



報道各位

～未来は今年を忘れない～

2011 51st ACC CM FESTIVAL 総務大臣賞/ACC グランプリは

テレビ CM 部門 九州旅客鉄道/九州新幹線全線開業「総集編」
 ラジオ CM 部門 プラチナ・ギルド・インターナショナル/プラチナリングのシリーズ CM
 ME 部門 味の素/「クノールカップスープ」行動喚起キャンペーン

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、今年の第 51 回 ACC CM フェスティバル（正式名称「2011 51st ACC CM FESTIVAL」）に応募された CM 作品 2,347 点（内訳 テレビ：1,623 作品 ラジオ：669 作品 ME55 作品）の中から、テレビ部門に九州旅客鉄道/九州新幹線全線開業「総集編」、ラジオ部門にプラチナ・ギルド・インターナショナル/プラチナリングの「純粋/永遠/希少」、マーケティング・エフェクティブネス（ME）部門に味の素/クノールカップスープ「つけパン v s. ひたパン」行動喚起キャンペーンを、2011 年度の総務大臣賞/ACC グランプリに決定いたしました。

また、今回初めての試みとして、テレビ CM 部門のブロンズ以上の作品を対象に、生活者であり次世代のクリエイターである学生に「次世代クリエイターたちが選ぶ ACC 賞」を選考していただきました。12 月 6 日に審査会を開き、東京ガス株式会社の企業/家族の絆・お弁当メールほか 9 作品が選ばれました。

3 部門の総務大臣賞/ACC グランプリ、ゴールド・メダリスト、審査員特別賞及び「次世代クリエイターたちが選ぶ ACC 賞」の受賞作品は以下の通りです（詳細は入賞作品リストをご覧ください）。

<テレビ CM 総務大臣賞/ACC グランプリ・ゴールド>

賞名	広告主	商品名/題名	広告会社	制作会社
総務大臣賞/ ACC グランプリ	九州旅客鉄道	九州新幹線全線開業/総集編	電通/電通九州	エンジンフィルム/ ティーアンドイー
ACC ゴールド	東京ガス	企業/家族の絆・お弁当メール	電通	ホリプロ
ACC ゴールド	サントリーホールディングス	BOSS/宇宙人ジョーンズ「2 つのタワー篇」 「とある老人篇」「駅員篇」「奥の細道篇」	シンガタ/ワンスカイ /電通	東北新社/ ギークピクチャーズ
ACC ゴールド	NTTD コモ	スマートフォン「タブレット篇」「上京篇」 「名刺篇」「Bee カラ篇」	エヌ・ティ・ティ・アド/ 電通/タグポート	東北新社
ACC ゴールド	東日本旅客鉄道	東北新幹線 新青森開業/ MY FIRST AOMORI 「トーキョー」「恋」「ねぶた」「居酒屋」「新青森 駅」「開業」「デート」「旅立ち」	ジェイアール東日本 企画/電通/dof/ 一倉広告制作所	ピクト
ACC ゴールド	NTTD コモ	TOUCH WOOD SH-08C/森の木琴	Drill/電通/ エヌ・ティ・ティ・アド	エンジンプラス
ACC ゴールド	大和ハウス工業	企業広告/ここで、一緒に	電通 関西支社/ タグポート	ロボット
ACC ゴールド	サントリーホールディングス	企業広告/歌のリレー「見上げてごらん夜の 星をA」「見上げてごらん夜の星をC」「上を向 いて歩こうC」「上を向いて歩こうA」	シンガタ/goen/ caviar/電通/博報 堂	ギークピクチャーズ /東北新社
ACC ゴールド	大日本除虫菊	コバエがポットン/ご意見篇(山笠さん)	電通 関西支社/ Watson-Crick Inc.	電通クリエイティブ X 関西支社
ACC ゴールド	エステー	消臭力/「歌う男の子篇」「夢の競演篇」	博報堂/博報堂クリエ イティブ・ヴォックス	東北新社



<テレビCM部門 次世代クリエイターたちが選ぶACC賞>

	商品名	題名	広告主
1	企業	家族の絆・お弁当メール	東京ガス
2	ニコラ・フィアット	乾杯実験	日本酒類販売
3	九州新幹線全線開業	総集篇	九州旅客鉄道
4	TOUCH WOOD SH-08C	森の木琴	NTTドコモ
4	企業	タイムスリップ家族	ライオン
6	ハッピーバースデー 3.11	ハッピーバースデー 3.11	公益財団法人日本ユニセフ協会
6	歯ブラシ	歯ブラシ家族 お兄ちゃん/歯ブラシ家族 未来の家族 /歯ブラシ家族 息子と母親	ライオン
8	スマートフォン	スマホ 夏CP walk with you	NTTドコモ
8	SUUMO ブランド	ココロの声 第一話/ココロの声 第二話/ココロの声 第三話	リクルート
10	BOSS	宇宙人ジョーンズ・2つのタワー篇/宇宙人ジョーンズ・とある老人 篇/宇宙人ジョーンズ・駅員篇/宇宙人ジョーンズ・奥の細道篇	サントリーホールディングス

<ラジオCM 審査委員特別賞、総務大臣賞/ACCグランプリ・ゴールド>

賞名	広告主	商品名/題名	広告会社	制作会社
ACC審査委員特別賞	シンワ測定 他 47社	新潟コミュニティFM10 局震災復興キャンペーン/ 明日につながるメッセージ/きずな伝言板「柏崎A」 「燕三条C」/未来へのたすき「雪国A」「長岡A」		柏崎コミュニティ放送
総務大臣賞/ ACCグランプリ	プラチナ・ギルド・ インターナショナル	プラチナリング/「純粹」「永遠」「希少」	電通	電通/エフエム東京/ 福本ゆみ事務所
ACCゴールド	資生堂	被災地向けCM/歌よ届け(演歌歌手篇)「千昌夫」 「新沼謙治」「小林幸子」「橋幸夫」「八代亜紀」「北 島三郎」「鳥羽一郎」「都はるみ」		ワッツ オブ トーキョー
ACCゴールド	兼子	兼子/ラブレター篇	SBS プロモーション	静岡放送
ACCゴールド	P&G イノベーション 合同会社	クルマ用ファブリーズ/スポーツカー	グレイワールド ワイド	ティ・シー・ジェー
ACCゴールド	小学館	国民読書年/ぼくのおばあちゃん	電通	大日
ACCゴールド	パナソニック	マッサージソファ・ネックリフレ・デイカロリ/ パナソニック ヘルスケア「お料理教室」シリーズ 「煮込み」「干物」「スフレ」	電通	ビッグフェイス/ エムアイティギャザリ ング

<マーケティング・エフェクティブネス部門 総務大臣賞/ACCグランプリ・メダリスト・審査委員特別賞>

賞名	広告主	商品名/キャンペーン名	広告会社	制作会社
総務大臣賞/ ACCグランプリ	味の素	クノール カップスープ/「つけパンvs. ひたパン」 行動喚起キャンペーン	博報堂	葵プロモーション
メダリスト	江崎グリコ	アイスの実/江口愛実誕生!	電通 関西支社	エンジンフィルム/ 電通テック 関西支社/ Three&Co
メダリスト	KDDI	IS03/Android au コミュニケーション (IS03ローンチ)	博報堂/ アサツーディ・ケイ/ 博報堂ケトル	ティー・ワイ・オー
メダリスト	ファーストリテイリング	ユニクロ/ユニクロ年間キャンペーン (10年秋冬~11年春夏)	電通	TYO プロダクションズ/ モンスター
審査委員特別賞	東北六魂祭 実行委員会	東北六魂祭/東北六魂祭PRキャンペーン	電通/ 電通東日本	ディー・エム・ピー
審査委員特別賞	三陸に仕事を! プロジェクト実行委員会	浜のミサガ「環」/三陸に仕事を!プロジェクト	仙台博報堂/ 盛岡博報堂	ASTRAKHAN/ Qoo
審査委員特別賞	防衛省	自衛隊/自衛官募集キャンペーン	博報堂	ティー・ワイ・オー



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。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 11 月～12 月初旬に実施、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タレント賞には、ミゲルさん（エステー・消臭力）、妻夫木聡さん（東京ガス／ガスパッチョほか）、三浦春馬さん（東日本旅客鉄道／東北新幹線 新青森開業ほか）、岸本麻依さん（東日本旅客鉄道／東北新幹線 新青森開業）、九州新幹線全線開業に出演の皆さま（九州新幹線全線開業／総集編）が見事獲得されました。

総務大臣賞／ACC グランプリをはじめとする入賞作品の贈賞式は、2012 年 1 月 17 日（火）に東京・内幸町のイイノホール&カンファレンスセンターにて行われます。なお、今年度の入賞作品は 12 月 16 日（金）の有楽町・朝日ホールを皮切りに、全国 30 ケ所で上映・公開されます。

以上



<別紙>※参考資料

<注*1> 【2011 51st ACC CM FESTIVAL 審査員】(敬称略、順不同)

【テレビ CM 審査委員長】 杉山 恒太郎

1948年、東京生まれ。立教大学経済学部卒業後、電通入社。
カンヌ国際広告映画祭審査委員を2年間、またサイバー部門で1年間務めた他、イギリス「キャンペーン」誌で特集されるなど、世界的広告クリエイターである。クリエイティブディレクション局にて、クリエイティブディレクターとして活躍。主な作品に小学館の「ピッカピカの一年生」、「セブンイレブンいい気分」、サントリーローヤル「ランボー」シリーズ、日立インターフェイス・キャンペーンなど、その他多数。

【テレビ CM 審査員】

麻生 哲朗 (TUGBOAT)
一倉 宏 (一倉広告制作所)
伊藤 直樹 (PARTY)
太田 麻衣子 (株式会社博報堂クリエイティブ・ヴォックス)
川越 智勇 (株式会社ドリル)
岸 勇希 (株式会社電通)
佐々木 宏 (シンガタ)
佐野 研二郎 (MR_DESIGN)
澤本 嘉光 (株式会社電通)
高崎 卓馬 (株式会社電通)
高田 伸敏 (株式会社東急エージェンシー)
多田 琢 (TUGBOAT)
田中 昌宏 (株式会社大広)
永井 聡 (株式会社葵プロモーション)
中島 信也 (株式会社東北新社)
永見 浩之 (株式会社ツクリテ)
福里 真一 (ワンスカイ)
古川 裕也 (株式会社電通)
三井 明子 (株式会社アサツデー・ケイ)
山崎 隆明 (株式会社ワトソン・クリック)
横澤 宏一郎 (株式会社タンバリン)

【次世代のクリエイターたちが選ぶ ACC 賞】

コーディネーター 岸 勇希 (テレビ CM 部門審査員)
審査委員 本年度 ACC 学生 CM コンクールテレビ部門応募者より 26 名
リーダー 久間木 達朗 (本年度 ACC 学生 CM コンクールテレビ部門大賞受賞者)



【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 (株式会社エフエム東京)
福本 ゆみ (有限会社福本ゆみ事務所)
中山 佐知子 (株式会社ランダムハウス)
井田 万樹子 (ペープロ)
山田 美保子 (有限会社ヒロイン)
中村 聖子 (Seiko Office)
岡部 将彦 (株式会社電通)
福島 和人 (株式会社博報堂)
直川 隆久 (株式会社電通)
橋本 祐子 (朝日放送株式会社)
山本 高史 (株式会社コトバ)

【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。2010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 (ティー・ワイ・オー クリエイティブセンター顧問)
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ストラテジックプランニング本部シニアプランニングディレクター)



<注*2>

【審査講評 テレビCM部門】 審査委員長 杉山 恒太郎 氏

未曾有の災禍を経ての今年のACC賞は、そのテーマ「未来は今年を忘れない2011年ACC」にふさわしい内容の濃い審査と結果になった。

ひとつは新しい審査方法の導入だ。去年までの〇×式から最高点9点から1点で評価するシステムに。これによってより精緻に評価することが可能になったと思う。またブロンズ以上のメダルの色を決める際には、自分が関わったCMには投票できないとした。これらはカンヌ等世界の広告賞で行われているルールで、よりフェアで透明性の高い審査をめざした。また、クラフト賞を新設。人間を、個人の才能を大切にするACCの伝統に基づいたものだ。そして例年通りゴールドかシルバーか、シルバーかブロンズか活発な議論の後とてもスリリングで白熱したが、今年のグランプリ決定は、より開かれたACCということで幅広く選ばれた審査員たちが、満場一致ですんなりと決定した。こうしたことは実はとても稀有なことだ。そして今年の潮流として、表現として強いCMはもちろんのこと“人の気持ちを動かす力”を持ったCMが多く受賞した。ソーシャルメディア台頭の中、生活者参加型のCMなど、通年より表現に多様性と多層性があったと思う。それは2011年という年だからこそ今一度皆がCMを創る仕事により真剣に立ち向かい、CMの可能性と力を追い求めた結果なのだと強く感じた。未曾有の災禍を経ての今年のACC CM FESTIVALは、そのテーマ「未来は今年を忘れない2011ACC」にふさわしく、内容の濃い審査と結果になった。

ひとつは新しい審査方法の導入だ。去年までの〇×式から最高点9点から1点で評価するシステムに。これによってより精緻に評価することが可能になったと思う。またブロンズ以上のメダルの色を決める際には、審査員は自分が関わったCMには投票できないとした。これらはカンヌ等世界の広告賞で行われているルールで、よりフェアで透明性の高い審査をめざした。

更に今年は、クラフト賞を新設。人間を、個人の才能を大切にするACCの伝統に基づいたものだ。

そして例年通りゴールドかシルバーか、シルバーかブロンズかとてもスリリングで白熱した議論を経て、今年のグランプリ決定は、より開かれたACCということで幅広く選ばれた審査員によって満場一致で「九州新幹線全線開業」に決定した。こうしたことは実はとても稀有なこと。

今年の潮流としては、より物語性を重視した“人の気持ちを動かす力”を持ったCMが多く受賞した。ソーシャルメディア台頭の中、グランプリ作品に見られるような生活者参加型のCMなど、例年より表現に多様性と多層性があったと思う。それは2011年という年だからこそ今一度みんながCMを創る仕事により真摯に立ち向かい、CMの可能性と力を追い求めた結果なのだと強く感じた。

【次世代のクリエイターたちが選ぶACC賞】 コーディネーター 岸 勇希 (テレビCM部門審査員)

～審査を通じて、感じる、考える、論じる、気がつく。～

今回この審査のお手伝いをさせて頂きましたが、学生であり、生活者であり、未来のクリエイターである学生審査員たちとの時間は、とても刺激的で楽しいものでした。彼らがどの作品を評価したのか？もちろん気になるころではありますが、一番大切だったことは、その結果よりもプロセスだったと思います。

審査員全員でディスカッションして決められたクライテリアは、「①自分が好きなCMか？(個人視点)」 「②やられた！と思うCMか？(作り手視点)」 「③人に言いたくなるCMか？(学生視点)」の3点。学生らしく、また作り手らしい評価軸になったと思います。日頃は、単に好き嫌いだけで見ているCMも、どう評価すべきか考えることで、これまではなかった新しい視点を、それぞれが発見してくれたようでした。今後この経験が、作り手としての資産になることを期待するばかりです。

審査を終えて、各々が楽しそうな顔をしながら「あれいいよね！」「私はこれが好き！」「ああいうCMいつかつくりたい！」などと、楽しそうな顔をしながらはしゃいでいる様子が、とても印象的でした。CMに元気がないとも言われることもありますが、彼らの顔からはそんな不安は感じられませんでした。同時に僭越ではありますが、これからも若い人たちに、笑顔や楽しみ、話題を提供できるようなキラキラしたCMを生み出せるよう、プロとしてより一層努力しなくては、と心に誓った審査会でした。学生審査員の皆さま、本当にお疲れ様でした。ありがとうございました。



【審査講評 ラジオ CM 部門】 ラジオ CM 審査委員長 小田桐 昭 氏

～兼子の「ラブレター」から資生堂の「被災地へ、演歌よ届け」まで。～

今年のラジオ CM の審査は、ひとことで言えば「混とん」の中にあった。

ひとつは、震災支援の CM と、そうでないもの。加えて、今年限りの参加としたコミュニティ FM 局と、従来のマスメディアとしてのラジオ CM。番組と CM、あるいはネットなど他のメディアとの乗り入れによるものなど。

それらを同列に並べて審査する危うさの中に、私たちは常にあった。

しかし、そんな中であっても、「ラジオの未来のためなら、どんな小さな芽でも見逃すまい」という、審査員ひとりひとりの思いは果たせたように思う。

グランプリ候補は 3 本。

資生堂のコミュニティ FM 局に、放送用のコンテンツとして提供した「歌よ届け」と、再生紙メーカー 兼子による「ラブレター」という 20 秒 CM、そして、50 周年ホリプロと 40 周年 TOKYO FM が組んだ特別企画の連続ドラマに挿入された「プラチナリング」の企画 CM である。

「資生堂」は地域によって必要な支援が異なるということから、コミュニティ FM 局に「からだ」と「こころ」のケアのためのコンテンツをきめ細かく制作し提供した。多くの広告主が「広告自粛」を決め込んで、メディアからいち早く後退したことを思えば、資生堂が少しでも早く、広告主としての役割を果たそうとしたことに対する評価でもあった。

「兼子」は再生紙メーカーで、おそらく知名度もあまりないブランドだと思う。しかし、20 秒という、最小の定型の中で、クリエイティブの力で、並みいる競争相手をギャフンと言わせた。

「プラチナリング」は、ホリプロのタレントを並べた豪華連続ラジオドラマの挿入 CM として、インターネットを駆使しながら、世の中に大きな話題を提供した企画 CM である。しかし、審査員はむしろ、この CM が極めて精微な音によって作り上げられており、その「サウンドクラフト」に対しても大きな評価を与えた。

それぞれが、ラジオの「力」と「未来」を感じさせるに十分な作品だったと思う。

最後に、「新潟コミュニティ FM10 局震災復興キャンペーン」に審査員特別賞を決めた。

新潟県のクライアント 47 社を集め、県内に避難している被災者の声を集めて、東北のコミュニティ FM を通じ現地に届ける「きずな伝言板」に対してである。被災者の声の生々しさが、ラジオの持っているチカラと可能性を示し、感動的であった。

【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

グランプリは、満場一致で、味の素（株）の「『つけパン vs ひたパン』行動喚起キャンペーン」に決まった。これぞ、“マーケティング・エフェクティブネス”の手本とするべき成功例だろう。「クノールカップスープとの同時喫食率第 1 位は『パン』。朝食における『パン出現率』は 70%、『スープ出現率』は 10%と、約 7 倍」というデータから、“ディップ”を新しい食べ方として提案し、さらに、“ディップ”ではなく、“つけパン”、“ひたパン”と言い換えたのは、マーケティングの鋭い分析力によるものだ。また、40 年の歴史を持つロングセラーブランドがパン売り場まで店頭拡大できたことは、特筆すべき成果だと言えよう。江崎グリコ（株）の「江口愛美誕生！」は、仕掛け次第で PR 費換算約 30 億円相当のキャンペーンを生み出すことができると証明した。KDDI（株）の「Android au コミュニケーション(IS03 ローンチ)」は「Android を待て」とシンプルに訴え、『史上最大の買い控え』を促した戦略の潔さに脱帽である。(株)ファーストリテイリングの「ユニクロ年間キャンペーン」は、「ファッション」と「生活必需品」という異なる面を持つブランドのトーン&マナーを一貫して守り続けたことが、商品広告の累積となって、あらゆる世代に効果的に浸透した。



【今年度 ACC CM FESTIVAL 概要】

名 称 : 「2011 51st ACC CM FESTIVAL」

全国から応募された 2,347 点 (内訳 テレビ:1,623 作品 ラジオ:669 作品 ME55 作品) の作品の中から、テレビ CM 部門・ラジオ CM 部門の総務大臣賞/ACC グランプリ及び ACC ゴールド、ME 部門の総務大臣賞/ACC グランプリ・メダリストをはじめとする入賞作品が決まりました。なお、今回は 3 月の震災を鑑みて、募集開始時期を 3 か月延期しました。

<テレビ CM>

審査対象 : 2010 年 7 月 1 日から 2011 年 9 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 CM

地域審査会 : 10 月下旬~11 月初旬に全国 7 地区で審査

全国審査会 : 11 月 22 日、12 月 1~2 日

入賞作品の内訳 :

テレビ (応募総数 1623 本)	総務大臣賞/ACC グランプリ	1
	ACC ゴールド	9
	ACC シルバー	12
	ACC ブロンズ	32
	ACC ファイナリスト	91

ACC 地域ファイナリスト 109 本

※ 「次世代のクリエイターたちが選ぶ ACC 賞」 …10 本

今回初めての試みとして、テレビ CM 部門のブロンズ以上の作品中から、生活者であり次世代のクリエイターである学生に「次世代クリエイターたちが選ぶ ACC 賞」を選考していただいた。

<ラジオ CM>

審査対象 : 2010 年 7 月 1 日から 2011 年 9 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ラジオ CM

※なお、東日本大震災の被災地域等のコミュニティ FM 局などで放送されている生活情報の中に、消費者に密着した CM と解釈できるものがあるのではないかと推察し、コミュニティ FM での作品についてもエントリーを受け付けました。

地域審査会 : 10 月下旬~11 月初旬に全国 7 地区で審査

全国審査会 : 11 月 15 日、28~29 日

入賞作品の内訳 :

ラジオ (応募総数 669 本)	総務大臣賞/ACC グランプリ	1
	審査委員特別賞	1
	ACC ゴールド	5
	ACC シルバー	5
	ACC ブロンズ	11
	ACC ファイナリスト	28

ACC 地域ファイナリスト 48 本



社団法人 全日本シーエム放送連盟

〒105-0004 港区新橋 3-1-11 長友ランディックビル 5F TEL 03-3500-3261

<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、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（2010 年 6 月末以前に終了している企画は応募不可）。

審査会：11 月 9 日、25 日

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 55 本)	総務大臣賞/ACC グランプリ	1
	メダリスト	3
	審査委員特別賞	3

なお、3 部門とも、入賞作品発表会は 12 月 16 日に有楽町・朝日ホールにて（全国 30 ヶ所にて順次開催）、贈賞式は 2012 年 1 月 17 日に内幸町・イイノホール&カンファレンスセンターでそれぞれ開催します。

以上

この件に関するお問い合わせは、ACC 事務局 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

TEL : 03-3500-3261 FAX : 03-3500-3263

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