



平成 24 年 1 月 17 日

報道各位

～未来は今年を忘れない～
2011 51st ACC CM FESTIVAL

1 月 17 日に「The day of ACC 2011」を開催。

贈賞式では総務大臣賞／ACC グランプリ

テレビ CM 部門 九州旅客鉄道／九州新幹線全線開業「総集編」

ラジオ CM 部門 プラチナ・ギルド・インターナショナル／プラチナリングのシリーズ CM

ME 部門 味の素／「クノールカップスープ」行動喚起キャンペーン 等に贈賞

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：東京都港区、理事長：永田 圭司）では、今年 51 回目を迎える ACC CM フェスティバル（正式名称：「2011 51st ACC CM FESTIVAL」）の贈賞式と記念パーティを 1 月 17 日（火）に東京・内幸町のイイノホール&カンファレンスセンターで開催しました。今回は贈賞式・記念パーティだけでなく、Keynote speech、Judging session、Education session のセミナーも同日開催し、「～未来は今年を忘れない～The day of ACC 2011」と題し、未来を見据える有意義なイベントとして挙行了しました。

この CM フェスティバルは、わが国 CM 界最大のイベントとして知られており、全応募数 2,347 点（内訳 テレビ：1,623 作品 ラジオ：669 作品 ME：55 作品）の中から選ばれたテレビ CM 部門、ラジオ CM 部門、マーケティング・エフェクティブネス（ME）部門の各賞の贈賞が行われました。

最高賞である総務大臣賞／ACC グランプリに輝いたテレビ CM 部門：九州旅客鉄道／九州新幹線全線開業「総集編」、ラジオ CM 部門：プラチナ・ギルド・インターナショナル／プラチナリング「純粹／永遠／希少」、ME 部門：味の素／クノールカップスープ「つけパン v s . ひたパン」行動喚起キャンペーンには、松崎公昭・総務副大臣から総務大臣賞、また審査委員長から ACC グランプリの贈賞がそれぞれ行われました。贈賞の後、松崎副大臣より総務大臣祝辞が代読され、これを受け、受賞者を代表して味の素株式会社・取締役専務執行役員食品事業本部長・横山 敬一氏、プラチナ・ギルド・インターナショナル・日本代表・ハンキンソン尚子氏、九州旅客鉄道株式会社・代表取締役社長・唐池 恒二氏より、それぞれ受賞のご挨拶がありました。

贈賞式に続いて行われた記念パーティでは、CM 界に顕著な貢献をした個人を顕彰する「鈴木 CM 賞」の贈賞があり、中島信也氏（株式会社東北新社 取締役専務執行役員）に同賞が贈られました。

なお、贈賞式に先立って、今回は Keynote speech、Judging session、Education session も同日に開催しました。Keynote speech では、明治大学文学部教授・齋藤孝氏と本年度テレビ CM 部門審査委員長・杉山恒太郎氏が「日本人にとって、CM とは？」をテーマに対談。「日本人にとって CM とは何か。それは、時代によって変わるのか。それは、世界とは違う意味を持つのか。」等について、意見を交わしました。また、Judging session では、本年度テレビ CM 部門審査員を務めた古川裕也氏を司会に、高崎卓馬、多田琢、福里真一、山崎隆明の 4 氏をパネリストに迎えて、審査会を振り返りました。Education session は、テレビ CM 部門審査員の岸勇希氏をモデレーターに、若手クリエイターと学生が「不安？それともチャンス？～U30 と考える広告業界の希望～」をテーマにディスカッションしま



社団法人 全日本シーエム放送連盟

〒105-0004 港区新橋 3-1-11 長友ランディックビル 5F TEL 03-3500-3261

した。(プログラム及び出演者のプロフィールは別紙をご参照)

今回入賞した作品は、今年度 ACC CM フェスティバル入賞作品発表会として、全国で上映・公開されます。(東京会場は開催済み。詳細は別紙ニュースリリースをご覧ください)

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 長友ランディックビル5F

TEL : 03-3500-3261 FAX : 03-3500-3263

ホームページ <http://www.acc-cm.or.jp>

担当:小原



※参考資料（別紙）

◆今年度 ACC CM FESTIVAL 概要

名 称 : 「2011 51st ACC CM FESTIVAL」

全国から応募された 2,347 点（内訳 テレビ：1,623 作品 ラジオ：669 作品 ME：55 作品）の中から、テレビ CM 部門・ラジオ CM 部門の総務大臣賞／ACC グランプリ及び ACC ゴールド、ME 部門の総務大臣賞／ACC グランプリ及びメダリストをはじめとする入賞作品が決まりました。なお、今回は 3 月の震災を鑑みて、募集開始時期を 3 か月延期しました。

<テレビ CM>

審査対象：2010 年 7 月 1 日から 2011 年 9 月 30 日までに日本民間放送連盟に加入している放送局において初放送されたテレビ CM

地域審査会：10 月下旬～11 月初旬に全国 7 地区で審査

全国審査会：11 月 22 日、12 月 1～2 日

入賞作品の内訳：

テレビ (応募総数 1623 本)	総務大臣賞/ACC グランプリ	1
	ACC ゴールド	9
	ACC シルバー	12
	ACC ブロンズ	32
	ACC ファイナリスト	91

ACC 地域ファイナリスト 109 本

※「次世代クリエイターたちが選ぶ ACC 賞」…10 本

今回初めての試みとして、テレビ CM 部門のブロンズ以上の作品の中から、生活者であり次世代のクリエイターである学生に「次世代クリエイターたちが選ぶ ACC 賞」を選考していただきました。

<ラジオ CM>

審査対象：2010 年 7 月 1 日から 2011 年 9 月 30 日までに日本民間放送連盟に加入している放送局において初放送されたラジオ CM

それに加え、東日本大震災の被災地域等のコミュニティ FM 局などで放送されている生活情報の中に、消費者に密着した CM と解釈できるものがあるのではないかと推察し、コミュニティ FM で放送された CM についてもエントリーを受け付けました。

地域審査会：10 月下旬～11 月初旬に全国 7 地区で審査

全国審査会：11 月 15 日、28～29 日

入賞作品の内訳：

ラジオ (応募総数 669 本)	審査委員特別賞	1
	総務大臣賞/ACC グランプリ	1
	ACC ゴールド	5
	ACC シルバー	5
	ACC ブロンズ	11
	ACC ファイナリスト	28

ACC 地域ファイナリスト 48 本



<ME 部門>

審査対象：CM を中心に戦略的かつ効果的な広告活動を展開した企画で日本民間放送連盟に加入している放送局において、テレビ CM ないしラジオ CM が初放送されたもの（2010 年 6 月末以前に放送が終了している企画は応募不可）。

審査会：11 月 9 日、25 日

入賞作品の内訳：

マーケティング・ エフェクティブネス (応募総数 55 本)	総務大臣賞/ACC グランプリ	1
	メダリスト	3
	審査委員特別賞	3

◆受賞作品（総務大臣賞/ACC グランプリ、ACC ゴールド・メダリスト、審査委員特別賞）

<テレビ CM 総務大臣賞/ACC グランプリ・ゴールド>

賞名	広告主	商品名/題名	広告会社	制作会社
総務大臣賞/ ACC グランプリ	九州旅客鉄道	九州新幹線全線開業/総集篇	電通/電通九州	エンジンフィルム/ ティーアンドイー
ACC ゴールド	東京ガス	企業/家族の絆・お弁当メール	電通	ホリプロ
ACC ゴールド	サントリーホールディングス	BOSS/宇宙人ジョーンズ「2 つのタワー篇」 「とある老人篇」「駅員篇」「奥の細道篇」	シンガタ/ワンスカイ/ 電通	東北新社/ ギークピクチャーズ
ACC ゴールド	NTTD コモ	スマートフォン「タブレット篇」「上京篇」 「名刺篇」「Bee カラ篇」	エヌ・ティ・ティ・アド/ 電通/タグポート	東北新社
ACC ゴールド	東日本旅客鉄道	東北新幹線 新青森開業/MY FIRST AOMORI 「トキーヨー」「恋」「ねぶた」「居酒屋」「新青森 駅」「開業」「デート」「旅立ち」	ジェイアール東日本 企画/電通/dof/ 一倉広告制作所	ピクト
ACC ゴールド	NTTD コモ	TOUCH WOOD SH-08C/森の木琴	Drill/電通/ エヌ・ティ・ティ・アド	エンジンプラス
ACC ゴールド	大和ハウス工業	企業広告/ここで、一緒に	電通 関西支社/ タグポート	ロボット
ACC ゴールド	サントリーホールディングス	企業広告/歌のリレー「見上げてごらん夜の 星をA」「見上げてごらん夜の星をC」「上を向 いて歩こうC」「上を向いて歩こうA」	歌でつなごうプロジ ェクト委員会/シンガ タ/g o e n° /電通/ 博報堂/大広/読売廣 告社/電通アドギア	ギークピクチャーズ /東北新社
ACC ゴールド	大日本除虫菊	コバエがポットン/ご意見篇(山笠さん)	電通 関西支社/ Watson-Crick Inc.	電通クリエイティブ X 関西支社
ACC ゴールド	エステー	消臭力/「唄う男の子・ミゲル篇」「夢の共演 篇」	博報堂/博報堂クリエ イティブ・ヴォックス	東北新社

<テレビ CM 部門 次世代クリエイターたちが選ぶ ACC 賞>

	広告主	商品名	題名
1	東京ガス	企業	家族の絆・お弁当メール
2	日本酒類販売	ニコラ・フィアット	乾杯実験
3	九州旅客鉄道	九州新幹線全線開業	総集篇
4	NTTD コモ	TOUCH WOOD SH-08C	森の木琴
4	ライオン	企業	タイムスリップ家族
6	公益財団法人日本ユニセフ協会	ハッピーバースデー 3.11	ハッピーバースデー 3.11
6	ライオン	歯ブラシ	歯ブラシ家族 お兄ちゃん/歯ブラシ家族 未来の家族/ 歯ブラシ家族 息子と母親
8	NTTD コモ	スマートフォン	スマホ 夏CP walk with you
8	リクルート	SUUMO ブランド	ココロの声 第一話/ココロの声 第二話/ココロの声 第三話
10	サントリーホールディングス	BOSS	宇宙人ジョーンズ・2 つのタワー篇/宇宙人ジョーンズ・とある老人篇/ 宇宙人ジョーンズ・駅員篇/宇宙人ジョーンズ・奥の細道篇



＜ラジオCM 審査委員特別賞、総務大臣賞/ACCグランプリ・ゴールド＞

賞名	広告主	商品名/題名	広告会社	制作会社
ACC審査委員特別賞	シンワ測定 他 47 社	新潟コミュニティFM10 局震災復興キャンペーン/ 明日につながるメッセージ/きずな伝言板「柏崎A」 「燕三条C」/未来へのたすき「雪国A」「長岡A」		柏崎コミュニティ放送
総務大臣賞/ ACCグランプリ	プラチナ・ギルド・ インターナショナル	プラチナリング/「純粹」「永遠」「希少」	電通	電通/エフエム東京/ 福本ゆみ事務所
ACCゴールド	資生堂	被災地向けCM/歌よ届け(演歌歌手篇)「千昌夫」 「新沼謙治」「小林幸子」「橋幸夫」「八代亜紀」「北 島三郎」「鳥羽一郎」「都はるみ」		ワッツ オブ トーキョー
ACCゴールド	兼子	兼子/ラブレッター篇	SBS プロモーション	静岡放送
ACCゴールド	P&G イノベーション 合同会社	クルマ用ファブリーズ/スポーツカー	グレイワールド ワイド	ティ・シー・ジェー
ACCゴールド	小学館	国民読書年/ぼくのおばあちゃん	電通	大日
ACCゴールド	パナソニック	マッサージソファ・ネックリフレ・デイカカリ/ パナソニック ヘルスケア「お料理教室」シリーズ 「煮込み」「干物」「スフレ」	電通	ビッグフェイス/ エムアイティギャザリ ング

＜マーケティング・エフェクティブネス部門 総務大臣賞/ACCグランプリ・メダリスト・審査委員特別賞＞

賞名	広告主	商品名/キャンペーン名	広告会社	制作会社
総務大臣賞/ ACCグランプリ	味の素	クノール カップスープ/「つけパンvs. ひたパン」 行動喚起キャンペーン	博報堂	葵プロモーション
メダリスト	江崎グリコ	アイスの実/江口愛実誕生!	電通 関西支社	エンジンフィルム/ 電通テック 関西支社/ Three&Co
メダリスト	KDDI	IS03/Android au コミュニケーション (IS03ローンチ)	博報堂/ アサツーディ・ケイ/ 博報堂ケトル	ティー・ワイ・オー
メダリスト	ファーストリテイリング	ユニクロ/ユニクロ年間キャンペーン (10年秋冬~11年春夏)	電通	TYO プロダクションズ/ モンスター
審査委員特別賞	東北六魂祭 実行委員会	東北六魂祭/東北六魂祭PRキャンペーン	電通/ 電通東日本	ディー・エム・ピー
審査委員特別賞	三陸に仕事を! プロジェクト実行委員会	浜のミサガ「環」/三陸に仕事を!プロジェクト	仙台博報堂/ 盛岡博報堂	ASTRAKHAN/ Qoo
審査委員特別賞	防衛省	自衛隊/自衛官募集キャンペーン	博報堂	ティー・ワイ・オー



◆2011 51st ACC CM FESTIVAL 審査員 (敬称略、順不同)

【テレビ CM 審査委員長】 杉山 恒太郎

1948年、東京生まれ。立教大学経済学部卒業後、電通入社。

カンヌ国際広告映画祭審査委員を2年間、またサイバー部門で1年間務めた他、イギリス「キャンペーン」誌で特集されるなど、世界的広告クリエイターである。クリエイティブディレクション局にて、クリエイティブディレクターとして活躍。主な作品に小学館の「ピッカピカの一年生」、「セブンイレブンいい気分」、サントリーローヤル「ランボー」シリーズ、日立インターフェイス・キャンペーンなど、その他多数。

【テレビ CM 審査員】

麻生 哲朗 (TUGBOAT)
一倉 宏 (一倉広告制作所)
伊藤 直樹 (PARTY)
太田 麻衣子 (株式会社博報堂クリエイティブ・ヴォックス)
川越 智勇 (株式会社ドリル)
岸 勇希 (株式会社電通)
佐々木 宏 (シンガタ)
佐野 研二郎 (MR_DESIGN)
澤本 嘉光 (株式会社電通)
高崎 卓馬 (株式会社電通)
高田 伸敏 (株式会社東急エージェンシー)
多田 琢 (TUGBOAT)
田中 昌宏 (株式会社大広)
永井 聡 (株式会社葵プロモーション)
中島 信也 (株式会社東北新社)
永見 浩之 (株式会社ツクリテ)
福里 真一 (ワンスカイ)
古川 裕也 (株式会社電通)
三井 明子 (株式会社アサツーディ・ケイ)
山崎 隆明 (株式会社ワトソン・クリック)
横澤 宏一郎 (株式会社タンバリン)

【次世代クリエイターたちが選ぶ ACC 賞】

コーディネーター 岸 勇希 (テレビ CM 部門審査員)
審査委員 本年度 ACC 学生 CM コンクールテレビ部門応募者より 26 名
リーダー 久間木 達朗 (本年度 ACC 学生 CM コンクールテレビ部門大賞受賞者)



【ラジオ CM 審査委員長】 小田桐 昭

<プロフィール>オグルヴィ・アンド・メイザー・ジャパン 名誉会長

CMプランナーの第一人者。「外資から日本の広告を変える」と電通を経て、オグルヴィ・アンド・メイザー・ジャパンへ。名誉会長。主な仕事：東京海上火災保険 / ビリヤード・危険がいっぱい、国鉄フルムーン、松下電器産業 / トランザム 高見山。

【ラジオ CM 審査員】

林屋 創一 (株式会社エフエム東京)
福本 ゆみ (有限会社福本ゆみ事務所)
中山 佐知子 (株式会社ランダムハウス)
井田 万樹子 (ペープロ)
山田 美保子 (有限会社ヒロイン)
中村 聖子 (Seiko Office)
岡部 将彦 (株式会社電通)
福島 和人 (株式会社博報堂)
直川 隆久 (株式会社電通)
橋本 祐子 (朝日放送株式会社)
山本 高史 (株式会社コトバ)

【マーケティング・エフェクティブネス部門審査委員長】

秋元 康

<プロフィール>作詞家・京都造形芸術大学副学長・日本放送作家協会理事長

高校時代から放送作家として頭角を現し、数々の番組構成を手がける。83年以降、作詞家として、美空ひばり『川の流れのように』をはじめ、数々のヒット曲を生む。ジエロ『海雪』で日本作詩大賞受賞。09年、日本レコード大賞・特別賞をAKB48とともに受賞。TV番組『とんねるずのみなさんのおかげでした』などの企画構成、映画の企画・原作(『着信アリ』シリーズなど)、「AKB48」「SKE48」「SDN48」の総合プロデューサーも務める。著書に小説『象の背中』ほか多数。2010年3月、渡辺晋賞を受賞。

【マーケティング・エフェクティブネス部門審査員】

池永 忠裕 (電通プロモーションデザイン室長)
大谷 研一 (ティー・ワイ・オー クリエイティブセンター顧問)
岡野 宏 (キヤノンマーケティングジャパン 宣伝制作部長)
岡本 善勝 (資生堂 宣伝制作部 プロデュース室長)
恩蔵 直人 (早稲田大学商学学術院長 商学部長)
早乙女 治 (ADKエグゼクティブクリエイティブディレクター)
島崎 紘而 (味の素 理事 広告部制作企画グループ長)
白井 博志 (博報堂ソリューションビジネス局長)
田中 里沙 (宣伝会議 取締役 編集室長)
津山 克則 (パナソニック マーケティング本部グループマネージャー)
三浦 武彦 (電通 執行役員 エグゼクティブクリエイティブディレクター)
八塩 圭子 (学習院大学 経済学部 経営学科 特別客員教授)
八嶋 実 (ADKストラテジックプランニング本部シニアプランニングディレクター)



◆審査講評

【テレビ CM 部門】 審査委員長 杉山 恒太郎 氏

未曾有の災禍を経ての今年の ACC CM FESTIVAL は、そのテーマ「未来は今年を忘れない 2011 ACC」にふさわしく、内容の濃い審査と結果になった。

ひとつは新しい審査方法の導入だ。去年までの〇×式から最高点 9 点から 1 点で評価するシステムに。これによってより精緻に評価することが可能になったと思う。

またブロンズ以上のメダルの色を決める際には、審査員は、自分が関わった CM には投票できないとした。これらはカンヌ等世界の広告賞で行われているルールで、よりフェアで透明性の高い審査をめざした。

更に今年は、クラフト賞を新設。人間を、個人の才能を大切にする ACC の伝統に基づいたものだ。

そして例年通りゴールドかシルバーか、シルバーかブロンズかとてもスリリングで白熱した議論を経て、今年のグランプリ決定は、より開かれた ACC ということで幅広く選ばれた審査員によって満場一致で「九州新幹線全線開業」に決定した。こうしたことは実はとても稀有なこと。

今年の潮流としては、より物語性を重視した “人の気持ちを動かす力” を持った CM が多く受賞した。

ソーシャルメディア台頭の中、グランプリ作品に見られるような生活者参加型の CM など、例年より表現に多様性と多層性があったと思う。それは 2011 年という年だからこそ今一度みんなが CM を創る仕事により真摯に立ち向かい、CM の可能性と力を追い求めた結果なのだと強く感じた。

【次世代クリエイターたちが選ぶ ACC 賞】

コーディネーター 岸 勇希 (テレビ CM 部門審査員)

～審査を通じて、感じる、考える、論じる、気がつく。～

今回この審査のお手伝いをさせて頂きましたが、学生であり、生活者であり、未来のクリエイターである学生審査員たちとの時間は、とても刺激的で楽しいものでした。彼らがどの作品を評価したのか？もちろん気になるところではありますが、一番大切だったことは、その結果よりもプロセスだったと思います。

審査員全員でディスカッションして決められたクライテリアは、「①自分が好きな CM か？ (個人視点)」 「②やられた！と思う CM か？ (作り手視点)」 「③人に言いたくなる CM か？ (学生視点)」の 3 点。学生らしく、また作り手らしい評価軸になったと思います。日頃は、単に好き嫌いだけで見ていた CM も、どう評価すべきか考えることで、これまでにはなかった新しい視点を、それぞれが発見してくれたようでした。今後この経験が、作り手としての資産になることを期待するばかりです。

審査を終えて、各々が楽しそうな顔をしながら「あれいいよね！」「私はこれが好き！」「ああいもう CM いつかつくりたい！」などと、楽しそうな顔をしながらはしゃいでいる様子が、とても印象的でした。CM に元気がないとも言われることもありますが、彼らの顔からはそんな不安は感じられませんでした。同時に僭越ではありますが、これからも若い人たちに、笑顔や楽しみ、話題を提供できるようなキラキラした CM を生み出せるよう、プロとしてより一層努力しなくては、と心に誓った審査会でした。学生審査員の皆さま、本当にお疲れ様でした。ありがとうございました。



【ラジオ CM 部門】 ラジオ CM 審査委員長 小田桐 昭 氏

～兼子の「ラブレター」から資生堂の「被災地へ、演歌よ届け」まで。～

今年のラジオ CM の審査は、ひとことで言えば「混とん」の中にあった。

ひとつは、震災支援の CM と、そうでないもの。加えて、今年限りの参加としたコミュニティ FM 局と、従来のマスメディアとしてのラジオ CM。番組と CM、あるいはネットなど他のメディアとの乗り入れによるものなど。

それらを同列に並べて審査する危うさの中に、私たちは常にあった。

しかし、そんな中であっても、「ラジオの未来のためなら、どんな小さな芽でも見逃すまい」という、審査員ひとりひとりの思いは果たせたように思う。

グランプリ候補は 3 本。

資生堂のコミュニティ FM 局に、放送用のコンテンツとして提供した「歌よ届け」と、再生紙メーカー 兼子による「ラブレター」という 20 秒 CM、そして、50 周年ホリプロと 40 周年 TOKYO FM が組んだ特別企画の連続ドラマに挿入された「プラチナリング」の企画 CM である。

「資生堂」は地域によって必要な支援が異なるということから、コミュニティ FM 局に「からだ」と「こころ」のケアのためのコンテンツをきめ細かく制作し提供した。多くの広告主が「広告自粛」を決め込んで、メディアからいち早く後退したことを思えば、資生堂が少しでも早く、広告主としての役割を果たそうとしたことに対する評価でもあった。

「兼子」は再生紙メーカーで、おそらく知名度もあまりないブランドだと思う。しかし、20 秒という、最小の定型の中で、クリエイティブの力で、並みいる競争相手をギャフンと言わせた。

「プラチナリング」は、ホリプロのタレントを並べた豪華連続ラジオドラマの挿入 CM として、インターネットを駆使しながら、世の中に大きな話題を提供した企画 CM である。しかし、審査員はむしろ、この CM が極めて精微な音によって作り上げられており、その「サウンドクラフト」に対しても大きな評価を与えた。

それぞれが、ラジオの「力」と「未来」を感じさせるに十分な作品だったと思う。

最後に、「新潟コミュニティ FM10 局震災復興キャンペーン」に審査員特別賞を決めた。

新潟県のクライアント 47 社を集め、県内に避難している被災者の声を集めて、東北のコミュニティ FM を通じ現地に届ける「きずな伝言板」に対してである。被災者の声の生々しさが、ラジオの持っているチカラと可能性を示し、感動的であった。

【マーケティング・エフェクティブネス部門】 審査委員長 秋元 康 氏

グランプリは、満場一致で、味の素（株）の「『つけパン vs ひたパン』行動喚起キャンペーン」に決まった。これぞ、“マーケティング・エフェクティブネス”の手本とするべき成功例だろう。「クノールカップスープとの同時喫食率第 1 位は『パン』。朝食における『パン出現率』は 70%、『スープ出現率』は 10%と、約 7 倍」というデータから、“ディップ”を新しい食べ方として提案し、さらに、“ディップ”ではなく、“つけパン”、“ひたパン”と言い換えたのは、マーケティングの鋭い分析力によるものだ。また、40 年の歴史を持つロングセラーブランドがパン売り場まで店頭拡大できたことは、特筆すべき成果だと言えよう。江崎グリコ（株）の「江口愛美誕生！」は、仕掛け次第で PR 費換算約 30 億円相当のキャンペーンを生み出すことができると証明した。KDDI（株）の「Android au コミュニケーション(IS03 ローンチ)」は「Android を待て」とシンプルに訴え、『史上最大の買い控え』を促した戦略の潔さに脱帽である。(株)ファーストリテイリングの「ユニクロ年間キャンペーン」は、「ファッション」と「生活必需品」という異なる面を持つブランドのトーン&マナーを一貫して守り続けたことが、商品広告の累積となって、あらゆる世代に効果的に浸透した。



◆～未来は今年を忘れない～51st ACC CM FESTIVAL The day of ACC 2011

<セミナープログラム概要> (敬称略)

Keynote speech 12:50～13:40 「日本人にとって、CMとは？」 (会場：大ホール)

齋藤 孝 杉山恒太郎

2009年、ACC特別審査員を務められた齋藤先生は、「日本人の常識、コモンセンス＝良識を実はコマーシャルが作っている」という自説を披露された。我々、CMを仕事にしている者からは、絶対に出ない貴重な発言で、もう一度、CMにできること、やらなくてはいけないことについて、考えるきっかけになった。齋藤先生の持論が的を射たものであることは、3.11以降のコミュニケーションの姿が、証明しているように思う。

で。こういうテーマ設定はどうだろう。
日本人にとって、CMとは何か。
それは、時代によって変わるのか。
それは、世界とは違う意味を持つのか。

広告の仕事が完全にグローバルになった今だからこそ、
みなさんと共有したいと思う。

Judging session 13:50～15:00 テレビ部門審査員による審査報告 (会場：大ホール)

司会／古川裕也 パネリスト／高崎卓馬 多田琢 福里真一 山崎隆明

Education session 13:50～15:00 「不安？それともチャンス？～U30と考える広告業界の希望～」
(会場：Room C)

モデレーター／岸勇希

語りたい人、悩んでいる人、希望に満ち溢れている人。広告業界の若手(U30)×岸勇希氏によるディスカッション。

<セミナー講師プロフィール> (敬称略)

齋藤 孝

明治大学文学部教授。1960年、静岡生まれ。東京大学法学部卒業。同大学院教育学研究科博士課程を経て現職。2001年に出した『声に出して読みたい日本語』がシリーズ260万部のベストセラーになり、日本語ブームをつくった。サントリー「dakara」「DHA&EPA+セサミンE」、セガ「DS三色ボールペンで読む日本語」CM出演、TBSテレビ情報7days ニュースキャスターコメンテーターなど、テレビ出演多数。NHK教育テレビ「にほんごであそぼ」総合指導。



杉山 恒太郎 (ACC CM FESTIVAL 実行委員長/テレビ部門審査委員長)

1948年、東京生まれ。立教大学卒、電通入社。カンヌ国際広告祭審査委員を2年、サイバー部門で1年他、イギリス「キャンペーン」誌で特集されるなど、世界的広告クリエイター。2003年、東京インタラクティブ・アド・アワードを設立し5年間審査委員長を務める。主な作品に小学館の「ピッカピカの一年生」、「セブンイレブンいい気分」、サントリーローヤル「ランボー」、日立インターフェイス、丸井「天使が降る夜に会いましょう」、AC「ウォーターマン」など。最新刊『クリエイティブマインド』が好評発売中。

古川 裕也

電通コミュニケーション・デザイン・センター エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター。クリエイター・オブ・ザ・イヤー。アドフェストグランプリ。

カンヌ・ライオン16個等。受賞多数。

主な仕事：中央酪農会議/牛乳に相談だ、JCB/買い物は世界を救うシリーズ、JR九州新幹線全線開業キャンペーン

高崎卓馬

1969年生。電通CDC局CD/CMプランナー。2010年 クリエーターオブザイヤー、TCCグランプリ受賞。

主な仕事：JR東日本、サントリー、intel、JRA、東芝などを担当

多田 琢

CMプランナー。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。

TCC最高賞、ADC賞、ACC金賞、クリエイター・オブ・ザ・イヤー、NY ADC Silver等受賞多数。

主な仕事：NTTドコモ「ひとりど、ひとつ。」、大和ハウス「ダイワマン」、サッポロビール黒ラベル「大人エレベーター」などを担当

福里 真一

ワンスカイ CMプランナー。その暗い外見からは想像できない、親しみのわくテレビCMを、数多く作りだしている。

主な仕事：ジョージア「明日があるさ」シリーズ、サントリーBOSS「宇宙人ジョーンズ」シリーズ、トヨタ自動車「こども店長」シリーズ、ダイハツ「日本のどこかで」シリーズなど

山崎 隆明

CMプランナー 87年電通入社。09年クリエイティブ・ブティック「ワトソン・クリック」を設立。

主な仕事/リクルート「ホットペッパー」、サントリー「プロテインウォーター」、日清「カップヌードル」、金鳥「キンチョール」など

クリエイター・オブ・ザ・イヤー、TCCグランプリなど受賞。

岸 勇希

株式会社電通 コミュニケーション・デザイン・センター

クリエイティブ・ディレクター/コミュニケーション・デザイナー