



平成 22 年 3 月 11 日

報道関係各位

**ACC・カンヌ・ヤング・ライオン・クリエイティブ・コンペティション国内選考会結果発表**

**激戦を制したのは、**

**フィルム部門 小笠原 健さん、徳野 佑樹さん(所属会社 株式会社博報堂)、**

**プレス部門 大山 徹さん(所属会社 株式会社電通)、**

**伊藤 真也さん(所属会社 株式会社電通テック)**

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）は、国際的に通用する若手クリエイターの育成を目的として、2010 ACC・カンヌ・ヤング・ライオン・クリエイティブ・コンペティション国内選考会を実施しました。3月11日に選考会を開催して慎重に審査した結果、優勝はフィルム部門で小笠原 健さん、徳野 佑樹さん（所属会社 株式会社博報堂）のチーム、プレス部門で大山徹さん（所属会社 株式会社電通）、伊藤真也さん（所属会社 株式会社電通テック）に決定しました。優勝チームは6月にフランス・カンヌ市で開催される「カンヌ ヤングライオン クリエイティブ コンペティション」に参加し、世界各国代表の若手クリエイターとクリエイティブのアイデアと技術を競うこととなります。

当連盟国際部会では、海外の著名広告コンクールの入賞作品を積極的に紹介していくことで、わが国のクリエイターに常に新しい世界からの情報を提供し CM の質的向上に努めております。海外広告賞の中でも最も権威があると称されている「カンヌ国際広告祭」に関しては、現地視察ツアーのご案内、現地会場での ACC ラウンジ開設及び専用の登録ブースの設置、入賞作品研究発表会の開催、さらにはフィルム部門審査員選考、そしてヤング・クリエイティブ・コンペティション日本代表チーム選出をしております。

2010ACC・カンヌ・ヤング・ライオン・クリエイティブ・コンペティション国内選考会では、今年も「フィルム部門」「プレス部門」の2部門で実施、テーマはフィルム部門が「フードマイル」、プレス部門が「存在しない子どもたち」でした。選考は、現地の「ヤングライオン・クリエイティブ・コンペティション」と同様に英語でのオリエンテーション後、規定時間以内に作品を提出していただき、その作品をカンヌの審査員経験者による審査という方法で行いました。本年はフィルム部門 97 チーム 194 人（昨年は 104 チーム 208 人）、プレス部門に 130 チーム 260 人（昨年は 134 チーム 268 人）が参加、熱戦を繰り広げました。審査会は3月11日に行われ、その結果は当日午後6時30分より開催された発表会（セレブレーションパーティ）で発表しました。

実施要領と結果は別紙のとおりです。

この件に関するお問い合わせ先

(社) 全日本シーエム放送連盟 (ACC)

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

電話 03-3500-3261 FAX 03-3500-3263

ホームページ <http://www.acc-cm.or.jp>

担当：小原



**2010 ACC・カンヌ・ヤング・ライオン・クリエイティブ・コンペティション国内選考会**  
**結果と実施要領**

<結果>

**【フィルム部門】**

**\*優勝者** 小笠原 健さん、徳野 佑樹さん（所属会社 株式会社博報堂）のチーム

**2位** 三浦 北斗さん（所属会社 株式会社電通）、  
望月 裕子さん（所属会社 株式会社ピクト）のチーム

**3位** 細田 高広さん（所属会社 株式会社博報堂）、  
小林 佳弘さん（所属会社 株式会社博報堂プロダクツ）のチーム

**【プレス部門】**

**\*優勝者** 大山 徹さん（所属会社 株式会社電通）、  
伊藤 真也さん（所属会社 株式会社電通テック）のチーム

**2位** 三浦 北斗さん、玉置 太一さん（所属会社 株式会社電通）のチーム

**3位** 安原 克典さん（所属会社 株式会社電通）  
三上 悠里さん（所属会社 株式会社電通テック）のチーム

<スケジュール>

オリエンテーション	2月16日（火）	プレス部門／フィルム部門
作品提出	プレス部門	2月17日（水）
	フィルム部門	2月18日（木）
選考会	3月11日（木）	
セレブレーションパーティ	3月11日（木）	18：30～選考結果発表と講評、参加者懇親会

<オリエンテーション>

審査員から英語でオリエンテーションを実施します。課題は当日発表します。

<審査員> \*\*\*カンヌ審査経験者を中心としたメンバーにより選考

鏡 明氏（電通）  
大谷 義智氏（読売広告社）  
河野 俊哉氏（博報堂）  
川越 智勇氏（アサツーディ・ケイ）  
永井 一史氏（HAKUHODO DESIGN）  
溝口 俊哉氏（マッキンゼーエリクソン）  
塚田 由佳氏（電通）



<課題と提出作品への指示> ※フィルム部門とプレス部門は別課題

【フィルム部門】

■ テーマ：フード マイル

■ クライアント：TFM (Think Food Miles)

「フード マイル」の啓蒙活動を通じて、CO2の削減に貢献する架空の非営利団体

■ 提出物：TV - CM 30秒

■ テーマについて

フード マイル (Food Miles) とは、1994年に、イギリスの消費者運動家・ロンドン市立大学食料政策学教授のティム・ラング (Tim Lang) が提唱した概念です。日本では、農林水産省農林水産政策研究所 (所長・篠原孝/当時) によって 2001年に初めて導入され、その際の訳語に日本人に理解されやすいように、「フードマイレージ」という名称が採用されました。

フード マイル (Food Miles) という言葉は、「食料の (food) 輸送距離 (mile)」2つの言葉を合わせた造語であり、フード マイルの量は、輸入相手国別の食料輸入量重量 (トン) × 輸出国までの輸送距離 (キロメートル) で表わされます。食品の生産地と消費地が近ければフードマイルは小さくなり、遠くから食料を運んでくると大きくなります。

フード マイルの考え方は、「食料品は地産地消 (生産地と消費地が近いこと) が望ましい」という考え方に基づいています。産地と消費地が遠くなると、輸送にかかわるエネルギーがより多く必要になり、地球環境に大きな負荷を掛けることとなります。つまり、フードマイルの数値が大きければ大きいほど、その消費地は食料に関して贅を尽くしているとも言えます。

■ 目的

環境問題は日々私たちの暮らしと密接に関係している問題です。CO2の排出量を減らし温暖化を防ぐためには、「フードマイルを減らす」という考え方もあることを啓蒙してください。

■ 輸入食材すべてを反対するのではなく、食べ物と輸送距離の関係を考え、自ら知ろうとするように TVCM で促してください。

■ ターゲット (Target)

無意識に食べ物を買って、消費している人々すべて。



## 【プレス部門】

■ テーマ：存在しない子どもたち (Invisible Children)

■ クライアント：ICU / Invisible Children United

出生登録されていない子供たち達を世界に知らせ、サポートする架空の非営利団体

### ■ テーマについて

「存在しない子ども達」とは、「公的に存在が認められていない子どもたち」を意味します。世界には、出生証明制度の不備等からその存在が公に認知されず、生存・発達に欠かすことのできないサービス（予防接種などの基礎保健・医療、安全な水、初等教育など）を受けられない子ども達が数多く存在します。また、こうした身元不詳の子ども達の多くは、人身売買や強制労働、売買春、児童兵士として戦闘参加などの危険にさらされています。

開発途上国での出生登録の実態を見ると、毎年平均して平均出生の約55%が登録されておらず、特に中南米地域全体では6人に1人の割合です。この数値は、出生1,100万人当たり実に200万人が出生登録されていないことを意味します。

出生登録は子どもの安全と成長のために欠かせないばかりでなく、国家の発展にとっても不可欠です。保健や教育を保障され十分活用できた子どもたちは、将来成長して、社会に貢献してゆきます。また、国家は、出生登録によって国民の状況を詳しく知ることができるため、今後ますます限られてくる資源を有効に活用することもできるのです。

### ■ 目的

私たちは、世界の子どもたちのこうした実態から、目をそむけるのではなく、関心を持つことから始めなくてはなりません。一人でも多くの人々に彼らの存在を知らせ、賛同を得、サイン（承認）を求めてください。あなたのサインが世界を動かすのです。

（サインの集め方は、SICU事務局／1234 East 5th Street, NY, NY 1230-5678（架空）へ手紙を送ってもらう形式とします。）

### ■ ターゲット

存在しない子ども達に関心のない人々すべて

## <選考結果発表>

選考の結果は、審査当日に発表会（セレブレーションパーティ）を開催して、その席で発表。発表の際に、審査員から講評。

（セレブレーションパーティ会場には、全エントリー作品が掲示される）

発表会にはエントリーチーム全員をご招待し、ACC理事、国際部会委員及び関係者も出席。



<カンヌ国際広告祭日本代表>

株式会社東映エージェンシー

<協力と協賛>

ゲッティ イメージズ ジャパン株式会社

カンヌ国際広告祭公式イメージプロバイダー会社であるゲッティ イメージズ ジャパン株式会社より本コンペティション(プレス部門)への素材の提供をいただいております。

株式会社アサツー ディ・ケイ

株式会社オムニバス・ジャパン

株式会社東北新社

株式会社博報堂

<カンヌ国際広告祭 ヤングライオンクリエイティブコンペティションとは>

1995年から始まったカンヌ国際広告祭でのスペシャルイベントとして注目される催しです。世界30ヶ国以上の国別代表チーム(28歳以下のクリエイター)が出場し、現地において出題された同一課題に対して規定時間以内に作品を提出し、競われるクリエイティブコンペティションです。1位~3位までのチームは、現地の表彰式にて顕彰されます。

<ご参考：これまでの国内選考会の課題と優勝者>

【フィルム部門】

年	課題	優勝者
2006	フカひれの需要を抑制する	(株)電通 佐藤玲彦 大島美緒
2007	もっと歩こう!	(株)電通 北田有一 (株)葵プロモーション 菊池浩史
2008	もっと読書を!	オグルヴィ・アンド・メイザー・ジャパン(株) 杉山元規 長部洋平
2009	ネットいじめ	(株)東北新社 高島夏来 (株)アサツー ディ・ケイ 武井哲史

【プレス部門】

年	課題	優勝者
2003	遺伝子組換え食品	(株)電通 山田慶太 佐藤 拓
2004	ユニバーサルデザイン	(株)電通 藤井亮 張間純一
2005	小児肥満問題	(株)電通 後藤一臣 神原秀夫
2006	少年犯罪	(株)博報堂 下東史明 宮脇亮
2007	動物園で虐待されている動物の救護	(株)アサツー ディ・ケイ 青柳有美子 砥川直大
2008	少年兵の禁止	(株)ライトパブリシテイ 大野瑞生 武田正文
2009	アニマルセラピー	(株)電通 工藤真穂 土居美由希

(敬称略)

以上