

2021年3月26日

一般社団法人 日本広告業協会

第50回懸賞論文 入賞・入選作品 決まる

一般社団法人 日本広告業協会（理事長 成田純治・㈱博報堂 相談役）主催による第50回「懸賞論文」は、3月4日、5日の本協会懸賞論文委員会の最終審査会において入賞・入選作品を選考し、第321回理事会にて承認、決定した。

同賞は、協会会員社内における実務に根ざした主張や提言を広告業界に反映させるという趣旨で1971年に第1回の募集が開始され、今年度で50回を数える。

応募は、「論文」の部 課題「広告、次の10年」に19編、「私の言いたいこと<一般部門> <新人部門>」の部に293編、計312編だった。厳正なる審査の結果、論文から金賞・銀賞・銅賞の3作品、「私の言いたいこと」からは入選10作品が選出された。

金賞を受賞した、小幡朋州氏（㈱博報堂）の作品『BtoB&C事業投資モデル＝これからの広告会社の「売り」と「売る物」～"事業リスク・リターン概念"という武器で "Incubatability"が輝く～』は、広告会社の「マーケティング事業会社」としての次の10年を切り拓くための提言を主題とし、広告会社の「売り(salespoint)」と「売る物(merchandise)」という切り口を起点に、これから必要な新しい「売り」と「売る物」について提示する。

審査員からは「現状の分析と変革に必要なことが整理され、また実現させるための手立てもよく考えられている」「広告会社としてこれからの10年で取り組むべきチャレンジが描かれており、本作品をもとに業界で議論が起こると良い」と多くの審査員から高い評価を得た。

表彰式は、5月31日に開催予定の2021年度定時総会・記念式典にて行う。

また、同時にJAAAレポート臨時増刊号『第50回懸賞論文 入賞・入選作品集』を発行する。

第50回懸賞論文 入賞・入選者一覧

< 「論文」 課題：広告、次の10年 >

金 賞

- ・小幡 朋州

博報堂 アカウント統括局局長代理

『BtoB&C事業投資モデル=これからの広告会社の「売り」と「売る物」

～"事業リスク・リターン概念"という武器で "Incubatability"が輝く～』

銀 賞

- ・竹内 好文

電 通 ソリューションクリエイションセンター シニア・ソリューション・ディレクター

『広告の《礎》を築く10年に。』

銅 賞

- ・荻野 茂男

博報堂 第二プランニング局マーケティングプランニングディレクター

『母なる資本主義を越えてゆけ ～持続可能性を訴求する広告は、持続可能なのか?～』

< 「私の言いたいこと」 一般部門 >

第1テーマ 営業、アカウントマネジメント

- ・伊村 彩

日本経済社 第3営業局第1営業部次長

『主観+客観の営業力』

第2テーマ メディア、メディアプランニング・開発

※該当なし

第3テーマ 戦略プランニング、プロモーション、PR

- ・中田 綾菜

博報堂 第三プランニング局ストラテジックプランニング四部イノベーションプランナー

『私たちの新しい生き様 ～広告代理店から産業プロデューサーになるまで～』

第4テーマ クリエイティブ、コミュニケーションデザイン

- ・渡辺 光

博報堂 第三クリエイティブ局 長島チームエクスペリエンスプランナー

『「手順のクリエイティビティ」 ～今、広告プランナーが発揮すべき力～』

- ・田貝 雅和

TBWA\HAKUHODO コンサルティング局 Disruption Consulting

Disruption Strategist

『クリエイティブ・ディレクションの拡張 ～より良い社会をつくる創発的指針～』

第5テーマ デジタルマーケティング、テクノロジー、ソーシャルメディア

※該当なし

第6テーマ 管理（人事、人材育成、総務、経理、システム、法務、広報、経営管理等）

- ・徳吉 哲秀

ADKマーケティング・ソリューションズ DDMアカウント・マネジメントセンター

第3アカウント・マネジメントユニット アカウント・エグゼクティブ

『これからの新卒採用PRにはStoryを～物語広告の手法に学ぶStoryCase型採用PRのススメ～』

第7テーマ その他（第1～6テーマにあたらぬもの）

- ・亀山 倫華

博報堂 第一プランニング局ストラテジックプランニング三部

マーケティングプランニングディレクター

『価格がつけられない“顧客体験”の哲学的効用～主体的に生きるために』

<「私の言いたいこと」新人部門 >テーマ：自由

- ・森平 周

日本経済社 クリエイティブ局第2部コピーライター

『ブランデッドヒューマン/行動する広告』

- ・成瀬 翔太

大広 ブランドアクティベーション統括顧客価値開発本部

大阪顧客発掘局谷口（智）チーム

『「ぺこぱ」から学ぶ多様性時代のコミュニケーション

ーダイバーシティからインクルージョンへの変遷の中で』

- ・松金 里佳

ADKマーケティング・ソリューションズ

ストラテジックプランニングセンター第2ストラテジック・プランニングユニット

第4ストラテジック・プランニンググループプランナー

『わたしたち若者がD2Cを好む、本当の理由』

- ・宮武 朋未

小田急エージェンシー コミュニケーションデザイン局プランニング部

『「HIKAKIN募金」に学ぶ、ソーシャルグッドの“巻き込み方”』

以 上（敬称略・順不同）