



第三回 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》

2014年11月1日 ~ 2015年10月31日

《応募総数》

144件

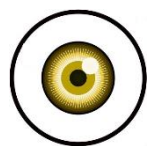


最終審査結果リスト

【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	訪日メディアMATCHA やさしい日本語版	株式会社MATCHA	桑原佑介（朝日広告社）
優秀賞	SHARE VILLAGE	株式会社kedama	えのもとけんじ（I&SBBDO） 市川潤一（電通）
優秀賞	HALLOWEEN&TOKYO	東京都、東京観光財団、 株式会社博報堂、きゃりーぱみゅぱみゅ	大津翔（博報堂）、井上梨奈（ジェイアール東日本企画）、 佐々木千種（大広）、桑原佑介（朝日広告社）
優秀賞	世界ゆるスポーツ協会	世界ゆるスポーツ協会	大瀧篤（電通）
優秀賞	SHIBUYA Halloween Ghostbusters & TRASH ART	TOKYO DESIGN WEEK株式会社、 西野亮廣	西田裕希（電通）
特別賞	ことりつぎ	株式会社鷗来堂	瀧智之（オリコム）
ファイナリスト	なまえのないえのぐ	コクヨ株式会社	大多涼介（電通） 中村真（ジェイアール東日本企画）
ファイナリスト	ひとつ屋根の下プロジェクト	NPO法人 街ing本郷	桑嶋剛史（博報堂）
ファイナリスト	東京防災	東京都、株式会社電通	今村真孝（電通）
ファイナリスト	ZOZOTOWN10周年 0円販売企画	株式会社スタートトゥデイ	宮崎公美子（ジェイアール東日本企画）

※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。



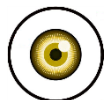
**【大賞】「訪日メディア MATCHA
やさしい日本語版」**



【優秀賞】「SHARE VILLAGE」



【優秀賞】「HALLOWEEN&TOKYO」



【優秀賞】「世界ゆるスポーツ協会」



**【優秀賞】「SHIBUYA Halloween
Ghostbusters & TRASH ART」**



【特別賞】「ことりつき」





【大賞】訪日メディアMATCHA やさしい日本語版

【コミュニケーションの主体】株式会社MATCHA

【推薦者】桑原佑介（朝日広告社）

【概要】訪日外国人向けWebメディア。

言語選択に「やさしい日本語」を取り入れ、世界中の日本語学習者に日本のことを知ってもらいながら、勉強に取り組んでもらいたいというねらい。

世界211の国と地域からアクセスがあり、情報発信ツールとして自治体、企業、研究機関からも注目を集めている。「やさしい日本語」とは、簡単な語彙や文法を用いた日本語で、全ての漢字にふりがなを振り、文節ごとに分かち書きをしたもの。災害発生時などに在留外国人にもわかりやすい作りとなっている。





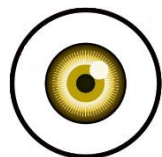
【優秀賞1】 SHARE VILLAGE

【コミュニケーションの主体】 株式会社kedama

【推薦者】 えのもとけんじ（I&S BBDO）、市川潤一（電通）

【概要】 村の概念をひっくり返すプロジェクト。「村があるから村民がいるのではなく、村民がいるから村ができる」という考えの下、消滅の危機にある古民家を村に見立てて再生させていく。多くの人で1つの家を支える仕組みをもって、全国の古民家を“村”に変えていく。年会費（年貢）3,000円でどこに住んでいても村民になることができ、都市部でも村民が集まって飲み会やイベント（寄合、一揆）を楽しめる。実際に村に遊びに行くこともできる。民間主導での新しい田舎との関わり方を提示した地方創生プロジェクトである。





【優秀賞2】 HALLOWEEN&TOKYO

【コミュニケーションの主体】東京都、東京観光財団、株式会社博報堂、
きゃりーぱみゅぱみゅ（スペシャルサポーター）

【推薦者】桑原佑介（朝日広告社）、佐々木千種（大広）、
井上梨奈（ジェイアール東日本企画）、大津翔（博報堂）

【概要】2020年の五輪とその先を見据え、
「& TOKYO」のロゴを活用した東京の
ブランディング戦略の一環。

ごみを詰めて膨らませるとカボチャになる
オリジナルのごみ袋を、都がハロウィンを
楽しむ都民に向けて配布し、ごみの
持ち帰りを呼びかけるキャンペーン。

本キャンペーンのスペシャルサポーターとして、
きゃりーぱみゅぱみゅさんにご協力いただいた。
かわいいごみ袋でハロウィン参加者に
東京のクリーンなまちづくりに向けた行動を
喚起した。





【優秀賞3】 世界ゆるスポーツ協会

【コミュニケーションの主体】 世界ゆるスポーツ協会

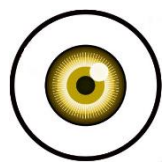
【推薦者】 大瀧篤（電通）

【概要】「世界から、スポーツ弱者をなくす。」というコンセプトの下、老若男女・運動神経・障がいの有無にかかわらず、一緒に笑いながらできる「ゆるスポーツ」をつくりつづける協会。

2015年4月に発足後、45種目以上のゆるスポーツを制作。

ハンドボールの元日本代表と組んだり、バブルサッカー協会を設立させたりなど展開力と継続力にも工夫がなされており、国内外の多数のメディアに取り上げられている。





【優秀賞4】 SHIBUYA Halloween Ghostbusters & TRASH ART



【コミュニケーションの主体】

TOKYO DESIGN WEEK株式会社、西野亮廣

【推薦者】西田裕希（電通）

【概要】本企画は、前年のハロウィンで、渋谷スクランブル交差点周辺にごみが多量に散らばった様子が世界に配信されたことから、西野亮廣さんが発案。

ハロウィン後のごみ問題に対し、映画「ゴーストバスターズ」のように楽しく掃除をし、さらにごみを集めてTOKYO DESIGN WEEKのアート作品に利用することで、課題解決そのものを娯楽化させた。

渋谷区長をはじめとして様々な協力者を巻き込み、広告会社やPR会社を介さず、宣伝費もほぼゼロのなか、立体的なコミュニケーションとして成立させたことが評価された。





【特別賞】 ことりつき

【コミュニケーションの主体】 株式会社鷗来堂

【推薦者】 瀧智之（オリコム）

【概要】「かもめブックス（鷗来堂）」が提供する、誰でも書店を開ける仕組み。

書店を作りたい人はWebで申し込みを行い、アプリで好きな本の選定、販売、在庫管理を行うことができる。たとえばスポーツ用品店でスポーツに関する本を、美容室でその美容師が奨める本を販売することで、書籍と店舗サービスへの二つの購買欲求・行動を満たせるメリットがある。また、本の販売をしたいというニーズを拾っての商圈拡大が、本との出会いが減少している現状打開への一石になりうる期待もある。

現在まだテスト段階とのことだが、「今後期待できるコミュニケーション」として特別賞とした。





【ファイナリスト1】 なまえのないえのぐ

【コミュニケーションの主体】コクヨ株式会社

【推薦者】中村真（ジェイアール東日本企画）、大多涼介（電通）

【概要】コクヨデザインアワードを受賞した「なまえのないえのぐ」を商品化。「“水色”と言うけど、蛇口から出る水はそんな色じゃない」、そんな素朴な疑問を起点に、色の名前のない絵の具を開発。名前をなくすことで色に対する固定観念を取り払い、三原色のみの組み合わせで子供の想像性を刺激し、試行錯誤を促すという商品企画である。

昨年10月から3,000個が限定販売。ワークショップにも多くの子供が参加した。





【ファイナリスト2】 ひとつ屋根の下プロジェクト

【コミュニケーションの主体】 NPO法人 街ing本郷

【推薦者】 桑嶋剛史（博報堂）

【概要】 文京区のシニアの持つ空き部屋に若者が同居し、共生するというプロジェクト。シニアは格安で家を提供する代わりに、若者はゴミ出しをしたり町会活動に参加するなど、共生条件の下で生活する。週に何度か食事も共にして、世代間交流の促進と、孤立化の解消のほか、若者は大学の近くに安く住めて、シニアは夜間の不安の解消やコミュニケーションによる健康寿命の増進のメリットも図れる。

3種類のモデルケースがメディアで大きく取り上げられ、「すべての世代が仲良く暮らせる」、未来のコミュニケーションの理想形を提示した。



「おかえりなさい」と
言える場所。

独立行政法人福祉医療機構 社会福祉振興助成事業
大学生といきいきと
暮らしませんか？

NPO法人 街ing本郷は、同居が円滑に行われるよう様々な事故発生から
アフターケアまで実施します。気軽にお問合せください。

電話：03-5844-6871
本郷駅前店 月～土 10:30～18:30
住所 〒113-8033 東京都文京区本郷4-20-10 街ing本郷101号

お問い合わせ：A1004にて、詳細は、
NPO法人 街ing本郷
http://www.ingproject.jp/ MAIL: mail@ingproject.jp





【ファイナリスト3】 東京防災

【コミュニケーションの主体】 東京都、株式会社電通

【推薦者】 今村真孝（電通）

【概要】 東京の地域特性や都市構造、都民のライフスタイルを考慮し、災害への備えや発災時の対処法等をわかりやすくまとめた、「完全東京仕様」の防災マニュアル。都内全戸に配布。2020年に向けて、自然災害リスクが世界No.1の都市東京を、世界No.1の「防災都市」へと、都民の意識を改革するプロジェクトとして実施。

冊子のデザインやエンタテインメント性、また実際の行動喚起も促せるよう内容に徹底的にこだわり、またキックオフイベントも実施するなどして認知向上を図り、海外からも、「世界のどこに住んでいてもこれを読んで損はない」と評価を得ている。





【ファイナリスト4】 ZOZOTOWN10周年

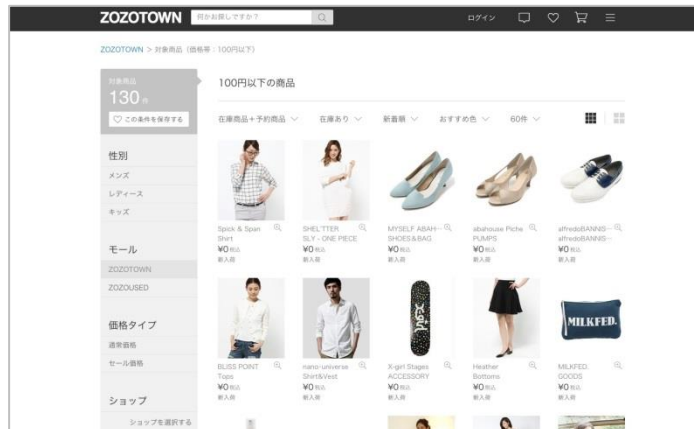
0円販売企画

【コミュニケーションの主体】株式会社スタートトゥデイ

【推薦者】宮崎公美子（ジェイアール東日本企画）

【概要】2015年4月22日夜にファッション通販サイト・ZOZOTOWNが突如、一部商品を「0円」で販売。翌日、開設10周年を記念した会員へのサプライズプレゼントだったことを公表した。

カスタマーセンターが稼働していない夜間に実施し、ユーザーによる事実確認を遮断、ハプニングを演出することでSNS等で話題喚起に成功。商品約2万点（2億円相当）がこっそり販売（深夜にはほぼ完売）され、定期的にサイトをチェックしたいと思わせるきっかけを見事に創出、ネットでの賛辞が相次いだ。





JAAA
Japan Advertising Agencies Association