

「2018 58th 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 シニア・プライム・エグゼクティブ・プロフェッショナル/
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、アドフェスト（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、T.M.Revolution 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】

「好きなものを好きと言う」審査会にしたいと思います。

「審査して欲しい人に審査してもらえ審査会」を今年も目指して、審査委員の方に集まっていたきました。

広告だけでなく、テレビ、映画、と、同じく動画を扱う様々な人の視点があります。

その方々がそれぞれの視点で、好き、と思うものを褒めてあげる。

完成度なのか、話題性なのか、妙な存在感なのか。いろいろな「好き」があるはずですし、あっていいと思います。

流行り言葉でいうと変な「忖度」なしで。もちろん遠慮もなくもいいです。

何より、その審査の結果として選ばれたものが、翌年以降の広告の一つの指針になるようなものにできればいいな、と思います。

その結果を聞いた皆さんが審査結果を「好き」と言ってくれることを目指して。

あ、でも一番の目標は、すみません、去年と同じことを書きますが、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。

広告の動画ってとても楽しい表現の場だということを世の中に広く知ってもらえればな、と思っています。

そしてこの審査会を通じて、同じ動画を作る人たちがさらに結びついて、また何か新しいものを生み出す原因になったらいいな、とも願っています。

■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 NPO 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】

アプリ radiko の登場により、いつでもどこでもスマホでラジオを聴くことが可能になりました。しかもタイムフリーで放送し終わった番組を聴くこともできます。プレミアム会員になれば全国のステーションの放送を聴くことも。

Google Home などのスマートスピーカーでラジオを聴く人も多いといいます。スピーカーが置かれるキッチンやベッドルームで、新しいラジオの聴取シーンが生まれているんですね。

そう、ラジオは今、大変革の時代を迎えているんです。

そもそもラジオは聴覚だけを拝借するメディアですから、人に入り込みやすいメディアです。

「ながら」ができるのはすごいこと。

なにしろいそがしい時代ですから、これらの新しいテクノロジーの登場とラジオの「ながら」力はより魅力を増すんじゃないかと僕は思っています。

こんな時代に人々の耳から入り込んで、想像力をはばたかせる新しい可能性を秘めた CM がたくさん応募されることを期待しています。

■マーケティング・エフェクティブネス部門 小和田 みどり 氏



ライオン コミュニケーションデザイン部 部長

【プロフィール】

ライオン株式会社入社

販売店営業担当（西友・イトーヨーカドーなど）

商品開発（ヘアケア・ヘアメイク担当）

宣伝部（新聞・雑誌・TV スポット担当）

2008年10月 パーソナルケアを開発・販売する子会社

「株式会社イシュア」を立上げ代表取締役就任

2015年1月 ライオン株式会社 宣伝部長

【メッセージ】

「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。規模には関係なく、考え抜かれたマーケティング戦略と、効果的なクリエイティブ、表現によって、大きな成果をあげた、いわば「効いた！」コミュニケーション、統合キャンペーンを評価します。

この部門の審査をやらせていただき4年目となりますが、デジタルの進化もあり、年々施策が多様化しています。しかしながら、優れた施策は「あ～！凄いね」「こういうやり方があったか！」「いいね！」と誰もが素直に納得できている感じがしています。そして成果があるだけに、選考は毎回苦悩の連続です。規模の大きさではなく、成果に繋がったという企画力・発想力。誰にでも応募のチャンスがある部門です。ぜひ今年も審査委員全員をうならせてください。

■ブランド・コミュニケーション部門 菅野 薫 氏



電通 CDC / Dentsu Lab Tokyo

エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター／クリエイティブ・テクノロジスト

【受賞歴】

総務大臣賞／ACC グランプリ（2014年、2015年、2017年） /
JAAA クリエイター・オブ・ザ・イヤー（2014年、2016年） /カンヌライオンズ チタニウム部門 グランプリ / D&AD Black Pencil（最高賞） / One Show -Automobile Advertising of the Year- / London International Awards グランプリ / Spikes Asia グランプリ / ADFEST グランプリ / TIAA グランプリ / Yahoo! internet creative award グランプリ / 文化庁メディア芸術祭 大賞 / Prix Ars Electronica 栄誉賞 / STARTS PRIZE / グッドデザイン金賞など、国内外の広告、デザイン、アート様々な領域で受賞多数。

【プロフィール】

2002年電通入社。テクノロジーと表現を専門に幅広い業務に従事。
本田技研工業インターナビ「Sound of Honda /Ayrton Senna1989」、Apple Appstoreの2013年ベストアプリ「RoadMovies」、東京2020招致最終プレゼン「太田雄貴 Fencing Visualized」、国立競技場56年の歴史の最後の15分間企画演出、GINZA SIXのオープニングCM「メインストリート編」、Björk や Brian Eno や Perfume との音楽プロジェクト等々活動は多岐に渡る。

【メッセージ】

昨年までのインタラクティブ部門です。
今回、審査委員長を拝命したのを期に、部門そのものを再構築しました。
新しい部門名は、「ブランド・コミュニケーション」部門。
それっぽい名前ですが、単純に「広告（フィルム、ラジオCMを除く）」です。
クライアントと真摯に向き合い、主体となるブランドの持つ課題に対して、社会に対して、最も素晴らしいと思われるアイデアを一生懸命捻り出し、全力で実施する。
我々広告業界の日々の仕事の中には、ちゃんと褒められるべきなのに、褒める場所がないアイデアがまだまだあると思っています。
たかだが賞です。でも、「良い仕事をして、褒められる。」そのことで救われる気持ちもあるし、発見される新しい若い才能もあります。
賞の存在が、業界全体の意識を高め、技術を磨き、領域を拡張することも、ときには、あります。
少しでも多くの視点で、良い仕事を発見出来る仕組みに出来ないか、挑戦したいと思いました。
どれだけ褒めることが出来るかは、どれだけ応募されるか次第です。
きっと審査は大変だけど、数多くの応募をお待ちしております。

■メディアクリエイティブ部門 小山 薫堂 氏



放送作家/脚本家
京都造形芸術大学副学長

【プロフィール】

1964年熊本県天草市生まれ。日本大学芸術学部放送学科在籍中に放送作家としての活動を開始。「カノッサの屈辱」「東京ワンダーホテル」「ニューデザインパラダイス」など、斬新な番組を数多く企画。「料理の鉄人」(1995年)「トリセツ」(2003年)は国際エミー賞に入賞した。

2008年公開の「おくりびと」で脚本を担当し、第60回読売文学賞戯曲・シナリオ部門賞、第32回日本アカデミー賞最優秀脚本賞、第81回米アカデミー賞外国語映画賞を受賞。

現在テレビでは、「ZIP!」(日本テレビ)や「小山薫堂 東京会議」(BSフジ)などに携わり、テレビや映画以外にも、ライフスタイル誌のエッセイ連載、小説、絵本翻訳、作詞など、幅広い執筆活動を展開。

著書に、絵本「まってる。」「いのちのかぞえかた」(共に千倉書房)、「考えないヒント」「もったいない主義」(共に幻冬舎新書)、「恋する日本語」(幻冬舎文庫)、「ライカと歩く京都」(PHP研究所)などがある。

その他、熊本県地域プロジェクトアドバイザー、下鴨茶寮主人、京都館館長、京都観光おもてなし大使、文化庁「日本遺産審査委員会」委員など、多くの政府・地域・企業のアドバイザーを務める。

【メッセージ】

「メディアとアイデア」あるいは「メディアとメディア」をつなぐ企画力・クリエイティビティが時代に求められています。

優れたアイデアがどのメディアに出会い、あるいはどのメディアで活用できたか、そのチャレンジと化学反応の結果に着目して審査をします。

そして、メディアのアセットを活用した仕掛けや取り組みが、どのように世の中の人々に伝わったか。その結果、どれだけの人を幸せにしたり、影響を与えたりすることができているか。クライアントと作り手がきちんとゴール設定をして、そのゴールテープをきちんと切ることができているか、など色々な視点から評価したいと思います。

審査委員は昨年と同様、クライアント・テレビ局・ラジオ局・インターネットメディア・広告会社といった、メディアのクリエイティブにかかわる多様なジャンルの人材で構成しました。

様々なメディアビジネスで挑戦する皆さんの、優れた仕掛け・取り組みに出会えるのを楽しみにしています。

■クリエイティブイノベーション部門 暦本 純一 氏



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

【受賞歴／審査委員歴／主な作品・お仕事】

- ・グッドデザイン賞 (2004、2009、2012 ベスト 100、2016) 受賞、
日本文化デザイン賞(2003)、iF Communication Design Award (2005) 受賞
- ・グッドデザイン賞審査委員(2011-2015)、国際学会議長(ACM UIST, Ubicomp 等)
- ・研究成果：NaviCam, SmartSkin, Squama

【プロフィール】

東京大学情報学環教授・ソニーコンピュータサイエンス研究所副所長。
世界初のモバイル AR(拡張現実)システムを 90 年代に試作、マルチタッチの基礎研究を世界に先駆けて行うなど常に時代を先導する研究活動を展開している。現在は人間拡張（ヒューマンオーグメンテーション）のためのテクノロジーを追求。
日本文化デザイン賞、ACM SIGCHI Academy などを受賞多数。

【メッセージ】

皆さんが描く夢や未来を共有したいと思います

「ビッグ・アイデア×テクノロジー」で生み出されたプロダクト&サービスと、プロトタイプを評価する本部門の評価ポイントは、「革新性」、「有用性（有効性）」、「社会に根付くか・未来を創れるようなポテンシャルを有しているか」の3点です。

ワンショットの仕掛けではなく、出来たものが次のプロダクトやサービスへとつながり、それが社会に根付く。そんな未来を創るポテンシャルのあるプロダクト&サービス、プロトタイプを期待しています。

単なるショーアップにとどまらず、そこに組み込まれた新しい工夫やアルゴリズムといったソリッドなイノベーション、テクノロジーをきちんと評価したい。審査を通じて、未来に大化けするような“兆し”をきちんとすくい上げたいと思います。

ゲームチェンジャーになりうる、皆さんのチャレンジングな応募を待っています。