」は 23 件あり、応募者にとって適切な応募申請（書類作成）、並びに審査員による客観的な評価を促しています。「基準項目、詳細・配点明示」は、それに応じた評価を厳格に行っていることの証左ですが、僅か 4 件でした。

3.3 表彰基準

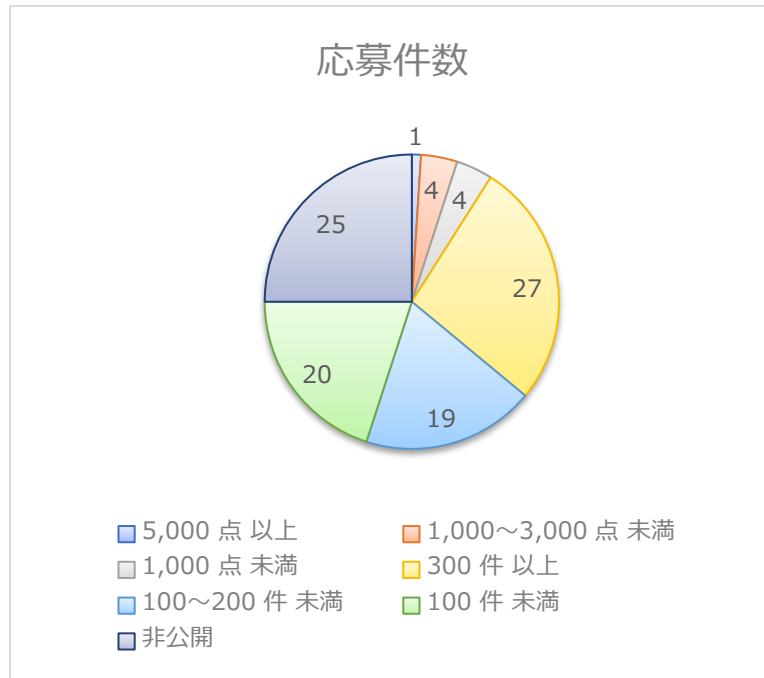
応募内容の公開に関して「非公開」が 66 件と、多くの表彰事業に見られる形式でした。一方「最終選定の応募内容を公開」している表彰事業は 29 件、少数ながら「全応募内容を開示」が 5 件あり、応募者にとって応募内容を多くの人にアピールできる機会を提供しています。



評価内容のフィードバック有無に関して「当落結果のみの通知」が 82 件で、多くの表彰事業に見られる形式でした。「ファイナリスト等に通知」は 13 件で、最終の選考プロセスで少数の応募者に限り評価内容がフィードバックされていました。当落に関わらず「全応募者へ通知」している表彰事業は、僅か 5 件でした。評価内容フィードバックは、運営上負担のかかる取組みであり、デジタルトランスフォーメーションされていない現状を浮き彫りにしています。

表彰、受賞内容の紹介方法は「Web サイトの受賞ページ」が 57 件で、「PDF 等受賞ファイル」と合わせ 75 件に上り、多くの表彰事業に見られる形式でした。また、「紹介動画」は 22 件ありますが、その多くは視聴回数が少なくプロモーション効果が疑問視されます。

3.4 パフォーマンス基準



応募件数は 100 件未満が 20 件、100~200 件未満の 19 件、「非公開」の 25 件と合わせ計 64 件に上り、応募数が 200 件未満に留まる小中規模の表彰事業が多く、他方、300 件以上は 27 件で、営利組織が主催する表彰事業に多く見られました。応募件数は、潜在応募件数、表彰事業の認知度、表彰内容の魅力、ステイタス等、様々な要因が絡んでいますが、応募件数が低迷している表彰事業はブランドの確立が課題と目されます。

賞金に関して「無し」が約半数の 52 件で、企業や製品を表彰する表彰事業に多く見られました。「300 万円未満」、「300 万~500 万未満」計 33 件は、いずれも賞金にも増して受賞の名誉が応募動機と目されます。一方、「500~1,000 万未満」の 6 件および「1,000 万円以上」の 7 件は、いずれも個人が表彰対象で、表彰事業の高いステイタスから賞金を応募動機に結びつけています。

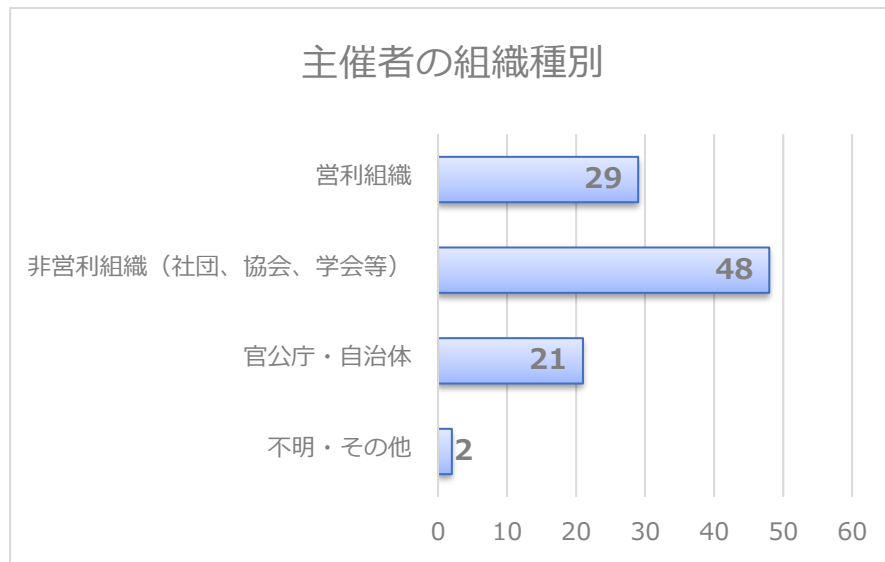
応募料金は、「無料」が 86 件と多数に上りました。有料のうち「5,000 円未満」と「5,000~1 万円未満」の計 5 件は個人表彰の事業、「1 万円以上」の 9 件は法人表彰の事業でした。

言語対応に関して「日本語のみ」が 79 件と多数に上りました。「日本語+英語」が 15 件、「多言語」が 6 件で、グローバルに存在価値のある表彰事業は少ない現状となっています。

4. DX100 レビュー表彰事業の属性

主催者の組織種別

今回レビュー対象とした表彰事業 100 件の「主催者の組織種別」の集計結果は以下の通りです。



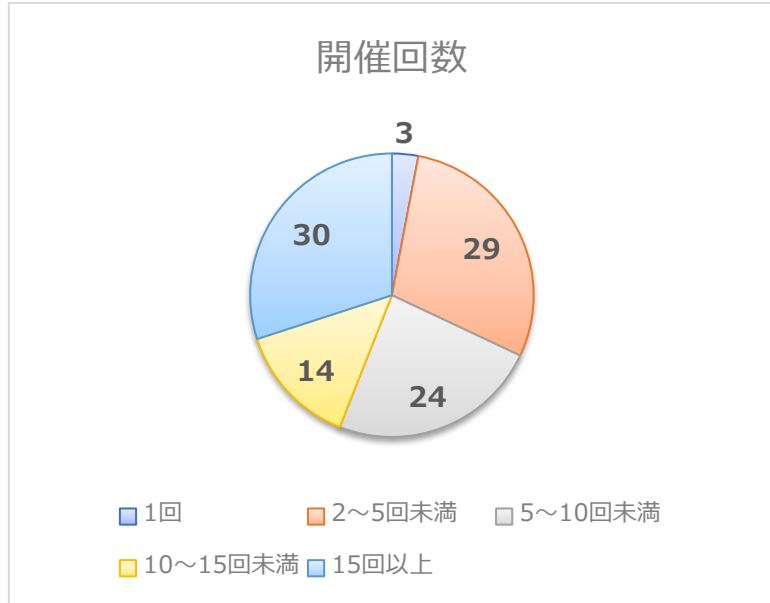
分析 》

営利組織の 29 件に比して、非営利組織（社団法人、協会、学会、学校など）と官公庁・自治体を合わせ 69 件に上り、公的な組織で表彰事業が多く実施されています。

表彰制度の主目的は、①多大な功績を称え、文化、文明、社会やの進歩、啓発を促すもの ②優れた商品やサービスを表彰し、市場の注目度を高め、その成長、普及を後押しするもの ③未知のスタートアップ企業の新事業や画期的な研究開発等を表彰し、信用力を高め（お墨付き）、成長のきっかけとするもの に大別されますが、公的組織では①および③、営利組織は②を目的とする表彰事業が多い傾向があります。

開催回数

今回レビュー対象とした表彰事業 100 件の「開催回数」の集計結果は以下の通りです。



分析 》

開催が「1回」と「2~5回未満」を合わせ32件、「5~10回」と「10~15回未満」を合わせ38件、「15回以上」が30件実施されており、15回以上は表彰事業として永続的なもの、他方、5回未満の表彰事業は、市場や産業の黎明期にスタートしたものの、10~15回未満の表彰事業は、市場や産業の成長期にある表彰事業が多い傾向があります。

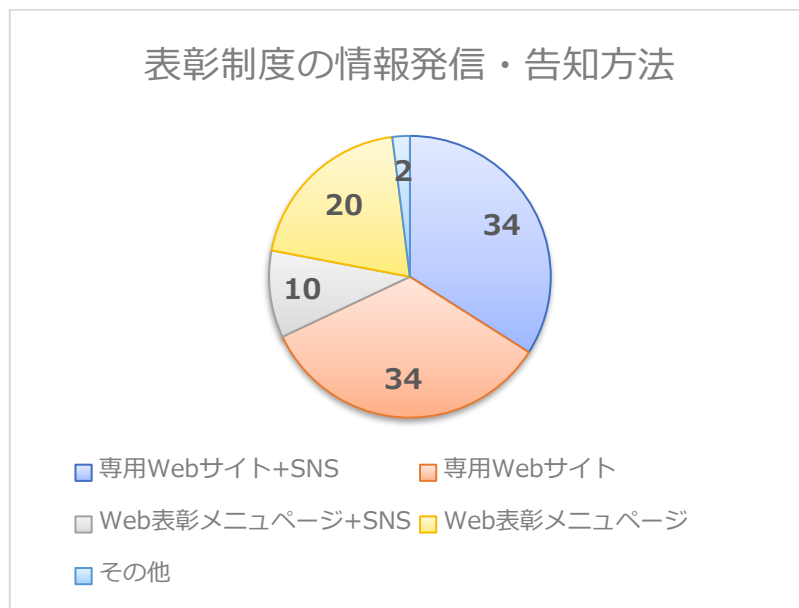
5. 各基準の項目分析

▶エントリー基準

表彰制度の情報発信・告知方法

「表彰制度の情報発信・告知方法」は、応募者が表彰事業に接する最初のプロセスであり、応募のきっかけ、潜在応募者の関心喚起から、応募数の増減に影響します。

集計結果は以下の通りです。



分析 》

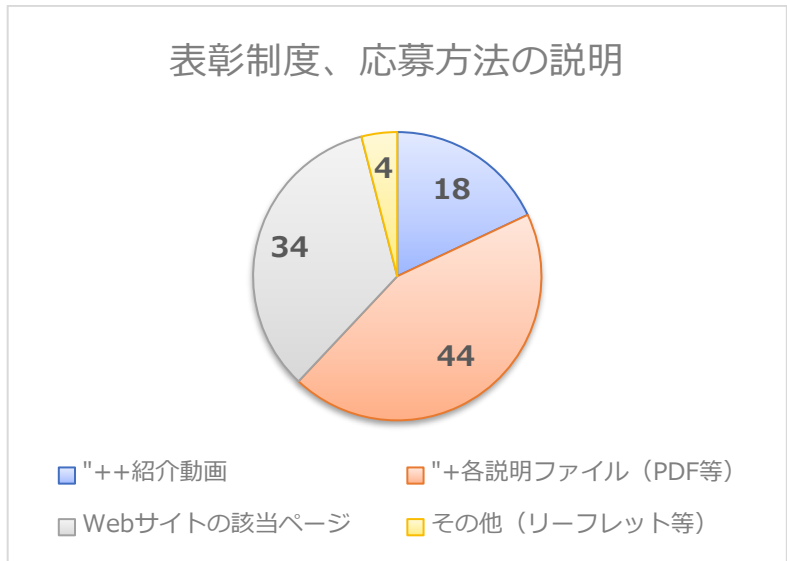
専用サイトを開設している表彰事業は 68 件で、開催期間や開催時期を問わず通年でサイトが維持運営されています。事業運営者の総合サイトに表彰メニューとして開設されている表彰事業は 30 件で、表彰対象が限定的な表彰事業に多く見られました。

SNS 活用は専用サイトの 34 件、総合サイトの表彰メニューの 10 件の計 44 件に及んでおり、表彰対象が個人／法人を問わず、情報発信・告知方法に SNS が定着しつつあります。もっとも、発信内容は Web サイトのお知らせ欄と同様な内容が多く、また、発信頻度も少なく必ずしも効果的な取り組みになっていません。

表彰制度、応募方法の説明

「表彰制度、応募方法の説明」は、表彰内容の適切な理解から応募動機を高め、応募条件の適否の判断、検討を促すプロセスとして、応募数の増減に影響します。

集計結果は以下の通りです。



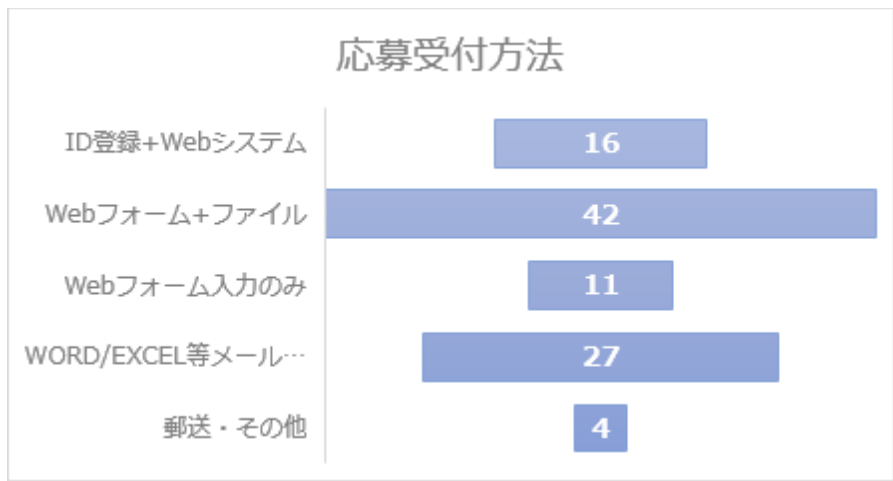
分析 》

Web サイトの該当ページで説明している表彰事業は 34 件、PDF 等ファイルも用意しているサイトが半数弱の 44 件、さらに紹介動画で説明しているサイトは 18 件に上りました。潜在応募者の多い表彰事業や応募者増を旨とする表彰事業は充実したコンテンツを用意していますが、応募受付を促す UI デザイン、コンテンツ設計は不十分なものが散見されます。また、PDF 等ファイルの多くは配布用冊子が流用されており、スマートフォンでは参照しづらいものとなっています。

応募受付方法

「応募受付」は、応募者が表彰事業に関わる最重要プロセスであり、表彰内容の印象、難易度、応募意欲に関わり、作成内容の明確性とも相まって応募数の増減に影響します。

集計結果は以下の通りです。



分析 》

もっとも充実した受付方法である「ID 登録+Web システム」は 16 件、Web システムで受付することで、審査プロセスにおける書類・視聴選考の分担や応募項目ごとの評点が可能になる等、応募数が増加している表彰事業で多く採用されていました。

応募者の応募しやすさを優先し、簡易な受付方法として定着している Web フォームを活用した「Web フォーム+ファイルアップ」や「Web フォーム入力のみ」は合わせて過半数の 53 件に上りました。この方式の場合は、審査プロセスの DX が限定的であるため、応募数が 200 件程度までの表彰事業で多く採用される傾向があります。

「WORD/EXCEL 等メール送信」は長年採用されている形式で、10 年以上前より開催されている表彰事業を中心に 27 件で採用されていました。受付の事務負担や旧来の審査プロセス等、表彰事業の運営が旧態依然のまま現在に至っています。

一方、「ID 登録+Web システム」や「Web フォーム+ファイルアップ」の応募の記載内容は WORD/EXCEL ファイル形式での作成内容とあまり変わっておらず、DX の観点から刷新されていない模様です。また「Web フォーム入力のみ」では、応募しやすさ（作成の容易性）を優先するあまり評価・審査において記載内容が不十分と思われる表彰事業も散見されました。

締め切り間際に応募が集中する課題について、早期エントリーを促進する施策を実施している表彰事業は見受けられませんでした。

ポイント》

- 応募受付方法から、表彰事業の規模、運営プロセスの DX レベルが分かる。
- 応募受付方法から、表彰事業のブランド力（認知度、ステイタス等）が判る。
- 応募受付方法から、表彰事業運営者のデジタルリテラシーレベルが解る。

応募者との連絡方法

「応募者との連絡方法」は、応募者が表彰事業との関係性を深めるプロセスであり、表彰内容の印象や信用を左右し、応募数に影響します。

集計結果は以下の通りです。

問合せ Web フォーム+ 電話・メール	17
電話・メール	59
問合せ Web フォーム	22
問合せ Web フォーム+チャット、LINE 等ツール	2

分析》

電話・メールが 59 件、問合せ Web フォームも用意しているサイトが 17 件、合わせて 76 件に上りました。一方、問合せ Web フォームのみは 22 件で、応募数の多い表彰事業に多く見られました。また、メールのみのサイトも散見されました。チャットや LINE 等のツール利用は 2 件とごく少数に留まっています。

応募者の利用デバイスの考慮

「応募者の利用デバイスの考慮」は、スマートフォンの参照性に関わり、応募数の増減に影響します。集計結果は以下の通りです。

PC, スマートフォン	75
PC	25

分析 》

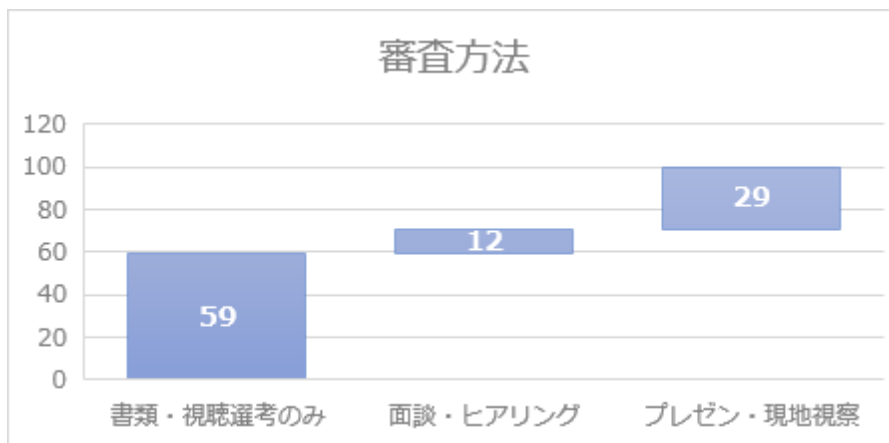
スマートフォン表示も考慮された Web サイトは 75 件に上りました。スマートフォン表示未対応の Web サイトも早晩リニューアルされると予想されます。なお、TOP ページのみがスマートフォン表示対応の中途半端なサイトも散見されました。

▶ 審査基準

審査方法

「審査方法」は、表彰内容の専門性等に応じて「書類・視聴選考のみ」から「プレゼン・現地視察」まで様々な段階が設けられ評価・審査が行われており、表彰事業者の適切な選定ノウハウが問われます。

集計結果は以下の通りです。



分析 》

審査方法は「書類・視聴選考のみ」が過半数の 59 件で、提出された内容のみが評価・審査対象になっていました。

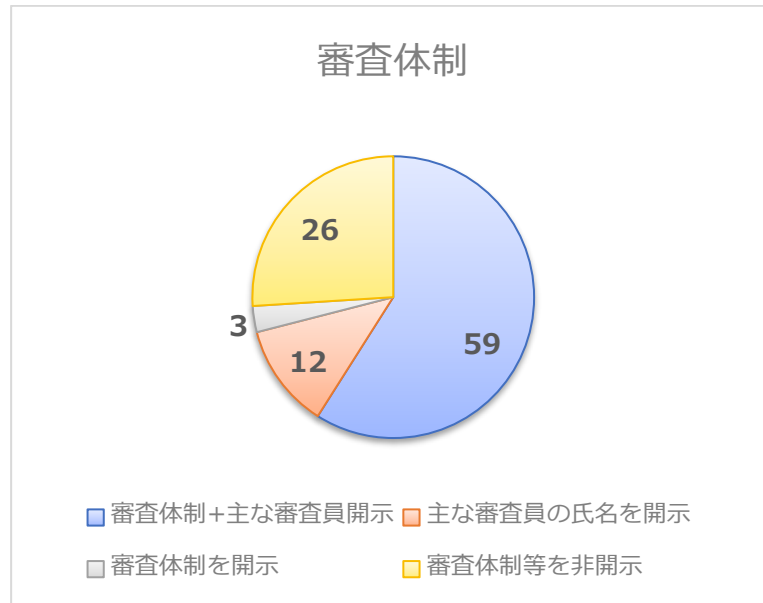
提出書類は、説明内容に加えて画像や動画等を追加編集する形式が多く、コンテンツの充実度、編集校正の巧拙、品質が評価に影響する格好になっています。

「書類・視聴選考」に加え「面談・ヒアリング」や「プレゼン・現地視察」等を実施している表彰事業は 41 件で、段階的に候補者を絞り込んでいく形式となっています。この形式は、「書類・視聴選考」だけでは得られない情報や選定に際しての着目点や見落とし点等を得られる利点がありますが、各応募者、審査員の調整や各段階の評価結果の集計等が課題であり、DX レベルが作業効率に大きく影響します。

審査に入る前段階として応募内容の適否をレビューするフローを設けている表彰事業は見受けられませんでした。

審査体制

「審査体制」は、審査結果の信頼性、権威に関わり、評価・審査の透明性の観点からも適切な開示が求められます。集計結果は以下の通りです。



分析 》

「審査体制+主な審査員開示」両方の開示は59件、いずれかの開示と合わせると74件に上りました。審査員プロフィールの開示を始め、表彰部門の専門分野の有識者が審査委員長を務める体制が多く見られました。半面、非開示は26件で、審査方法が書類選考のみの表彰事業に多い傾向があります。

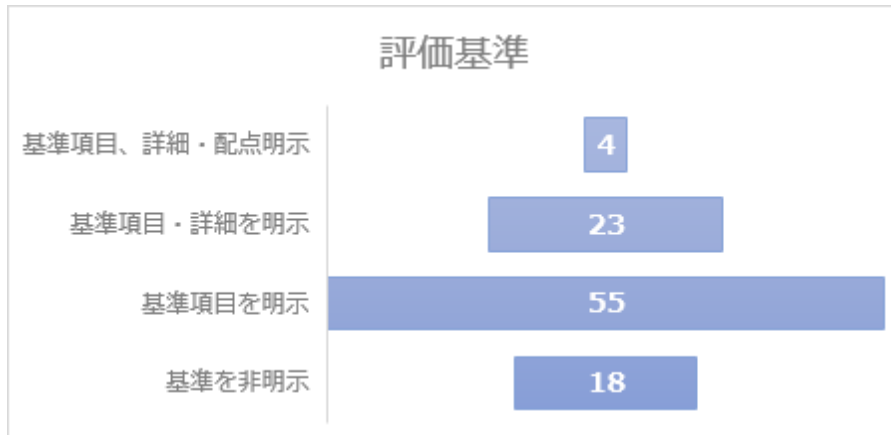
応募件数に相応する審査体制および審査員数を開示している表彰事業は少なく、応募案件をどの様に審査員に割り振っているのか、一人当たりの審査員がこなすのは困難と思われる小人数の審査体制も散見されました。

各審査方法における審査体制や審査員の役割について説明を加えている表彰事業は見受けられませんでした。

評価基準

「評価基準」は、どの様な観点で、どの様に評価されるか、評価・審査の公平性、厳格性が担保されているか、また、応募内容や審査プロセスとの関係性、整合性が問われます。

集計結果は以下の通りです。



分析 》

「基準項目を明示」が過半数の 55 件でした。また、「基準を非明示」が 18 件あり、表彰部門名や応募内容から評価基準が暗示、推察される場合もありますが、評価・審査の透明性、公平性や厳格性の観点より信頼を損ねる格好になっています。他方、基準項目に詳細説明を加えている「基準項目・詳細を明示」は 23 件あり、応募者にとって適切な応募申請（書類作成）、並びに審査員による客観的な評価を促しています。

「基準項目、詳細・配点明示」は、それに応じた評価を厳格に行っていることの証左ですが、僅か 4 件でした。

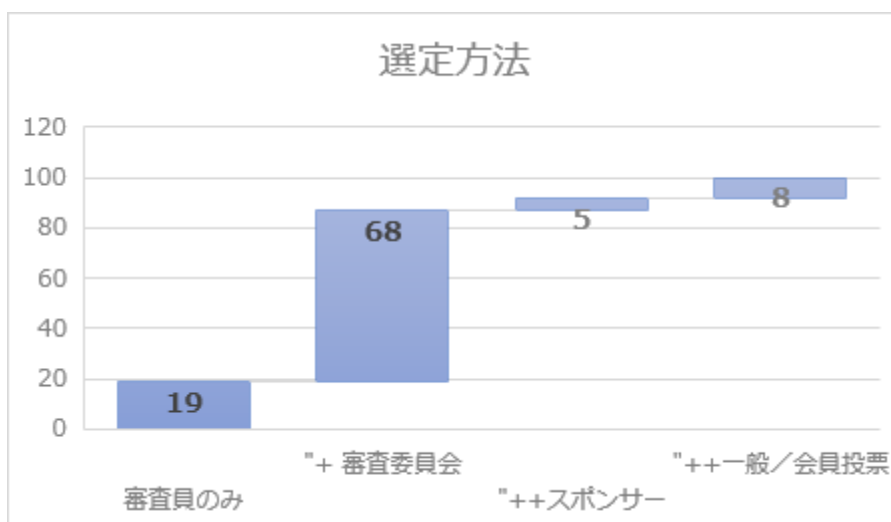
評価・審査の公平性、厳格性には、客観的評価、定量的評価が可能な評価ルールの規定が必要ですが、評価ルールを規定している表彰事業は基だ少なく、評価方法が刷新されていない現状が垣間見られます。

ポイント 》

- 評価基準から、評価・審査の公平性、厳格性が解る。
- 評価ルール規定の充実度から、表彰事業の規模、評価プロセスの DX レベルが分かる。
- 評価基準から、表彰事業のブランド価値（希少性、ステイタス等）が判る。

選定方法

「選定方法」は、どの様な人が、どの様に形式で選定しているか、評価・審査の客観性、多様な視点の確保が問われます。集計結果は以下の通りです。



分析 》

「審査員のみ」が 19 件、「審査委員会」の合議制 68 件と合わせて多数の 87 件に上りました。スポンサーや一般/会員投票は計 13 件と少数ですが、営利組織が主催する大規模で DX が進展している表彰事業で多い増加傾向にあり、応募者にとって審査員とは異なる立場の方々から評価を受ける機会となっています。

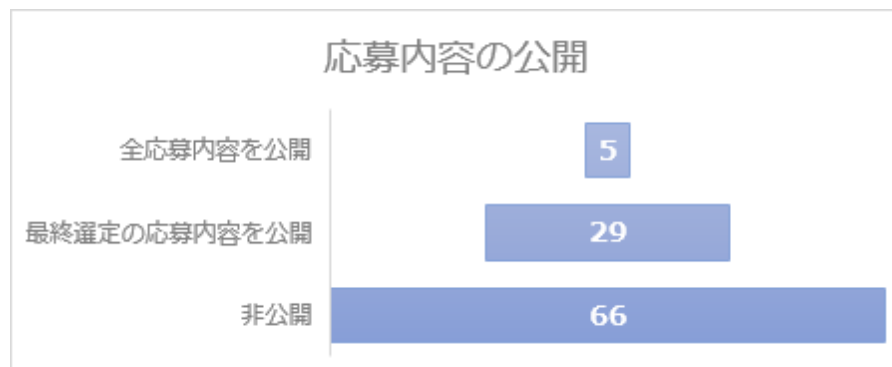
スポンサーや一般/会員投票による選定は、多くの関係者を巻き込んだオープンな選定方法として表彰事業者、スポンサー、応募者にとってアピール効果の高い取り組みであり、表彰事業のブランド戦略として今後の普及が期待されます。

▶表彰基準

応募内容の公開

「応募内容の公開」は、応募内容への注目度、共有度を高める効果が期待されます。また、最終選定、一般/会員投票の選定方法にも関連します。

集計結果は以下の通りです。



分析 》

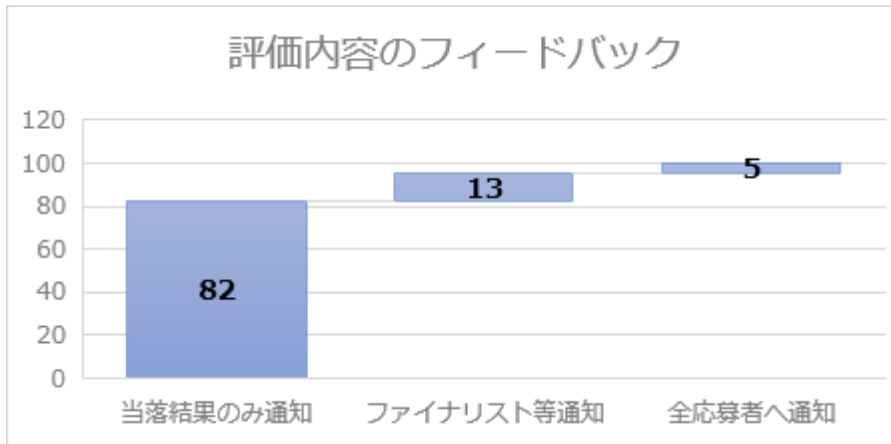
「非公開」が 66 件と、多くの表彰事業に見られる形式でした。一方「最終選定の応募内容を公開」している表彰事業は 29 件で、オープンな審査プロセスは注目度も高く、営利組織が主催する規模の大きな表彰事業で多い傾向があります。少数ながら「全応募内容を開示」が 5 件あり、応募者にとって応募内容を多くの人にアピールできる機会を提供しています。

「全応募内容を公開」には、応募データを公開時の掲載データに流用できる様、応募受付に「ID 登録+Web システム」を採用した DX 化が不可欠です。

評価内容のフィードバック

「評価内容フィードバック」は、当落に関わらず、応募内容が審査員にどう評価されたのかは、応募者にとって最大の関心事であり、評価内容フィードバックの有無は応募数の増減に影響します。

集計結果は以下の通りです。



分析 》

「当落結果のみの通知」が82件で、多くの表彰事業に見られる形式でした。「ファイナリスト等に通知」は13件で、最終の選考プロセスで少数の応募者に限り評価内容がフィードバックされていました。当落に関わらず「全応募者へ通知」している表彰事業は、僅か5件でした。

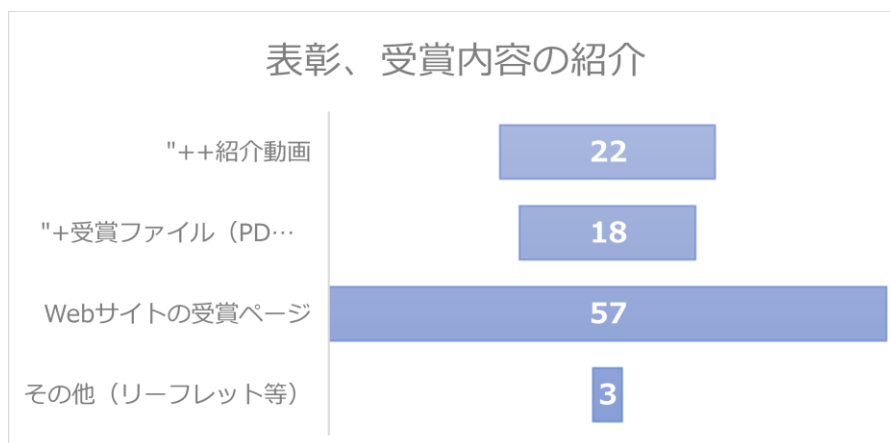
評価内容フィードバックは、審査員がコメント評価を記載、記録された内容を対象となる応募者に通知するというフローが必要で、追加費用で対応する表彰事業者もあり運営上負担のかかる取組みで、多くの表彰事業がデジタルトランスフォーメーションされていない現状を浮き彫りにしています。

ポイント 》

- 評価内容フィードバックから、表彰事業者の応募者に対する姿勢が判る。
- 評価内容フィードバックの充実度から、表彰事業全体プロセスのDXレベルが分かる。
- 評価内容フィードバックから、表彰事業のブランド戦略（差別化、ロイヤリティ等）が解る。

表彰、受賞内容の紹介

「表彰、受賞内容の紹介」は、表彰内容の認知度、信頼性、ブランド力の向上等、プロモーション効果が問われます。集計結果は以下の通りです。



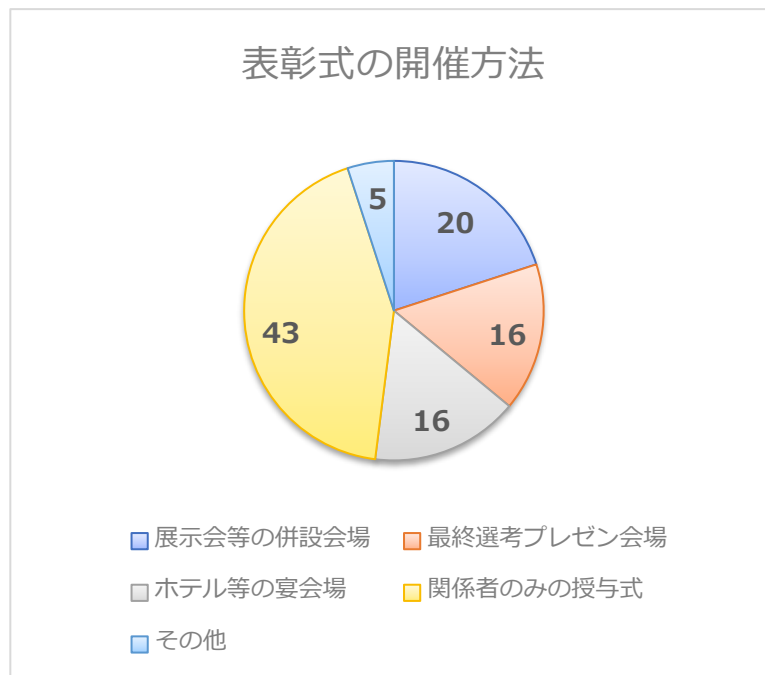
分析 》

「Web サイトの受賞ページ」が 57 件で、「PDF 等受賞ファイル」と合わせ 75 件に上り、多くの表彰事業に見られる形式でした。紹介内容として受賞の詳細内容や受賞者インタビュー記事等、充実したコンテンツが作成されていますが、情報共有における SNS 活用はほとんど見られませんでした。また、「紹介動画」は 22 件ありますが、その多くは視聴回数が少なくプロモーション効果が疑問視されます。

表彰式の開催方法

「表彰式の開催方法」は、表彰内容の認知度、信頼性、ブランド力の向上等、プロモーション効果に加え、応募者の表彰事業に対するロイヤリティを高める効果が期待されます。

集計結果は以下の通りです。



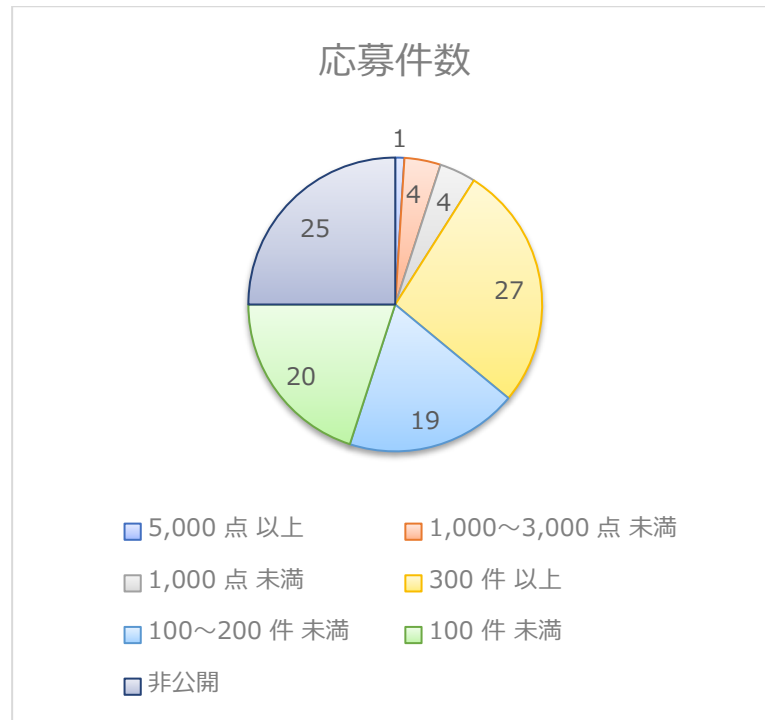
分析 》

「関係者のみの授与式」が 43 件と最も多く、表彰事業のプロモーション効果、応募者のロイヤリティの観点からは今後の改善課題と目されます。「展示会等の併設会場」が 20 件、「最終選考プレゼン会場」が 16 件、「ホテル等の宴会場」が 16 件で、いずれも応募者の関係者や表彰内容に関心を持つ方々へのアピール、プロモーション効果が期待され、また、オンライン併設によるハイブリッド開催も増加傾向にあります。

▶パフォーマンス基準

応募件数

「応募件数」は、表彰事業の認知度、ブランド力、応募者の応募動機を図る KPI として運営の適否が問われます。集計結果は以下の通りです。



分析 》

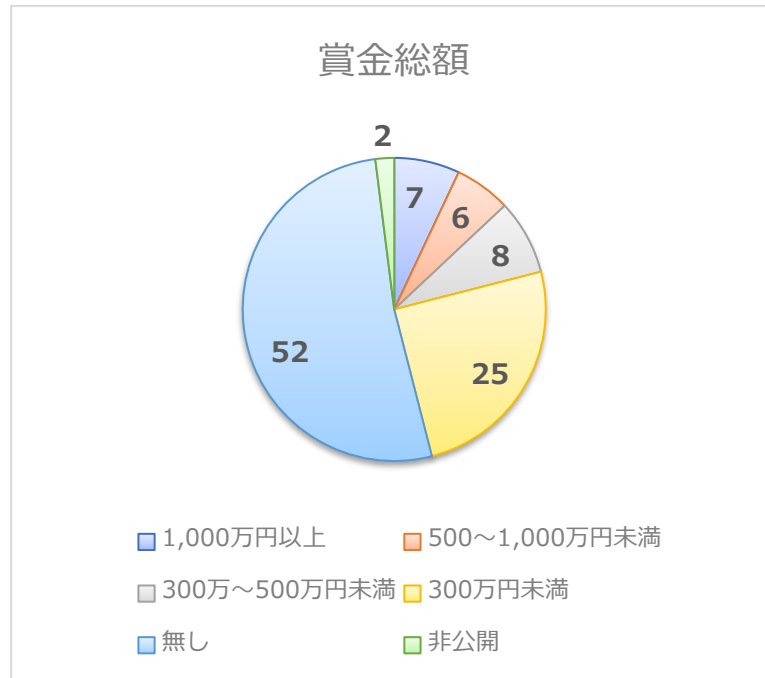
100 件未満が 20 件、100~200 件未満の 19 件、「非公開」の 25 件と合わせ計 64 件に上り、応募数が 200 件未満に留まる小規模の表彰事業が多く、他方、300 件以上は 27 件で、営利組織が主催する表彰事業に多く見られました。

また、応募者が複数件を応募できる形式で運営されている表彰事業では、5,000 点以上が 1 件と突出した表彰事業がありました。

応募件数は、潜在応募件数、表彰事業の認知度、表彰内容の魅力、ステータス等、様々な要因が絡んでいますが、応募件数が低迷している表彰事業はブランドの確立が課題と目されます。

賞金総額

「賞金総額」は、応募動機の一つであり、とりわけアート系の表彰事業等、個人を表彰する表彰事業ではステータス上重要な位置づけです。集計結果は以下の通りです。



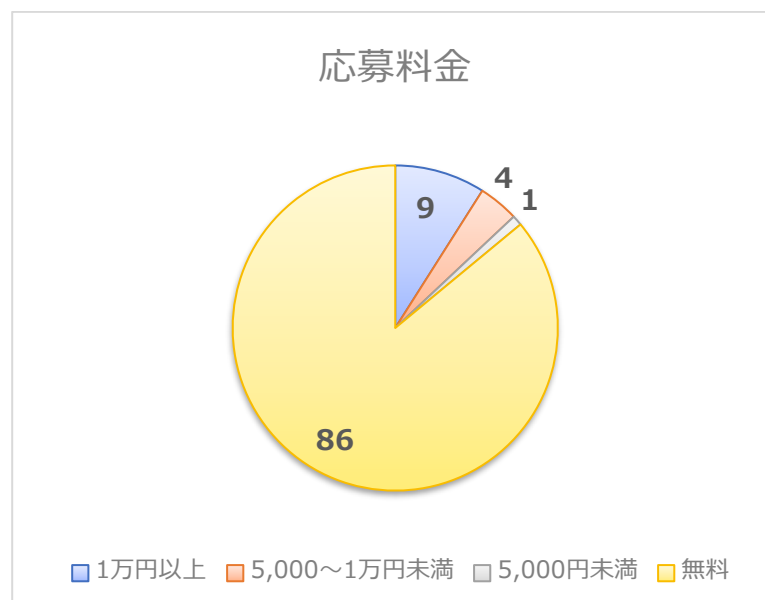
分析 》

「無し」が約半数の52件で、企業や製品を表彰する表彰事業に多く見られました。「300万円未満」が25件で、賞金は副賞的な位置づけ、「300万~500万未満」が8件で、賞金額による表彰事業のプレゼンス向上が目的と思われ、いずれも賞金にも増して受賞の名誉が応募動機と目されます。一方、「500~1,000万未満」の6件および「1,000万円以上」の7件は、いずれも個人が表彰対象で、表彰事業の高いステータスから賞金を応募動機に結びつけています。

賞金に比して応募者が少ない表彰事業は、事業者と応募者間で表彰事業のブランド意識にズレがあると思われます。

応募料金

「応募料金」は、応募者にとって表彰事業の費用対効果、運営者にとっては収益機会を図る KPI として運営の適否が問われます。集計結果は以下の通りです。



分析 》

「無料」が 86 件と多数に上りました。有料のうち「5,000 円未満」と「5,000～1 万円未満」の計 5 件は個人表彰の事業、「1 万円以上」の 9 件は法人表彰の事業でした。

現状、小中規模の表彰事業は「無料」が多く、開催コストに見合う効果が無ければその継続性が危ぶまれます。

持続的に表彰事業開催する上で、表彰事業のブランド（認知度、価値、評判、ステイタス）強化と、応募の有料化やスポンサー獲得等、多様な収益源の確保が必要と思われます。

言語対応

「言語対応」は、応募～審査～表彰まで多くの労力を要する運営であり、グローバルに存在価値のある表彰事業であるかが問われます。

集計結果は以下の通りです。

日本語のみ	79
日本語+英語	15
多国語	6

分析 》

言語対応に関して「日本語のみ」が 79 件と多数に上りました。「日本語+英語」が 15 件、「多言語」が 6 件で、グローバルに存在価値のある表彰事業は少ない現状となっています。

支援組織

「支援組織」は、表彰事業の基盤、ブランド、表彰位、また継続性に関わり、そのステークホルダーの顔ぶれが問われます。

集計結果は以下の通りです。

スポンサー・協賛組織+ 協力 or 後援組織	24
協力 or 後援組織あり	26
スポンサー・協賛組織あり	9
無し	41

分析 》

もっとも充実した組織構成である「スポンサー・協賛組織+協力 or 後援組織」が 24 件、次いで「協力 or 後援組織」が 26 件、「無し」が 41 件で、非営利組織が多い傾向があります。