

## 資料 1

## 「2020 60th ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」

## 各部門 審査委員長紹介およびメッセージ

## ■フィルム部門 多田 琢 氏



## TUGBOAT

クリエイティブディレクター、CMプランナー

## 【プロフィール】

1963年9月20日生まれ。

87年早稲田大学第一文学部卒。同年（株）電通入社。

99年クリエイティブ・エージェンシー「TUGBOAT」を設立。

ADC会員

## 【受賞歴】

クリエイター・オブ・ザ・イヤー、TCC グランプリ、ADC 賞、ADC 会員賞、ACC グランプリ、ONE SHOW Gold など

## 【主な仕事】

ペプシ「桃太郎」、TOYOTA「ハリアー H.H.」ダイワハウス「ここで、一緒に」、サッポロ黒ラベル「大人エレベーター」、宝くじロト「ロトもだち」シリーズなどのCM。

『新しい地図』のブランディング。

映画「SURVIVE STYLE 5」の原案・脚本、「クソ野郎と美しき世界」の原案を担当。

## 【メッセージ】

今、広告はどう変わっていくべきなのか・・・？

広告に一体何ができるのか・・・？

世界がどうなるかもわからないのに、

そんなことは誰にもわかりっこないし、

そもそも答えがあるとも思えない。

それでも、みんなで問い続けよう。

それが小さな一歩を踏み出すエネルギーになるかもしれない。

明日、世界が減びるとしても、

私は今日林檎の木を植える。

自分達にできることを粛々と続けていこう。

## ■ラジオ&amp;オーディオ広告部門 井村 光明 氏 ※新任



博報堂

第三クリエイティブ局 クリエイティブディレクター

## 【プロフィール】

1968年広島県生まれ。東京大学農学部卒業後、1991年博報堂入社。

コピーライター・CMプランナーとして、永谷園「Jリーグカラー」、日本コカコーラ「ファンタ」、コンデナスト・ジャパン「GQ JAPAN」、MTI「ルナルナ」、福島県庁「ふくしまの恵み」、UHA味覚糖「さけるグミ」等の広告を制作。

ACC賞グランプリ、TCC賞グランプリ、ADC賞、カンヌライオンズフィルム部門シルバー等を受賞。

## 【メッセージ】

2月に審査委員長のお話をいただき、常にラジオを聞くようにしていたところ、意図せずしてコロナをラジオと暮らすことになりました。

感じたことは、過度に恐れることなく、急に自粛することもない、メディアとしての強さとしなやかさでした。

それはラジオが、今だから、ではなく、これまでも、限られた手段の中で今できることは何か、と考えてきたからだと思った。

クリエイティブで大きな課題を解決するという姿勢も大切ですが、解決に至るまでも日々の生活は続くわけです。新しい生活様式という言葉以前から、リアルタイムでリスナーと共に新しい日常を作り続けている。そこにラジオのクリエイティビティがあると思う。

ラジオCMとサウンド広告の審査が目的ですが、もう広告かどうかはあまり気にしないでいい。

ラジオというメディアに参加したくなる、そんな魅力を発信したいと考えています。

## ■マーケティング・エフェクティブネス部門 鈴木 あき子 氏 ※新任



サントリースピリッツ  
執行役員 RTD・LS 事業部長

## 【プロフィール】

1992年 サントリー入社。西東京支店、ビール事業部を経て、2001年 宣伝事業部配属。2015年 サントリースピリッツ宣伝部長、2018年 サントリーコミュニケーションズ宣伝部長、2020年1月より現職。

RTD (=Ready to drink。缶入りのカクテル・チューハイなど) と瓶リキュール・スピリッツカテゴリーを担当し、商品開発・生産から営業・宣伝まで、バリューチェーン全体をマネジメントする。

## 【メッセージ】

マーケティングとは何か、という問いへの答えは十人十色です。審査会では毎年「マーケティングとは」「エフェクティブネスとは」という原点に立ち返り激論となります。

自社の製品・サービスを拡大するというビジネス観点の企みを前提におきつつも、お客様や社会の求めていることを徹底的に見つめることなしにそれは絶対実現できない。この「清濁あわせ飲む感じ」がマーケティングの面白さであり、当部門の独自性でもあるのではないかと思います。

冒頭の問いに対する本日現在の私の答えは、「お客様と製品・サービスをつなぐ、幸せな仕組みをつくること」です。このことは、コロナ禍の前も後も変わりがないと信じます。そして、今こそ社会に小さな幸せをもたらすため、さらには企業・事業の存続のために、マーケティングの底力が求められています。

## ■ブランデッド・コミュニケーション部門 菅野 薫 氏



## 電通

## エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター

## 【プロフィール】

2002年電通入社。データ解析技術の研究開発業務、国内外のクライアントの商品サービス開発、広告キャンペーン企画制作など、テクノロジーと表現を専門に幅広い業務に従事。

## 【主な作品・仕事】

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「for the future」、GINZA SIXのオープニングCM「メインストリート編」、森ビルブランドムービー「DESIGNING TOKYO」、サントリー山崎蒸溜所「YAMAZAKI MOMENTS」、NTTドコモ「FUTURE-EXPERIMENT.JP」、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。

## 【受賞歴】

ACC グランプリ・総務大臣賞（2014年、2015年、2017年、2018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 / 東京インタラクティブ・アド・アワード 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 栄誉賞 / 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。

## 【メッセージ】

世界の価値観が一変しました。

広告とは、何か。これからの社会の、何に役に立つのだろうか。

我々がそれぞれ持つ技術や意思を、どのように社会に機能させていくべきだろうか。

この仕事に関わる全ての人に対して、大きな課題が突きつけられています。

明快なひとつの答えがあるわけではないと思います。でも、悩み、考え、挑戦し続けなくてはならない。

いま、過去を振り返って点数を付けるだけの審査はしたくありません。このタイミングに世の中に出た仕事についてみんなで議論することで、これから先についてたくさん考えて発信する機会にしたいと思います。

今年から、デザインカテゴリーが別部門として独立しました。

BC部門では、CMとデザイン以外の全てのコミュニケーションアイデアを扱うことになります。

って、そんな細かいことを言っている場合じゃないくらい、これまでとこれからは違うものになるのかもしれない。そのことについて話したいです。

## ■デザイン部門 永井 一史 氏 ※新設

**HAKUHODO DESIGN****代表取締役社長****【プロフィール】**

多摩美術大学卒業後、博報堂に入社。

2003年、デザインによるブランディングの会社 HAKUHODO DESIGN を設立。  
企業・行政の事業、商品・サービスのブランディングやプロジェクトデザインを手掛けている。医療・ヘルスケアや地方創生などソーシャル領域での活動も多い。  
多摩美術大学統合デザイン学科教授。

**【受賞歴】**

クリエイター・オブ・ザ・イヤー、ADC 賞グランプリ、毎日デザイン賞など

**【審査委員歴】**

グッドデザイン賞審査委員長・カンヌ・アドフェスト・D&AD など

**【メッセージ】**

コロナによって、喪失や大きな社会不安を経験しました。  
好むと好まざるにかかわらず、生活や働き方が大きく変化せざるを得ない中で、  
今後デザインが担うべき役割も大きいのではないかと思います。  
昨年までブランデッド・コミュニケーションの中にあつたデザインですが、  
エントリーの増加に伴い、今年から独立した部門になりました。  
これまでの継続的な視点は大切にしつつ、  
様々な角度からデザインの価値を見つけ出していきたいと思います。  
いつの時代もデザインの本質は変わりませんが、  
デザイン思考、コミュニティーデザイン、ソーシャルデザイン、  
体験のデザインのように、社会の要請によってその領域は常に変化しています。  
新しく生まれた部門として、デザインのフロンティアや状況を見極めながら、  
未来につながる可能性を探索していければと思います。

## ■メディアクリエイティブ部門 箭内 道彦 氏



クリエイティブディレクター

東京藝術大学学長特命・美術学部デザイン科教授

## 【プロフィール】

1964年福島県郡山市生まれ。東京藝術大学美術学部デザイン科卒業後、博報堂を経て、2003年独立。風とロックを設立する。

タワーレコード「NO MUSIC, NO LIFE.」、リクルート「ゼクシィ」、サントリー「ほろよい」、東京メトロなど、既存の枠に捉われない数々の話題の広告キャンペーンを長く手掛ける。

2008年から3年間MCを務めたNHK「トップランナー」を始め、NHK Eテレ「福島をずっと見ているTV」、TOKYO FM/JFN「風とロック」、ラジオ福島「風とロック CARAVAN 福島」等、各番組のレギュラーパーソナリティーとしても活動。創刊100号を数えるフリーペーパー「月刊 風とロック」の発行人・編集長でもあり、2011年の紅白歌合戦に出場したロックバンド「猪苗代湖ズ」のギタリストでもある。

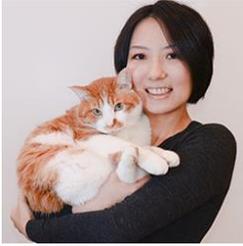
2015年、福島県の情報発信を統括する「福島県クリエイティブディレクター」に着任。2016年にはコミュニティFM「渋谷のラジオ」（FM87.6MHz）を開局、理事長を務め、2020年名誉局長に就任。

## 【メッセージ】

広告は、先を行って時代を牽引するものではなく、  
人と社会に添いながら共に前に歩むもの、なのだと思います。  
9.11の後も、3.11の後も、広告は大きく変わったと感じました。

新しい日常における広告の在り方に  
示唆を与えるアイデアとその実現を議論する大事な審査会になる  
そんな予感がしています。

## ■クリエイティブイノベーション部門 米澤 香子 氏 ※新任

**Wieden+Kennedy Tokyo**  
**Creative Tech Director**

## 【プロフィール】

大学で航空宇宙工学、大学院で Human Computer Interaction を専攻。  
在学中未踏 IT 人材発掘・育成事業に採択され Cat@Log:Human Cat Interaction Platform を開発。

2010 年電通入社。テクノロジーの関わる領域において、研究開発業務や、企業のキャンペーンプランニングからサービス企画開発・プロダクトイノベーションまで幅広く行う。2015 年より約 2 年半ベンチャー企業に出向し、CI 策定からプロダクトデザインまで一貫してクリエイティブ・ディレクションを手掛ける。

2020 年より Wieden+Kennedy Tokyo 所属。

猫が好き。

## 【受賞歴】

Cannes Lions Titanium Grand Prix、D&AD Black Pencil、文化庁メディア芸術祭大賞など多数受賞。

## 【審査委員歴】

Cannes Lions、D&AD、One Show、など国内外のアワードの審査員を歴任。

## 【主な仕事】

Honda 「dots now」 「RoadMovies」 「Sound of Honda / Ayrton Senna 1989」、JAXA 「THE SPACE HANGOUT」、Olympus 「Play Air」、ispace 「HAKUTO」など。

## 【メッセージ】

この度は新型コロナウイルスによる被害を受けられた皆様に心よりお見舞い申し上げます。  
おそらく日本中すべての方が、なにかしら生活や活動に影響を受け、苦しい思いをされたかと思えます。さまざまなものが停滞し、時代の転換期を迎える今、改めて思うのは「世の中を前にすすめる力」がいかに尊いかということです。

本クリエイティブイノベーション部門は、未来を創り出す、世の中を動かす可能性のあるアイデアとテクノロジーとの掛け算で産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部門です。

それは世紀の大発明かもしれないし、小さな工夫で大きな変化をもたらすような画期的なアイデアかもしれないし、人々の笑顔をちょっとだけ増やすステキな取り組みかもしれません。

苦境の時代だからこそ、この賞のもとに集った「世の中を前にすすめる力」を褒め、発信・定着させるお手伝いが少しでもできればと思っています。

企業、スタートアップ、研究機関に限らず、さまざまな分野からのご応募お待ちしております。