

ジャーナリスト賞

テレビCM部門

商品名	題名	秒	広告主	広告会社	制作会社
企業	デザインの前と後で	60	KDDI(株)	シンガタ	(株)東北新社

ラジオCM部門

商品名	題名	秒	広告主	広告会社	制作会社
角川文庫	ナンバ	20	(株)角川書店	(株)電通	(株)東北新社

創設目的

わが国において放送されたラジオおよびテレビのコマーシャル(CM)の中から、最も時代性・社会性を反映し影響力のあった作品を、ジャーナリストの立場から選考・顕彰することによって、国民生活の一層の向上と放送文化の健全な発展に資することを目的に2000年度より創設。

選考方法

選考対象としたCMは、ACCの今年度入賞作品の中から銅賞以上の81作品(ラジオ部門25作品、テレビ部門56作品)とした。それぞれのCMが持つ社会性、独創性、話題性などの選考基準をベースに、選考委員がジャーナリストとしての責任において判断し、慎重かつ厳正な選考を行った。

選考委員

朝日新聞東京本社 文化部長 鈴木 繁 氏 / 産経新聞東京本社 編集局 文化部次長 山根 聡 氏 / 中日新聞東京本社 東京新聞 放送芸能部部長 堀内 浩一郎 氏 / 日本経済新聞社 編集局 文化部長 小林 省太 氏 / 毎日新聞社 編集局 学芸部長 冠木 雅夫 氏(選考委員長) / 読売新聞社 編集局 文化部次長 増沢 一彦 氏 / 共同通信社 編集局 文化部長 黒沢 恒雄 氏 / 時事通信社 文化部 部長 高林 睦宏 氏 / 産経新聞東京本社 サンケイスポーツ 編集局 文化報道部部長 高見 修次 氏 / スポーツニッポン新聞社 編集局 文化社会部部長 佐藤 雅昭 氏 / 日刊スポーツ新聞社 編集局 文化社会部部長 馬場 龍彦 氏 / 報知新聞社 編集局 文化部 部長 石居 泉 氏

以上の方々が選考委員を務めました。