

2004年6月3日  
株式会社ディーツーコミュニケーションズ

### **第3回「モバイル広告大賞」決定**

株式会社ディーツーコミュニケーションズ(社長:藤田明久、本社:東京都中央区、以下D2C)は、今年も「モバイル広告大賞」を実施し、このたび「第3回 モバイル広告大賞」の受賞企業を決定いたしました。

今回の選考対象は、2003年4月1日から2004年3月31日までに配信・掲出されたモバイル広告と、モバイルマーケティング事例です。昨年までに比べて応募数が大幅に増え、応募総数は112点となりました。その中から、マーケティング部門 マーケティング賞が5社、クリエイティブ部門 ピクチャー広告賞が6社、同部門インフォテインメント賞が3社、計14社が受賞しています。受賞企業は以下のとおりです。

【マーケティング部門 マーケティング賞】(5社)(50音順)

株式会社駅前探険倶楽部  
大塚ババレジ株式会社  
花王株式会社  
サントリー株式会社  
株式会社テレビ朝日

【クリエイティブ部門 ピクチャー広告賞】(6社)(50音順)

クリニーク ラボラトリーズ株式会社  
株式会社サイバード  
株式会社ジー・モード  
株式会社ティー・オー・エス  
株式会社ナイキジャパン  
ヤマハ株式会社

【クリエイティブ部門 インフォテインメント賞】(3社)(50音順)

株式会社ナイキジャパン  
LVMH ウォッチ・ジュエリー ジャパン株式会社  
株式会社ロッテ



選考は、慶應義塾大学大学院 経営管理研究科 教授 嶋口 充輝氏を委員長とするモバイル広告大賞選考委員会を発足し、各部門の審査員会にて行いました。

---

嶋口充輝選考委員長の講評：

応募作品の数もレベルも年々上がり、モバイルがメジャーな媒体になったということを強く感じました。今回、技術的には非常に完成度が高い作品が多かったので、機能の活用という観点だけでなく、いかに口コミを引き出すかなどのアイデアも、選考において重要視しました。企画段階から、ユーザへの話題喚起、口コミ方法まで具体的に想定している企画などは、新しいコミュニケーション方法を取り入れており、高く評価されました。

モバイルマーケティングの手法は、まだまだ可能性を秘めています。新しい機能の進化とともに、あらゆる観点で、今後もモバイル活用の様々な企画が出てくることを期待しています。

---

今回の選考において、マーケティング部門では、アプリを活用したメディアミックスや、オリジナリティの高いプレミアムキャンペーンなど、消費者のモチベーションを高める企画のマーケティング事例が評価されました。またクリエイティブ部門 ピクチャー広告賞では、人物写真やアニメーション・イラストなど様々な方法で、視覚的に訴える色・デザインの美しさと、インパクトの強いキャッチコピーによる作品が、インフォテインメント賞では、ブランドイメージに合致した表現方法で、且つ技術的にも完成度の高い作品が受賞しています。

受賞企業のキャンペーン概要やピクチャー広告表現、アプリの画面イメージ、及び審査員紹介など詳細については、下記URLにて本日より掲載いたします。

[http://www.d2c.co.jp/news/award\\_3rd/index.html](http://www.d2c.co.jp/news/award_3rd/index.html)

なお「モバイル広告大賞」発表及び講評は、6月10日に東京・港区の「東京全日空ホテル バンケットルーム」で開催される、『モバイル マーケティング カンファレンス 2004』の中で行います。

- \* 別紙1：「第3回モバイル広告大賞」受賞一覧
- \* 別紙2：モバイル広告大賞選考委員会 各審査員の紹介
- \* 別紙3：「モバイル広告大賞」概要

本件お問い合わせ先  
株式会社ディーツーコミュニケーションズ  
広報担当 高橋・松葉  
TEL：03-3538-8210 FAX：03-3538-8216  
URL：www.d2c.co.jp mail：[press@d2c.co.jp](mailto:press@d2c.co.jp)

## 「第3回 モバイル広告大賞」受賞企業一覧

(50音順)

受賞部門	社名	キャンペーン名	広告会社名	制作会社名
マーケティング部門				
マーケティング賞	株式会社駅前探険倶楽部	「駅探デラックス」入会促進シーボンプレゼントキャンペーン	株式会社アサツー ディ・ケイ	株式会社駅前探険倶楽部
マーケティング賞	大塚ペパレジ株式会社	似顔絵MATCH受けキャンペーン	株式会社博報堂 株式会社博報堂DYメディアパートナーズ	ウェブインタラクティブ株式会社
マーケティング賞	花王株式会社	ビオレさらさら 学園	株式会社博報堂 株式会社博報堂DYメディアパートナーズ	株式会社ユニークメディア 株式会社ディー・ツー・コミュニケーションズ
マーケティング賞	サントリー株式会社	「The Shake! 振り振りアプリ」プレゼントキャンペーン	株式会社電通	株式会社ディー・ツー・コミュニケーションズ
マーケティング賞	株式会社テレビ朝日	テレビとモバイル連動の視聴者参加型の生放送		日本電気株式会社 ボーダフォン株式会社
奨励賞	社団法人日展	第35回日展	株式会社博報堂プロマーク 株式会社博報堂DYメディアパートナーズ	株式会社ディー・ツー・コミュニケーションズ
奨励賞	BVG Berliner Verkehrsbetriebe (ベルリン交通機関) CinemaxX Berlin (シネマコンプレックス ベルリン)	BVG fahrinfo SMS(ベルリン交通機関・公共輸送機関によるリアルタイム交通情報ロケーションベースSMS*広告)		Exozet Berlin GmbH
クリエイティブ部門				
ピクチャー広告賞	クリニック ラボラトリーズ株式会社	マスカラサンプルプレゼントキャンペーン	株式会社アサツー ディ・ケイ	株式会社アサツー ディ・ケイ 株式会社ヒューマン・アセンブラ
ピクチャー広告賞	株式会社サイバード	細木数子六星占術	株式会社日広	株式会社サイバード
ピクチャー広告賞	株式会社ジー・モード	FOMAユーザー強化9週連続キャンペーン	株式会社日本経済広告社	株式会社ジー・モード
ピクチャー広告賞	株式会社ティー・オー・エス	「着ネタ」スタート! 第1弾は長井秀和「間違いない!」	株式会社アサツー ディ・ケイ	株式会社アサツー ディ・ケイ
ピクチャー広告賞	株式会社ナイキジャパン	NIKE SPEEDキャンペーン	株式会社大広 株式会社博報堂DYメディアパートナーズ	株式会社大広
ピクチャー広告賞	ヤマハ株式会社	ヤマハ メロっちゃ! 目覚メロ キャンペーン	協同広告株式会社	株式会社オイコス
インフォテインメント賞	株式会社ナイキジャパン	Don't Stop Watch	株式会社アサツー ディ・ケイ	株式会社アサツー ディ・ケイ 株式会社サイバード
インフォテインメント賞	LVMHウォッチ・ジュエリー ジャパン株式会社	タグ・ホイヤープロモーションキャンペーン		株式会社ユニークメディア
インフォテインメント賞	株式会社ロッテ	Toppo「待ちスロ」アプリプレゼントキャンペーン	株式会社電通	株式会社スクウェア・エニックス
奨励賞	株式会社スクウェア・エニックス	「ドラゴンクエストi」「ファイナルファンタジーi」サイトオープン記念『チョコボ&スライム 待ちスロプレゼントキャンペーン』	株式会社ディー・ツー・コミュニケーションズ	株式会社スクウェア・エニックス

## モバイル広告大賞選考委員会 各審査員の紹介

### **モバイル広告大賞選考委員長**

#### ・嶋口 充輝

慶應義塾大学大学院 経営管理研究科 教授

(略歴)1967年 慶應義塾大学経済学部卒業同年フルブライト奨学生として渡米1975年慶應義塾大学、ミシガン州立大学の修士・博士課程修了後、経営学博士(Ph.D.)に。1987年より、現職。

(ルーベン大学(ベルギー)、ウエスタン・オンタリオ大学(カナダ)、モスクワ大学(ロシア)の各大学院客員教授を歴任)

主な著書:Marketing Channels in Japan (The UMI Research Press) 戦略的マーケティングの論理(誠文堂新光社) 統合マーケティング(日本経済新聞社)、顧客満足型マーケティングの構図、営業の本質 (共著)(有斐閣)、インタラクティブマネジメント (共著)(ダイヤモンド社)、柔らかなマーケティングの論理(ダイヤモンド社)、マーケティング革新の時代 全4巻 (共著)(有斐閣)、マーケティング・パラダイム(有斐閣)など多数。

### マーケティング部門

#### ・審査員長 嶋口 充輝

慶應義塾大学大学院 経営管理研究科 教授 (モバイル広告大賞選考委員長兼務)

#### ・審査員 伊豫田 康弘

東京女子大学 現代文化学部 教授

(略歴)1970年早稲田大学法学部を卒業後、日本民間放送連盟に入社。研究所主任研究員などを経て、1993年常磐大学教授、1997年より現職。専攻は、マス・コミュニケーション論、メディア史。

放送批評懇談会副理事長、情報通信学会評議員、BSフジ番組審議会委員長、FM東京番組審議委員などを兼職。主な共著書『テレビ史ハンドブック』(自由国民社)、『現代マスコミ論のポイント』(学文(社))、

『現場からみた放送学』(学文(社))ほか、「メディア間秩序の研究」(日本民間放送連盟研究所)など多数。

・審査員 恩藏 直人

早稲田大学 商学部 教授

(略歴)早稲田大学商学部を卒業の後、同大学大学院商学研究科へ進学。早稲田大学商学部専任講師、同助教授を経て、1996年より現職。

専攻:マーケティング。博士(商学)

主要業績:競争優位のブランド戦略(日本経済新聞社)、製品開発の戦略論理(文一総合出版)、マーケティング戦略(共著)(有斐閣)、コラーのマーケティング入門(監修)(ピアソンエデュケーション)、コラーのマーケティング・マネジメント(監修)(ピアソンエデュケーション)、戦略的ブランド・マネジメント(共訳)(東急エージェンシー)ほか論文多数。

・審査員 佐々木 一人

株式会社富士通総研 S&Cコンサルティング事業部 事業部長(主席研究員) プリンシパルコンサルタント

(略歴)1958年秋田県生まれ、国立千葉大学工学部卒。全日本テレビサービス(株)(現株NHKアイテック)、(株)長銀総合研究所を経て、1998年11月より(株)富士通総研(2003年4月より現職)。情報通信・放送産業ならびに同関連事業分野の調査研究やコンサルティング、アドバイザー、講演、執筆活動に従事。主な著書に「ケータイビジネス2001」、「ブロードバンドビジネス2002」(ソフトバンクパブリッシング)などがある他、テレビ、ラジオのコメンテーター、新聞・雑誌等への記事、コメント掲載も多数。

・審査員 田中 里沙

株式会社宣伝会議 月刊「宣伝会議」編集長

(略歴)1966年生まれ。89年学習院大学卒業後、広告会社を経て93年株式会社宣伝会議入社。月刊「宣伝会議」編集部配属。企業宣伝部、広告会社担当記者、海外情報デスクなどを担当。95年副編集長を経て、96年より編集長、現在に至る。

2003年より季刊誌「環境会議」「人間会議」編集長を兼任。日本広報協会広報アドバイザー。全国広報コンクール・広報紙企画部門審査委員。全国消防コンクール審査員。PRアワード(日本PR協会主催)審査員、広告電通賞テレビ部門・雑誌部門審査員、JR東日本ポスターグランプリ審査員などを務める。情報・流行分析・エンタテインメント系のテレビ番組にコメンテーターとして出演。

## クリエイティブ部門

・審査員長 内山 光司

株式会社ワンスカイ インタラクティブ クリエイティブ ディレクター

(略歴)1961年生まれ。1984年株式会社電通入社後、電通のデジタル事業関連部署で、数々のデジタルコンテンツの企画・ディレクションを行う。2001年(株)ワンスカイ設立 取締役兼クリエイティブ・ディレクターに就任。インフォメーションデザインとクリエイティブ性を活かした手法で、主に広告キャンペーンの分野でウェブサイト制作およびマーケティングコンサルを手がける。NTT東日本のガッチャマン・キャンペーン、ソニーのConnected\_Identity/CAMCAMTIME、富士重工業のスバルフォレスタール/レガシのサイトなどを企画制作。

TokyoInteractive Ad Award グランプリ、One Show Interactive Gold Pencil、文化庁メディア芸術祭優秀賞、グッドデザイン賞他で受賞多数。

・審査員 秋山 具義

有限会社デイリー・フレッシュ 代表取締役 / アートディレクター

(略歴) 1966年東京生まれ。1990年日本大学芸術学部卒業。I&Sを経て、1999年Dairy Fresh設

立。主な仕事として、テレビ朝日「ニュースステーション」ロゴデザイン、パルコ「Gacktのヴァレンタイン」キャンペーン、SHARP「エコロジークラスでいきましょう。」環境キャンペーン、キリンビバレッジ「アミノサプリ」「試験にでる力水」パッケージデザイン、ユニクロの野菜事業「SKIP」アートディレクション等を手がける。

・審査員 末松 亜斗夢

株式会社アトム、株式会社コピキタス、オンティービー株式会社 代表取締役社長

(略歴) 1957年福岡市出身。桑沢デザイン研究所写真研究科卒業、広告制作会社を経て1983年株式会社アスキー入社。

3DCGの映像制作、インタラクティブメディアの開発に従事。以降、コンピュータ関連にフォーカスしたグラフィックデザイン業務にかかわる。1988年アップルコンピュータジャパンでMacintosh DTPマーケティングを担当。その後独立しマルチメディア関連の制作と執筆、啓蒙活動を行う。1994年春、国内初のwebプロダクション業務を開始。以降Webを中心に3DCG、広告SP、CM、TV番組制作、CD-ROMなどデジタル系制作プロダクションとして現在に至る。

・審査員 小端 進

株式会社宣伝会議 プレーン事業部 プロデューサー

(略歴) 法政大学経営学部卒。広告会社を経て、宣伝会議入社。開講47年の歴史をもつコピーライター養成講座やアートディレクター養成講座など、教育事業を総合的に企画・プロデュース。また、月刊『プレーン』のクリエイティブ専門誌へのリニューアル創刊(1999年)で中心的役割を担うなど、広告界における経験と人脈を生かした業務を行っている。

## 「モバイル広告大賞」概要

「モバイル広告大賞」とは、

モバイルを利用した広告コミュニケーション及びマーケティング活動の一層の普及を願い2002年に創設された、日本初のモバイル広告賞です。

毎年1度実施され、モバイルを利用したマーケティング活動において優れたもの、iモードをはじめとするインターネット接続機能付き携帯電話に配信・掲出された広告の中で表現の優れたものに授与されます。

### 構成

マーケティング部門、クリエイティブ部門の二部門から構成されています。

#### マーケティング部門

##### マーケティング賞

モバイルの特長を有効に活用し、販促効果が高かった事例や、4マス媒体とのメディア連動、プレミアムを有効に活用したキャンペーンなど、顕著な効果を上げたと考えられる事例に授与されます。

#### クリエイティブ部門

##### ピクチャー広告賞

ピクチャー広告で、

視覚効果が高く、表現力、デザイン面で優れた広告に対して授与される賞。カラー256色のGIF形式にて表現された広告に対して授与されます。

##### インフォテインメント賞

商品・サービスなどのプロモーションを目的として、アプリやFlash、iモーション、BREWなどを活用し、消費者に対して優れた表現や高い娯楽性、利便性などを提供した、視覚的・動的表現などに対して授与されます。高機能化による携帯電話の表現力向上に伴い、今回から新たに設けられました。

インフォテインメント：情報(Information)と娯楽(Entertainment)を合成した造語。娯楽性を伴った情報

および情報提供を指す。

### 選考方法

選考は 有識者、広告会社のクリエイティブ、SP、マーケティング担当者などからなる「モバイル広告大賞選考委員会」にて行いました。