審査結果発表

広告業界の若手が選ぶ、
コミュニケーション大賞
Innovative Communication Award

若手が見つける。
若手が讃える。

第1回

«コミュニケーションの対象期間»
2012年11月1日～2013年10月31日

【大賞】

「10代でも投票できる選挙 -Teens Opinion」

【優秀賞】 ※応募順

- 「PANDA BLACK Rewear Project 2013」
- 「さわれる検索」
- 「商店街ポスター展」
- 「Sound of Honda ― Ayrton Senna 1989」

«応募総数» **164点**

最終選考 結果リスト

≪第１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

【敬称略】

	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	10代でも投票できる選挙 -Teens Opinion-	■吉田 拓巳 氏（株式会社 セブンセンス 代表取締役）	大谷 拓（大広）
優秀賞	PANDA BLACK Rewear Project 2013	■公益財団法人 WWFジャパン ■株式会社 京都紋付	朝田 泰帆（I&S BBDO）
優秀賞	さわれる検索	■ヤフー株式会社	渡辺 裕介（博報堂） 寺岡 重人（博報堂）
優秀賞	商店街ポスター展	■新世界市場商業協同組合　■文の里商店街協同組合 ■大阪商工会議所　■電通関西支社	見市 沖（電通 関西支社）
優秀賞	Sound of Honda -Ayrton Senna 1989	■本田技研工業株式会社	冨沢 路可（博報堂）
ファイナリスト	土のフルコース	■株式会社 プロトリーフ	三浦 崇宏 （TBWA＼HAKUHODO）
ファイナリスト	雨の日、いいこと。Happy Rainy J-wave	■株式会社 J-WAVE	藤田 卓也（電通）
ファイナリスト	小学館『大辞泉』 あなたの言葉を辞書に載せよう。キャンペーン	■株式会社 小学館	石井 絢子 （東急エージェンシー）
ファイナリスト	「世界一即戦力な男から人事担当の君へ」	■菊池 良 氏	横山 雄太 （朝日広告社）

※優秀賞及びファイナリストの記載は、本賞への応募順です。

大賞　10代でも投票できる選挙 -Teens Opinion-

【コミュニケーションの主体】**吉田 拓巳 氏（株式会社セブンセンス　代表取締役）**

【概要】選挙権を持たない十代の若者が、ウェブ上で疑似投票を行えるサイト。

　2012年12月にウェブページを開設、2013年参議院選挙での
インターネット選挙解禁にあわせて疑似投票活動を行なった。

　各政党のマニフェストをウェブ上で公開、
実名登録を基本とするfacebookを活用することで
実際の選挙と同じ「一票の重み」を感じさせることに成功。
　総投票数は4,000票以上。アクセス数は100万回を記録。

　たった一人の高校生から始まったこの動きは、若者の選挙離れを
食い止めることをテーマに、ウェブを中心に世の中の大きな関心を集めた。

【推薦者】大谷 拓 氏（大広）

優秀賞　PANDA BLACK Rewear Project 2013

【コミュニケーションの主体】**公益財団法人 WWFジャパン、**
株式会社 京都紋付

【概要】汚れやキズがついたり、
洗濯のしすぎで色あせたりした古着を、
日本の正装である黒紋付を染める技術で
真っ黒に染め上げることで、
新品同様に変身させ再利用させる。

　一着の服を長く扱うことで
自然環境への負荷を減らすプロジェクト。
　古着の黒染め替えは、　株式会社京都紋付の
一般向け有償サービス（京都壬生の湧水を使い
「深黒」という奥行きのある黒色に染める）で、
衣服の受付重量に応じた金額が
WWFジャパンに寄付される仕組み。

PANDA
BLACK
REWEAR PROJECT 2013

【推薦者】朝田 泰帆 氏（I&S BBDO）

優秀賞　さわれる検索

【コミュニケーションの主体】**ヤフー株式会社**

【概要】盲学校のこどもたちの「さわれる」体験を実現するプロジェクト。
　３Dプリンタにマシンにさわりたいものを呼びかけると、
音声検索で３Dデータを見つけ、立体物として出力する。
　希望のものが見つからない場合は、Yahoo! JAPANの広告で募集をかけ、
広く世の中のユーザーから３Dデータを集積する。

　従来の「見る」「聴く」だけのネット検索に、
新たに「触る」というスタイルを提示し、
次世代検索エンジンと３Dプリンタとの組み合わせによる
イノベーションを実現させ、特に視覚障害教育に貢献した。

【推薦者】渡辺 裕介 氏（博報堂）、寺岡 重人 氏（博報堂）

優秀賞　商店街ポスター展

【コミュニケーションの主体】**新世界市場商業協同組合、**
文の里商店街協同組合、
大阪商工会議所、
電通関西支社

【概要】大阪の商店街活性化のため、
商店街の各店舗のポスターを、
電通関西支社の若手社員数十名が
ボランティアと社員教育を兼ねて制作し、
それを商店街中に展示するというもの。

　新世界市場で150種類、文の里商店街で204種類を展示。
　メディアに多数取り上げられ、若手社員も楽しんで参加、
商店街の来客数も二倍になり、
人気のポスターは盗まれるという事態も。
　ポスターといういわば古典的広告手法も、
使い方次第で新しいコミュニケーションに
なりうるということを示した。

【推薦者】見市 沖 氏（電通 関西支社）

優秀賞　Sound of Honda –Ayrton Senna 1989

【コミュニケーションの主体】**本田技研工業株式会社**

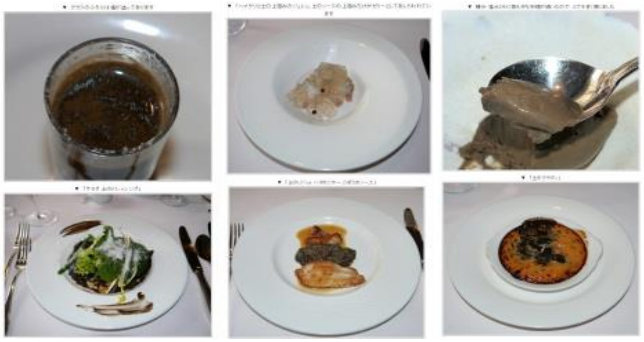
【概要】1989年にF1を戦ったマシン「マクラーレン・ホンダMP4/5」で、
アイルトン・セナが鈴鹿サーキットを走行した際のデータをもとに、
彼のドライビングを音と光で追体験できるムービーを作成し、
インターナビのプロモーションとして公開した。

　インターナビの性能を伝えるコンセプトでありながら、
技術の訴求だけでなく、デジタルデータに「リアルな熱量」を加えたことで
当時の感動を甦らせた。
　文化庁メディア芸術祭エンターテインメント部門大賞受賞。

【推薦者】冨沢 路可 氏（博報堂）

ファイナリスト　**土のフルコース**

【コミュニケーションの主体】**株式会社 プロトリーフ**



【概要】高品質な園芸用の土を
開発・販売する企業プロトリーフが、
　商品である「土」を使った
フレンチのフルコースを開発、
　レストラン「ヌキテパ」（五反田）の協力を得て
メニューとして提供。
　海外でも大きく取り上げられ話題を呼んだ。

　東日本大震災の原発事故以降、
土壌汚染に関する風評被害のなか、
　安全基準を食品と同レベルにまで満たしたこのプロジェクトで、
　社会的逆風を吹き飛ばしてみせた。
　また、低予算でも広告会社が企業と社会を
　アイデアでつなぐことのできる好例ともなった。

【推薦者】三浦 崇宏 氏（TBWA＼HAKUHODO）

ファイナリスト
雨の日、いいこと。Happy Rainy J-wave

【コミュニケーションの主体】**株式会社 J-WAVE**

【概要】6月の梅雨の季節に行った、
放送とウェブとリアルを連動させたキャンペーン。
雨が降り出したらオリジナルジングルをオンエアし、
特設サイトにてショップで使用できるクーポンを配布、
雨の日の売り上げに貢献。

　降雨時限定のCM枠も用意し、
新しい収益モデルを創出した。
東京エリアの参加店舗は135店で、
雨の日の平均売上が前年比約110%アップ。
　東京のリスナーとショップにとって、
雨の日をHappyに変えた。

【推薦者】藤田 卓也 氏（電通）

ファイナリスト
小学館『大辞泉』
あなたの言葉を辞書に載せよう。キャンペーン

【コミュニケーションの主体】**株式会社 小学館**

【概要】小学館『大辞泉』が、
8つの単語「愛」「自由」
「大人」「失敗」「カワイイ」
「友だち」「萌え」「SNS」の語釈を
100字以内で一般に広く募集、
編集部が選定したものを、
2013年12月の改訂時に『大辞泉』デジタルデータ版に収録した。

年齢・性別・個人によって解釈の異なる言葉の姿を
様々な角度からとらえ直し、世間に考えさせた。
応募数は昨秋時点で約6,700件。
ユーザー参加型・募集型キャンペーンは世の中に少なくないが、
語意も時代によって変化していくことを示した。

【推薦者】石井 絢子 氏（東急エージェンシー）

ファイナリスト
「世界一即戦力な男から人事担当の君へ」

【コミュニケーションの主体】**菊池 良 氏**

【概要】自称「世界一即戦力な人材」と名乗る大学生が就活に際し、
自作ウェブサイト上でいかに自分が即戦力であるかをアピール。
結果的に内定にまで至った。
　企業からスカウトされるのを待ち、面接を企業側から申し込ませるという新しい就活のスタイルを提示した。SNSで驚異的な広がりを見せ、ミラーサイトも急増。
　この実話をもとにテレビ局がドラマを制作するまでになった。

【推薦者】横山 雄太 氏（朝日広告社）