



報道各位

## 2010 50th ACC CM FESTIVAL 入賞作品決まる

**グランプリ及びランキングは 11 月 1 日の贈賞式で発表！  
50 周年記念に「マーケティング・エフェクティブネス部門」を新設**

社団法人 全日本シーエム放送連盟

社団法人全日本シーエム放送連盟（略称 ACC：東京都港区、理事長：永田 圭司）では、今年、第 50 回を迎えた ACC CM フェスティバル（正式名称「2010 50th ACC CM FESTIVAL」）に応募された作品 2,280 点（内訳 テレビ CM 部門：1,520 作品 ラジオ CM 部門：663 作品 マーケティング・エフェクティブネス＜ME＞部門：97 点）の中から、今年のテレビ CM ベスト 10・ラジオ CM ベスト 5（総務大臣賞／ACC グランプリとゴールド）など入賞作品を決定しました。また、50 周年を機に新設された「マーケティング・エフェクティブネス部門」には、7 本のメダリスト（総務大臣賞／ACC グランプリを含むメダリスト）が選ばれました。

11 月 1 日に開催される贈賞式にて 3 部門の総務大臣賞／ACC グランプリを発表します。また、テレビ CM とラジオ CM については、そのランキングも併せて発表します。

### ＜テレビ CM グランプリ候補（総務大臣賞／ACC グランプリ・ゴールド）10 本＞

広告主	商品／題名	広告会社	制作会社
ワコール	LALAN 10ss／リボンブラ篇		ドラゴン東京
富士急ハイランド	富士急ハイランド／「まともじゃない連休」篇	電通	電通クリエイティブX
梅の花	梅の花／夜の梅の花シリーズ3篇	電通 関西支社	アットアームズ
大和ハウス工業	ダイワハウス／ なんでダイワハウスなんだ？シリーズ 「HERO」篇 ほか3篇	TUGBOAT/ 博報堂	東北新社
アデランスホールディングス	ヘアクラブ／ アデランスは誰でしょう？シリーズ4篇	ナカハタ	ドラゴン東京
NTTドコモ	ひとりと、ひとつ。／ 「堀北と、カエラ」篇ほか3篇	エヌ・ティ・ティ・アド/ 電通／ TUGBOAT	東北新社
トヨタ自動車	iQ／amazing films II・hammer throw	電通	ピクト
サントリーホールディングス	BOSS 食後の余韻／ 食後の出来事シリーズ 「議員」篇ほか3篇	シンガタ/ ワンスカイ/電通	ギークピクチャーズ
ソフトバンクモバイル	ソフトバンクモバイル／母に会いに 2010・冬	シンガタ/電通	ギークピクチャーズ
サントリーホールディングス	BOSS／宇宙人ジョーンズシリーズ 「お父さん」篇ほか3篇	シンガタ/ ワンスカイ/電通	東北新社/ ギークピクチャーズ



＜ラジオCMグランプリ候補（総務大臣賞/ACCグランプリ・ゴールド）5本＞

広告主	商品/題名	広告会社	制作会社
パナソニック	エコキュート/手紙	大広	ビッグフェイス
日本ユニセフ協会	Happy Birthday for children/ 「布袋寅泰」篇、「矢沢永吉」篇	博報堂	J-WAVE
パナソニック	FM緊急放送対応ラジオ/「緊急放送」篇	電通 関西支社	メガヘルツ
シー・アイシー	クリーンドクター/パパうんち		文化放送
日清食品	日清焼そば U.F.O./ 青春の力になりたい・隠し場所	博報堂クリエイティブ・ヴォックス/博報堂	ステップ

＜マーケティング・エフェクティブネス部門グランプリ候補  
（総務大臣賞/ACCグランプリ・メダリスト）7本＞

広告主	商品名	キャンペーン名
資生堂	シーブリーズ デオ&ウォーター	「すべてのいいアセに。」キャンペーン
パナソニック	エコナビ商品群	エコナビ賛成キャンペーン
資生堂	TSUBAKI	TSUBAKIプロモーション
日本香堂	進物用のお線香	喪中はがきが届いたら
再春館製薬所	ドモホルンリンクル	まずは「無料お試しセット」から。 ドモホルンリンクル レスポンス広告
麒麟ビール	麒麟フリー	「麒麟フリー」ロウンチキャンペーン (アルコール0.00%市場創造)
サントリーホールディングス	角瓶	2010年 角ハイボールはじめましたキャンペーン

※3部門の順番は作品番号順です。  
※詳細は入賞作品リストをご覧ください。

ACC CM フェスティバルは1961年に創設された、わが国で最も規模が大きく、最も権威のあるCMコンクールとして知られています。ACCは今年、設立50周年を迎えましたが、それを機に新たに「マーケティング・エフェクティブネス (ME) 部門」を設置しました。テレビCM部門、ラジオCM部門、ME部門の3部門の全国審査会を9月中旬～10月上旬に実施、それぞれ専門の審査員<別紙注\*1>が厳正な審査を行いました。審査委員長による審査講評は<別紙注\*2>に掲載しております。

なお、CMでの演技力が評価される演技賞には、大森南朋さん、麻生久美子さん（ともにサッポロビール・オフの贅沢）、北大路欣也さん（サントリーホールディングス・BOSS/大人の流儀、食後の余韻ほか）、小雪さん（サントリーホールディングス・角瓶）、



堤真一さん（トステム・インプラス）、渡辺謙さん、ダース・ベイダーさん（ともにNTTドコモ・ひとりど、ひとつ。）が見事獲得されました。

入賞作品の贈賞式は、来る 11 月 1 日（月）、ザ・プリンス パークタワー東京にて総務大臣（予定）を迎えて行われ、その席上で今年の 3 部門の総務大臣賞／ACC グランプリをはじめ、テレビ CM ベスト 10・ラジオ CM ベスト 5 のランキングを発表します。

なお、今年度の入賞作品は 11 月 11 日（木）の東京・有楽町朝日ホール（マリオン）を皮切りに、全国 30 ケ所で上映・公開されます。

以上

この件に関するお問い合わせは、ACC 事務局 江川・小原までお願いいたします。

社団法人全日本シーエム放送連盟

〒105-0004 東京都港区新橋 3-1-11 長友ランディックビル 5F

T E L : 03-3500-3261 F A X : 03-3500-3263

URL <http://www.acc-cm.or.jp>



※参考資料

<注\*1> 【2010 50th ACC CM FESTIVAL 審査員】(敬称略、順不同)

【審査委員長】 佐々木 宏

<プロフィール>シンガタ クリエイティブ・ディレクター

慶應義塾大学卒。1977年電通入社。2003年「シンガタ」設立。主な仕事はSoftBankの全キャンペーン、サントリーBOSSを19年、ANA「ニューヨークへ行こう。」、FUJIFILM「お正月を写そう」、江崎グリコ「OTONA GLICO」、JR東海「そうだ、京都 行こう。」を10年、TOYOTA ECO PROJECTなど。ACC賞、TCC賞、ADC賞の各グランプリ、カンヌ広告祭金賞、朝日広告賞、電通賞、クリエイター・オブ・ザ・イヤー賞など。

【テレビCM審査員】	小田桐	昭	堀井	博次	宮崎	晋
	坂田	耕	秋山	晶	葛西	薫
	岡	康道	多田	琢	澤本	嘉光
	中治	信博	児島	令子	白土	謙二
	箭内	道彦	黒須	美彦	福里	真一
	古川	裕也	森本	千絵	谷山	雅計
	中島	信也				

【特別審査員】 茂木 健一郎 脳科学者

NHK「プロフェッショナル」キャスター。ソニーコンピュータサイエンス研究所シニアリサーチャー。「クオリア」をキーワードとして脳と心の関係を研究。

天野 祐吉 コラムニスト

TBS「NEWS23」にコメンテーターとして出演。元「広告批評」編集長。朝日新聞に「CM天気図」連載中。著書に「広告論講義」「ぼくのおじいちゃんのかお」等。

佐藤 可士和 アートディレクター

主な仕事に SMAP、NTT ドコモ、ユニクロ、UT STORE HARAJUKU、国立新美術館等。著書に「佐藤可士和の超整理術」(日本経済新聞出版社)。

齋藤 孝 明治大学文学部教授

NTV「世界一受けたい授業」、TBS「情報7days ニュースキャスター」に出演。著書に「声に出して読みたい日本語」等、多数。



【ラジオ CM 審査委員長】小田桐 昭

<プロフィール>オグルヴィ・アンド・メイザー・ジャパン 名誉会長

CMプランナーの第一号。「外資から日本の広告を変える」と電通を経て、オグルヴィ・アンド・メイザー・ジャパンへ。名誉会長。主な仕事：東京海上火災保険 / ビリヤード・危険がいっぱい、国鉄フルムーン、松下電器産業 / トランザム 高見山。

【ラジオ CM 審査員】	林 屋 創 一	福 本 ゆ み	中 山 佐知子
	井 田 万樹子	山 田 美保子	中 村 聖 子
	岡 部 将 彦	福 島 和 人	直 川 隆 久
	橋 本 祐 子	山 本 高 史	

【マーケティング・エフェクティブネス部門審査委員長】

秋元 康

<プロフィール>作詞家・京都造形芸術大学副学長・日本放送作家協会理事長

高校時代から放送作家として頭角を現し、数々の番組構成を手がける。83年以降、作詞家として、美空ひばり『川の流れのように』をはじめ、数々のヒット曲を生む。ジェロ『海雪』で日本作詩大賞受賞。09年、日本レコード大賞・特別賞をAKB48とともに受賞。TV番組『とんねるずのみなさんのおかげでした』などの企画構成、映画の企画・原作（『着信アリ』シリーズなど）、「AKB48」「SKE48」「SDN48」の総合プロデューサーも務める。著書に小説『象の背中』ほか多数。本年3月、渡辺晋賞を受賞。

【マーケティング・エフェクティブネス部門審査員】

池永 忠裕（電通プロモーションデザイン室長）  
 大谷 研一（博報堂顧問／博報堂アーキテクト 代表取締役社長）  
 岡野 宏（キヤノンマーケティングジャパン 宣伝制作部長）  
 岡本 善勝（資生堂 宣伝制作部 プロデュース室長）  
 恩蔵 直人（早稲田大学商学学術院長 商学部長）  
 早乙女 治（ADK エグゼクティブクリエイティブディレクター）  
 島崎 紘而（味の素 理事 広告部制作企画グループ長）  
 白井 博志（博報堂ソリューションビジネス局長）  
 田中 里沙（宣伝会議 取締役 編集室長）  
 津山 克則（パナソニック マーケティング本部グループマネージャー）  
 三浦 武彦（電通 執行役員 エグゼクティブクリエイティブディレクター）  
 八塩 圭子（学習院大学 経済学部 経営学科 特別客員教授）  
 八嶋 実（ADK 第一AP局 シニアアカウントプランナー／局長）



<注\*2>

**【審査講評 テレビCM部門】**

審査委員長 佐々木 宏 氏

BOSSとか、ソフトバンクとかは、もうわかったから、他にないのか。このふたつはもう除外しようよ、という意見も多数出ました。30秒のシリーズばかり誉めるな！僕も入れちゃうけど、という中治委員の突っ込みに、いや、むしろ、クライアントに15秒をやめてもらうためにはACCとして30秒やシリーズだけ誉めたってよいのだ！という岡委員の応酬。昨年、堀井委員からの「地方の皆さん、お金がないのを逆手にとって、アイデア・イッパツ、世間をアッとさせるCMで、業界を震撼させてください。」というメッセージに答えは出たか。今年、審査委員を辞退してしまった大貫委員の去年の言葉、「広告を作る才能とエネルギーを、企業や商品の開発発信力のほうに移していく必要がある。」というドッキリ発言の影響は？小田桐委員や、井田委員からの「制作者格差」の問題。「がんばれその他大勢」のエールは広告業界に届いたか？そして、毎年恒例の、これはカンヌのような新しいクリエイティブの発見会なのか、それとも、世間の話題性も加味した、人気投票的部分もあっていいじゃんなのか、という激論のその行方は？これが、結果です。

ベストテンは？グランプリは？ 11月1日を、お楽しみに。

**【審査講評 ラジオCM部門】**

ラジオCM 審査委員長 小田桐 昭 氏

ラジオが人々の視野から、だんだん外れていっているのでは、という危機感が、ラジオCMの審査を一変させた。「ラジオのためならすべてやる」というのが、今年の審査のスローガン。

例年なら、テレビとラジオが同一の審査だったのが、今年は11人の「ラジオを愛し、ラジオの今を憂えている」人たちによって別個に審査された。審査と同時に、どのように「ラジオの力」を伝え、「ラジオの可能性」を広げるかが熱心に論じられた。

全体の傾向を言えば、技巧的なものが減り、ラジオが持っている根本的な強さ、つまり「人間の声」を大事にしようというものが目立った。メッセージとシンプルなアイデアが強調され、余分なものを極力削り取ることでラジオでなければ、あるいはラジオだからこそその強さを追求しようとしていた。

もうひとつは、「企画部門」が大幅に増えたことである。

番組とCMの境が薄くなり、従来の定型CMの枠では収まりきれないものが増えつつある。このことは、CM以外の人たちをも巻き込み、ラジオに新しい力を与えている。審査員も、ラジオのメディアとしても新しい可能性を持つこの部門を積極的に評価しようとしたように思う。

**【審査講評 マーケティング・エフェクティブネス部門】**

審査委員長 秋元 康 氏

サントリーホールディングス（株）の「2010年 角ハイボールはじめましたキャンペーン」は、審査員全員がそのエフェクティブネスを評価していた。ワイン、焼酎、日本酒ブームによってウイスキーの需要が低迷する中、「ハイボール」という飲み方が再度、人気になったのは、このキャンペーンがあったからだろう。年配層にとっては懐かしく、若者層には新しい飲み方として、「ハイボール」が受け入れられた背景には、テレビコマーシャルで表現した“みんなでワイワイ、喋りながら飲む”という楽しいお酒のイメージがあったと思う。ウイスキーを静かに飲む時代から、炭酸で割って、少しだけ酔いたい時代への変化をいち早く察知したプランナーの勝利である。キリンビール（株）の『キリンフリー』ロウンチキャンペーン（アルコール0.00%市場創造）は、今までのビール党がアルコールを飲めない時のネガティブな代用品とただでなく、“新しい飲料”として、消費者が興味を持ったのは、一連のキャンペーンの効果だろう。株式会社日本香堂の「喪中はがきが届いたら」も、新しい提案として、消費者を納得させるものがあった。（株）資生堂の「TSUBAKI プロモーション」やパナソニック（株）の「エコナビ賛成キャンペーン」は、丁寧なブランディングこそが息の長いキャンペーンになることが実証された。（株）資生堂の「すべてのいいアセに。」キャンペーンは、ターゲットの見直しが新たな商品開発に匹敵することを教えてくれた。また、再春館製薬所の「まずは『無料お試しセット』から。ドモホルンリンクル レスポンス広告」は、長期に渡り、広告表現のトーン&マナーを変えずやり続けることがキャンペーンの基本であることを立証している。メダリストからは選に漏れた多くの作品も、それぞれが独自の切り口で展開した素晴らしいキャンペーンだったことを付け加えておく。

**【今年度 ACC CM FESTIVAL 概要】**

名 称 : 「2010 50th ACC CM FESTIVAL」

全国から応募された 2,280 点 (内訳 テレビ CM 部門: 1,520 作品 ラジオ CM 部門: 663 作品 マーケティング・エフェクティブネス<ME>部門: 97 点) の作品の中から、テレビ CM ベスト 10、ラジオ CM ベスト 5、ME 部門メダリスト 7 本が決まりました。11 月 1 日の贈賞式にて、3 部門の総務大臣賞/ACC グランプリをはじめ、テレビ CM ベスト 10・ラジオ CM ベスト 5 のランキングを発表します。

&lt;テレビ CM・ラジオ CM 部門&gt;

審査対象 : 2009 年 7 月 1 日から 2010 年 6 月 30 日までに日本民間放送連盟に加入している放送局において初放送されたテレビ・ラジオ CM

地域審査会 : 8 月に全国 7 地区で審査

全国審査会 : テレビ CM 部門 9 月 15 日、29~30 日  
ラジオ CM 部門 9 月 17 日、27~28 日



贈賞式 : 11月1日 ザ・プリンス パークタワー東京

入賞作品発表会 : 11月11日東京・有楽町朝日ホールを皮切りに、全国30ヶ所にて順次開催されます。

入賞作品の内訳 :

テレビ (応募総数 1520 本)	総務大臣賞/ACCグランプリ、ACCゴールド	10
	ACCシルバー	10
	ACCブロンズ	30
	ACCファイナリスト	76
	地域ACCファイナリスト	109

ラジオ (応募総数 663 本)	総務大臣賞/ACCグランプリ、ACCゴールド	5
	ACCシルバー	12 (7 作品)
	ACCブロンズ	13(12 作品)
	ACCファイナリスト	29
	地域ACCファイナリスト	56

<ME 部門>

審査対象 : CM を中心に戦略的かつ効果的な広告活動を展開した企画で、2010年6月30日以前に社団法人日本民間放送連盟に加入している放送局において、テレビCMないしラジオCMが初放送されたもの(2009年6月末以前に終了している企画は応募不可)。

審査会 : 9月16日、10月5日

贈賞式 : 11月1日 ザ・プリンス パークタワー東京

入賞作品の内訳 :

マーケティング・ エフェクティブネス (応募総数 97 本)	総務大臣賞/ACCグランプリ メダリスト	7
	ファイナリスト	7

入賞作品発表会 : 11月11日東京・有楽町朝日ホール

以上