

第1回「日本学生BtoB新聞広告大賞」

第1回「日本学生BtoB新聞広告大賞」受賞者一覧

金賞	松浦駿亮 (東京藝術大学) 「シンプルに「回転」」 (課題企業: 日本精工)
銀賞	三浦優大 (東京造形大学) 「でも手を繋いだ。」 (課題企業: 三菱電機)
銅賞	古田裕美 (専門学校浜松デザインカレッジ) 「理想を叶える」 (課題企業: 岡村製作所)
佳作	滝村朱梨 (創造社デザイン専門学校) 「ベーターペンも、この笑顔」 (課題企業: 旭化成)
協賛企業賞・岡村製作所	青木康太郎、上山美月、鈴木絵莉香、渡邊麻莉華 (産業能率大学) 「Checkmate!」
協賛企業賞・日本精工	豊岡千加 (専門学校浜松デザインカレッジ) 「止まるわけにはいかない。」
協賛企業賞・旭化成	黄 美奈 (大阪コミュニケーションアート専門学校) 「ピアノリサイタル」
協賛企業賞・三菱電機	小林葉月 (大阪コミュニケーションアート専門学校) 「横から入れて、こう!」
審査委員会特別賞	伊藤一貴 (専門学校山形V.カレッジ) 「椅子に添う文字」 (課題企業: 岡村製作所)
審査委員会特別賞	柴田孝史 (中国デザイン専門学校) 「人が1日2万回吸い込む空気を監視」 (課題企業: 富士電機)

(敬称略)

審査では応募作品82点について、第1次審査で13点に絞り、加重投票を繰り返した結果、金賞・銀賞・銅賞を選び、次点となった作品1点を佳作とした。また、課題提供企業はそれぞれ1点を協賛企業賞とした。5月2日付に佳作1点、協賛企業賞4点、審査委員会特別賞2点を紹介します。

受賞作品決まる

金賞に松浦駿亮さん(東京)

日本学生BtoB新聞広告大賞は、BtoBマーケティング・コミュニケーションへの認識の向上と、学生への広告制作の機会を設ける趣旨で創設された。日本BtoB広告協会と日刊工業新聞社主催の第1回「日本学生BtoB新聞広告大賞」の入賞作品が決まった。金賞に輝いたのは、東京造形大学の松浦駿亮さんの作品「シンプルに「回転」」。銀賞には東京造形大学の三浦優大さん(左下段右)、銅賞には専門学校松山デザインカレッジの古田裕美さん(同左)が選ばれた。そのほかの受賞者は表の通り決まった。



2015年10月9日から16年2月28日まで、応募資格は日本の大学・大学院・専門学校などに在籍する学生。審査では応募作品82点について、第1次審査で13点に絞り、加重投票を繰り返した結果、金賞・銀賞・銅賞を選び、次点となった作品1点を佳作とした。また、課題提供企業はそれぞれ1点を協賛企業賞とした。5月2日付に佳作1点、協賛企業賞4点、審査委員会特別賞2点を紹介します。

受賞作品 ◀金賞・松浦駿亮さん「シンプルに「回転」」(次ページ) ▼銀賞・三浦優大さん(下段右)、銅賞・古田裕美さん(同左)

若い新しい発見に期待

講評

「第1回」ということで、ただの数の応募があるだろうと主催者は気を遣った。だが、ふたを開けてみると、点も力作の応募があり、審査会場は作品を埋め尽くされるほどだった。中には締め切り直前に自分で運込んだ人もいた。一つ一つの作品には手書きの企画図が添えられていて、皆の心意気が伝わってくるようだった。

BtoB広告はBtoC広告とどう違うのだろうか。おそく、その問いから企画をスタートさせたこと、点も力作の応募があり、審査会場は作品を埋め尽くされるほどだった。中には締め切り直前に自分で運込んだ人もいた。一つ一つの作品には手書きの企画図が添えられていて、皆の心意気が伝わってくるようだった。



審査委員長

川野 康之

筆者が作品に期待したのは、若い世代の人々ならではの新しい発見だ。技術も大切ではあるけれど、「そう来たか」と思わせる目的のつけどころか、伸びやかな思い切り、のいいクリエイティブジャンプが見たいと思った。

入賞作品について、金賞作品はメッセージとビジュアルだけで構成したシンプルで大胆な表現だ。ロゴを含めて全てをセンター合わせにアウトしてシンプルさを強調している。何のために広告するのかが、そのために何を伝えたいのか、本質を考え抜いて一つのメッセージに集約されている。製品に対する

「第1回」ということで、ただの数の応募があるだろうと主催者は気を遣った。だが、ふたを開けてみると、点も力作の応募があり、審査会場は作品を埋め尽くされるほどだった。中には締め切り直前に自分で運込んだ人もいた。一つ一つの作品には手書きの企画図が添えられていて、皆の心意気が伝わってくるようだった。

応募作品の全体の印象としては、皆BtoBというものを理解して、広告としてきちんと作られているものが多かった。クオリティは高かった。ただ、斬新さという点ではやや物足りない面も見られた。想像もしなかったような発見や型破りなアプローチがもっとあってもよかったと思う。もちろん入賞作品をはじめ、いくつかの果敢なトライがあったことは報告しておきたい。

並々ならぬ自信が伝わってくるような作品はない。銀賞作品はドラマを感じさせる写真とモノクロ調の手書きのコピーが目を引き、他の要素はそぎ落とされている。見た人は一瞬何の広告かと思うだろう。だがそれが逆に小さくレイアウトされた商品に目を向かせる。もっと知りたいな」という気持ちにさせる。ユーザーの気持ちを切り口に持ったBtoBtoC的な視点を持った作品という審査委員のコメントもあった。

良い人材は
良い椅子のあるオフィスで育つ。

どんなオフィスにも合う
選べる色とデザイン。
modeのやわらかな座り心地が
長時間の仕事をサポートします。

mode
OFFICE SEATING



MITSUBISHI ELECTRIC
Changes for the Better

化整室でハンカチを
忘れたことに気付いた。
でも手を繋いだ。

シエット・ダール