



報道関係各位

平成 21 年 10 月 23 日

第 22 回 ACC 学生CMコンクール 入賞結果
テレビCM部門・大賞「ムシューダ」／エステー(株) をテーマに
村川 啓二さん (映像テクノアカデミア)
ラジオCM部門・大賞「ホリデイで行く『ホノルルマラソン2009』」／近畿日本ツーリスト(株)
太田 舞さん (日本大学)

社団法人全日本シーエム放送連盟

社団法人 全日本シーエム放送連盟 (略称: ACC、東京都 東京港区 理事長: 永田 圭司) では、今年で 22 回目を迎えた「ACC 学生CMコンクール」の審査会を 10 月に実施し、全国から応募された 4,329 作品 (内訳 テレビCM部門: 1,709 作品、ラジオ部門: 2,620) の中から、テレビCMとラジオCMの大賞を下記の二人に決定いたしました。(その他の入賞は*1 参照)

【テレビCM部門・大賞】テーマ商品: 「ムシューダ」／エステー(株)
村川 啓二さん (映像テクノアカデミア) タイトル「虫目線」(15 秒)
【ラジオCM部門・大賞】テーマ商品: 「ホリデイで行く『ホノルルマラソン 2009』」／近畿日本ツーリスト(株)
太田 舞さん (日本大学) タイトル「私たち変わります」(60 秒)

ACC では CM の質的向上と人材の育成を目的に、このコンクールを 1988 年より全国の学生を対象に毎年実施しており、作品の応募方法は毎回協賛企業からご提示いただいたテーマ商品を題材にラジオCMはコピー、テレビCMは絵コンテで作品を募集し、独自のCMアイデアを競うものです。

今年は次項の 16 社のテーマ商品 (*2) を対象に、7 月 1 日～8 月 20 日 の期間に作品受付を行った結果、昨年 (4,553 作品) をやや下回りましたが、4,329 作品の応募がありました。

審査員はシーエム向上委員会 (委員長: 大谷 研一) が務め、“既存の広告作品にとらわれない学生らしく、オリジナリティ溢れるアイデア”を選考基準に厳正な審査を行い、「大賞」をはじめ、テレビ・ラジオの各賞を決定しました。

テレビ部門の大賞に選ばれた村川さんの作品「虫目線」の受賞理由としては「虫目線で衣類を見るアイデアの素晴らしさや、質の高いユーモア表現など、実力を感じる秀作。」とし、ラジオ部門の大賞である太田さんの「私たち変わります」では「人生に生々しい事情を抱える人たちの心の声を表現の核にしたことが、“人生を変えたい”というテーマに強い共感とインパクトを与えている。」(共に大谷審査委員長) との理由で決定しました。

なお、入賞者の贈賞は、11 月 4 日 (水) ザ・プリンス パークタワー東京で実施され、同日に開催する「第 49 回 ACC CM フェスティバル贈賞式」の席上でも報告されます。 以上

この件に関するお問い合わせ先
(社) 全日本シーエム放送連盟 (ACC)
〒105-0004 東京都港区新橋 3-1-11 長友ランディングビル 5F
TEL 03-3500-3261 FAX 03-3500-3263
ホームページ <http://www.acc-cm.or.jp>
担当: 藤 井



本年度入賞作品 (*1)

<テレビCM部門>

賞名	氏名	学校名	広告主	商品名	題名	秒数
大賞	村川 啓二	映像テクノアカデミア	エステー(株)	ムシューダ	虫目線	15
金賞	永田 泰佑	日本大学	味の素(株)	味の素®	魔性の女	15
金賞	松尾 敏宏	創造社 デザイン専門学校	(株)ロッテ	ロッテ「キシリトール ネオ <ライムミント>」	フリスビー編	15
銅賞	野武 友里恵	武蔵野美術大学	大塚製薬(株)	ポカリスエット	うるおうカップ	15
奨励賞	大河原 達	東北芸術工科大学	キヤノンマーケティング ジャパン(株)	キヤノン コンパクト デジタルカメラ 「PowerShot D10」	いい思い出	15

*今回、テレビCMでは特別に金賞を2つとし、銀賞は無しとした。

<ラジオCM部門>

大賞	太田 舞	日本大学	近畿日本 ツーリスト(株)	ホリデイで行く『ホノ ルルマラソン2009』	私たち変わります	60
金賞	菅原 久人	映像テクノアカデミア	近畿日本 ツーリスト(株)	ホリデイで行く「ホノ ルルマラソン2009」	目標	20
銀賞	半田 智洋	映像テクノアカデミア	(株)ロッテ	ロッテ「キシリトール ネオ <ライムミント>」	四十五音	20
銅賞	藤沢 和彦	映像テクノアカデミア	味の素(株)	味の素®	振りますか?	20
奨励賞	和泉 伸吾	慶応義塾大学	(株)NTTドコモ	i コンシェル	執事リストラ	20

*敬称略

本年度協賛 16 社 / テーマ商品 (*2)

【社名】

- アサヒ飲料(株)
- 味の素(株)
- エステー(株)
- (株)NTTドコモ
- 大塚製薬(株)
- カルビー(株)
- カルピス(株)
- キヤノンマーケティング
ジャパン(株)
- 近畿日本ツーリスト(株)
- サントリービジネスエキスパート(株)
- (株)資生堂
- パナソニック(株)
- (株)マンダム
- 養命酒製造(株)
- ライオン(株)
- (株)ロッテ

【テーマ商品】

- 『三ツ矢サイダー』
- 『味の素®』
- 『ムシューダ』
- 『i コンシェル』
- 『ポカリスエット』
- 『カルビー じゃがりこ』
- 『カルピス』(濃縮タイプ / 500ml 紙容器)
- 『キヤノン コンパクトデジタルカメラ PowerShotD10』
- 『ホリデイで行く「ホノルルマラソン 2009」』
- 『ペプシ NEX』
- 『アネッサパーフェクト UVサンスクリーンDB』
- 『パナソニック デジタルカメラ/ルミックスTZ7』
- 『ギャツビー さらにさらデオドラントボディペーパー(医薬部外品)』
- 『薬用養命酒』
- 『Ban デオドラントパウダー スプレー』
- 『ロッテ「キシリトールネオ <ライムミント>」』

<五十音順>



大谷 研一 審査委員長 講評

●テレビCMグランプリ

村川 啓二さん(映像テクノアカデミア)
テーマ商品/「ムシューダ」(エステー株)
タイトル/「虫目線」(15秒)

『虫の目線で衣類を見るというアイデアも素晴らしいが、定食やランチやお弁当として表現したことが、質の高いユーモアに達している。実力を感じる秀作である。』

●ラジオCMグランプリ

太田舞さん(日本大学)
テーマ商品/「ホリデイで行く『ホノルルマラソン 2009』」(近畿日本ツーリスト株)
タイトル/「私たち変わります」(60秒)

『いわゆるCMらしい登場人物ではなく、人生に生々しい事情を抱える人たちの心の声を表現の核にしたことが「人生を変えたい」というテーマに強い共感とインパクトを与えている。力強い作品である。』

第22回ACC学生CMコンクール(概要)

- 募集対象 全国の大学・大学院・短期大学・高校・専門学校の学生
- 応募受付期間 2009年7月1日～8月20日
- 応募形式 テレビCM部門
絵コンテで募集、審査する。秒数は15秒、30秒のいずれか。
ラジオCM部門
CMコピーで募集、審査する。秒数は20秒、60秒のいずれか。
- テーマ 前記の協賛広告主(16社)が指定する商品を応募作品のテーマとする。
- 協賛社 (*2) 協賛広告主/テーマ商品
応募作品は16の協賛広告主が指定する商品をテーマとした。
- 審査員 ACCシーエム向上委員とで構成される審査委員会で審査を行った。
賞 テレビCM部門、ラジオCM部門とも大賞・金賞・銀賞・銅賞・奨励賞各1点。
大賞 : 賞状、トロフィー、賞金10万円、当該広告主から副賞
金・銀・銅・奨励賞 : 各賞状、当該広告主から副賞
- 贈賞式 平成21年11月4日(水) ザ・プリンス パークタワー東京にて実施
「(第49回ACC CMフェスティバル) 贈賞式」の席上でも報告する。
- 主催 社団法人全日本シーエム放送連盟(ACC)

以上