



平成 24 年 11 月 1 日

報道各位

挑戦者の勝ちだ。
2012 52nd ACC CM FESTIVAL

総務大臣賞／ACC グランプリ

| | |
|-----------|--|
| テレビ CM 部門 | トヨタ自動車／企業 ReBORN、本田技研工業「負けるもんか」 |
| ラジオ CM 部門 | パナソニック／コンパクトソーラーライト「一度きりのラジオ CM」 |
| ME 部門 | ファーストリテイリング／「ウルトラライトダウン+ヒートテック」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 52 回目を迎える ACC CM フェスティバル（正式名称：「2012 52nd ACC CM FESTIVAL」）の贈賞式を 11 月 1 日（木）に東京・有楽町の朝日ホールで、また記念パーティを東京・内幸町の帝国ホテル＜富士の間＞で開催、受賞者・CM 関係者が集まり、盛大に挙行了しました。

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 2,004 点（内訳 テレビ：1,385 作品 ラジオ：570 作品 ME49 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：トヨタ自動車／企業 ReBORN シリーズ、並びに本田技研工業／企業「負けるもんか」、ラジオ CM 部門：パナソニック／コンパクトソーラーライト「一度きりのラジオ CM」、マーケティング・エフェクティブネス（ME）部門：ファーストリテイリング／ウルトラライトダウン+ヒートテック「日本縦断×全職業 ユニクロ史上最大 11 万人試着感想キャラバンキャンペーン」には 樽床 伸二・総務大臣から総務大臣賞、また審査委員長（テレビ CM 部門：杉山恒太郎審査委員長、ラジオ CM 部門：澤本嘉光審査委員長、ME 部門：秋元康審査委員長）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、樽床大臣より総務大臣祝辞が述べられ、これを受け、受賞者を代表して株式会社ファーストリテイリング・代表取締役会長兼社長の柳井 正氏、パナソニック株式会社・常務役員グローバルコンシューマーマーケティング部門日本地域総括の石井 純氏、トヨタ自動車株式会社・代表取締役社長の豊田 章男氏、本田技研工業株式会社・代表取締役 社長執行役員の伊東 孝紳氏より、それぞれ受賞のご挨拶がありました。

なお、各部門の贈賞式に先立って、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、小田桐昭氏に同賞が贈られました。また、第 2 回クリエイターズ殿堂において殿堂入りを果たした岩本 力、小田桐 昭、桜井 順、故・藤井 達朗、故・松尾 眞吾の 5 氏の贈賞も行われました。

また、また、「CM における優秀な演技」に対して贈られるタレント賞を受賞されたビートたけしさん、木村拓哉さん（トヨタ自動車／企業 ReBORN シリーズ）、吹石一恵さん（ダイハツ工業／「日本のどこかで」シリーズ）、グリーンダカラちゃん（サントリーホールディングス／グリーン DAKARA）にもご登場いただき、会場を盛り上げていただきました。

※瑛太さん（ダイハツ工業／「日本のどこかで」シリーズ）、大森南朋さん（サントリーホールディングス／BOSS 贅沢微糖ほか）は残念ながらご欠席でした。



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

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。(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

◆今年度 ACC CM FESTIVAL 概要

名称 : 「2012 52nd ACC CM FESTIVAL」

全国から応募された 2,004 点 (内訳 テレビ:1,385 作品 ラジオ:570 作品 ME49 作品) の作品の中から、テレビ CM 部門・ラジオ CM 部門・ME 部門の総務大臣賞/ACC グランプリをはじめとする入賞作品が決まりました。なお、2011 年度は、震災の影響でエントリー期間を延期したため、2010 年 7 月 1 日～2011 年 9 月 30 日の 15 か月間が対象期間となりました。そのため、今年度 (2012 年度) は 2011 年 10 月 1 日～2012 年 6 月 30 日の 9 か月間が対象期間となっております。

<テレビ CM>

審査対象 : 2011 年 10 月 1 日から 2012 年 6 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 : 8 月初旬～中旬に全国 7 地区で審査

全国審査会 : 9 月 13 日、19～20 日

入賞作品の内訳 :

| | | |
|----------------------|-----------------|----|
| テレビ (応募総数 1385 本) | 総務大臣賞/ACC グランプリ | 2 |
| | ACC ゴールド | 8 |
| | ACC シルバー | 10 |
| | ACC ブロンズ | 22 |
| | ACC ファイナリスト | 63 |

ACC 地域ファイナリスト 89 本

※「次世代クリエイターたちが選ぶ ACC 賞」…9 本

昨年に引き続き、テレビ CM 部門のブロンズ以上の作品中から、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」を選考していただいた。

<ラジオ CM>

審査対象 : 2011 年 10 月 1 日から 2012 年 6 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

※なお、前回に引き続きコミュニティ FM での作品についてもエントリーを受け付けました。

地域審査会 : 8 月初旬～中旬に全国 7 地区で審査

全国審査会 : 9 月 3 日、10～11 日

入賞作品の内訳 :

| | | |
|---------------------|-----------------|----|
| ラジオ (応募総数 570 本) | 総務大臣賞/ACC グランプリ | 1 |
| | ACC ゴールド | 5 |
| | 審査委員長賞 | 1 |
| | ACC シルバー | 4 |
| | ACC ブロンズ | 12 |
| | ACC ファイナリスト | 25 |

ACC 地域ファイナリスト 50 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 (2011 年 9 月末以前に終了している企画は応募不可)。

審査会 : 9 月 7 日、14 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 49 本) | 総務大臣賞/ACC グランプリ | 1 |
| | メダリスト | 4 |



◆今年度 上位受賞作品

<テレビCM 総務大臣賞/ACCグランプリ・ゴールド>

| 賞名 | 広告主 | 題名 | 広告会社 | 制作会社 |
|---------------------|---------------|--|----------------------------------|--|
| 総務大臣賞/ ACC グランプリ | トヨタ自動車 | 企業 ReBORN リポーン/出発/宇都宮・餃子/ヒッチハイク/ ハワイアンズ/猪苗代湖/工場/石巻 | シンガタ/ワンスカイ /電通/トレードマー ク | ギークピクチャーズ |
| 総務大臣賞/ ACC グランプリ | 本田技研工業 | 負けるもんか(プロダクト) | 電通 | ティー・ワイ・オー TYO プロダクションズ/ティー ワイ・オー モンスター |
| 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 医師/子役/宇宙 | シンガタ/ワンスカイ /電通 | ギークピクチャーズ/ 東北新社 |
| ACC ゴールド | 質庫 ぜに屋本店 | 侍/紳士/婦人/ロッカー | 電通九州 | T&E |
| ACC ゴールド | 大和ハウス工業 | 「ここで、一緒に」野党 | TUGBOAT/電通 関西支社 | ロボット |
| ACC ゴールド | トヨタ自動車 | 企業ドラえもん のび太の30歳/のび太のバーベキュー/ のび太のドラ離れ宣言/のび太のもしもな世 界 /スネ夫の素敵なドライブ | シンガタ/電通/ミス ターデザイン/トレー ドマーク | ギークピクチャーズ |
| ACC ゴールド | ダイハツ工業 | 日本のどこかで 突然の訪問/休みの日/ドライブ | 電通/ワンスカイ | AOI Pro. |
| ACC ゴールド | 旭化成ホームズ | ヘーベルハウス 白い箱 | 電通 | キラメキ |
| ACC ゴールド | サントリーホールディングス | BOSS 贅沢微糖 贅沢していい人・写真 | シンガタ/ワンスカイ /電通 | ギークピクチャーズ |
| ACC ゴールド | ユナイテッドアローズ | UNITED ARROWS green label relaxing 恋するレーベル・101 回目のプロポーズ | TBWA\HAKUHODO | 太陽企画 |

<テレビCM部門 次世代クリエイターたちが選ぶACC賞>

| | 商品名 | 題名 | 広告主 |
|---|------------------|--|-----------------------|
| 1 | ノートン | たいせつなもの 作家 | シマンテック |
| 2 | LED 電球 | 10 年カレンダー | 東芝 |
| 3 | TSUTAYA | あなたの映画に、会いましょう。 | カルチュア・コンビニエンス・ クラブ |
| 4 | サッポロ生ビール黒ラベ ル | 大人エレベーター 企業 北野武 ロングバージョン/64 歳 責任を取る人/45 歳 女性とは/56 歳 家族とは | サッポロビール |
| 5 | 梅花五福丸 | バッティングセンター 三人/キャッチャー/野手 | ムラタ漢方 |
| 6 | 企業広告 | 寝かせる男 | 日本レジストリサービス |
| 7 | ガスパッチョ! | 東京ガスストーリー2 予告/床暖房/コンロ 土鍋/コンロ 安心/ミスティ | 東京ガス |
| 8 | 企業広告 | 「ここで、一緒に」野党篇 | 大和ハウス工業 |
| 9 | Campus | 尾崎ノート | コクヨ |



<ラジオCM 総務大臣賞/ACCグランプリ・ゴールド・審査委員長賞>

| 賞名 | 広告主 | 題名 | 広告会社 | 制作会社 |
|---------------------|-----------------|---|---------|-----------|
| 総務大臣賞/ ACC グランプリ | パナソニック | コンパクトソーラーライト 一度きりのラジオCM | 電通 関西支社 | ステップ |
| ACC ゴールド | トヨタ自動車 | ヴィッツ ごめんね | 電通 | ビッグフェイス |
| ACC ゴールド | 東京ガス | 企業 電話レシピ | 電通 | ビッグフェイス |
| ACC ゴールド | パナソニック | LED シーリングライト 父からの手紙 | 大広 | ビッグフェイス |
| ACC ゴールド | 宮坂醸造 | 真澄 創業 350 周年 | | 信越放送 |
| ACC ゴールド | 測範社 | ねじゲージ ロボットカップル | | ニッポン放送/電通 |
| 審査委員長賞 | 一般社団法人 日本自動車工業会 | 東京モーターショー2011 聞かせて！どんなクルマが世界を変える？ J-WAVE 17 充電/ J-WAVE 18 フロヘア/ TOKYO FM 09 動物の鳴き声/ J-WAVE 15 お菓子/ TOKYO FM 23 海の中/ TOKYO FM 25 寝起き | 電通 | 大日 |

<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>

| 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 | ファーストリテイリング | ウルトラライトダウン+ヒートテック 「日本縦断×全職業 ユニクロ史上最大 11万人 試着感想キャラバンキャンペーン」 | 電通 | ティー・ワイ・オー モンスター |
| メダリスト | サントリーホールディングス | 胡麻麦茶 胡麻麦茶で血圧対策 普及キャンペーン | 博報堂 | 太陽企画 |
| メダリスト | 味の素 | Cook Do 「食欲全開」Cook Doキャンペーン | 電通 | 電通クリエイティブX |
| メダリスト | パナソニック | パナソニック エボルタ エボルタ ワールドチャレンジ キャンペーン | 博報堂 | (株)ハット |
| メダリスト | イケア・ジャパン | IKEA 福岡新宮 IKEA 福岡新宮 オープニングキャンペーン | アサツー ディ・ケイ | ドリル/株式会社M &C SAATCHI/FI LM/ピラミッドフィル ム クアドラ/東京セ レソソデラックス/ ロボット |



◆2012 52nd ACC CM FESTIVAL 審査員 (敬称略、順不同)

【テレビ CM 部門】

審査委員長 杉山 恒太郎 ライトパブリシテイ 代表取締役副社長

<プロフィール>1948年、東京生まれ。立教大学卒業後、電通へ。電通退職後はライトパブリシテイ 取締役副社長就任。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。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。

- | | | |
|-----|--------|--|
| 審査員 | 麻生 哲朗 | TUGBOAT CMプランナー |
| | 一倉 宏 | 一倉広告制作所 コピーライター |
| | 伊藤 直樹 | PARTY クリエイティブディレクター |
| | 大谷 義智 | 読売広告社 コミュニケーションデザイン統括局 シニアクリエイティブディレクター |
| | 小田桐 昭 | 小田桐昭事務所 |
| | 岸 勇希 | 電通 クリエーティブディレクター |
| | 佐々木 宏 | シンガタ クリエイティブ・ディレクター |
| | 澤本 嘉光 | 電通 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 |
| | 副田 高行 | 副田デザイン制作所 アートディレクター |
| | 高崎 卓馬 | 電通 クリエーティブディレクター/CMプランナー |
| | 多田 琢 | TUGBOAT CMプランナー |
| | 田中 昌宏 | 大広 東京第1コミュニケーションデザイン局長 |
| | 塚田 雅人 | 博報堂 エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター |
| | 中島 和哉 | アサツー ディ・ケイ クリエイティブ・ディレクター/プランナー |
| | 中島 信也 | 東北新社 取締役専務執行役員/CMディレクター |
| | 永井 聡 | AOI Pro. 執行役員 |
| | 福里 真一 | ワンスカイ CMプランナー |
| | 古川 裕也 | 電通 エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター |
| | 三井 明子 | アサツー ディ・ケイ コピーライター |
| | 山崎 隆明 | ワトソン・クリック クリエイティブディレクター |
| | 横澤 宏一郎 | タンバリン クリエイティブディレクター・プランナー |

【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16名



【ラジオ CM 部門】

審査委員長 澤本 嘉光 電通 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

<プロフィール> 1990年電通入社。ACC、TCCを始め、カンヌ、NY フェスティバル等数々受賞。クリエイター・オブ・ザ・イヤーは3度受賞。主な仕事：ソフトバンク「白戸家」、東京ガス「東京ガスのストーリー」、など。

| | | |
|------|----------|---------------------------------|
| 審査委員 | 井田 万樹子 | ペープロ CMプランナー |
| | 井村 光明 | 博報堂クリエイティブ・ヴォックス クリエイティブ・ディレクター |
| | 大久保 佳昭 | ビッグフェイス プロデューサー |
| | クリス・ペプラー | タレント/ナレーター |
| | 見目 幸伸 | 文化放送 CMディレクター |
| | 権八 成裕 | シンガタ CMプランナー |
| | 直川 隆久 | 電通関西支社 CMプランナー/コピーライター |
| | 中山 佐知子 | ランダムハウス コピーライター/ディレクター |
| | 西田 善太 | マガジンハウス BRUTUS 編集長 |
| | 福本 ゆみ | 福本ゆみ事務所 コピーライター/ディレクター |
| | 細川 美和子 | 電通 コピーライター |
| | 山田 美保子 | ヒロイン 代表取締役 |

【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 作詞家・京都造形芸術大学副学長

<プロフィール>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、ジェロ『海雪』(第41回日本作詩大賞受賞)、AKB48『フライングゲット』(第53回日本レコード大賞受賞)ほか、数々のヒット曲を生む。本年5月、JASRAC賞トリプル(金・銀・銅)受賞。TV番組の企画構成、映画の企画・原作(『着信アリ』シリーズほか)、新聞・雑誌の連載など、多岐にわたり活躍中。AKB48及び姉妹グループ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。『着信アリ』はハリウッドリメイクされ、2008年1月『One Missed Call』としてアメリカで公開。また、『象の背中』は韓国JTBCでテレビドラマ化され、本年4月より放送。

| | | |
|-----|-------|---|
| 審査員 | 池永 忠裕 | 電通 プロモーションデザイン室長 |
| | 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 |
| | 岸 志津江 | 東京経済大学経営学部教授、日本広告学会会長 |
| | 早乙女 治 | アサツー ディ・ケイ 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 コンサルティング局長 |
| | 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 |
| | 藤井 久 | 博報堂 第一クリエイティブ局長 エグゼクティブクリエイティブディレクター |
| | 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 | フリーアナウンサー |
| | 八嶋 実 | アサツー ディ・ケイ 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 |



◆審査委員長による審査講評

【テレビ CM 部門】 審査委員長 杉山 恒太郎 氏

昨年の「未来は今年を忘れない」に引き続き、今年はぐっと前を向いて「挑戦者の勝ちだ」をテーマに掲げた。2012 ACC CM FESTIVAL は、実質的に初めてのポスト 3. 1 1 の CM が出揃った年でもあった。それはテレビから日常の CM が消えた、という重い経験を経た後の広告クリエイターたちの新たなる挑戦の始まりの年でもあった。その結果、クライアントだけでなく、今の日本と向き合い、これからの日本のありようを強く意識した CM が現れ、その中に傑作が多くあった。その代表例が、グランプリのトヨタとホンダ。

ブランドを語ることで今の日本を語る、という表現アイデアは CM の新たな可能性と役割を強く示唆したものであった。2012 年度は“ふたつのグランプリ”ということで、昨年にも増した白熱の議論のすえ、審査員満場一致で支持する、という素晴らしい結果となった。

CM にはその国の産業をエンカレッジする力と義務があると思う。

【ラジオ CM 部門】 審査委員長 澤本 嘉光 氏

今年のラジオの審査は、楽しかった。なにより、それがラジオの示す未来の可能性を象徴しているように思います。

今年のラジオの ACC は改革の年です。震災でラジオが注目された翌年。ラジオ本来の持つ音のエンターテイメントを確認しながら、その新しい可能性を探る審査になりました。審査員も、作る人、聞く人、放送する人、話す人、メディアの人、と多岐にわたるプロの方にお願ひしました。クリス・ペプラーさん、山田美保子さん、西田善太さんと、各ジャンルのプロの意見が審査をより深く楽しいものにしてくれました。

結果、選ばれたものも、内容の面白さ、仕組みの面白さ、と、時代に対応してバラエティーに富んだものになり、ラジオの使い方の新しい可能性を示すものになりました。また、この雰囲気をお伝えするために入賞したラジオ CM を文字だけでなく音声として net で聞いて確かめる事が出来る事になったのも特徴です。ぜひ、その耳で、今年のラジオ CM をご確認ください。

【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

日本経済の低迷により、さらに“マーケティング・エフェクティブネス”が問われる時代になって来た。広告主は“自分たちのコマーシャルメッセージがきちんと消費者に届いているか? ”、その効果をシビアに問う。大物タレントを使ったり派手な演出の広告は少なく、商品特性をいかにわかりやすく伝えるかという広告が主流になって来たような気がする。もはや、イメージだけの広告では商品が動かなくなっているのだろう。むしろ、消費者が身近に思ってくれるような“生活感”を全面に押し出した広告が多かった。ユニクロの“11 万人試着感想キャラバンキャンペーン”や味の素の“食欲全開 Cock Do キャンペーン”やサントリーの“胡麻麦茶で血压対策普及キャンペーン”は、まさに消費者の生活に“明日からのきっかけ”となりうるような広告表現だった。「誰に何を伝えたいのか? 」。2012 年度 ACC 賞マーケティング・エフェクティブネス部門は、広告作りにおいての原点に立ち戻ったような結果になった。

以上