

## 資料 1

## 「2021 61st 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 細川 美和子 氏 ※新任



## 電通

クリエイティブディレクター、コピーライター

## 【プロフィール】

2001年（株）電通入社。

言葉を中心に、企業や商品の志を長く深く広告することを目指しています。

## 【受賞歴】

カンヌゴールド、アドフェスグランプリ、ONE SHOW、ACC グランプリ、TCC、朝日広告賞グランプリ、日経広告大賞、フジサンケイグループ広告大賞、ギャラクシー賞など

## 【審査委員歴】

カンヌフィルム審査員、アドフェスフィルム審査員、スパイクスフィルム審査員、ACC 審査員、TCC 審査員など

## 【主な作品】

最近では、パンテーン「#この髪どうしてダメですか」、アテント「常識をはきかえよう」、ニッセイ「小さな力は、大きな力だ。」、東京ガス「家族の絆」シリーズ、サントリーグリーンダ・カ・ラ「やさしいのがいちばん」、日向市「ヒュー！日向」、NHK「バビブベボディ」など。

## 【メッセージ】

当たり前を、疑える時代へ。この1年は COVID-19、東京オリンピック・パラリンピックの延期、SNS で可視化されたさまざまな分断、そして日本のジェンダー意識の低さがニュースになって世界をかけ巡るなど、今までの常識が急速にひっくり返る出来事を目撃し続ける日々だった。まだ先は見えず、重い負担を強いられている人々が数多くいる。それでも、今までの普通や決めつけられた役割を疑い、新しいチャレンジを始めるかつてないチャンスだとも、思う。思いたい。

私たちは今、形骸化したルールから自由になれる大きな流れと向き合っていると思う。その時に広告が果たせる役割がきっとある。それは本来、広告が持っていた力だ。たった数十秒で、今までになかった概念を広く届ける力。予定された約束ではなく、予期せぬ出会いを提供する力。そして、ふれる前とふれた後で、物の見方を変えることができる力。効果効率の追求や炎上への忖度でシュリンクしていったその力が、今まで以上に役に立っている時代がきているのかもしれない。いや、そもそも広告自体も、本来の役割からもっと自由になってもいいのかもしれない。

私たちに新しい視点を与えてくれる広告の応募を、楽しみにお待ちしております。

## ■ラジオ&amp;オーディオ広告部門 井村 光明 氏



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リーグカレー」、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】

音声配信サービスや音声 SNS、この一年で音声メディアの存在感が一気に高まりました。ステイホームが続く中、生の声で届けられる言葉には安心感があった。それだけでなく、今多くの人が耳を傾けるだけの音声サービスに、他のメディアに接する時とは違う、拘束されない自由さ、を感じているのではないのでしょうか。

DX が進むにつれ音だけのコンテンツを選ぶ人が増えているという現象が起きている。これからラジオ&オーディオ広告部門はチャンスです！

音だけだからコストをかけず個のアイデアで勝負できる。その上、注目され、より広くクリエイティビティをアピールできる場になりつつあるのです。

それに伴い本年度より B カテゴリーの範囲を拡大。ラジオ CM 以外のサウンドを主とした全てのエグゼクティブやコンテンツを対象にすることとしました。例えば、DJ ポリスのアナウンスから音声 SNS などプラットフォーム的サービスまで、音によるコミュニケーションの可能性を広げた事例を広くご応募いただけます。

広告クリエイターにとって最も自由なのがラジオ、というイメージを定着させたい。受賞作を通じ自由なイメージを発信する審査会に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



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】

昨年の審査会で印象的だったのは、企業やブランドのパーパスに基づいた、信念と覚悟が感じられる企画や、単発ではない息の長い取り組みが増えたということです。瞬間的に話題になることを是とするのではなく、一つ一つの取り組みを資産として積み重ねていく。不確実性の時代だからこそ、マーケティングはより本質に立ち返ろうとしているように感じました。

毎年審査会で巻き起こる「マーケティングとは何か」という議論に対し、昨年「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」と私見を述べました。だとしたら、持続可能であることが求められるのは考えてみれば必然です。

そこで今年度は、より審査の対象を明確にするために2つのサブカテゴリーを新設しました。鮮やかに今の空気を捉えて成果を出した最新のキャンペーンはもちろん、着実に長年継続している良キャンペーンも、ぜひ応募を検討頂けたらと思っています。

## ■ブランデッド・コミュニケーション部門 橋田 和明 氏 ※新任

**HASHI**

クリエイティブディレクター

## 【プロフィール】

1980年東京都北区赤羽生まれ。

2002年、東京大学経済学部卒業後、博報堂に入社。

ストラテジックプランニング局を経て、2006年に博報堂ケトル設立メンバーに。

2018年にHASHI inc.を設立。現在は、PR視点で統合キャンペーンをつくるクリエイティブディレクターとして幅広い業務に従事。

## 【受賞歴】

ADC / クリエイター・オブ・ザ・イヤー・メダリスト / ACC / 12 Cannes Lions / 4 Adfest Grand Prix / D&amp;AD イエローペンシル / NYADC / Oneshow / Clio / LIAA / PR アワードグランプリ / 日経新聞広告賞 最優秀賞 / 毎日広告デザイン賞 最高賞など

## 【審査委員歴】

CANNES LIONS PR 部門、SPIKES ASIA PROMO &amp; DIRECT 部門、ACC BC 部門、YoutubeWorks Creative Effectiveness 部門など

## 【主な作品・お仕事】

Yahoo! JAPAN 「ちょうどこの高さ。」 / 「さわれる検索」、

サントリースピリッツ 翠 「それはまだ、流行っていない。」、資生堂企業広告

「50 Selfies of Lady Gaga」など

## 【メッセージ】

ブランデッド・コミュニケーション部門が生まれて4年目。

今年から審査委員長を拝命しましたが、部門のビジョンは変わりません。

ブランドや社会に真摯に向き合い、クリエイティビティを発揮して結果を出しているコミュニケーション（広告）をちゃんと褒めること。

同じ業界の仕事なのに部門やカテゴリーがないから褒められていない仕事や才能を発見して褒めること。

そして、業界の意識を高め、境界を越え、広告の未来をみんなで描くことを目指します。

今年は、そのための新たなチャレンジとして、ソーシャル・インフルエンサーカテゴリーを創設しました。ブランドのために創られた、ソーシャルメディアやデジタル上のコンテンツの優れたクリエイティビティや美しい設計、その拡散力を表彰します。

大きな変化の途中。

ただ、広告の未来みたいな大きなことの前に、私たちのブランドのための仕事は、日々続いていくわけで。この環境下でなんとか実現させたみなさんの思いが詰まった仕事たちを、ぜひ応募してください。

## ■デザイン部門 永井 一史 氏

**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】**

ブランDED・コミュニケーションからデザインが独立して行った 2020 年度でしたが、おかげさまで予想を超える数のエントリーが集まりました。その領域は、コミュニケーション、ブランディング、空間デザイン、サービスデザイン、プロダクトデザインなど多岐に渡っており、デザインの社会への広がり強く感じさせるものでした。課題や可能性のあるところにデザインが果たせる役割は無限にあります。今年度も様々なデザインの専門性を持った審査委員と共に、未来につながる芽を丁寧に見つけ出していければと思います。

## ■メディアクリエイティブ部門 中谷 弥生 氏 ※新任



TBS テレビ  
総合編成本部 DX ビジネス局長

## 【プロフィール】

1992年 TBS 入社、朝の情報番組の AD（アシスタントディレクター）・D（ディレクター）を経て、報道局政治部の記者として官邸や自民党等を担当。その後、メディアビジネス局で、テレビコンテンツや映画のキャンペーン・販促企画を手掛ける。その後、編成局編成部、営業局営業推進センター長、メディアビジネス局長を経て現職

## 【メッセージ】

メディアクリエイティブ部門が新設されて今年で5年目。小山薫堂さん、箭内道彦さんという日本を代表するクリエイターの後に審査委員長を打診され、正直「どうして私が??」と思いました。ただ、ACCさんから「この賞はテレビを含めてメディアがもっと興味を持ち、積極的に関わって欲しい」との熱い思いを伺い、僭越ながら委員長をやらせて頂くことになりました。この賞は2年間審査をさせて頂きましたが、クライアントの皆様、広告会社さん、テレビ・ラジオ・デジタル・雑誌など媒体のメンバーと立場が異なる人々が、「メディア×アイデア」の独自性や、新しいチャレンジ、いわゆる広告の「仕掛け」を評価するものです。メディア側の人間としては、巧みな「仕掛け」や「アイデア」に毎年、本当に勉強させて頂いております。今年も皆さんが考え抜いた「仕掛け」を、各ジャンルの審査委員の皆さんと熱く議論していきたいと思っております。

## ■クリエイティブイノベーション部門 米澤 香子 氏

**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】

ビッグ・アイデアとテクノロジーとの掛け算で生まれた、未来を創り出す、世の中を動かす可能性のある作品にスポットをあてるクリエイティブイノベーション部門。上市されたサービス&プロダクトだけでなく、実験的なプロトタイプと両方が対象の本部門では、クリエイティビティによって生まれた新しい未来をつくる原石を見つけることがミッションです。また最終審査では、プレゼンテーションを通してみなさまの情熱や想いごとお話を伺います。

今年で開設から 5 年目になり、本部門の受賞作を日々のニュースの中で見かけることも増えてきました。この賞を通して、少しでも世の中に発信・定着させるお手伝いができればと思っています。世の中を前に進める意志のある企業、スタートアップ、研究機関、NPO、個人団体、さまざまな分野からのご応募お待ちしております。