

各部門審査委員長 講評および、審査委員一覧

【フィルム部門 審査委員 17名】 (株式会社・敬称略、五十音順)

■審査委員長

澤本 嘉光 電通/クリエイティブ・ボード、エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター

<審査委員長 講評>

大変学びの多い審査会でした。まず、多様なジャンルから参加いただいた審査委員のメンバーを確認していただくと推測できると思うのですが、審査会自体が映像を扱う部門には大変刺激的な勉強の場となりました。

テレビCM部門がフィルム部門と名前を変えて3年。15秒、30秒・・・とテレビCMとして秒数が制限されたAカテゴリと、web動画として時間の制限のないBカテゴリ。CM制作者としては制約のないBカテゴリの方が表現的に豊かになってきている感覚がありましたが、参加いただいた映画、テレビ界を代表する審査委員からは、制約があるAカテゴリの表現の方に感心するものが多く、逆にBは自分たちが作ればさらに良くできる予感がする、という指摘を頂き、いかに自分たちが近視眼になっているかの気づきとなりました。

とにかく広告業界は自分たちで閉じてしまわず「映像」という広い海原で他の種類の映像を創造していく方々と共に切磋琢磨することが大事だと考えます。その点で、映画、テレビドラマ、バラエティー、女優、と立場の違う映像界の才能が違った視点から今までの審査会の議論では交わされなかったような意見を交換しながら選んだ受賞作、制作者は胸を張ってほしいと思います。そして、地方からの出品で最終選考で上位を争う力作が多くなってきているのも大きな特徴だということを付記しておきます。

是非ご確認下さい。

<審査委員>

秋山 竜次 ロバート/お笑い芸人、タレント
尾形 真理子 博報堂/クリエイティブ・ディレクター、コピーライター
川村 元気 東宝/映画プロデューサー/小説家/絵本作家
佐久間 直行 テレビ東京/プロデューサー
佐々木 宏 シンガタ/クリエイティブ・ディレクター
佐藤 カズー TBWA\HAKUHODO/CCO、Creative Director
佐藤 雄介 電通/CMプランナー、コピーライター
篠原 誠 電通/クリエイティブ・ディレクター
多田 琢 TUGBOAT/クリエイティブディレクター、CMプランナー
田中 里沙 宣伝会議/取締役メディア情報統括
那須田 淳 TBS テレビ/プロデューサー、事業局 映画・アニメ事業部 部長
福部 明浩 catch/クリエイティブディレクター、コピーライター
藤井 亮 電通関西/CMプランナー、ディレクター (2016年小田桐昭賞受賞者)
別所 哲也 俳優/「ショートショート フィルムフェスティバル&アジア」代表
細田 守 スタジオ地図/映画監督
吉岡 里帆 女優

【ラジオ CM 部門 審査委員 12 名】

(株式会社・敬称略、五十音順)

< 審査委員長 >

嶋 浩一郎 (博報堂ケトル / 代表取締役社長)

< 審査委員長 講評 >

とにかく楽しい審査で示唆に富んでいました。審査の時一番に考えたことが、ラジオを聴いている人にリアルに響く広告であるかどうか。そういうわけで、審査には我々広告制作者だけでなく、ラジオ放送やリスナーの気持ちに精通している番組の制作者やパーソナリティを務める方にも参加いただきました。実際にラジオでしゃべられている方は、絶えずリスナーの反応を計算しながらトークをしているわけで、掛け合いにおける間のつくり方や、音の作り込みに対するリスナーの反応などリアリティのある指摘が多く刺激的でした。radiko やスマートスピーカーの登場でラジオを聴く人達やシチュエーションも変わっていくのではなど、ラジオ放送の未来についても議論が活発に行われました。

グランプリは大日本除虫菊の〈金鳥少年 2017〉を選出しました。このシリーズは昨年の受賞作でもあるのですが、複数年にわたりラジオリスナーの心を捉えるストーリーを紡ぎだした点も評価されました。ラジオは人々の日々の生活に寄り添うメディアで、反復して聴かれるメディアです。そういうメディアの中で CM だって一つのコンテンツとして楽しんでもらっていいはずです。大沢くんと高山さんの二人の絶妙な掛け合いや、計算され尽くされたコピーも高く評価されました。

< 審査委員 >

秋吉 健太 ヤフー / Yahoo! ライフマガジン 編集長
小宮山 雄飛 GENIUS AT WORK 代表取締役 / ホフディラン / 渋谷区観光大使・クリエイティブアンバサダー
澤本 嘉光 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
東畑 幸多 電通 / グループクリエイティブ・ディレクター、CMプランナー
西田 善太 マガジンハウス / BRUTUS 編集長
橋本 吉史 TBS ラジオ / 編成局プロデューサー
秀島 史香 FM BIRD / ラジオ DJ、ナレーター
福本 ゆみ 福本ゆみ事務所 / コピーライター、クリエイティブディレクター / 俳人
細田 高広 TBWA \ HAKUHODO / シニアクリエイティブディレクター
三井 明子 アサツー ディ・ケイ / コピーライター、クリエイティブディレクター
吉田 尚記 ニッポン放送 / ビジネス開発センター ネクストビジネス戦略部副部長

【マーケティング・エフェクティブネス (ME) 部門 審査委員 11 名】

(株式会社・敬称略、五十音順)

< 審査委員長 >

矢野 絹子 KDDI/コミュニケーション本部 宣伝部 部長

< 審査委員長 講評 >

「マーケティング戦略×クリエイティビティ」でいかに「成果」につなげたかを評価するのが ME 部門ですが、課題もクリエイティブも多様化する中、今年も様々な「効いた！」キャンペーンが集まり、何度も投票を繰り返すほど難易度の高い審査となりました。

今年のキーワードは「社会的課題の解決」と「圧倒的リザルト」。

グランプリに輝いた九州全県・山口県・沖縄県の「九州・山口 ワーク・ライフ・バランス推進キャンペーン」は、ワーク・ライフ・バランスという国家的課題に対し、県知事自らが地域の枠を超え、公報ではなく「広告」という手法を使ってアプローチした点が斬新で、国内外に広く影響を与えたことが高評価につながりました。

ゴールドに選ばれた UQ コミュニケーションズ「UQ 家族シリーズ」は、後発ブランドの認知度を短期間に上げるという課題に対し、一度見たら覚えてしまう強いクリエイティブ力で一気にブランド名を浸透させており、まさに ME 賞にふさわしいリザルトでした。

これまで広告では取り上げにくかった課題にチャレンジしたロート製薬「dotest ふたり妊活キャンペーン」、服を選ぶという“体験”に着目したユニクロ「はじめてのコーディネート体験 MY FIRST OUTFIT」がシルバーに選ばれたことにも ME 部門の広がりを感じていただけるのではないかと思います。

来年はさらに進化した「効いた！」に出会えることを期待しております。

< 審査委員 >

上野 隆信 大塚製薬/ニュートラシューティカルズ事業部 宣伝部 課長

幼方 聡子 東レ/宣伝室長

大越 いづみ 電通 ビジネス・クリエーション・センター/
エグゼクティブ・ビジネス・クリエーション・ディレクター

大高 香世 VoiceVision/代表取締役社長

木下 一郎 電通/エグゼクティブ・クリエーティブ・ディレクター

小和田 みどり ライオン/宣伝部長

清水 健 アサツー ディ・ケイ/
エグゼクティブ・クリエイティブディレクター、コピーライター

能登 健裕 東急エージェンシー/エクスペリエンス クリエイション センター 副センター長、
エグゼクティブ・クリエイティブディレクター

藤井 久 博報堂/執行役員(クリエイティブ担当)

山口 有希子 日本アイ・ビー・エム/マーケティング&コミュニケーション
デジタルコンテンツマーケティング&サービス 部長

【インタラクティブ部門 審査委員 13名】 (株式会社・敬称略、五十音順)

<審査委員長>

須田 和博 博報堂/エグゼクティブ・クリエイティブディレクター

<審査委員長 講評>

ACC 賞インタラクティブ部門、4年目。須田が審査委員長を拝命して2回目の今年、掲げたテーマは「ソレって広告なの？」→「コレこそ広告でしょ！（21世紀のね）」だった。去年の問いをさらに進めて、まだ見ぬ「新しい広告のカタチ」を見つけたいと思った。「広告とは何か？それは、この先、どういうカタチになっていくのか？」ずっとそれが気になっている。

広告産業は明らかに過去50年とは違うものになりつつある。かつて「インターネット広告」と呼ばれたものの土台が、コミュニケーション全体のインフラとなった結果、人々の「当たり前の行動」が大きく変わり、すべての産業と同様に広告産業も違うものになる。その「デジタル・シフト」の渦中で、昨年今年と、多数の応募をいただき、様々な「取り組み」を拝見した。

しかし、今年の審査で再確認したことは「映像的なモノの、圧倒的な強さ」だった。グランプリの「リオ2016オリンピック大会閉会式東京2020フラッグハンドオーバーセレモニー」も、ゴールドのBEAMS40周年プロジェクト「TOKYO CULTURE STORY」もポカリスエット「ガチダンスフル」篇も、視聴や受容のされ方は従来のCM映像とはまったく違うが「映像的なモノの、圧倒的な強さ」があった。

シルバーも、何かしら映像的なモノが大半を占める。20世紀のワインを、21世紀のボトルに入れる。それもひとつの効果的な未来の広告のカタチ。そして、ブロンズと各カテゴリー賞に種々様々なカタチの取り組みが集まった。

これからの広告産業の本当の姿は、まだ誰にもわからないが、最後にパーソナルコンピューターの父といわれるアラン・ケイの有名な言葉をもじって筆を置くことにする。「未来の広告を知る最善の方法は、それを自ら作り出すことである。」審査委員団の皆さま、2年間ありがとうございました！

<審査委員>

- 大八木 翼 SIX/クリエイティブディレクター、共同執行責任者
落合 陽一 筑波大学 学長補佐、助教/Pixie Dust Technologies CEO
倉又 俊夫 日本放送協会 (NHK) /放送総局 デジタルコンテンツセンター 副部長
小池 博史 インタラクティブコミュニケーションエキスパート 理事長/
イメージソース 代表取締役/ノングリッド 代表取締役
齋藤 精一 Rhizomatiks/Creative Director、Technical Director
白井 明子 ローソン/デジタルプラットフォーム部シニアマネジャー
白土 謙二 フリーランス/思想家
菅野 薫 電通/CDC、グループ・クリエイティブ・ディレクター
Dentsu Lab Tokyo/クリエイティブ・テクノロジスト
田中 耕一郎 PROJECTOR/クリエイティブディレクター
刀田 聡子 宣伝会議/月刊『ブレーン』副編集長
馬場 鑑平 バスキュール/クリエイティブ・ディレクター
横澤 大輔 ドワンゴ/専務取締役 CCO

【メディアクリエイティブ部門 審査委員 11名】 (株式会社・敬称略、五十音順)

<審査委員長>

小山 薫堂 放送作家／脚本家／京都造形芸術大学 副学長

<審査委員長 講評>

メディアクリエイティブ部門の審査会は、刺激も多く勉強になり、そして何より楽しかった。CM、テレビ、ラジオ、ネット、さらにクライアントまで、メディアのクリエイティブにかかわるオールジャンルの人が集い、それぞれの立場から出される意見には、新しい時代のヒントが溢れていたように思う。集まった作品には、メディアのジャンルによって様々な特徴が見られた。苦しんでいる分、他のジャンルよりも工夫を重ねている印象があった新聞、クリエイティブのレベルは安定しているものの、新しい何かを模索しようと、他のメディアと手を組んでいたテレビなど。

そうした中で、評価のポイントに置いたのは、「ちゃんと結果が出ているか」ということ。クライアントあるいは、作り手のゴールテープがきちんと切れているもの、広く世の中に浸透しているものを評価する・・・これをひとつの指標とした。

新設ジャンルへの期待が高すぎたあまり、残念ながら今回グランプリは出なかったが、惜しくもあと一步のところまでゴールドに留まった「歩くーぼん」は、放送局が中心となって運動不足という課題解決に取り組み、テレビCMを使いながら地域の人々に呼びかけ、さらにスマートフォンアプリを使って店舗に集客していく、というアイデアがとてもよかった。

アイデアとは「何を作り上げるか」ということと同じくらい、「誰と出会うか」が大切で、その「誰」は「人」の場合もあれば、「メディア」という場合もある。どのメディアに、どのアイデアが出会うかでそのアイデアが最大化されていく。そんなクリエイティブに大きな可能性を感じた審査会だった。

<審査委員>

佐藤 宏 広島テレビ放送／報道制作局長
嶋田 三四郎 博報堂 DY メディアパートナーズ／エクゼクティブマネージャー、
メディアコンテンツプロデューサー
立本 洋之 フジテレビジョン／編成局次長
谷口 洋一 テレビ朝日／営業局 メディアマーケティング部 部長
村本 美知 アサツー ディ・ケイ／コンテクストプランニング本部 リ・マーケティング局 局長
森川 亮 C Channel／代表取締役
森田 太 エフエム東京／執行役員 編成局長 兼 グランド・ロック代表取締役
湯川 昌明 電通／ラジオテレビ局 局長補
和田 龍夫 サントリーコミュニケーションズ／執行役員 宣伝・デザイン本部 副本部長
兼 宣伝部長
和田 直樹 トヨタマーケティングジャパン／メディアプランナー

【クリエイティブイノベーション部門 審査委員 12名】 (株式会社・敬称略、五十音順)

<審査委員長>

暦本 純一 東京大学 教授/ソニーコンピュータサイエンス研究所 副所長

<審査委員長 講評>

ACC クリエイティブイノベーション部門は今年初めて開設された賞で、今回受賞された作品が今後のこの部門を形作ると言って過言ではありません。

これまでイノベティブの賞はいろいろありましたが、この ACC 賞はイノベティブであり、現実の課題に取り組み、解決しているものはもちろん、未来を創る可能性のある研究段階のものもきちんと認めようという方針で募集いたしました。

初年度から予想を越えた多数の応募をいただきました。優れた提案でありながら、この最終審査会場に来られなかった作品もたくさんありました。その中で、残られた方々は本当におめでとうございます。皆様それぞれの技術や作品、商品にはそれぞれとても魅力があり、個性的で、一つひとつが独立の賞というような、優劣をつけるのがとても難しい審査でした。

今回、形作られたこの賞を目指して、来年応募してくる方もいると思います。

これからも、クリエイティブイノベーションの世界を広げ、この賞を盛り立てていただけますようお願いいたします。

<審査委員>

安宅 和人 ヤフー/CSO (チーフストラテジーオフィサー)
池澤 あやか タレント/クリエイター
稲田 雅彦 カブク/代表取締役 CEO
井上 裕太 \QUANTUM/Startup Studio 事業責任者
佐々木 紀彦 ニューズピックス/編集長、取締役
佐々木 康晴 電通/第4CR プランニング局長、デジタル・クリエイティブ・センター長、
エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター
鈴木 雅穂 トヨタ自動車/未来プロジェクト室 室長
野添 剛士 SIX/クリエイティブディレクター、代表取締役
深田 昌則 パナソニック/アプライアンス社 Game Changer Catapult 代表
朴 正義 バスキュール/代表取締役、クリエイティブディレクター
森岡 東洋志 1-10drive/CTO、テクニカルディレクター

以上