

平成29年3月14日

一般社団法人 日本広告業協会

## 第46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 石井直・㈱電通 取締役）主催による第46回「懸賞論文」は、3月2日、3日の本協会懸賞論文委員会の最終審査会において「論文」および「私の言いたいこと <一般部門> <新人部門>」の入賞・入選作品を選考し、3月14日開催の第297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昭和46年に第1回の募集が開始され、今年度で46回を数える。

応募は、「論文」の部課題「愛される広告」に52編、「私の言いたいこと<一般部門> <新人部門>」の部に428編、計480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9作品が選出された。

金賞を受賞した、竹内好文氏（㈱電通）の作品「ブロックチェーンが、『愛される広告』の扉を開く『鍵』となる。」は、分散台帳システム「ブロックチェーン」の概念が深い理解で書かれており、広告のエコシステムを健全にする行動指標の提案性が高く評価された。

なお表彰式は、5月31日に開催される平成29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46回懸賞論文 入賞・入選作品集』を発行する。

## 第46回「論文」「私の言いたいこと」懸賞論文募集 入賞・入選者

(敬称略・順不同)

「論文」の部

課題：愛される広告

金 賞

たけうち よしふみ  
竹内 好文 (株)電通 マーケティングソリューション局ディレクター

「ブロックチェーンが、『愛される広告』の扉を開く『鍵』となる。」

銀 賞

つつみ ふじなり  
堤 藤成 (株)電通 プロモーション・デザイン局デジタルアクティベーション部

「シェアリングエコノミー時代に愛される、『かなえる広告』の新潮流—消費を煽る広告から、新たな“知”を生み出す広告へ—」

銅 賞

ほった しんや  
堀田 真哉 (株)電通 マーケティングソリューション局ディレクター

「勇敢な意思は、勇敢な広告となり、愛を生む。」

「私の言いたいこと」

○一般部門（第1～7テーマのいずれかを選択）

第1テーマ 営業、アカウントマネジメント

入 選

やなぎ えり  
柳 恵理 (株)大広 東京アクティベーションデザインビジネスユニット第2営業局第3部・アカウントプロデューサー

「AI（人工知能）時代の営業スタイル」

第2テーマ メディア、メディアプランニング・開発

入 選

てらまえ だいすけ  
寺前 大輔 (株)マッキンゼーエリクソン 媒体本部業務推進局1部(IPG MEDIABRANDS/MAGNA GLOBAL)

「メディアプランの骨太なKPIが広告を救う」

第3テーマ 戦略プランニング、プロモーション、PR

入 選

やまもと ようへい  
山本 洋平 (株)アサツー ディ・ケイ コミュニケーションチャネルプランニング本部

「HMOT時代に立ち向かう」

#### 第4テーマ クリエイティブ

##### 入 選

うかわ まさしげ  
鵜川 将成 (株)アサツー ディ・ケイ クリエイティブ本部・コピーライター

「ダブルスクリーン時代のコンテの1コマ目」

#### 第5テーマ テクノロジー、プラットフォーム、デジタルソリューション

##### 入 選

ひらしま ただし  
平嶋 雅 (株)電通 マーケティングソリューション局ディレクター

「LESS から WANTS へ ～欲求を生み出す IoT プラットフォームの実現」

#### 第6テーマ 管理（総務、人事、教育、経理、システム、法務、広報、経営管理等）

##### 入 選

はしもと まさと  
橋本 真人 (株)博報堂 PR 戦略局

「健康長寿社会をリードする広告会社に必要なワークライフヘルスバランス」

#### 第7テーマ その他（第1～6テーマにあたらぬもの）

##### 入 選

こだいら ようこ  
古平 陽子 (株)電通 ビジネス・クリエイション・センター電通総研主任研究員

「イノベーションを生む、“研究員”へ ～新しいステージに進むために必要な3つの力」

#### ○新人部門 テーマ：自由

##### 入 選

かけえりか  
鹿毛絵梨花 (株)読売広告社 クリエイティブ局第1クリエイティブグループ

「ファンをつくれ～鹿児島実業高等学校男子新体操部に学ぶコミュニケーションの極意～」

みずこし ひろふみ  
水越 寛文 (株)電通 マーケティングソリューション局

「技術革新の起爆剤となるのは広告会社

～技術そのものが広告会社の新しい商材となる時代へ～」

以上

# JAAA 第46回 懸賞論文

## 論文の部「愛される広告」 金賞



## ブロックチェーンが、 『愛される広告』の扉を開く『鍵』となる。

**Abstract** 本稿では、まず、WEB上で「消費者に能動的に『シェアされる広告』」を「愛される広告」と定義した。その上で、IoT社会に移行した時、この「シェアされる広告」について、2つの仮説を導き出した。一つは、IoT社会では、それがスマートTV/スマホ/PCなど多様なデジタルデバイス間をP2P通信で増殖し、広告会社の中核ビジネスに成長しうること。もう一つは、IoTがP2P通信という分散化の流れを加させ、広告ビジネスの「新たなルール」を創るチャンスをもたらすことである。

この仮説に基づいて、「シェアされる広告」を中核として広告業界を活性化させるアイデアを提言した。それは分散台帳システム「ブロックチェーン」を「記録のチェーン」として活用し、「シェアされる広告」の増殖履歴データAGR(Ad Growth Rate)を蓄積～ビッグデータ化することである。

AGRを実現するための「新しい座組」～ジャパン'Connected Life'推進コンソーシアム～の設立を実現させ、AGRが広告業界標準となったとき、各広告会社は「愛される広告」＝「シェアされる広告」をその中核ビジネスとしてフェアに競い合い、広告主を通じて「愛される広告」を消費者に届けることができる。つまり、ブロックチェーンは、広告業界が「愛され、シェアされる広告」の扉を社会に開く「鍵」となるのだ。

### Author



### Comment to Gold prize

放送ビジネスの黎明期、「広告の鬼」吉田秀雄氏は、「広告は科学と芸術の総合である」の信念のもと、広告がマーケティングの中核の役割を担うために、当時の最新技術であったオートメーション技術を使い、自動テレビ視聴率記録システムの開発を実現されました。本稿は、吉田氏が成し遂げた「大きく、難しい仕事」に想いを馳せ、「放送と通信が融合する」時代に、現代の広告人としてなすべきことは何か、という問いを出発点としたものです。今回の受賞で満足することなく、論文で提言した「難しい仕事」にチャレンジしてみたいと考えています。

株式会社 電通  
マーケティングソリューション局  
ディレクター 竹内好文