



**第五回 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》

2016年11月1日 ~ 2017年10月31日

《応募総数》 **230件**

ワカテのカタチ  
ワカテのカタチ  
優秀な若手は、いつもそうやって、面白い。先人達に、評価される。  
本当はどうか?  
変化  
新しい視点、新しい手法、新しいメディア。  
古い常識は、新しい常識は、  
固定概念をぶち壊してこそ生まれる。  
僕  
これまでの常識にとらわれない、アイデアを讃えよう。  
若手が、新しいコミュニケーションの未来を作っていく。  
U-30が選ぶ広告賞  
賞金 20万円  
【募集期間】  
10.1[日]-10.31[火]  
JAAA  
第五回  
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)-



# 最終審査結果リスト

<敬称略・順不同>

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	注文をまちがえる料理店	注文をまちがえる料理店実行委員会	吉田圭佑（アサツー ディ・ケイ） 鈴木涼介（ジェイアール東日本企画） 村岸勝起、熊木良太、平野涼嗣、中山有理（大広） 藤本友美、阿南文、飛田智史、水本晋平、奈雲政人（電通） 花桐博史（博報堂） 安永周平、永田優太郎（モメンタム ジャパン） 上野あゆみ、松橋葉月、松井未史（読売広告社）※17名
優秀賞	JAPAN CHOICE	NPO法人Mielka	柚木夏希（朝日広告社）
優秀賞	避難所ももっとより良く非常袋 #並べる防災	株式会社神戸新聞社 株式会社電通	江上さくら（アサツー ディ・ケイ） 中島大介（電通）※2名
優秀賞	JAL どこかにマイル	日本航空株式会社 株式会社野村総合研究所	甘利将（アサツー ディ・ケイ） 佐藤雄紀（電通） 瀧本晃裕（博報堂）※3名
優秀賞	求人米「あととりむすこ」	NPO法人キッズバレイ 株式会社電通 monopo inc. INCUBIC INC. 株式会社二番工房	中川諒（電通）
優秀賞	うんご漢字ドリル	株式会社文響社	水本晋平（電通） 松木啓（博報堂） 樺村絢美（マツキャンエリクソン）※3名



# 最終審査結果リスト

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）
ファイナリスト	スマホでできる、精子セルフチェック 『Seem（シーム）』	株式会社リクルートライフスタイル 株式会社リクルートコミュニケーションズ	西口滉（I&S BBDO） 吉田圭佑（アサツー ディ・ケイ） 栗林嶺、中島大介（電通） 上野あゆみ（読売広告社）※5名
ファイナリスト	同棲解消ホケン	グッドルーム株式会社	向井田裕太（ジェイアール東日本企画） 中島大介、長谷川輝波（電通）※3名
ファイナリスト	ひとりで悩まないで@長野	長野県 LINE株式会社	鈴木涼介（ジェイアール東日本企画）
ファイナリスト	JAPANESE CAPSULE TOY GACHA	株式会社タカラトミーアーツ	立田寛之（大広）

※ファイナリストは最終審査まで残った施策を指します。





**【大賞】「注文をまちがえる料理店」**



**【優秀賞】 JAPAN CHOICE**



**【優秀賞】 避難所もっとより良く非常袋 #並べる防災**



**【優秀賞】 JAL どこかにマイル**



**【優秀賞】 求人米「あととりむすこ」**



**【優秀賞】 うんこ漢字ドリル**





【ファイナリスト】

スマホでできる、精子セルフチェック『Seem（シーム）』



【ファイナリスト】 同棲解消ホケン



【ファイナリスト】 ひとりで悩まないで@長野



【ファイナリスト】 JAPANESE CAPSULE TOY GACHA



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)-



## 【大賞】注文をまちがえる料理店

【コミュニケーションの主体】 注文をまちがえる料理店実行委員会

【推薦者】（17名）

吉田圭佑（アサツー ディ・ケイ）、鈴木涼介（ジエイアール東日本企画）、  
村岸勝起、熊木良太、平野涼嗣、中山有理（大広）、  
藤本友美、阿南文、飛田智史、水本晋平、奈雲政人（電通）、花桐博史（博報堂）、  
安永周平、永田優太郎（モメントム ジャパン）、  
上野あゆみ、松橋葉月、松井未史（読売広告社）

ホールで働くスタッフ全員が認知症のため、ハンバーグを頼んだのに餃子が届いてしまったりする。6月3～4日の2日間でプレオープン。それがSNS等で話題になり、9月16～18日に本オープン。当日券が開店前に完売するなど、多くの話題を呼び約300名が来客した。運営資金はクラウドファンディングで募り、目標の800万円を大きく越える1291万円が集まった。

認知症に対する世間一般がもつネガティブなイメージを払拭するため、実際に認知症の人と接触する機会を提供した。



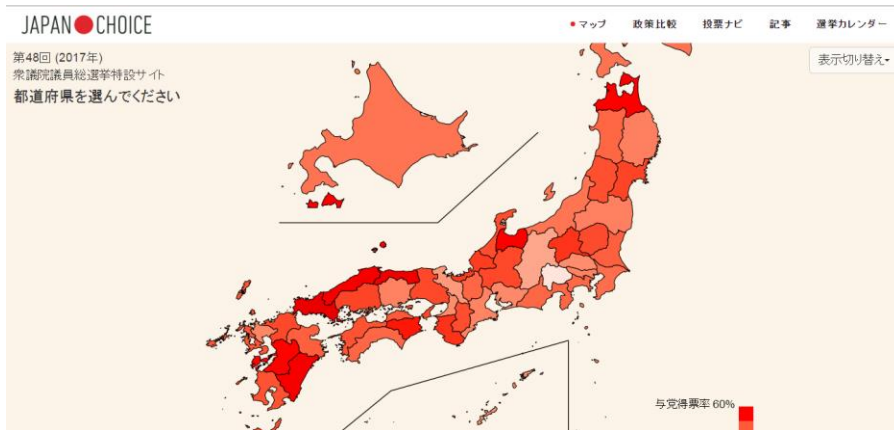


## 【優秀賞】 JAPAN CHOICE

【コミュニケーションの主体】 NPO法人 Mielka

【推薦者】 柚木夏希（朝日広告社）

## JAPAN ● CHOICE



選挙情報可視化サイト。  
若者をはじめとした投票率の低迷の原因は、選挙についての教育の不足や一票への意識の低さなどといわれているが、実情は、投票しようと思っても、政党を選ぶに足る情報がないということが大きい。

報道自体は膨大になされているが、氾濫した情報の取捨選択は容易でなく、いわば情報が有権者向けにコミュニケーションデザインされていない。

そのようななか、JAPAN CHOICEは、特定の価値観によらず、事実（ファクト）だけを徹底的に可視化し、合理的で「楽な」意思決定ができるようになってきている。また、サイトは10～20代の若手30名で、調査から作成を分担し、ほぼ無償で運営されている。





## 【優秀賞】

# 避難所もっとより良く非常袋 #並べる防災

【コミュニケーションの主体】 株式会社神戸新聞社、株式会社電通

【推薦者】（2名）江上さくら（アサツー ディ・ケイ）、中島大介（電通）

災害直後の72時間（行政による救援が必ずしも届かない3日間）の、避難所での環境をより良くするために、避難時に必要な物資を神戸新聞紙上の見開きで実物大で再現したもの。

各家庭で実際に紙面上に避難物資を並べてもらい、非常持ち出しの内容のチェックと、防災意識の向上を図る。

物資のひとつひとつにも阪神淡路

大震災の経験を活かしたコピーを記載、また、家族全員で「やってみたくなる」気持ちを喚起しており、何よりも新聞メディアの特性を活かした新しい使い方を提示した。





## 【優秀賞】 JAL どこかにマイル

【コミュニケーションの主体】 日本航空株式会社

【推薦者】 (3名)

甘利将 (アサツー ディ・ケイ)、佐藤雄紀 (電通)、瀧本晃裕 (博報堂)



日本航空と野村総合研究所が共同開発した、JALマイレージバンク日本地区会員向けのサービス。

申し込んだ利用者は、国内4つの行先のうちの「どこか」に通常の約半分の6,000マイルで行くことが可能。

サービスを通じて「旅行者の拡大」、「空席の有効活用」、「地域活性化」等の課題を一挙に解決する。

予定調和を超えたミステリーツアーの感覚・体験を取り入れた内容が、旅行プランを決めるのが面倒なユーザーの心理をくすぐり、利用者も増えている。



## 【優秀賞】 求人米「あととりむすこ」

【コミュニケーションの主体】 NPO法人キッズバレイ、株式会社電通、  
Monopo inc.、INCUBIC INC.、株式会社二番工房

【推薦者】 中川諒（電通）

群馬県桐生市の米農家・遠藤初夫氏が、後継者を見つける新たな取り組みとして、求人広告をパッケージにした“求人米”「あととりむすこ」を地元NPOと企画。お米を買うと農業体験に参加できる。

農家にとっての一番の広告は、生産物そのものであるということをコンセプトに、NPOとも協力しサステナブルな取り組みとして展開。

現在、日本の農家の平均年齢は67歳、29歳以下の若手は3%に満たないという、深刻な後継者不足の現状と課題に焦点を当てた。





## 【優秀賞】 うんこ漢字ドリル

【コミュニケーションの主体】 株式会社文響社

【推薦者】（3名）

水本晋平（電通）、松木啓（博報堂）、櫛村絢美（マクカンエリクソン）



小学1年生から6年生までの6年間で習う1006字の漢字を網羅、それぞれに3例文ずつを配し、その3018例文すべてに“うんこ”を盛り込んだ書き取り式漢字ドリル。

発売直後、これを取り上げた主婦のツイートが5万リツイートに。瞬く間に増刷がかかり、発売後約2カ月で発行部数148万部を記録。メディアへの露出をはじめ、イベント、グッズ、お菓子、流行語大賞ノミネートなど幅広い展開をみせ、昨年10月の時点で発行部数は270万部を突破した。

真面目な教育に笑いの要素を持ち込み、作業から遊びの感覚に子供の意識を変え、楽しみながら漢字を学べるようにした。「教育＋エンターテインメント」を鮮やかに実現、グッドデザイン金賞を受賞した。



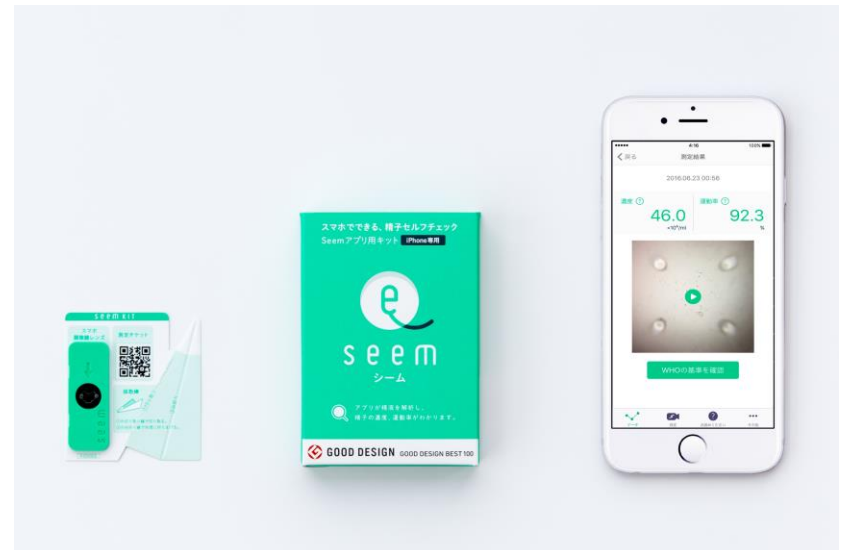
## 【ファイナリスト】 スマホでできる、 精子セルフチェック『Seem（シーム）』

【コミュニケーションの主体】 株式会社リクルートライフスタイル  
株式会社リクルートコミュニケーションズ

【推薦者】（5名）西口滉（I&S BBDO）、吉田圭佑（アサツー ディ・ケイ）、  
栗林嶺、中島大介（電通）、上野あゆみ（読売広告社）

精子の状態をスマートフォンでチェックできるキット。  
不妊の原因の48%は男性側にある  
という事実を認識させ、妊活も  
不妊治療も女性一人ではなく男女  
二人で行うものだという意識を喚起。  
問題があれば最終的には病院に  
行くというアクションへのハードルを下げる  
ことにもつながった。

カンヌライオンズ2017で  
モバイル部門グランプリを受賞。





## 【ファイナリスト】 同棲解消ホケン

【コミュニケーションの主体】 グッドルーム株式会社

【推薦者】（3名） 向井田裕太（ジェイアール東日本企画）、  
中島大介、長谷川輝波（電通）



### 同棲解消 ホケン

同棲を始めるカップルを対象に、部屋をグッドルームで成約すると、「まさか」の場合に備えた「同棲解消ホケン」への加入が可能。同棲解消の場合、保険金として最大10万円、結婚に至った場合は祝い金として2万円が支払われる。

所定の「同棲届」に記入の上、SNS上でシェアしなければならないなどハードルは高いが、夫婦の3分の1が離婚している

現在、結婚生活の練習ともなる同棲に対しては、解約時の金銭リスクもあり消極的なカップルが多い。

そこに、グッドルームというスタートアップ企業が、社会問題としての離婚に一石を投じることと、同業の大手賃貸ポータルサイトに対して限られた予算のなかで戦いを挑むことに成功。他社とは異なる解約時のインセンティブなど、契約後の顧客のフォローという新しい路線を打ち出した。





## 【ファイナリスト】 ひとりで悩まないで@長野

【コミュニケーションの主体】 長野県、LINE株式会社

【推薦者】 鈴木涼介（ジェイアール東日本企画）

子供のコミュニケーションの手段がSNSに移行している現状を踏まえ、いじめ対策や未成年者の自殺防止に向け、悩みを抱える子供たちが気軽に相談できる体制を確立するため、長野県とLINEが相談事業を試行した。

それまでの電話での相談は、平成28年度年間で259件であったのに対し、LINEによる相談件数は、平成29年9月の2週間で547件に上った。また、相談の内容も、恋愛や学業など多岐にわたった。

LINEでは、今回の期間限定での取り組みの成果をもとに、相談業務を本格的に自治体に導入することで、子供たちの悩みを適切な窓口とつなげて解決を目指していく方針である。なお、平成29年11月に、滋賀県大津市の3校でも同取り組みを展開している。

<相談画面イメージ>





## 【ファイナリスト】

# JAPANESE CAPSULE TOY GACHA

【コミュニケーションの主体】 株式会社タカラトミーアーツ

【推薦者】 立田寛之（大広）



タカラトミーアーツが空港にガチャガチャのマシンを設置。持て余した小銭をおもちゃに替えて、主に外国人旅行客に日本文化の一つとして知ってもらうプロジェクト。

ガチャガチャの市場を、空港という販路を開拓することで再活性化させ、同時に硬貨を使い切りたい外国人旅行客の気持ちにも応えた。

最初に成田国際空港に2カ月限定で171台・約340アイテムを設置したところ人気を呼び、1台あたりの売上が、スーパーなどでの通常のガチャ売り場の約3倍の売上を達成。その後成田国際空港は常設となり、全国の空港にも売り場を拡大している。



ワカテのワカッ

が、る。

慣習  
作法  
規律

優秀 若手はいつもそうやって

先人達に 評価される

本当にどうか?

変化

古い常識

ぶち壊してこそ生まれる

僕

U-30が選ぶ広告賞

賞金 20万円

【募集期間】 10.1[日]-10.31[火]

第五回  
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)-

JAAA

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)-