

【事後レポート】
日本最大の公募広告賞「第54回宣伝会議賞」グランプリ発表
合計 40 万 4273 点の応募作品の中から決定
グランプリは平山瑞穂さん
「子どもが苦手なものは一度揚げてみる。」
「水曜日のカンパネラ」コムアイさんがお祝い&激励

株式会社宣伝会議（東京都港区、代表取締役会長 東英弥）は3月10日（金）、日本最大規模の公募型広告賞である「第54回宣伝会議賞」の贈賞式を、都内で開催しました。合計40万4273点の応募作品（コピー・CM企画）の中から最高賞のグランプリに選ばれたのは、日清オイリオグループの課題「日清オイリオの食用油を使って、揚げ物をつくって、おいしく食べて、元気になる！ そんなキャッチフレーズ。」に対して応募された「子どもが苦手なものは一度揚げてみる。」という平山瑞穂さん（株式会社インサイト・ディレクション）のキャッチフレーズでした。

■日常にある母の優しさをコピーに

グランプリを受賞した平山さんは、広告の企画制作を手がけるインサイト・ディレクションでコピーライターとして活動して4年。「このコピーが生まれたきっかけは、いただきものの『お麩（ふ）』を、どうやって食べようかと母に相談したとき、『とりあえず、揚げておけば大丈夫』と言われ、『たしかに揚げておけば、何でもおいしくなるよね』と思ったこと。そういう会話はどの家庭でもすると思うし、好き嫌いをなくしたいというお母さんの優しさは、日常に転がっていると思います。それを改めてコピーにしたときに、新しい価値観が生まれるのかもしれないと、いま、ちょっとだけ思っています」と作品が生まれた経緯を語りました。

審査員長を務めたコピーライターの仲畑貴志氏はグランプリ作品について、「（日清オイリオグループの）課題は、商品自体に明確な特性があつて自ずとマーケットがついてくるものだったけれど、受賞コピーはさらにその特性を、商品の利用チャンスを増やすことにつなげている。提案を含んだ王道の表現です」とコメントしました。



第54回宣伝会議賞イメージキャラクターを務めた「水曜日のカンパネラ」のコムアイさんがプレゼンターとして参加。

【各賞の受賞者とコピー】（協賛企業名／課題／受賞者名）
受賞コピーなど、詳細はこちら：<https://award.sendenkaigi.com/history/54/main>

<グランプリ>
子どもが苦手なものは一度揚げてみる。

日清オイリオグループ／日清オイリオの食用油を使って、揚げ物をつくって、おいしく食べて、元気になる！ そんなキャッチフレーズ。／平山 瑞穂さん

<コピーゴールド>
日付を書き込むだけで、余り物は作り置きになる。

 ニチバン／もっとたくさんの人が「ワザアリテープ」を使い
 たくなるような広告アイデア／速石 光さん

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社宣伝会議「宣伝会議賞」事務局 広報担当：中島、赤井

 電話：03-3475-7664 メール：skat@sendenkaigi.co.jp

<CM ゴールド>

「鮮度実感」篇（ラジオ CM）

男「きれいな顔してるだろ、死んでるんだぜ。」

女「ウソでしょ...。」

NA「生きてるみたいに鮮度がいい。福島工業の冷蔵庫。」

福島工業／これからの 100 周年に向けて、福島工業の魅力を伝えるアイデア／吉賀 星斗さん

<眞木準賞>

「ソフトドリンク」とは言いにくい。

サントリー／ペプシストロング 5.0GV を飲みたくなるようなアイデア／金澤 孝弘さん

※当日のオフィシャル写真は <http://23.gigafile.nu/0322-n3c69723479b86a1a0f2c55ec5ee01add> よりダウンロードいただけます。（ダウンロード期限：2017 年 3 月 22 日）

■コムアイさん「最近心を動かされた言葉は元『ジャックス』の早川義夫氏のエッセイ」

贈賞式に先立ち開催された特別トークセッションでは、本賞のイメージキャラクターを務めるコムアイさんと、コムアイさん起用のメインビジュアルを制作したコピーライター・谷山雅計さん（谷山広告）、アートディレクター・秋山具義さん（デイリーフレッシュ）が「最近、私が心を突き動かされた言葉」をテーマに意見を交わしました。

コムアイさんが挙げたのは、1969 年に解散したバンド「ジャックス」のメンバーだった早川義夫氏のエッセイ『たましいの場所』の一節にある、「恋をしたいから恋をするのではない。写真を撮りたいから写真を撮るのではない。写したいものがあるから撮るのだ。歌いたいから歌うのではない。歌いたいことがあるから歌うのだ。自分を歌うのだ。」という言葉。コムアイさんは「私はギリギリの表現が好きで、『安心してしまい、人に気付かれず埋もれてしまう表現』と『何を言っているのか分からない崩壊した表現』のギリギリにある言葉が一番人に伝わると思っています。それは音楽も広告も同じだと思う」とコメント。そして「最後に人に響くのは、言葉にする前に感じる、もやもやした気持ちや感覚。そういうものを抱えて、それを言葉にする手順を丁寧に探していくことができるのが、いいコピーライターだと感じます」と語りました。



■熊本地震被災地支援を目的に 404 万 2730 円を寄付

「そうだ。熊本『どうなってる?』を見に行こう！」



くまモンと熊本県東京事務所長・渡邊純一氏。

第 54 回宣伝会議賞では、2016 年 4 月に発生した熊本地震の被災地支援を目的に、応募作品 1 点につき 10 円を寄付いたします。応募総数は 40 万 4273 本（一般部門：40 万 2986 点、中高生部門：1287 点）となり、寄付総額は 404 万 2730 円となりました。寄付先は熊本県に 100 万円、熊本市に 100 万円、大分県由布市・別府市にそれぞれ 50 万円、熊本県のシンボルであり、同県の歴史・文化の発信拠点でもある熊本城の復旧・復元を目的とした制度「復興城主」に 104 万 2730 円です。

贈賞式では、熊本県営業部長兼しあわせ部長のくまモンと熊本県東京事務所長の渡邊純一氏が登壇。渡邊氏は「今回の地震によって、改めて言葉の力が大きなものだと感じました。全国、そして世界中から手紙、メール、動画など様々な方法で温かい言葉をいただき、熊本県民は大きく励まされました。

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社宣伝会議「宣伝会議賞」事務局 広報担当：中島、赤井

電話：03-3475-7664 メール：skat@sendenkaigi.co.jp

震災の辛い記憶は拭えないものではありませんが、多くの方から寄せられた温かいメッセージが新しい幸せな記憶を上書きしていきます。今後も皆様の幸せな言葉の力で被災地の復興を後押ししていただければ」と話しました。

さらに、渡邊氏は「熊本に来たくなるキャッチフレーズ」として「そうだ。熊本の『どうなってる?』を見に行こう!」という言葉を発表、くまモンは「ウェルくま!」というキャッチフレーズを披露しました。

また、贈賞式後の懇親パーティーでは株式会社宣伝会議 取締役 メディア・情報統括 田中里沙より、渡邊氏と熊本市東京事務所 所長・平井英虎氏、別府市長・長野恭紘氏に寄付金の目録を贈呈。平井氏は「熊本市、熊本城にも寄付をいただきましたが、熊本城の再建には 10 年以上の歳月と莫大な費用がかかります。しかし、その姿も含め是非見に来ていただきたい」とコメント。続く長野氏は「動画で話題となった『湯〜園地』は本当に実現させますので、別府にぜひ来てください。それが何よりの復興への一歩になります。これからも面白いことをどんどんやっていきます」と語りました。



別府市長・長野恭紘氏に目録を贈呈している様子。

■新設・中高生部門のグランプリは「本気で殴りたい政治家ができました。」

今回新設された、応募資格を中学生・高校生に限定した「中高生部門」。1287 点の応募作品の中からグランプリ 1 点、準グランプリ 1 点、協賛企業賞 3 点（各社 1 点）、審査員特別賞 4 点が選ばれました。栄えある第 1 回グランプリには、読売中高生新聞の課題「10 代が思わず新聞を開きたくなるキャッチコピー」に応募された田中崇貴さん（東京学芸大学付属高等学校）の「本気で殴りたい政治家ができました。」が輝きました。中高生部門の各賞詳細はこちら：<https://award.sendenkaigi.com/history/54/student>



■宣伝会議賞トロフィ刷新！野老朝雄氏が手掛ける

今年は、公式ロゴマークに合わせて、グランプリ・コピーゴールド・CM ゴールド・眞木準賞に授与されるトロフィも刷新。ロゴ



トロフィと賞金を受け取るグランプリの平山さん

マーク同様、東京 2020 大会エンブレム作者の野老朝雄氏が制作しました。トロフィは正八面体で、頂点から見るとロゴマークが浮かび上がります。野老氏による 2D スケッチをもとに、丸紅情報システムズの協力を得て 3D データ化しました。一般的なトロフィとは一線を画す形状とすることで、トロフィの新しい「持ち方」をデザインする意図もあります。



【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社宣伝会議「宣伝会議賞」事務局 広報担当：中島、赤井
電話：03-3475-7664 メール：skat@sendenkaigi.co.jp

■宣伝会議賞 コンテスト詳細

【募集内容】協賛企業から出題される、商品・サービス・企業広告などの広告課題に対して、キャッチフレーズもしくはCM企画の作品を募集します。

【概要】

1962年に始まり今年54回目を迎える日本最大規模の広告賞。2014年に創刊60周年を迎えた広告マーケティングの専門誌「宣伝会議」の創刊100号を記念し創設されました。サントリー、キッコーマン、パナソニック(一部抜粋・協賛企業は下記参照)など、37社の実在する商品や企業を課題として、キャッチフレーズやテレビ・ラジオCM企画のアイデアを募集する“誰でも参加できる”公募型コンテストです。これまで糸井重里氏や林真理子氏といった著名な書き手に加え、広告界を牽引する一流クリエイターを多数輩出。長年に渡り“コピーライターの登竜門”として知られています。

【URL】公式サイト：award.sendenkaigi.com/ フェイスブック：www.facebook.com/sendenkaigiaward

【課題企業】37社(※うち1社主催者特別課題・以下50音順)

アサヒグループ食品(アマノフーズ) / アットホーム / エステー / エフステージ / キッコーマン / キヤノンマーケティングジャパン / 牛乳石鹼共進社 / 霧島酒造 / クレディセゾン / サントリー / セゾン自動車火災保険 / セメダイン / 高松建設 / ChatWork / ディーエムソリューションズ / テンピュール・シーラー・ジャパン / トッパン・フォームズ / トヨタマーケティングジャパン / ニチバン / 日清オイリオグループ / 日本レジストリサービス(JPRS) / パナソニック / ピカ コーポレーション / VSN / FIXER / 福島工業 / フジテレビジョン / 富士紡ホールディングス / 北陸電力 / マスメディアン / まめプラス推進委員会 / ミットヨ / メディプラス / ヤフー / Yogibo Japan / よしもとクリエイティブ・エージェンシー / 宣伝会議賞実行委員会

【贈賞種類】グランプリ(1点) : 賞状・賞杯・賞金100万円、コピーゴールド(1点) : 賞状・賞杯・賞金30万円、CMゴールド(1点) : 賞状・賞杯・賞金30万円、シルバー(7点) : 賞状・賞金5万円、協賛企業賞(各社1点、計45点) : 賞状・賞金3万円、真木準賞(1点) : 賞状・賞杯・賞金30万円

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社宣伝会議「宣伝会議賞」事務局 広報担当：中島、赤井
電話：03-3475-7664 メール：skat@sendenkaigi.co.jp