

第2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»
2013年11月1日～2014年10月31日**



【大賞】

- ・「一万円選書」



【優秀賞】 ※応募順

- ・「TURTLE TAXI（タートルタクシー）」
- ・「四次元ポケットPROJECT」
- ・「東北食べる通信」
- ・「Time Ticket」
- ・「ZOO JEANS」



【特別賞】（大賞・優秀賞に準じるもの）

- ・「アイス・バケツ・チャレンジ」

《応募総数》 **186点**



最終選考 結果リスト

			【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	一万円選書	■ 有限会社いわた書店	大谷拓（大広）
優秀賞	TURTLE TAXI（タートルタクシー）	■ 三和交通株式会社 ■ 株式会社アイ・エム・ジエイ	高橋万実子（電通）
優秀賞	四次元ポケットProject	■ 富士ゼロックス株式会社	岸田雄也（電通） 小笠原悠馬（電通）
優秀賞	東北食べる通信	■ 特定非営利活動法人東北開墾 ■ 株式会社電通	山本奨（I&S BBDO）
優秀賞	Time Ticket	■ 株式会社レレレ	菅野卓総（アサツー ディ・ケイ）
優秀賞	Zoo Jeans	■ みねこクラブ ■ 株式会社I&S BBDO	山本奨（I&S BBDO） 石川愛梨香（I&S BBDO）
特別賞	アイス・バケツ・チャレンジ	-	末吉孝充（電通）、本田祥弘（大広） 齊藤智法（電通）、世津洋子（電通）
ファイナリスト	「制作部さん、いらっしゃい！」	■ 熱海市	谷口駿太郎（I&S BBDO）
ファイナリスト	雪道コワイ	■ 株式会社オートウェイ ■ 株式会社BBDO J WEST	青野隆仁（電通） 郭あかげ（電通）

※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 一万円選書



【コミュニケーションの主体】 有限会社 いわた書店



【概要】 北海道砂川市にある「いわた書店」が提供している、注文者一人ひとりのパーソナリティに適した1万円分の書籍を選んでくれるサービス。

客は注文時に職業や読書歴、人生のエピソード等を記載し、それをもとに店主の岩田徹氏が本をセレクトする。

サービス自体は10年ほど前から行なわれているが、昨今各メディアに挙って取り上げられ一躍話題になった。

物質的な消費だけでなく、人と本を結びつけた、いわゆる「感動」の消費を実現しており、今後、書籍という一面で成熟した市場における、小規模書店の巻き返しの新しいモデルになる可能性を秘めている。

最近の注文者増加とこれまでの注文への対応のため、受付は適宜調整している。

【推薦者】 大谷 拓 氏 (大広)

優秀賞 TURTLE TAXI (タートルタクシー)



【コミュニケーションの主体】 **三和交通株式会社、**
株式会社アイ・エム・ジェイ

【概要】 タクシー乗車の際、助手席裏のボタンを押すと
いつもよりゆっくり運転してくれるサービス。
ゆっくり運転中はフロントガラスに亀のマークが
掲示され、車外からも「ゆっくり運転」がわかる。

とかく乗客を一秒でも速く目的地に運ぶため、スピードを
上げがちなタクシー運転手に対して、利用者の本音は
必ずしも速さではなく、安全で丁寧に、
という声も少なくないニーズに応えた。
妊婦や高齢者にも好評で、燃費の向上、CO2削減にも貢献。



昨年、グッドデザインアワードのベスト100にも入賞した。

【推薦者】 高橋万実子 氏 (電通)

優秀賞 四次元ポケットPROJECT



【コミュニケーションの主体】 富士ゼロックス株式会社

【概要】 子供の頃、誰もが一度は使ってみたいと憧れたドラえものの秘密道具を、複数の中小企業がそれぞれの技術を駆使し、製作に挑戦するプロジェクト。富士ゼロックスは参加企業の連携をITソリューションで支援する。

夢のような道具でも現代の技術を結集すればできる、というアウトプットの面白さと、中小企業の実力発揮と認知の向上を実現した。



第一弾は「セルフ将棋」、

第二弾は「望遠メガフォン」、



第三弾は開発中とのこと。



【推薦者】 岸田 雄也 氏（電通）、小笠原悠馬 氏（電通）

優秀賞 東北食べる通信



【コミュニケーションの主体】 特定非営利活動法人 東北開墾、
株式会社電通



【概要】 史上初の「食べ物が付いてくる月刊誌」。独自の哲学でおいしいものを作り続ける生産者に光を当てるとともに、都市生活者に日本の農産物の素晴らしさと日本の第一次産業の現状を気付かせるきっかけを与えた。

定期購読者によるSNS等も充実し、コミュニティも数多く誕生している。また時として食材は収穫したそのままの状態ですら送られてくるため、人の口に運ばれるまでのプロセスを食育として学ぶこともできる。

2013年に東北でスタートし、今日まで様々な地方で発刊・展開されている。

【推薦者】 山本 奨 氏 (I&S BBDO)

優秀賞 Time Ticket



【コミュニケーションの主体】株式会社レレレ

【概要】「わたしの30分、売りはじめます。」

自分の時間を30分単位で売って、それを寄付できるサービス。

「あなたのいいところを探します」「スタートアップについて語ります」「ネーミング考えます」「ランチご一緒します」等、自分の時間に価格を設定して販売。購入されたら売上の一部がNPOに寄付される仕組み（30%は手数料）。

ウェブを単なる情報発信に留めず、個人のスキルが活用させられる場を提供し、かつ社会貢献に結びつけた。



【推薦者】菅野 卓総 氏（アサツー ディ・ケイ）

優秀賞 ZOO JEANS

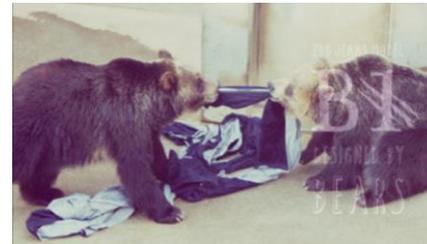


【コミュニケーションの主体】

みねこクラブ(日立市かみね動物園ボランティア)、
株式会社I&S BBDO



【概要】茨城県日立市のかみね動物園の活性化のために、動物園の猛獣の遊具にデニム生地を巻き付け、ライオン、トラ、クマに遊ばせることによって、本物の爪痕や噛み痕のついた世界に一つだけのダメージジーンズを製作、Yahoo! オークションに出品し、売上全額をWWF（世界自然保護基金）に寄付した。



インパクトのあるストーリー性で、2週間で737のメディア露出、SNSでは約350万リーチ、来園者も132%増加した。



【推薦者】山本 奨 氏 (I&S BBDO)、石川愛梨香 氏 (I&S BBDO)



特別賞 アイス・バケツ・チャレンジ

【コミュニケーションの主体】 ※チャレンジ、およびシェアをした参加者全員



【概要】 2014年初夏から米国を中心に広まった、ALS（筋萎縮性側索硬化症）の認知拡大と研究資金調達（寄付）を目的とした自然発生的ソーシャルコミュニケーション。

賛否両論はあったが、人々の参加欲求を刺激し、8月までで全世界のキャンペーン参加者は2800万人以上、また日本ALS協会の寄付金総額は2400万円と前年の6倍となり、結果的にALSの認知拡大に大いに寄与した。

【推薦者】 末吉 孝充 氏（電通）、本田 祥弘 氏（大広）、
齊藤 智法 氏（電通）、世津 洋子 氏（電通）



ファイナリスト 「制作部さん、いらっしやい！」

【コミュニケーションの主体】 熱海市

【概要】 テレビ番組のロケ撮影を熱海市がサポートする仕組み。

ターゲットを観光客ではなく、映像制作担当者に設定し、広告出稿せずにテレビ媒体の露出を実現し、ひいては観光客誘致につなげている。

ロケ地探しから撮影交渉、スタッフの食事や宿泊の手配まで、市の職員（山田久貴氏）が無償で24時間365日徹底サポート。

シティプロモーションとして成功し、初年度（平成24年）宿泊客が前年比で20万人増（前年比7.4%）、ロケ実績数は前年の2倍（62件）、ドラマ『HERO』、映画『機動警察パトレイバー』等にもかかわった。



【推薦者】 谷口駿太郎 氏 (I&S BBDO)

ファイナリスト 雪道コワイ



【コミュニケーションの主体】株式会社オートウェイ、株式会社BBDO J WEST

【概要】冬用タイヤの必要性を伝えるため、事故を起こしやすい雪道での事故の恐怖と心霊（雪女）的恐怖を掛けて警鐘を鳴らすネットムービー。



2014年12月までで動画視聴は950万回という圧倒的なリザルトは、低予算ならではのネットムービーでしか表現できないコンテンツによるもの。



広告ではなく動画コンテンツのインパクトで、日本だけでなく広く世界中に認知を広げた。

【推薦者】青野隆仁氏（電通）、郭あかげ（電通）