



第四回 広告業界の若手が選ぶ、コミュニケーション大賞
- Innovative Communication Award (ICA) -

審査結果発表

《コミュニケーションの対象期間》

2015年11月1日 ~ 2016年10月31日

《応募総数》 **145件**





最終審査結果リスト

【敬称略】

審査結果	コミュニケーションの名称	コミュニケーションの主体	推薦者（社名）
大賞	相棒採用	株式会社アサツー ディ・ケイ	棚橋直生（アサツー ディ・ケイ）
優秀賞	Cansell	Cansell株式会社	永田優太郎（モメンタム ジャパン）
優秀賞	Second Life Toys	グリーンリボンキャンペーン事務局、 株式会社電通	平塚健太郎（電通）、長谷川輝波（電通）
優秀賞	チエキ「写真のない図鑑」	富士フイルム株式会社	藤井美帆（ジェイアール東日本企画）
優秀賞	そばアレルギーアウトウチェッカー	230そば街道推進委員会、 ジェイ・ウォルター・トンブソン・ジャパン合同会社	古山萌美（ジェイアール東日本企画）、 立田寛之（大広）、本田祥弘（大広） 門井舜（東急エージェンシー）
優秀賞	不満買取センター	株式会社不満買取センター	中山有理（大広）
ファイナリスト	lyrical school「RUN and RUN」 (MV)	キングレコード株式会社	朝井智也（ジェイアール東日本企画）
ファイナリスト	オーナー制度プラットフォーム 「OWNERS（オーナーズ）」	株式会社エル・エス・ピー	長谷川輝波（電通）
ファイナリスト	フレフレ、部活。母校にinゼリー	森永製菓株式会社	森成衆平（ジェイアール東日本企画）、 軽部陽子（大広）、尾崎直子（電通）、 桑嶋剛史（博報堂） 田中大輔（メトロアドエージェンシー）

※ファイナリストは最終審査まで残った施策を指します。

※優秀賞およびファイナリストの記載は本賞への応募順です。



【大賞】「相棒採用」



【優秀賞】 Cansell



【優秀賞】 Second Life Toys



【優秀賞】 チェキ「写真のない図鑑」



【優秀賞】 そばアレルギー タトゥーチェッカー



【優秀賞】 不満買取センター



【大賞】相棒採用

【コミュニケーションの主体】株式会社アサツー ディ・ケイ

【推薦者】棚橋直生（アサツー ディ・ケイ）

【概要】「誰に面接されるか」を、面接される側が決めることができる新しい採用システム。就職活動という、コミュニケーションが一番必要な場面に十分なコミュニケーションが果たされず、画一的な採用活動から企業と学生とのミスマッチが繰り返される状況を改善したもので、新卒採用を、学生と社員にとって「未来の相棒を探す場所」と捉える。

学生は、採用サイト上ののべ110名の相棒社員候補から、社員を指名、その後、学生に指名された社員が、実際の書類選考と一次面接を担当し内容をフィードバック、選考をサポートし相互理解を深めていく。

この方法はSNS上でも多くの支持を集め、「みんなの就職活動日記」による新卒就職人気企業ランキングで、「採用活動の魅力」と「会社の魅力」の2部門で全企業中1位となり、選考辞退率は0%を達成した。

また第四回にして初めて広告会社が本賞の大賞となった。





【優秀賞】 Cansell

【コミュニケーションの主体】 Cansell株式会社

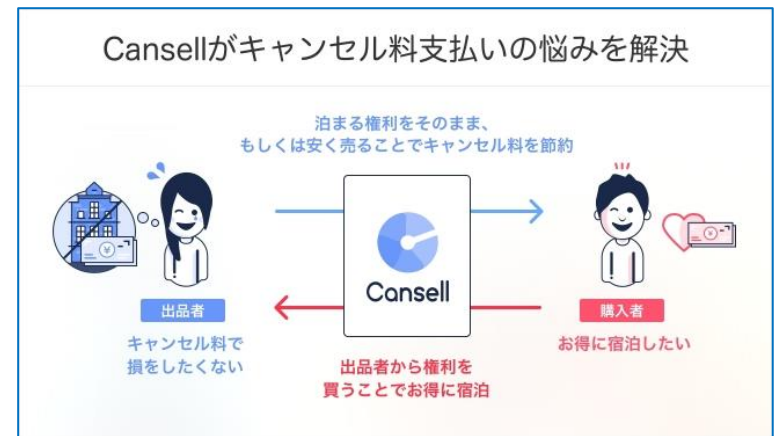
【推薦者】 永田優太郎（モメンタム ジャパン）

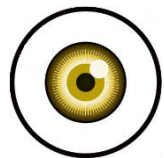
【概要】 キャンセル料のかかるホテルの予約権利を、他の人に販売できるWebサービス。直前でホテルをキャンセルせざるを得ないが、キャンセル料を節約したい出品者と、直前でも何とか安く泊まりたいと考えている購入者と、直前キャンセルはリセールしにくいと悩むホテル側の、三者の課題を一気に解決する。

ホテルには通常のキャンセルの場合、キャンセル料（50%程度）しか支払われな
いところ、Cansellであれば当初の宿泊金額が
全額、購入者より支払われる。

チケット等の転売サービスは数多くあるが、宿
泊権利の二次流通は国内初。またオークション
にはせず、転売目的の出品を排除。

「宿泊施設のキャンセル母数」という新しい
市場を開拓し、今後は海外や航空券へと展開を予定している。





【優秀賞】 Second Life Toys

【コミュニケーションの主体】 グリーンリボンキャンペーン事務局、
株式会社電通

【推薦者】 平塚健太郎（電通）、長谷川輝波（電通）

【概要】 壊れたおもちゃを修理する仕組みを臓器移植に見立て、「修理したいおもちゃの応募」と、「ドナー側となるおもちゃの寄付」を受付。応募した「修復したいおもちゃ」は、寄付された「ドナー側となるおもちゃ」たちの一部を使って修復され、持ち主に返送される。（事後、持ち主はドナーに「サンキューカード」を送る。）

おもちゃを通して臓器移植への理解を啓発・促進し、認知・術例ともに臓器移植後進国といわれる状況下、多くのメディアに取り上げられ、臓器移植を考えるきっかけづくりに貢献した。

また、この功績により、プロジェクトを手掛けた電通の鈴木瑛氏と木田東吾氏は、米フォーリン・ポリシー誌より「世界の頭脳100」に選出された。





【優秀賞】 チェキ「写真のない図鑑」

【コミュニケーションの主体】 富士フイルム株式会社

【推薦者】 藤井美帆（ジェイアール東日本企画）

【概要】 チェキで撮影した写真を入れて完成させる、世界にひとつだけのオリジナル図鑑。

図鑑のテーマ（いぬ、ねこ、くるま…あおぞら、ゆうやけ…きれい、かっこいい、おいしい、たからもの…最後は「きみ」とページが進むにつれ抽象化したものになっていく）に沿って子供にチェキで撮影させることで、独創性を豊かにさせると同時に、親子で一緒に完成させるプロセスを通じて、親子の時間、絆、思い出をつくることができる。





【優秀賞】 そばアレルギー タトゥーチェッカー

【コミュニケーションの主体】 230そば街道推進委員会、
ジェイ・ウォルター・トンプソン・ジャパン合同会社

【推薦者】 古山萌美（ジェイアール東日本企画）、
立田寛之（大広）、本田祥弘（大広）、
門井舜（東急エージェンシー）

【概要】 そば湯を塗った浮世絵調のステッカーを貼り、
そばアレルギー反応があると、赤くなった皮膚が
浮世絵の模様を鮮やかにする仕組み。

年間2,000万人に迫る訪日外国人。日本の食文化体験が
必須のコンテンツであるなか、人によっては致命的なそばアレルギーについては
あまり知られていない。日本の食文化であるそばをもっと広めていきたいと同時に、ア
レルギーについても正しい理解をしてほしいとの意図から開発された。

結果、そばが食べられなくても逆にラッキーと受け取ることもでき、海外から大きく注目
された。





【優秀賞】 不満買取センター

【コミュニケーションの主体】 株式会社不満買取センター

【推薦者】 中山有理（大広）

【概要】 ネット上にユーザーが書き込んだ様々な企業やサービスへの不満を査定し、内容に応じてユーザーにポイントが付与、不満1個につき最大50円分のポイントとなり、1ポイント = Amazonギフト券1円分に交換できる。

集められた不満は企業へと提供され、今後のマーケティング活動に活かすことができる（サービス利用には会員登録を伴うため、どんな年齢、性別、職業からの不満なのかが分析できる）。

単なる愚痴の換金という珍しいサービスではなく、不満の数々が将来様々な価値を生み出す種として捉えられた画期的な仕組み。

不満買取センターの使い方





【ファイナリスト】

lyrical school「RUN and RUN」 (MV)

【コミュニケーションの主体】 キングレコード株式会社

【推薦者】 朝井智也 (ジェイアール東日本企画)

【概要】 女性6人組アイドルユニット、lyrical school (リリスク) のMV。スマートフォンをフル活用した、圧倒的に斬新でクリエイティブな縦型のスマホ視聴専用MV。単なる実験的な作品で終わらず、スマホユーザーなら誰でも驚けるユニバーサルなエンターテインメントとして、多くのメディアで紹介された。(twitterトレンドランキング1位、Yahoo!とLineニュースの主要ポータルサイトにもトップ掲載)





【ファイナリスト】 オーナー制度プラットフォーム 「OWNERS（オーナーズ）」

【コミュニケーションの主体】 株式会社エル・エス・ピー

【推薦者】 長谷川輝波（電通）

【概要】 全国各地の生産者が育てた生産物のオーナーとして登録することで、旬の時期に生産物が家に届くプラットフォーム。

販売金額規模5,000万円未満の、家族経営の農家が大幅に減少しているなか、消費者と継続的な関係をつくり、地域農業への関心を喚起しサポートにつなげる狙い。

生産者がこだわりの生産物をサイト上で紹介、消費者は気に入ったものに登録料を支払うことでオーナーになることができ、収穫までのプロセスを共有できる。





【ファイナリスト】 フレフレ、部活。母校にinゼリー

【コミュニケーションの主体】 森永製菓株式会社、株式会社電通、株式会社ベースボール・マガジン社

【推薦者】 森成衆平（ジェイアール東日本企画）、
軽部陽子（大広）、尾崎直子（電通）、
桑嶋剛史（博報堂）、田中大輔（メトロアドエージェンシー）

【概要】「あの日の自分にさしいれを。」、ウィダーinゼリーが現役部活生とOB/OGを結ぶ架け橋となるPRキャンペーン。

ウィダーinゼリーを差し入れしたい高校（母校）の部活をサイトから選択し、一定の得票数を得た部活の中から抽選で差し入れを行う。総投票数50万票、サイト来訪者は250万人を記録。

全国の高校の約93%に投票があり、いわば全国母校愛選手権の様相を呈した。





選べる人が、選ばれる。

競うのは、未来を担う「目利き力」。

あなたが「やられた！」と膝を打ったコミュニケーションを推薦してください。

これは「若手NO.1センケンノメイ」を決める広告賞です。



第四回

広告界の若手を選ぶ、
コミュニケーション大賞

-Innovative Communication Award (ICA)-

募集期間

10.1 SAT - 10.31 MON

詳しくはこちら > <http://www.jaaa.ne.jp> | #センケンノメイ

一般社団法人 日本広告業協会

JAAA
Japan Advertising Agencies Association



第四回

広告界の若手を選ぶ、
コミュニケーション大賞

-Innovative Communication Award (ICA)-