

「2017 57th ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」

各部門審査委員長およびメッセージ

■フィルム部門 澤本 嘉光 氏



電通 クリエーティブ・ボード/エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター

【受賞歴】クリエイター・オブ・ザ・イヤー、TCC 賞 グランプリ、ACC グランプリ、カンヌ国際広告祭銀賞、ADFEST（アジア太平洋広告祭）グランプリ、クリオ賞金賞・銀賞など

【審査委員歴】ACC ラジオCM部門審査委員長、TCC 賞、カンヌ、クリオ、アドフェスト etc

【プロフィール】

1966年、長崎市生まれ。1990年、東京大学文学部国文科卒業、電通に入社。ソフトバンクモバイル「ホワイト家族」、東京ガス「ガス・パッ・チョ!」、家庭教師のトライ「ハイジ」など次々と話題のテレビCMを制作し、乃木坂46、TMレボリューションなどのPVなども制作している。著書に小説「おとうさんは同級生」、小説「犬と私の10の約束」（ペンネーム＝サイトウアカリ。映画脚本も担当。）、映画「ジャッジ!」の原作脚本。東方神起などの作詞も担当している。

【メッセージ】

広告を広告する審査にしたいと思います。

まずは「ACCは気にしてないからあえて出品してないんだよ」なんていう人がへそ曲がりか単に自信がない人に見えるような「審査して欲しい人に審査してもらえる審査会」を目指します。

クライテリアは「いいじゃん」。「広告っていいじゃん」と思える、というのを一個の定規にしたいです。こんな素敵なもの作れていいじゃん、こんなにくだらないもの作っちゃっていいじゃん、こんなにももの売っちゃうなんていいじゃん、

こんな監督いるなんていいじゃん、このタレントこう使うなんていいじゃん、こんな人が従事してる広告って世界ってなんかいいじゃん、

なんでもいいので、いいじゃん、を探していければ。ま、同時に、ダメじゃん、も探すってことになると思うんですが。

褒められてるけど誰も見てないからダメじゃん、とか、まあこっちはいろいろ列挙しなくてもいいかなと。なんにしろ、「広告」って、漢字の文字で見た印象よりちょっと楽しそうだぞ、なんかありそうだぞ、と思えるような結果を模索したいですし、きちんとそれを知らせていきたいと思っています。

これをきっかけに、いろんな埋もれたり隠れたりしてるものが少しでも表に出て褒められるといいなと思いますし、今すでに褒められてるものでもまだいけるかもと優良誤認?してくれるといいかなと思います。

自信は作品につながるので。

あ、でも一番の目標は、すみません、楽しく審査することです。それが楽しい結果に繋がるので。

気持ちって見えないけど伝染すると思っています。

■ラジオ CM 部門 嶋浩一郎氏



博報堂ケトル 代表取締役社長

【主な仕事】

資生堂企業広告・J-WAVE 企業広告・三越伊勢丹企業広告・本屋 B & B などの経営・本屋大賞の運営・ラジオ番組「渋谷慶一郎と嶋浩一郎のラジオ第二外国語」（ラジオ日経）・雑誌「ケトル」など 著作「ブランドメディアの作り方」・「なぜ本屋に行くとアイデアが生まれるのか」など多数

【プロフィール】

93 年博報堂入社。コーポレートコミュニケーション局で企業の情報戦略にたずさわ
る。01 年朝日新聞社に出向。スターバックスコーヒー等で発売された「SEVEN」編集
ディレクター。02-04 年博報堂刊「広告」編集長。04 年本屋大賞設立に参画。現在も
N P O 本屋大賞実行委員会理事として「本屋大賞」の運営を行う。06 年博報堂ケトル
設立。 統合キャンペーンを多数手がけると同時に、雑誌「ケトル」編集長などコンテ
ンツビジネスも展開。12 年ブックコーディネーター内沼晋太郎と下北沢に本屋 B & B を
開業。

【メッセージ】

ラジオは可能性を秘めている。

聴取者とのエンゲージメントはとても深い。

ラジオは元祖ソーシャルメディアだ。

そして、デジタルとの親和性も高い。

スマホが受信機になって新しいリスナーも増えている。

そして、ラジオは

CM のつくり手にとって

チャレンジできるメディアだとも思う。

若い才能がラジオ CM でいろんな挑戦ができる状況を

作っていきたいと思います。

ラジオが大好きなラジオ番組制作者、その喋り手、CM の制作者が集まって、

ラジオの未来を話し合う、

そんな審査を目指します。

■マーケティング・エフェクティブネス部門 矢野 絹子 氏



KDDI コミュニケーション本部 宣伝部 部長

【受賞歴】

2016 56th ACC CM FESTIVAL フィルム部門 A カテゴリー総務大臣賞／ACC グランプリ、
2016 56th ACC CM FESTIVAL マーケティング・エフェクティブネス部門 ACC ゴールド

【審査委員歴】

ACC CM FESTIVAL マーケティング・エフェクティブネス部門 2015、2016 審査委員

【プロフィール】

日本移動通信株式会社（IDO）入社。

KDDI 株式会社発足以降、主にコンシューマ事業における料金施策やサービスの企画・開発を担当した後、2013年4月より現職。au ならびに KDDI に関するブランディングやコミュニケーション活動を担当。

【メッセージ】

今回、審査委員長を拝命いたしました。

昨年度までの審査方針を踏襲しつつ、お客さまの行動変化・メディアの多様化・クリエイティブの技術革新等を踏まえ、よりエフェクティブネスにこだわり、「効いた！」の進化・深化につながる賞にしたいと考えております。

評価ポイントは「マーケティング戦略」「クリエイティビティ」「成果」の3点で、「マーケティング戦略×クリエイティビティ」の効果がいかにインパクトある「成果」につながったかが肝になります。審査はクリエイター・マーケッター・企業の宣伝責任者にお集まりいただき、さまざまな視点からじっくり議論してまいります。

昨年からエントリーの条件を緩和したこともあり、年々応募数も増えております。

規模の大小は問いませんので、「これは効いた！」という自信作のエントリーをお待ちしております。

■インタラクティブ部門 須田 和博 氏



博報堂 シニア・クリエイティブディレクター

【受賞歴】1985年ぴあフィルムフェスティバル入賞、1999年ACC賞、2000年TCC新人賞。

2009年「ミクシィ年賀状」で、TIAAグランプリ受賞、カンヌ国際広告祭メディアライオン・ブロンズ受賞。

2013年「ロッセ・カフカ・泣きやみ動画」で、カンヌサイバーライオン・ブロンズ受賞。アジア太平洋広告祭2014で、モバイル・ロータス・ゴールド、サイバー・ロータス・シルバー受賞。

2014年「ライスコード」で、カンヌPRライオン・ゴールド、同アウトドア・ゴールド、アジア太平洋広告祭メディア・ロータス・グランデ、ロータス・ルーツ、APACエフィー・ゴールド、JACEイベントアワードなど、合計60冠以上を受賞。

【著書】

「使ってもらえる 広告」アスキー新書

【プロフィール】

1967年新潟生まれ。1990年多摩美術大学卒、博報堂入社。AD、CMプランナーを経て、2005年インタラクティブ領域へ。2014年スダラボ発足。同ラボの第1号試作品「ライスコード」で、アジア太平洋広告祭にて、メディア・ロータス・グランデ、ロータス・ルーツ、はじめ合計7冠を得る。