

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】（敬称略、五十音順）

■審査委員長

多田 琢

TUGBOAT / クリエイティブディレクター、CM プランナー

<審査委員長講評>

今年も才能に溢れ、輝かしい結果を残してきている現役のプレイヤーに集まってもらった。故に、それぞれの異なる価値観で自分に正直に審査してください、とだけ伝えさせてもらい審査を始めた。

B カテゴリーについて。

昨年に引き続きメダリスト以上とそれ以下の間に大きな差があった。Web 広告に対して世の中が以前ほど寛容ではなくなったことが原因なのだろうか、新しい突破口を模索している時期のように見えた。

その中でグランプリに推す意見が多かったのは、2 連覇を狙う jms の 10 秒ドラマ、加賀市、日清の匂わせたい、の 3 作品。完成度としては jms だったが「匂わせたい」の持つ、今の空気を纏った新しい可能性にける結果となった。いわゆるグランプリ感に欠けるように見えるかもしれないが、それこそがこのカテゴリーの最大の武器なのではないだろうか。

考えすぎず、カジュアルに、鮮やかに。

A カテゴリーについて。

トヨタタイムズ、BOSS、カネボウ、Netflix の 4 作品が頭ひとつ抜けた。それでも依然として意見は分かれ接戦であった。この 4 作品はどれも似ていない。そしてどれもがグランプリまであと一歩だった。さらに議論を重ねて最後は 2 作品の一騎打ちとなった。

カネボウは若い感性が放つ伸び伸びとした映像と音楽の力が圧倒的であった。商品や企業へのリンクが弱いのでは？という意見もあったが、「わかりやすい病」にかかって袋小路を彷徨っている広告関係者に、受け取る側の解釈を信じること、「余白」の大切さを思い出させてくれた。

それに対して Netflix は、CM も含めた日本のエンタメ全体が陥っている「事なかれ主義」に対して、人が見たいのは綺麗事でなく、ドロっとした人間の本質なのだという企業の「哲学」を力強くゴロっと形にした骨太な作品。そこに漂う「不良性」も今や希少な香りだ。

「哲学」のネットフリックスか、それとも「余白」のカネボウか。

このチームでおこなわれた全ての議論と、それによって導き出された全ての結果を誇りに思う。

広告の手段が多岐にわたり、今やオールドタイプと言われそうなフィルム部門ではあるが、長い歴史を経ても CM は依然として強く効果的な広告手法であり、様々な制約を受け限定された条件の中で鍛えられ生まれたアイデアたちは遅い、と感じさせてもらった。伝統主義者と言われるのなら、それも仕方がない。チームのメンバー全員に深く感謝したい。

そして今、フィルム部門をちょっと愛しく思っている。



■審査委員

- 麻生 哲朗 (TUGBOAT/CMプランナー、クリエイティブディレクター)
- 尾形 真理子 (tang/クリエイティブ・ディレクター、コピーライター)
- 川腰 和徳 (電通/クリエイティブディレクター、アートディレクター)
- 神田 祐介 (博報堂/クリエイティブディレクター、CMプランナー)
- 貴島 彩理 (テレビ朝日/コンテンツ編成局 ストーリー制作部 プロデューサー)
- 篠原 誠 (篠原誠事務所/クリエイティブ・ディレクター)
- 高崎 卓馬 (電通/エグゼクティブ・プロフェッショナル、クリエイティブ・ディレクター)
- 田辺 俊彦 (電通/グローバル・クリエイティブ・ディレクター)
- 東畑 幸多 (エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター、CMプランナー)
- 浜崎 慎治 (ディレクター)
- 福里 真一 (ワンスカイ/クリエイティブディレクター、CMプランナー、コピーライター)
- 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)
- 細川 美和子 (電通/クリエイティブディレクター、コピーライター)
- 森本 千絵 (goen° /主宰、コミュニケーションディレクター、アートディレクター、
武蔵野美術大学客員教授)
- 山崎 隆明 (Watson-Crick/クリエイティブディレクター、CMプランナー)
- 山田 智和 (Caviar/映像作家、映画監督)

【ラジオ&オーディオ広告部門 審査委員 10名】（敬称略、五十音順）**■審査委員長**

井村 光明

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

<審査委員長講評>

音の聞こえ方を工夫した作品が上位に並びました。その中でも「ロボット掃除機ルーロ」は、「一度聴いただけなのに、ずっと頭から離れない」（審査委員・徳井さん）と、ずば抜けた印象で決戦投票を待たずのグランプリ。受賞作を見るとラジオ CMらしい王道表現の年だったように感じられるかもしれません。しかし、審査全体はラジオ&オーディオ広告部門に大きな変化を予感させるものでした。

昨年始まった B カテゴリーから初のゴールド受賞作となったパナソニック「Voice of Home」は、音を使う場所やタイミングに注目した作品。ややアウトプットをイメージしづらい B カテゴリー（音声を活用した企業コミュニケーション）でしたが、この作品は明快に考える指針を示し、今後 B カテに多くの作品が出てくることを期待させる好例となったのではないのでしょうか。

また、ファイナリスト以上 53 作品のうち、実に 3 分の 1 がアンダー29 の作品となりました。

ACC7 部門の中でラジオ&オーディオ広告部門の魅力は、自由に作家性を発揮・実現できることではないかと考えています。「なんか面白いことができそうだ、自分もラジオに参加してみたい」、そう感じてもらえるメッセージを発信していきたい。

その点で今年のサプライズはなんといってもブロンズ入賞の「新日邦」でしょう。毎年フィルム部門で大暴れしているあの「コンコルド」がラジオにやって来た！審査委員にはあの鶴光さんもやって来た！

そしてたくさんのお客様やクリエイターがラジオに集まってくる。そんな力強い流れを感じた審査会でした。

■審査委員

加藤 慶（文化放送／編成局編成部次長）

澤本 嘉光（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）

嶋 浩一郎（博報堂 執行役員／博報堂ケトル クリエイティブディレクター、編集者）

笑福亭 鶴光（松竹芸能／落語家）

徳井 青空（エイベックス・ピクチャーズ／声優・漫画家）

西田 善太（マガジンハウス／BRUTUS 編集長）

橋本 吉史（TBS ラジオ／プロデューサー）

古川 雅之（電通関西支社／グループ・クリエイティブ・ディレクター、CM プランナー、コピーライター）

三井 明子（ADK クリエイティブ・ワン／コピーライター、クリエイティブディレクター）

**【マーケティング・エフェクティブネス部門 審査委員 13名】** (敬称略、五十音順)**■審査委員長**

鈴木 あき子

サントリースピリッツ／執行役員 RTD・LS 事業部長

<審査委員長講評>

部門名に「エフェクティブネス」をうたっていることがこの部門の一つの特徴だと思います。多種多様なキャンペーンの「成果」に優劣をつけるのは本当に難しく、毎年審査会で激論となるところです。だから、どんな目的や課題認識に対しての成果なのかをセットで論じます。また、それを実現するためのコアアイデアの新しさも大きな評価ポイントです。

当日の公開プレゼンテーションに進んだメダリストの11組は、その点は全てクリアしているチームです。プレゼンテーションではさらに、どれだけ本気で取り組んでいるのかが全てのチームから伝わってきました。今年はコロナをきっかけにオンライン公開となりましたが、むしろこの方法を来年以降も続けて、日本全国のたくさんのマーケットターに視聴してほしいと思います。必ず勉強になるところがあるはずですよ。

各審査委員は今年も活発に様々な視点を提示してくれました。議論の末、今回はマーケティング・エフェクティブネスの王道、全国の企業のマーケットターを勇気づける作品をグランプリに選ぶこととなりました。ロングセラーブランドの売上V字回復は本当に難しい仕事ですが、新しい価値軸を発見すること、そして製品を真ん中に置いて全ての施策を強力な一つの線でつなぐことで現状をひっくり返し、マーケティングの底力を見せてくれました。

■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)

大澤 あつみ (トヨタ自動車／国内販売部 主任)

太田 郁子 (博報堂ケトル／代表取締役社長 共同 CEO)

PR ディレクター、ストラテジックプランニングディレクター)

奥野 圭亮 (電通／クリエイティブ・ディレクター)

佐々木 亜悠 (電通／クリエイティブ・ディレクター)

白井 明子 (ローソン／マーケティング戦略本部 部長)

高田 伸敏 (東急エージェンシー／クリエイティブ局局长 エグゼクティブクリエイティブディレクター)

辻 毅 (ADK クリエイティブ・ワン／クリエイティブ本部 本部長)

西田 裕美 (カゴメ／マーケティング本部 飲料企画部長)

松井 美樹 (博報堂／クリエイティブ戦略局 局長)

簗部 敏彦 (花王／作成部門 広告作成部 広告作成部長)

宮園 香代子 (ソフトバンク／東日本エリア営業本部 本部長)

【ブランデッド・コミュニケーション部門 審査委員 24 名】 (敬称略、五十音順)**■審査委員長**

菅野 薫

電通／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>

ブランデッド・コミュニケーション部門 3 年目。コロナ禍で、応募数は少なくなるのではと予想していましたが、蓋を開けたら、全カテゴリーで過去最高の応募数。数だけでなく、質も過去最高と
いって良いのではないかとというくらいレベルが高く、日本のクリエイティビティの勢いと底力を感じ
る年になりました。

それにこたえるように、リモート審査ではありますが、贈賞を検討したすべての作品について丁寧
な議論を行い、議論後に再度投票しなおすという丁寧なプロセスで審査を行ったため、部門全体で
計 4 日間、28 時間半に渡っての審査となりました。

A カテは、ここ数年応募数ものびず停滞していたような印象もあったのですが、今年は、これから
我々のクリエイティビティがデジタルエクスペリエンスで貢献すべき数多くの方向性が提示された
示唆のあるカテゴリーになりました。グランプリはまさにそのひとつ。粘り強く、効くプラットフ
ォームがつけられました。

B カテは、もっとも多くの作品数が応募され、もっとも幅が広く、もっとも質の高い仕事が多く応
募されたカテゴリーになりました。ブランドのための仕事をしている我々の今をもっともあらわし
ているカテゴリーかもしれません。

グランプリは、社会的に動かした実績はいわずもがな、丁寧で誠実な仕事で、世の中を幸せにして
くれたプロジェクトです。

今年ほど、人間が、企業が、社会的な存在であることを実感した年はないかもしれません。

C カテは、社会的な大きなテーマを顕在化させ、社会の中で合意にむけてコミュニケーションして
いく、投げかけを世の中に広げていく技術のカテゴリーです。この時代に、我々の仕事は、どうあ
るべきかを考える大きな示唆をくれる審査になりました。



■審査委員

- 石下 佳奈子（博報堂／クリエイティブディレクター、コピーライター）
井上 佳那子（博報堂／プランナー）
イム ジョンホ（mount／代表取締役、Art director）
上西 祐理（電通／アートディレクター、グラフィックデザイナー）
大八木 翼（SIX／エグゼクティブクリエイティブディレクター、パートナー）
尾上 永晃（電通／プランナー）
栗林 和明（CHOCOLATE／取締役、Chief Content Officer）
小杉 幸一（onehappy／クリエイティブディレクター、アートディレクター）
小布施 典孝（電通／Future Creative Center センター長、
エグゼクティブ・クリエーティブ・ディレクター）
佐々木 康晴（電通／デジタル・クリエーティブ・センター長、
エグゼクティブ・クリエーティブ・ディレクター）
嶋 浩一郎（博報堂 執行役員／博報堂ケトル クリエイティブディレクター、編集者）
嶋野 裕介（電通／CDC クリエーティブ・ディレクター、PR ディレクター）
清水 幹太（BASSDRUM／テクニカルディレクター）
東畑 幸多（電通／エグゼクティブ・クリエーティブ・ディレクター、CM プランナー）
橋田 和明（HASHI／クリエイティブディレクター）
畑中 翔太（博報堂ケトル／クリエイティブディレクター、プロデューサー）
原野 守弘（もり／クリエイティブディレクター）
細川 美和子（電通／クリエーティブディレクター、コピーライター）
三浦 崇宏（The Breakthrough Company GO／代表取締役、PR、Creative Director）
八木 義博（電通／CDC クリエーティブディレクター、アートディレクター）
保持 壮太郎（電通／CDC Dentsu Lab Tokyo コピーライター、プランナー）
米澤 香子（Wieden+Kennedy Tokyo／Creative Tech Director）
レイ・イナモト（I & CO／Founding Partner）



【デザイン部門 審査委員 13 名】 ※2020 年度新設 (敬称略、五十音順)

■審査委員長

永井 一史

HAKUHODO DESIGN / 代表取締役社長

< 審査委員長講評 >

広告コミュニケーションより広い概念であるデザインが、どう既存の枠組みを広げていくことができるかという我々のミッションだと考えた。ディスカッションを重ね「未来に向けての可能性」を審査のクライテリアにした。グランプリは”分身ロボットカフェ DAWN ver.β”。障害を持った方と社会をつなぐためのデザインであり、1次審査の時から頭一つ抜けていた。企業のリソースを社会に問いを投げるためのアクティビティに昇華した”雑誌「広告」”。自分の住む街に対してのまなざしを生み出すための仕掛け”おさんぽ BINGO”。CPR の普及活動である”CPR TRAINING BOTTLE”。新しい価値観をカタチにした「BAUM」などが上位入賞した。デザインそのものに目を奪われがちだが、背後にあるのは、インクルーシブやロボティクス、地域とのエンゲージ、企業の CSV、サーキュラーエコノミーなど極めて今日的なテーマであり、未来に繋がる問いかけそのものだったように思う。第1回目は、いいスタートを切れた。来年にはデザインの持つ裾野の広さを活かせるよう、さらに多くのエントリーがあることを期待したい。

■審査委員

アストリッド クライン (クライン ダイサム アーキテクト / 建築家)

上西 祐理 (電通 / アートディレクター、グラフィックデザイナー)

川村 真司 (Whatever Chief Creative Officer、Co-Founder / WTFC Chief Creative Officer)

小杉 幸一 (onehappy / クリエイティブディレクター、アートディレクター)

齋藤 精一 (ライゾマティクス・アーキテクチャー / 主宰)

諏訪 綾子 (food creation / アーティスト)

太刀川 英輔 (NOSIGNER / 主宰、ディレクター)

中村 勇吾 (tha / ウェブデザイナー、インターフェースデザイナー、映像ディレクター)

野崎 亙 (スマイルズ / クリエイティブ本部 CCO (チーフクリエイティブオフィサー)、取締役)

ムラカミ カイエ (SIMONE / CREATIVE DIRECTOR)

八木 義博 (電通 / CDC クリエイティブディレクター、アートディレクター)

山本 尚美 (資生堂 / チーフクリエイティブオフィサー)



【メディアクリエイティブ部門 審査委員 13名】 (敬称略、五十音順)

■審査委員長

箭内 道彦

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

<審査委員長講評>

メディアが前例と自尊に捉われず鮮やかに現在の社会と自身に対して機能するアイデアに出逢うべく、様々な発信の最前線から招聘した審査委員の面々。その男女比を1：3にしたのもメディアクリエイティブ部門からの一石。多様な議論が溢れる審査会でした。「こんな年こそ、新しいものを讃えたい」と言った審査委員の一言から一気にグランプリに駆け昇った考察と解説『感電』MV YouTube 公開企画〔STRAY SHEEP CODE〕。感じたのは、米津玄師というひとりの人間の匂いです。これからのクリエイティブがどこへ向かうのかはわからない。いつの時代も、その時代に人間の身体と心が反応して、きっとクリエイティブは生まれていくのだと思う。AIにできないこと、そして委ねるべきことは確実にある。メディアは、感情の一番近くにあります。

■審査委員

有元 沙矢香 (電通／コピーライター、プランナー)

石井 うさぎ (Google／Executive Creative Director)

内田 佳奈 (ライオン／ビジネス開発センター エクスペリエンスデザイン マネージャー)

岡 慎太郎 (NTT ドコモ／広報部 広報担当部長)

鯉淵 友康 (日本テレビ放送網／人事局人事部長 兼 キャリアサポート部長)

坂井 佳奈子 (ハースト婦人画報社／インターナショナル メディア グループ エル コンテンツ部
総編集長、エル・ジャポン 編集長)

佐久間 宣行 (テレビ東京／プロデューサー)

田中 美奈子 (博報堂 DY メディアパートナーズ／クリエイティブディレクター、
メディア・コミュニケーションプロデューサー)

中谷 弥生 (TBS テレビ／DX ビジネス局長)

秀島 史香 (FM BIRD／ラジオ DJ、ナレーター)

平池 綾子 (資生堂ジャパン／メディア戦略部 メディアバイインググループ グループマネージャー)

横山 祐果 (AbemaTV／プロデューサー)

**【クリエイティブイノベーション部門 審査委員 13 名】 (敬称略、五十音順)****■審査委員長**

米澤 香子

Wieden+Kennedy Tokyo / Creative Tech Director

<審査委員長講評>

イノベーションとは一朝一夕で為るものではなく、長い時間のあと振り返ったときに、あ、あれが転換点だったなと気づく、そういうものではないでしょうか。なので、「テクノロジー×ビッグアイデア」がテーマの部門ではありますが、それに並ぶほど大切なのは「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」という視点です。社会に根付かせるためには、作品そのものの力に加えて、造り手および使い手の意志の力がとても重要になってきます。今回は、そういった意志をもつ作品に多くエントリーしていただいたと感じました。

グランプリを受賞した「分身ロボットカフェ DAWN ver.β」は、その意志をととても強く感じた作品です。エントリー自体はカフェというタイトルになっていますが、プレゼンを通してカフェという場だけでなく、そこにたどり着くまでのロボット・オリヒメの開発、オリヒメをいろんな方が操作できる UI の開発、カフェをきっかけにさまざまな企業や県庁での就職につながったお話、そして今後も世の中に定着させていくんだという強い意志を伺うことができました。

贈賞式の場面では、使い手であるマサさんに「オリヒメと出会ったことで人生が良い方向に変わりました」と仰っていただき、この作品をグランプリに選ぶことができ本当に良かったと改めて思いました。今後のご活躍も、楽しみにしております。

■審査委員

岩下 恵 (IDEO Tokyo / Design Director)

小野 直紀 (博報堂 / 『広告』編集長、monom 代表)

木下 真吾 (NTT 研究所 主席研究員・研究部長 / 大阪芸術大学 アートサイエンス学科 客員教授 / 電通 Dentsu Lab Tokyo 客員主席研究員)

キリーロバ ナージャ (電通 / クリエーティブ・ディレクター)

徳井 直生 (慶應義塾大学 准教授 / Qosmo 代表取締役 / Dentsu Craft Tokyo Head of Technology)

中西 裕子 (資生堂 / R&I 戦略部 資生堂オープンイノベーションプログラム fibona プロジェクトリーダー)

中村 洋基 (PARTY Creative Director、Founder / ヤフー MS 統括本部 ECD)

福原 志保 (グーグル テクノロジーインテグレーションリード / bcl / HUMAN AWESOME ERROR)

坊垣 佳奈 (マクアケ / 共同創業者、取締役)

松島 倫明 (『WIRED』日本版 編集長)

盛島 真由 (Beyond Next Ventures / 執行役員)

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)

以上