

第77回 (2024年)

広告電通賞 応募要項

誰かの勇気が、
引力になる。



広告電通賞

広告電通賞は、1947年12月に創設された日本で最も歴史ある総合広告賞です。
優れた広告コミュニケーションを実践した広告主を顕彰することにより
広告主の課題解決の道を広げ、
日本の産業・経済・文化の発展に貢献することを目指しています。

賞の運営は、公的機関である「広告電通賞審議会」によって行われており、
取り扱い広告会社・制作会社にかかわらず、すべての広告主に応募資格があります。
選考は、広告主・媒体社・クリエイター・有識者ら約500名から構成される
広告電通賞審議会の選考委員によって行われます。
日本をはじめ世界各国には数多くの広告賞がありますが、
これほど多くの選考委員を組織し、幅広い領域を網羅している賞は少なく、
日本の広告界を代表する広告賞として高く評価されています。

広告電通賞では、社会環境や時代の変化に対応すべく
常に様々な見直しを続けております。



77th Dentsu Advertising Awards

目次

部門共通ガイドライン

P04 第77回の特記事項

P05 各賞の名称と内容

P06 応募区分一覧

P07 応募の流れ

1. 登録をはじめる前に

応募者

作品の対象条件

応募費用

応募先

作品の事前確認

2. 登録について

▶ 応募情報登録のフロー

応募情報登録期間

STEP1 応募者情報入力

STEP2 作品情報入力

▶ 作品提出のフロー

STEP3 作品提出

COMPLETE 応募完了

P13 選考について

1. 評価の視点

2. 選考の流れ

3. 選考委員

P15 作品の入賞について

1. 応募作品の入賞確認

2. 作品の一般公開に向けて：情報のオンライン入力

3. 入賞作品の公開・展示

4. その他の一般公開

5. 贈賞式

6. 報道の可能性について

7. 個人情報について



77th Dentsu Advertising Awards

目次

各部門概要

P17 プリント広告部門

評価の視点 / 応募資格 / 応募不可 / 重要事項 / カテゴリー概要 / 作品の提出

P20 オーディオ広告部門

評価の視点 / 応募資格 / 応募不可 / 重要事項 / カテゴリー概要 / 作品の提出

P23 フィルム広告部門

評価の視点 / 応募資格 / 応募不可 / 重要事項 / カテゴリー概要 / 作品の提出

P26 OOH広告部門

評価の視点 / 主な変更点 / 応募資格 / 応募不可 / 重要事項 / カテゴリー概要 / 作品の提出

P31 ブランドエクスペリエンス部門

評価の視点 / 主な変更点 / 部門の特徴 / 応募資格 / 応募不可 / 重要事項 /
カテゴリー概要 / 作品・施策の提出 / 応募者の皆さまへ

P37 エリアアクティビティ部門

評価の視点 / 主な変更点 / 部門の特徴 / 応募資格 / 応募不可 / 重要事項 /
部門概要 / 作品・施策の提出 / 応募者の皆さまへ

P42 イノベーティブ・アプローチ部門

評価の視点 / 部門の特徴 / 応募資格 / 応募不可 / 重要事項 /
カテゴリー概要 / 作品・施策の提出 / 応募者の皆さまへ

SDGs特別賞

P48 SDGs特別賞

SDGsとは / 評価の視点 / 応募資格 / 応募上の注意 / 重要事項 /
作品・施策の提出 / 応募者の皆さまへ



77th Dentsu Advertising Awards

部門共通ガイドライン



第77回の特記事項

- OOH 広告部門 C. インフルエンズの提出物は画像データのみとなりました。
- ブランドエクスペリエンス部門とエリアアクティビティ部門の同一施策の重複応募が不可となりました。

詳しくは各部門ページを参照してください。



77th Dentsu Advertising Awards

部門共通ガイドライン



各賞の名称と内容

最高賞 賞金 100万円 受賞数 7点

各部門で最も卓越した作品の広告主に贈られます。
部門内の各カテゴリーの金賞から1点が選抜されます。

金賞 賞金 30万円 受賞数 18点

部門内の各カテゴリーにおける、第1位作品の広告主に贈られます。ただし、最高賞に選ばれたカテゴリーの金賞は繰り上がるため、「該当なし」となります。

銀賞 賞金 20万円 受賞数 25点

部門内の各カテゴリーにおける、第2位作品の広告主に贈られます。

※エリアアクティビティ部門はカテゴリー区分を設けていないため、第1位作品が最高賞となり、2位作品は銀賞となります。よって金賞はありません。

総合賞 賞金 200万円 受賞数 1点

最高賞を受賞し、かつ広告活動全般に特に優秀な成果を上げた広告主に贈られます。

特別賞 賞金 100万円

下記の3つの視点より、最終正副委員長会で推薦があった場合に、審議されます。

【For Influence】

商品（サービス）訴求やブランディングの枠を超え、広く世間の注目を集め話題となった広告作品・ソリューションを制作した広告主に贈られます。

【For Continuation】

良質なキャンペーンを長期にわたって展開し、ブランディングに大きく貢献した広告作品・ソリューションを制作した広告主に贈られます。

【For Good】

広告やソリューションを通じて社会課題の解決に貢献し、ブランディングにも大きな成果を上げた広告主に贈られます。

地区広告賞 賞金 20万円

名古屋・九州・北海道の各地区における、応募全作品中の第1位作品の広告主に贈られます。

準地区広告賞 賞金 10万円

名古屋・九州・北海道の各地区における、応募全作品中の第2位作品の広告主に贈られます。

※各地区で選考されます。

SDGs特別賞 賞金 100万円 受賞数 1点

応募全作品中の第1位作品の広告主に贈られます。

SDGs特別賞優秀賞 賞金 20万円 受賞数 2点

応募全作品中の第2位、第3位の2作品の広告主に贈られます。

応募に関する詳細はP48をご覧ください。
※SDGs特別賞単独での応募はできません。

賞数と賞金は、本記事を基本としますので予めご了解ください。



77th Dentsu Advertising Awards

部門共通ガイドライン



作品の事前確認

- 過去に応募したことがある作品の再応募はできません。
すべての部門・カテゴリにおいて過去に広告電通賞に応募したことがある作品は再応募できません。
- SDGs 特別賞単独での応募はできません。
いずれかの部門に応募した作品のみがSDGs 特別賞に応募できます。
- 応募作品の責任の所在を明確にしてください。
広告主が内容に責任をもって対応できる作品に限ります。
応募される作品は、広告主名、ブランド名、商品名等が明示されたものに限ります。
- 重要事項を応募前にクリアしてください。

⚠ 重要事項

- ・応募に使用したすべての作品・素材・資料は報道・展示・公開される可能性があります。応募作品における必要な権利処理は応募者側で済ませてから応募してください。
- ・応募に使用した作品・素材・資料のすべてまたは一部が法令に抵触する場合、著作権、商標権、肖像権等第三者の権利を侵害している場合、公序良俗に反する場合またはこれらの恐れがある場合には、応募を受け付けない場合や入賞を取り消す場合があります。
- ・広告電通賞に応募したことにより、訴訟やクレーム等のトラブルが生じた場合は、応募者側の責任と費用において解決していただきます。



77th Dentsu Advertising Awards

部門共通ガイドライン



●同一作品・同一施策の重複応募にご注意ください。

▶同一作品とは

【プリント作品】

同一広告主、同一ブランド、同一コピー、同一デザイン要素で構成されている作品。
※それぞれの作品が異なる表現要素を含んでいる場合はその限りではありません。

【動画作品】

同一広告主、同一ブランド、同一フレーム、同一ストーリーで構成されている作品。
秒数違い、ぶら下がり違い等も同一作品と捉えます。
※それぞれの作品が異なる表現要素を含んでいる場合はその限りではありません。

▶同一作品の判断について

1 **同一ブランドの作品群**

同一ブランドの作品で、表現要素*が最も多い作品 **A** をベースとし、他の作品 **B** を比較します。

異なる表現要素がない作品 **B** の場合、**A** と **B** は同一作品とみなすため、どちらか一方のみ応募できます。

2 **同一ブランドの作品群**

同一ブランドの作品で、表現要素*が最も多い作品 **A** をベースとし、他の作品 **B**、**C**、**D**、**E** を比較します。

異なる表現要素がない作品 **B**、**D** は **A** と同一作品とみなすため、**A**・**B**・**D** のうち、1作品のみ応募できます。

異なる表現要素がある作品 **C**・**E** は、**A** とは別の作品とみなすため、**A**・**C**・**E** の3作品が応募できます。

※表現要素 = 表現として使用される各種の要素を指す。
プリント作品の場合：タレント、キャッチコピー、ボディコピー、デザイン等
動画作品の場合：タレント、ナレーション、音楽、フレーム、ストーリー等

▶同一施策の判断について

- ・同一広告主、同一商品 / サービス / ブランド名、同一作品名で行われた、一連の広告施策を指します。
- ・企画書、プレゼンテーション映像、URL、補足資料等の提出素材が異なっても、上記の要素が同一であれば、基本的には同一施策とみなします。

※同一施策かどうか判断が難しい場合は、事務局までお問い合わせください。



77th Dentsu Advertising Awards

部門共通ガイドライン



▶重複応募の可否

- プリント広告、オーディオ広告、フィルム広告、OOH 広告について
 - ・同一作品は、1つの部門で複数応募できません。
 - ・プリント広告と OOH 広告 A. プリントは、同一作品を同時に応募できません。
 - ・フィルム広告と OOH 広告 B. サイネージは、同一作品を同時に応募できません。
- ブランドエクスペリエンス、エリアアクティビティ、イノベティブ・アプローチについて
 - ・同一作品・施策は、1つの部門で複数応募できません。
 - ・ブランドエクスペリエンスとエリアアクティビティは、同一作品・施策を同時に応募できません。

※同一作品・施策でも、部門の選び方によっては複数応募できます。下表で確認してください。

※同一作品・施策の判断が難しい場合は、事務局までご相談ください。

部 門	プリント広告	オーディオ広告	フィルム広告	OOH 広告			ブランド エクスペリエンス	エリア アクティビティ	イノベティブ ・アプローチ	
				A.プリント	B.サイネージ	C.インフルエンス				
プリント広告		—	—	×	—	○	○	○	○	
オーディオ広告	—		—	—	—	○	○	○	○	
フィルム広告	—	—		—	×	○	○	○	○	
OOH 広告	A.プリント	×	—							
	B.サイネージ	—	—	×				○	○	○
	C.インフルエンス	○	○	○						
ブランド エクスペリエンス	○	○	○	○	○	○		×	○	
エリア アクティビティ	○	○	○	○	○	○	×		○	
イノベティブ ・アプローチ	○	○	○	○	○	○	○	○		

「×」--- 同一作品・施策を重複して応募は不可。

「—」--- 同一企画でも媒体違いであれば応募可。

「○」--- プリント広告、オーディオ広告、フィルム広告、OOH 広告 A, B に応募された個別の作品を含む一連の施策は、OOH 広告 C, インフルエンス、ブランドエクスペリエンス、エリアアクティビティ、イノベティブ・アプローチにも応募可。

詳しくは各部門のページをご覧ください。



77th Dentsu Advertising Awards

部門共通ガイドライン

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ● ○ ○ ○ ○ ○ ○

2.登録について



▶ 応募情報登録のフロー

応募情報登録期間

2024年3月1日(金)10:00～4月1日(月)17:00

最終日の4月1日17:00を過ぎると入力途中でもシステムが停止します。
入力途中や一時保存中の作品情報は、無効になりますのでご注意ください。



● 応募者マイページを作ります。

Webサイトの応募入口から**応募者マイページ**を作成し、応募者情報を入力してください。
※同一の代行応募者による複数広告主の登録も可能です。

● 仮パスワードが発行されます。

応募者情報が正しく送信されると仮パスワードが発行されます。
ログインに必要なIDと仮パスワードが記載されています。
※メールを受信できない場合は迷惑メールを確認してください。
または異なるメールアドレスを使って再度登録しなおしてください。



● 応募者マイページから作品情報を入力してください。

応募入口から**応募者マイページ**にログインし、作品情報入力ボタンから作品情報を入力・確定してください。

● 作品情報入力完了のお知らせメールが届きます。

作品情報を確定すると作品情報入力完了のメールが送られます。

● 応募者マイページに作品情報がリスト化されます。

登録された作品情報がリスト化され、応募状況ステータスが一覧表示されます。
登録内容を事務局が確認するまでは、応募状況ステータスは**事務局確認中**です。
※事務局が確認するのに少々時間がかかる場合があります。



77th Dentsu Advertising Awards

部門共通ガイドライン

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ● ○ ○ ○ ○ ○

▶ 作品提出のフロー



● 作品提出のお願いメールが届きます。

事務局が登録内容を確認すると、応募者マイページのステータスが**作品未提出**になります。

入力内容に不備がなければ作品提出のお願いメールが送られます。

※部門によって提出要領・提出期日が異なります。詳しくはメールの内容をご覧ください。

※九州地区以外のプリント広告部門、OOH広告部門(A. プリント)はデータの他に現物(掲載紙誌等)を提出してください。

九州地区も地区選考通過の際には現物提出があります。現物は予め準備、保管をお願いします。

● 作品の提出を事務局が確認します。

事務局確認後、応募状況ステータスは**作品提出済**になります。事務局からの連絡はありませんので各自ご覧ください。

※事務局が確認するのに少々時間がかかる場合があります。



● 作品に問題がなければ手続きは完了です。

作品情報、提出作品ともに不備がなければ応募状況ステータスは**応募完了**になります。

事務局からの連絡はありませんので応募状況ステータスを各自ご覧ください。

※事務局が確認するのに少々時間がかかる場合があります。

● 応募した作品の応募状況ステータスを最後まで確認してください。

すべての応募作品のステータスが**応募完了**になったか確認してください。

応募を取りやめた作品はそのままにせず**辞退**または**削除**をしてください。



77th Dentsu Advertising Awards

部門共通ガイドライン



選考について

1. 評価の視点

各部門共通の「評価の視点」は以下の4項目に集約されています。これらに加え、部門・カテゴリごとに「評価の視点」が別途設けられています。詳しくは各部門のページをご覧ください。

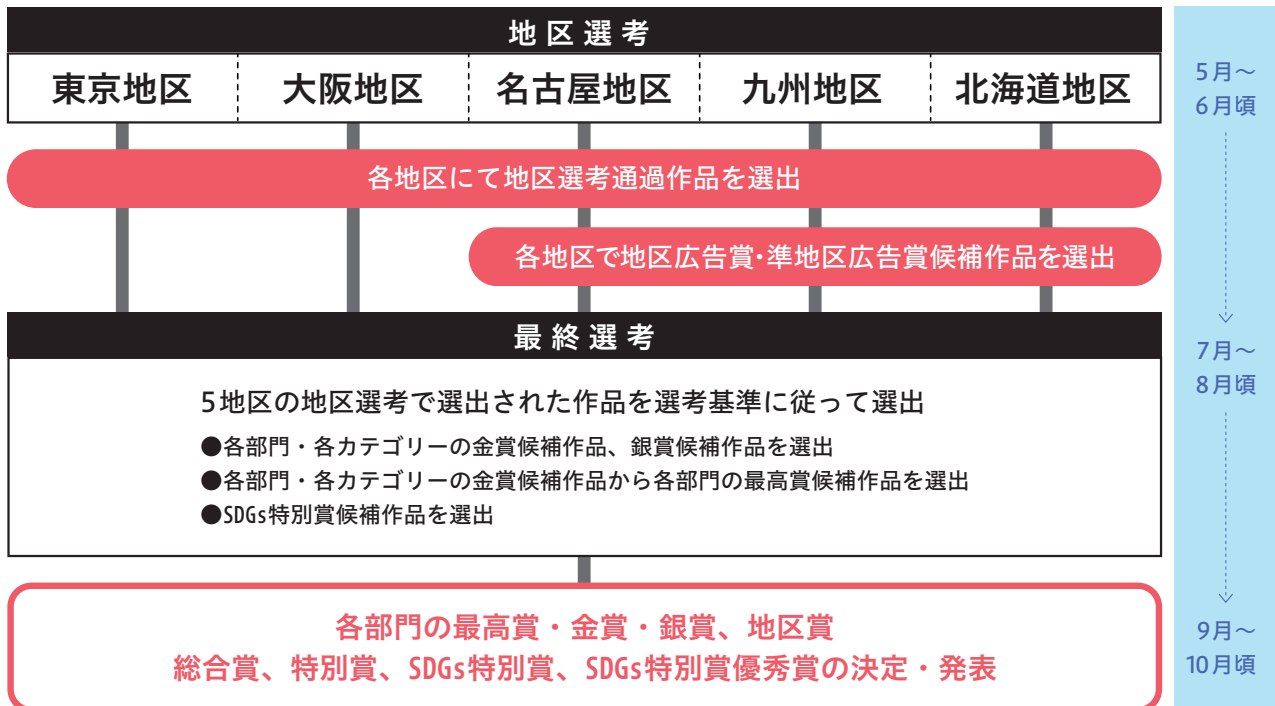
部門共通

- ・ターゲットのこころを動かす力があるか
- ・広告主の戦略が伝わるか
- ・チャレンジが感じられるか
- ・社会的多様性は保たれているか



部門・カテゴリごとの評価の視点

2. 選考の流れ



※今後の状況により予定を変更する可能性があります。予めご了承ください。



77th Dentsu Advertising Awards

部門共通ガイドライン



3. 選考委員

選考は広告電通賞審議会が選任する選考委員によって行われます。

選考委員の数は全国5地区（東京・大阪・名古屋・九州・北海道）合計で約500名です。

地区	部門	選考委員長	選考委員
東京	プリント広告	天野 幾雄 天野幾雄クリエイティブ・スタジオ クリエイティブディレクター/アートディレクター	計101名 広告主67名・媒体社19名・制作関係7名 有識者8名
	オーディオ広告	辻 豊 株式会社パイロットコーポレーション 広報部長	計28名 広告主19名・媒体社5名・制作関係2名 有識者2名
	フィルム広告	幼方 聡子 東レ株式会社 ブランドコミュニケーション室長	計89名 広告主71名・媒体社5名・制作関係6名 有識者7名
	OOH広告	古井 直樹 花王株式会社 化粧品事業部門 プレステージビジネスグループ KANEBO/LUNASOLブランドグループ リーダー	計46名 広告主33名・媒体社1名・制作関係8名 有識者4名
	ブランド エクスペリエンス	石井 龍夫 C Channel株式会社 監査役	計64名 広告主37名・媒体社1名・制作関係17名 有識者8名・業界団体1名
	エリア アクティビティ	清須美 匡洋 九州大学 名誉教授 総長特別顧問	計31名 広告主14名・媒体社1名・制作関係8名 有識者7名・業界団体1名
	イノベティブ・ アプローチ	朴 正義 株式会社バスキュール 代表取締役	計33名 広告主23名・媒体社2名・制作関係5名 有識者3名
大阪	プリント広告	上田 昌弘 パナソニック株式会社 エレクトリックワークス社 コミュニケーション企画室 室長	計31名 広告主18名・媒体社7名・制作関係2名 有識者4名
	オーディオ広告	嶋田 一治 ロート製菓株式会社 広報・CSV推進部 広報・万博担当部長	計19名 広告主10名・媒体社7名・制作関係2名
	フィルム広告	村山 靖 パナソニック株式会社 デザイン本部 コミュニケーションデザインセンター 所長	計31名 広告主23名・媒体社6名・制作関係2名
	OOH広告	加藤 裕二 パナソニック オペレーショナルエクセレンス株式会社 コーポレート・コミュニケーションセンター付 (株)クリエイターズグループMAC出向 取締役 クリエイティブディレクター	計18名 広告主9名・制作関係3名・有識者6名
	ブランドエクスペリエンス エリアアクティビティ	北 伸也 大日本除虫菊株式会社 取締役 宣伝部部长	計25名 広告主13名・制作関係9名・有識者3名
名古屋	全部門	飯田 義典 中日新聞社 取締役 広告担当	計31名 広告主20名・媒体社10名・制作関係1名
九州	全部門	重藤 健士 公益財団法人黒田奨学会 常務理事	計23名 広告主12名・媒体社9名・有識者2名
北海道	全部門	吉田 和夫 札幌市立大学 名誉教授	計23名 広告主11名・媒体社8名・有識者3名 業界団体1名
SDGs特別賞		金田 晃一 株式会社NTTデータグループ サステナビリティ経営推進部 シニア・スペシャリスト	計12名 広告主2名・媒体社1名・制作関係2名 有識者7名

2023年12月現在



77th Dentsu Advertising Awards

部門共通ガイドライン



作品の入賞について

報道・展示・公開に関して、応募に使用したすべての作品・素材・資料の著作権、商標権、肖像権、楽曲等の権利（楽曲に関する権利も含まれます）上の問題が生じないように事前に必要な権利処理をお願いします。ご不明点がある場合には、事務局までご連絡ください。

1. 応募作品の入賞確認

- 事務局より応募者へメールで通知します。応募者が広告主ではない代行応募者の場合は、広告主へ必ずお伝えください。
- 応募者マイページで該当作品のステータスが「入賞」になっているか確認してください。
- 入賞作品展等で作品の展示をするため、プリント広告・OOH広告等の作品の現物については追加で手配をお願いする場合があります。

2. 作品の一般公開に向けて：情報のオンライン入力

- 応募者マイページから、作品の制作スタッフ・所属会社等を入力していただきます。この入力情報は、広告電通賞ウェブサイト、贈賞式、年紀等の印刷物にも使用します。

3. 入賞作品の公開・展示

- 作品が入賞した場合、応募に使用したすべての作品・素材・資料は贈賞式、入賞作品展（富山デザインフェア「広告電通賞展」、アドミュージアム東京「広告電通賞展」）等での限定 / 一般への作品公開・展示を行う予定です。
- 年紀（印刷物）、広告電通賞ウェブサイトでは応募に使用したすべての作品・素材・資料に加え、制作スタッフリストの一般公開を行います。
- 応募の際には、作品・素材・資料、制作スタッフリストが年紀（印刷物）の形で公開されるため、その旨について広告主に許諾を得てください。
- 広告電通賞ウェブサイトでの公開については、作品・素材・資料、制作スタッフリストの公開の可否・公開条件（公開期間等）を、広告主とご相談ください。広告主から許諾が取れなかった場合、これらの情報については広告電通賞ウェブサイトでの公開はいたしません。



77th Dentsu Advertising Awards

部門共通ガイドライン



4. その他の一般公開

- 作品、および一部部門の応募に使用した、すべての作品・素材・資料は、アーカイブ化され、アドミュージアム東京にて公開および保管されます（公開期間・公開方法等はアドミュージアム東京に一任するものとします）。
- 入賞作品、および最終選考の選考対象作品の応募に使用した、すべての作品・素材・資料は、広告賞の勉強会や大学の講義、講演会等で紹介される場合がありますのでご了承ください。

5. 贈賞式

- 入賞作品を制作した広告主は広告電通賞審議会から贈賞されます。贈賞式は2024年10月に開催を予定しています。
- 贈賞式では、入賞作品や広告会社名、制作会社名が展示・公開されます。式典の様子はオンライン中継を予定しています。
- 贈賞式で発表される情報について、事務局から事前に確認・問い合わせをする場合があります。

6. 報道の可能性について

- (株)電通よりマスコミ等に向け入賞作品の広報発表を予定しています。広報発表後は広告主・広告作品等が各種メディアで報道される場合があります。
- 贈賞式の様子が各種メディアで報道される場合があります。

7. 個人情報について

- 応募に際して入力していただく個人情報は、応募内容の確認、作品の内容や審査結果、贈賞式に関する連絡、その他広告電通賞の運営に必要な範囲での利用以外の目的で使用されることはありません。
- プライバシー・ポリシーは、広告電通賞ウェブサイトをご覧ください。
<https://adawards.dentsu.jp/privacypolicy/>



77th Dentsu Advertising Awards

プリント広告部門



評価の視点

部門共通

- ・ターゲットのこころを動かす力があるか
- ・広告主の戦略が伝わるか
- ・チャレンジが感じられるか
- ・社会的多様性は保たれているか



プリント広告部門独自の評価の視点

- ・「何を伝えるか」の本質が明快であるか(新聞)
- ・読者との親和性が高い表現か(雑誌)
- ・新聞、雑誌メディアの新たな可能性を探っているか(新聞、雑誌共通)

応募資格

- 原則として(一社)日本新聞協会加盟の会員社が発行している発行部数10万部以上の新聞、または(一社)日本雑誌広告協会の会員社が発行している雑誌に掲載された作品に限ります(別刷り広告、号外も10万部以上発行のものは応募対象とします)。
※加盟社以外の広告主は、事務局までご相談ください。
- 2023年4月～2024年3月に日本国内で掲載された新聞広告、雑誌広告を対象とします。ただし「C. 新聞-シリーズ」、「D. 雑誌」のシリーズ広告は、海外展開をした作品も資料に含めることができます。

応募不可

- 過去に広告電通賞へ応募したことがある作品を再応募すること(すべての部門・カテゴリにおいて)。
- 同一作品を当部門内の複数のカテゴリに重複して応募すること。※P9参照。
- 同一作品を「OOH広告部門 A.プリント」に重複して応募すること。ただし、それぞれの作品が異なる表現要素を含んでいる場合はその限りではありません。※P9参照。

重要事項

- 応募に使用したすべての作品・素材・資料は報道・展示・公開される可能性があります。応募作品における必要な権利処理は応募者側で済ませてから応募してください。
- 応募に使用した作品・素材・資料のすべてまたは一部が法令に抵触する場合、著作権、商標権、肖像権等第三者の権利を侵害している場合、公序良俗に反する場合またはこれらの恐れがある場合には、応募を受け付けない場合や入賞を取り消す場合があります。
- 広告電通賞に応募したことにより、訴訟やクレーム等のトラブルが生じた場合は、応募者側の責任と費用において解決していただきます。



77th Dentsu Advertising Awards

プリント広告部門



カテゴリー概要

カテゴリー名	内容	広告主単位で応募できる数	注意事項
A. 新聞 - 商品・サービス	形のあるなしにかかわらず、商品やサービスを扱う新聞広告	制限なし	1応募につき4点まで
B. 新聞 - 企業・公共	商品やサービスではなく、企業や非営利団体そのものをブランディングする新聞広告		
C. 新聞 - シリーズ	2023年4月～2024年3月の期間内に掲載されたシリーズ新聞広告	制限なし	
D. 雑誌	2023年4月～2024年3月の期間内に掲載された雑誌広告	制限なし	シリーズ作品は1応募につき4点まで

< 必ずご確認ください >

現物の提出

- プリント広告部門では、現物の提出が必要になります。現物は予め準備、保管をお願いいたします。

複数・シリーズ作品の応募について

- 1応募につき4点まで応募できます。掲載紙誌の原稿データをアップロードしてください。
- 原稿データは1作品につき1データでご用意ください。複数作品を1つのデータで応募する事はできません。
- 5点以上ある作品の場合、補足資料のデータ（A3サイズ1枚ヨコ位置）を1点作品の画像データとは別にアップロードできます（任意）。
- オンライン選考では伝わりにくい掲載時の「仕掛け」や特殊な表現（透かし表現・飛び出す細工・複数紙面の連動案）を補足資料に構成してください。ただし、プリント広告部門では、企画意図や企画説明等文字での表現はできません。作品の画像データのみで構成してください。掲載紙/誌一覧表も掲出できません。
- 直近の掲載が2023年4月～2024年3月の期間内に1作品でも入っていれば対象とします。
- 日本国内で掲載されたほか、海外展開した作品も資料に含めることができます。



77th Dentsu Advertising Awards
プリント広告部門
 ○ ○ ●

作品の提出

全カテゴリー共通

(1) 掲載紙誌の原稿データ

- 応募作品の画像データを **JPEG RGB形式** でご用意ください (複写データ不可)。

プリント広告部門 画像サイズ

15段以下 + 雑誌 「JPEG RGB 高画質保存限定 1点につき 5MB以上～10MB以内」

15段超～ 「JPEG RGB 高画質保存限定 1点につき 10MB以上～20MB以内」

※雑誌は、トンボ (トリムマーク) をつけないで裁ち落としのデータ。

※ファイル名は半角英数字 (記号含まず) 20文字以内。

※アンダーバーは使用できます。 ※必ず拡張子「.jpg」をつけてください (「.jpeg」不可)。

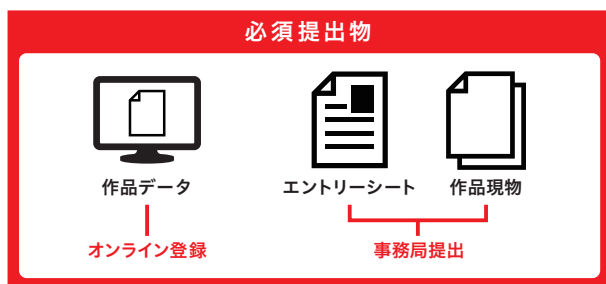
- 事務局から「作品提出のお願い」メールが届いたら応募者マイページの「応募作品登録」に入り、応募作品を **JPEG RGB** ファイルでアップロードしてください。
- 補足資料はJPEGでアップロードしてください。
 - ・ファイル形式：**JPEG RGB (A3サイズ1枚 ヨコ位置 5MB以内)** をお願いします。
 - ・ファイル名：半角英数字 (記号含まず) で20文字以内。
 - ※アンダーバーは使用できます。 ※必ず拡張子「.jpg」をつけてください。

(2) 作品の現物

- 現物提出の時期は応募地区によって異なりますので、右の表を参照して提出してください。
- 掲載紙誌の現物を切り取らずにそのまま提出してください (校正紙等掲載紙誌以外の印刷物では応募できません)。
- 紙誌面の表裏に掲載されている場合は、掲載ページに付箋を貼って、掲載紙誌を2部提出してください。
- 補足資料の現物提出はありません (JPEGのアップロードのみとなります)。

現物の提出	応募時	地区選考通過後
東京	○	—
大阪	—	○
名古屋	○	—
九州	—	○
北海道	○	—

(3) エントリーシート



- 現物提出の際に応募者マイページからエントリーシートをプリントアウトして作品に同封してください。

※応募に関する共通の必読項目は「部門共通ガイドライン」をご覧ください。



77th Dentsu Advertising Awards

オーディオ広告部門

●○○

評価の視点

部門共通

- ・ターゲットのこころを動かす力があるか
- ・広告主の戦略が伝わるか
- ・チャレンジが感じられるか
- ・社会的多様性は保たれているか



オーディオ広告部門独自の評価の視点

- ・リスナーの想像力をかきたてるか

応募資格

- 原則として（公社）日本アドバタイザーズ協会の加盟社が実施した作品に限ります。
※加盟社以外の広告主は、事務局までご相談ください。
- 2023年4月～2024年3月に日本国内に向けて放送・公開された作品を対象とします。
- 日本民間放送連盟加盟の放送局以外で放送・公開された作品も対象です
（ミニFM、インターネット、イベント・展示会で放送・公開されたCM等）。

応募不可

- 過去に広告電通賞へ応募したことがある作品を再応募すること（すべての部門・カテゴリにおいて）。
- 同一作品を当部門内の複数のカテゴリに重複して応募すること。※P9参照。

重要事項

- 応募に使用したすべての作品・素材・資料は報道・展示・公開される可能性があります。
応募作品における必要な権利処理は応募者側で済ませてから応募してください。
- 応募に使用した作品・素材・資料のすべてまたは一部が法令に抵触する場合、著作権、商標権、肖像権等第三者の権利を侵害している場合、公序良俗に反する場合またはこれらの恐れがある場合には、応募を受け付けない場合や入賞を取り消す場合があります。
- 広告電通賞に応募したことにより、訴訟やクレーム等のトラブルが生じた場合は、応募者側の責任と費用において解決していただきます。



77th Dentsu Advertising Awards

オーディオ広告部門



カテゴリー概要

カテゴリー名	内容	広告主単位で応募できる数	注意事項
A. 第1	～20秒	3作品まで	合計60秒以内
B. 第2	21秒～120秒	3作品まで	合計180秒以内
C. シリーズ	1応募(1作品)の合計 180秒以内	1作品のみ ※3点まで組み合わせ ることができます。	・同一ブランド、同一フレームで、かつストーリー 違いのCMを組み合わせたシリーズ作品 ・1点あたり120秒以内

作品の提出

全カテゴリー共通

(1) 作品の音声データ

- 音声データを下記いずれかのファイル形式でご用意ください。

非圧縮	WAV (16bit/48kHz/-20dBFS 推奨)
圧縮	MP3 (128kbps 以上推奨)

- ファイル名：半角英数字(記号含まず)20文字以内
※アンダーバーは使用できます。 ※必ず拡張子「.wav」または「.mp3」をつけてください。
- 1作品1ファイルです。
- テスト音(ピー音)、クレジットは入れないでください。
- シリーズについて
 - ・それぞれの作品の間に2秒の無音部分を入れて1ファイルの形で提出してください。別々のファイルでは受領できません(無音の秒数はカウントしません)。
 - ・各作品の秒数を同じ長さで統一する必要はありません。
 - ・シリーズの中の1点でも応募対象期間(2023年4月～2024年3月)に放送・公開されていれば応募できます。ただしすべての作品が過去に広告電通賞に応募されていないことが条件となります。



77th Dentsu Advertising Awards

オーディオ広告部門

○○●

(2) CMスクリプトのデータ (必須)

- ファイル形式：PDFフォーマット
- セキュリティ設定：なし
- ファイルサイズ上限：1MB (A4サイズ)
- ファイル名：半角英数字 (記号含まず) 20文字以内
※アンダーバーは使用できます。 ※必ず拡張子「.pdf」をつけてください。

事務局から「作品提出のお願い」メールが届いたら応募者マイページの「応募作品登録」に入り、応募作品・CMスクリプトをそれぞれのファイルでアップロードしてください。

必須提出物



音声データ + CMスクリプトデータ

オンライン登録のみ

※応募に関する共通の必読項目は「部門共通ガイドライン」をご覧ください。



77th Dentsu Advertising Awards

フィルム広告部門



評価の視点

部門共通

- ・ターゲットのこころを動かす力があるか
- ・広告主の戦略が伝わるか
- ・チャレンジが感じられるか
- ・社会的多様性は保たれているか



フィルム広告部門独自の評価の視点

- ・表現とブランドが強く結びついて視聴者に残るか
- ・視聴者を惹きつけて積極的に見たいと思わせ、途中離脱させず、最後まで見させる力を持っているか
- ・その秒数ならではのプレゼンスおよびパフォーマンスを最大限に発揮しているか

応募資格

- 原則として(公社)日本アドタイザーズ協会の加盟社が実施した作品に限ります。
※加盟社以外の広告主は、事務局までご相談ください。
- 2023年4月～2024年3月に日本国内に向けて放送・公開された動画作品を対象とします。
放送・公開時期がこの期間にかかっている場合は応募できます。

応募不可

- 過去に広告電通賞へ応募したことがある作品を再応募すること(すべての部門・カテゴリにおいて)。
- 同一作品を当部門内の複数のカテゴリに重複して応募すること。※P9参照。
- 秒数違い、ぶら下がり違いの作品(同一作品と捉えるため)。
- 同一作品を「OOH広告部門 B.サイネージ」に重複して応募すること。ただし、それぞれの作品が異なる表現要素を含んでいる場合はその限りではありません。
- 応募用として作品内容に何らかの編集を施した作品。

重要事項

- 応募に使用したすべての作品・素材・資料は報道・展示・公開される可能性があります。
応募作品における必要な権利処理は応募者側で済ませてから応募してください。
- 応募に使用した作品・素材・資料のすべてまたは一部が法令に抵触する場合、著作権、商標権、肖像権等第三者の権利を侵害している場合、公序良俗に反する場合またはこれらの恐れがある場合には、応募を受け付けない場合や入賞を取り消す場合があります。
- 広告電通賞に応募したことにより、訴訟やクレーム等のトラブルが生じた場合は、応募者側の責任と費用において解決していただきます。



77th Dentsu Advertising Awards

フィルム広告部門

○●○

カテゴリ概要

カテゴリ	ジャンル	詳細内容（前回の応募情報から）	秒数	広告主単位で応募できる数	注意事項
A. 商品I	■有形商品: 摂取するもの 食べたい、飲みたい、使いたい	食品、飲料、酒類、調味料、サプリメント、飲み薬	16秒～120秒	3作品まで	・1作品につき1件の応募登録が必要
B. 商品II	■有形商品: 摂取するもの以外 使いたい、持ちたい	自動車、家電、パソコン、カメラ、キッチン・トイレットリー、化粧品、衣料品、貼り薬、書籍、文具、おもちゃ、ベビー用品（ミルク・離乳食含む）、ペット用品	16秒～120秒	3作品まで	
C. サービス・文化	■無形商品 利用したい、体験・経験したい 学びたい、知りたい、遊びたい	保険、銀行、クレジットカード、決済サービス、デジタルコンテンツ、情報通信、サブスク、コンサル、運輸、郵便、旅行、教育、テーマパーク、宝くじ、映画・番組宣伝	16秒～120秒	3作品まで	
D. 企業・公共	■企業広告、企業そのもののブランディング広告、投資家を対象としたIR広告、CI・VI広告、SDGs ■非営利目的で公共性の強いキャンペーン広告、意見広告、人権啓発広告、災害広告、環境広告 ■産業用資材、産業向けエネルギー関連、各種開発技術、産業用商品（医科向け医薬品・医療システム等）		16秒～120秒	3作品まで	
E. スポット・短尺（上期）	ジャンルは問いません	2023年4月～9月に放送・公開された、15秒のスポットCM、15秒以下の短尺動画品、6秒のバンパー広告等	～15秒	2作品まで	・期間が上・下期にまたがっている場合、応募はE、Fどちらでも可能 ・1作品につき1件の応募登録が必要
F. スポット・短尺（下期）	ジャンルは問いません	2023年10月～2024年3月に放送・公開された、15秒のスポットCM、15秒以下の短尺動画作品、6秒のバンパー広告等	～15秒	2作品まで	
G. 長尺I	ジャンルは問いません	1点で121秒～180秒の作品	121秒～180秒	1作品	-
H. 長尺II	ジャンルは問いません	1点で181秒～360秒の作品	181秒～360秒	1作品	
I. シリーズI	ジャンルは問いません	同一ブランド、同一フレーム、かつストーリー違いの作品で構成されたシリーズ作品 秒数違い・ぶら下がり違いは不可（5点まで組み合わせ可）	合計秒数 ～180秒	1作品	・I、Jの提出物は1本に編集する必要あり ・合計秒数とは作品秒数だけを足しあげた時間（作品間に挿入する黒みは秒数にカウントしない）
J. シリーズII	ジャンルは問いません		合計秒数 181秒～600秒	1作品	

※フィルム広告部門内で、同一作品は複数応募できません。秒数違い・ぶら下がり違いも不可です。



77th Dentsu Advertising Awards

フィルム広告部門

○○●

作品の提出

- 映像データを下記のファイル形式でご用意ください。

映像コーデック：MP4 (H.264/MPEG4)

解像度：1920×1080pixel 推奨 (最大ファイルサイズ：2GB)
縦型動画はMP4 (H.264/MPEG4) 1080×1920pixel 推奨。 ※4K・8K 不可。

ファイル名：半角英数字 (記号含まず) 20文字以内
※アンダーバーは使用できません。 ※必ず拡張子「.mp4」をつけてください。

- その他留意点

- ・1作品1ファイルです。
- ・カラーバー、クレジットは入れないでください。

- 事務局から「作品提出のお願い」メールが届いたら応募者マイページの「応募作品登録」に入り、応募作品をアップロードしてください。

- シリーズⅠ、Ⅱについて

- ・作品間に黒み2秒を入れ順番につなげて1本に編集したデータで提出してください。
- ・合計秒数とは、作品の正味を足したものです。作品間に入れる2秒の黒みは合計秒数に含まれません。
- ・秒数違い、ぶら下がり違い等同一内容と判断できる作品は組み合わせることができません。
- ・各作品の秒数を同じ長さで統一する必要はありません。
- ・シリーズの中の1点でも応募対象期間に放送・公開されていれば応募できます。ただしすべての作品が過去に広告電通賞に応募されていないことが前提となります。2024年4月以降に放送・公開予定の作品は含むことができません。
- ・公開メディアが異なった作品の組み合わせ (WebとTVCM等) も応募できます。

<必ずご確認ください>

下記は選考の対象外になります。

- 応募完了後に事務局に連絡なく応募作品の内容を変更した場合。
- 作品と登録情報 (秒数、シリーズの順番等) が異なる場合。



※応募に関する共通の必読項目は「部門共通ガイドライン」をご覧ください。



77th Dentsu Advertising Awards

OOH 広告部門



評価の視点

部門共通

- ・ターゲットのこころを動かす力があるか
- ・広告主の戦略が伝わるか
- ・チャレンジが感じられるか
- ・社会的多様性は保たれているか



OOH 広告部門独自の評価の視点

- ・立ち止まらせるだけの強さがあるか
- ・掲出した媒体の特性を活かしているか
- ・シェアしたくなる訴求力、話題性があるか
(C. インフルエンズ)

主な変更点

- C. インフルエンズの提出物は画像データのみとなりました。

応募資格

- 原則として(公社)日本アドバタイザーズ協会の加盟社が実施した作品に限ります。
※加盟社以外の広告主は、事務局までご相談ください。
- 2023年4月～2024年3月に日本国内で掲出・放映されたOOH広告を対象とします。

応募不可

- 過去に広告電通賞へ応募したことがある作品を再応募すること(すべての部門・カテゴリにおいて)。
- 同一のグラフィック作品を当部門内の複数のカテゴリに重複して応募すること。※P9参照。
- 同一のグラフィック作品を「プリント広告部門」に重複して応募すること。ただし、それぞれの作品が異なる表現要素を含んでいる場合はその限りではありません。
- 同一の動画作品を「フィルム広告部門」に重複して応募すること。
- A. プリントに一般の生活者が接触できない社内用ポスター、店頭・商品まわりのPOP広告(ポスターを除く)、チラシ等を応募すること。
- A. プリントに新聞や雑誌を応募すること。

重要事項

- 応募に使用したすべての作品・素材・資料は報道・展示・公開される可能性があります。応募作品における必要な権利処理は応募者側で済ませてから応募してください。
- 応募に使用した作品・素材・資料のすべてまたは一部が法令に抵触する場合、著作権、商標権、肖像権等第三者の権利を侵害している場合、公序良俗に反する場合またはこれらの恐れがある場合には、応募を受け付けない場合や入賞を取り消す場合があります。
- 広告電通賞に応募したことにより、訴訟やクレーム等のトラブルが生じた場合は、応募者側の責任と費用において解決していただきます。



77th Dentsu Advertising Awards

OOH 広告部門

○●○○○

カテゴリー概要

カテゴリー名	内容	広告主単位で応募できる数	注意事項
A. プリント	公共交通機関、駅、店舗等の屋内外で公表・掲出された印刷物の作品 ※店頭・商品まわりのPOP広告は対象外(ポスターを除く)。	2応募まで	・1応募につき最大合計面積B0×2まで ・シリーズ作品は、合計面積B0×2の範囲内であれば4点までを1応募として可能(最小サイズの制限なし)
B. サイネージ	公共交通機関(車両・駅構内)、屋外ビジョン等で公開された映像作品	2応募まで	・音声なしの映像作品も応募可能 ・映像は120秒以内
C. インフルエンس	公共交通機関、駅、ボード、街頭、店舗等の屋内外で公表・掲出された作品 (B0×2を超える大型広告も対象) ※仕組み・話題性の評価を重視。	2応募まで	B2判画像データ(ヨコ位置)を1点作成 ・掲出時の風景画像等 ・企画意図・表現概要・リザルト

作品の提出

A. プリント

(1) 応募作品の原稿データ

- 作品の画像データを **JPEG RGB 形式** でご用意ください。

画像サイズ

「**JPEG RGB 高画質保存限定 1点につき 5MB以上-20MB以内**」

※トンボ(トリムマーク)をつけないで裁ち落としのデータ。

※ファイル名は半角英数字(記号含まず)20文字以内。

※アンダーバーは使用できます。 ※必ず拡張子「.jpg」をつけてください(「.jpeg」不可)。

- 事務局から「作品提出のお願い」メールが届いたら応募者マイページの「応募作品登録」に入り、応募作品を **JPEG RGB ファイル** でアップロードしてください。
- 補足資料のデータを1点、作品の画像とは別にアップロードすることができます。(任意)
 - ・ 提出物以外のシリーズ作品のビジュアルや簡単な企画の説明文および掲出風景画像をまとめて自由にレイアウトすることが可能です。
 - ・ ファイル形式は **JPEG RGB (A3サイズ 1枚 ヨコ位置 5MB以内)** をお願いします。
 - ・ ファイル名は半角英数字(記号含まず)20文字以内。
 - ※アンダーバーは使用できます。 ※必ず拡張子「.jpg」をつけてください(「.jpeg」不可)。



77th Dentsu Advertising Awards

OOH 広告部門

○○●○○

(2) 作品の現物

- 作品現物を提出してください。九州地区は地区選考時には現物の提出は不要です。
※九州地区も地区選考通過の際には現物提出があります。現物は予め準備、保管をお願いします。
- 複数作品を提出する場合は、並び順を応募システム入力時に必ず指定してください。
- 1応募につき最大合計面積 B0×2までとします。
- シリーズ作品は、合計面積 B0×2の範囲内であれば4点までを1応募とします（最小サイズの制限なし）。

応募の一例

- ・ B3サイズのポスターで5点シリーズの場合
合計面積に余裕はありますが、シリーズ作品は1応募4点までなので、4点シリーズでの応募になります。
- ・ B0サイズのポスターで4点シリーズの場合
シリーズ作品は1応募4点まで応募できますが、合計面積がB0×2までなので、2点シリーズでの応募になります。

- 補足資料の現物提出はありません（JPEGのアップロードのみとなります）。
※上記の応募可能サイズに合致しない場合（特殊な形で掲出した場合等）は、事務局へご相談ください。
※平面グラフィック以外の立体・特殊ポスター等は事前にご相談ください。
※ B0×2 を超える大型広告は、C.インフルエンسへの応募を推奨しています。

(3) エントリーシート

- 応募者マイページからエントリーシートをプリントアウトして作品に同封してください。
※九州地区は地区選考通過後の現物提出の際にエントリーシートを提出してください。
- 作品に貼ったり、クリップで留めたりしないでください。

「A. プリント」必須提出物



原稿データ

オンライン登録



エントリーシート



作品現物

事務局提出

※事務局提出物は応募地区によって対応が異なる場合がありますので、必ず確認してください。

※応募に関する共通の必読項目は「部門共通ガイドライン」をご覧ください。



77th Dentsu Advertising Awards

OOH 広告部門

○ ○ ○ ● ○

B. サイネージ

(1) 応募作品の映像データ

- 映像データを下記のファイル形式でご用意ください。

映像コーデック：MP4 (H.264/MPEG4)

解像度：1920×1080 pixelまたは1280×720 pixel 推奨
縦型動画は、1080×1920 pixelまたは720×1280 pixel推奨。 ※4K・8K不可。

ファイル名：半角英数字(記号含まず)20文字以内
※アンダーバーは使用できます。 ※必ず拡張子「.mp4」をつけてください。

- 映像作品そのもの、または公開時の記録映像を提出してください。ただし、インタラクティブ施策等、記録映像ではわかりにくい場合は、簡潔に説明を入れてください。
- 本編は120秒以内に収めてください(音声なしの映像作品も応募可能)。シリーズ作品の場合は、作品間に黒み2秒を入れてください(黒みの秒数はカウントしません)。
- 事務局から「作品提出のお願い」メールが届いたら応募者マイページの「応募作品登録」に入り、応募作品をアップロードしてください。

※DVD等記録媒体、エントリーシートの提出がなくなりました。

<必ずご確認ください>

- 映像のデータ送付は受け付けられません。
- 映像内に広告会社名、制作会社名等が表記されている場合は、公正な選考ができないため受け付けられません。



※応募に関する共通の必読項目は「部門共通ガイドライン」をご覧ください。



77th Dentsu Advertising Awards

OOH 広告部門

○○○○●

C. インフルエンズ

(1) B2判の画像データ (1点)

- 画像データを JPEG RGB 形式でご用意ください。

画像サイズ

「JPEG RGB 高画質保存限定 10MB以上~20MB以内」

※トンボ(トリムマーク)をつけないで裁ち落としのデータ。

※ファイル名は半角英数字(記号含まず)で20文字以内。

※アンダーバーは使用できます。 ※必ず拡張子「.jpg」をつけてください(「.jpeg」不可)。

- 掲出時の風景画像をメインにレイアウトしてください。
- 企画意図や表現概要、リザルト(広告効果)を出力紙内に簡潔にまとめてレイアウトしてください(レイアウトは自由、ただし全体のフレームはヨコ位置)。
- 表面には、広告主名・商品名・キャンペーン名を必ず明記してください。
- 事務局から「作品提出のお願い」メールが届いたら応募者マイページの「応募作品登録」に入り、応募作品を JPEG RGB ファイルでアップロードしてください。

※今回より、B2出力紙+エントリーシートの提出がなくなりました。

画像データのみの応募となります。

<必ずご確認ください>

- 提出物に広告会社名、制作会社名等が表記されている場合は、公正な選考ができないため受け付けられません。

「C.インフルエンズ」必須提出物



画像データ

オンライン登録のみ

※応募に関する共通の必読項目は「部門共通ガイドライン」をご覧ください。



77th Dentsu Advertising Awards

ブランドエクスペリエンス部門



評価の視点

部門共通

- ・ターゲットのこころを動かす力があるか
- ・広告主の戦略が伝わるか
- ・チャレンジが感じられるか
- ・社会的多様性は保たれているか



ブランドエクスペリエンス部門独自の評価の視点

- ・顧客や社会環境変化へのインサイトに基づいているか
- ・顧客に提供する体験がブランドや企業独自のものであり、顧客や社会的課題の解決につながっているか
- ・ブランドへのエンゲージメント強化を実現し、顧客体験が期待した行動の喚起につながったか

主な変更点

- ブランドエクスペリエンス部門の意義を明確化し、より適切な評価を実現するためエリアアクティビティ部門との同一作品の重複応募を不可とします。

部門の特徴

- ユーザーエクスペリエンスを評価する部門です。オンライン/オフライン含め、施策における使用媒体の制限はありません。
- 施策におけるプランニング（コミュニケーション構造等）を評価します。クリエイティブ表現を中心とした評価については、他の部門で行います。

応募資格

- デジタルデバイスやインターネット広告はもちろん、媒体を問わず様々な顧客接点を活用し、最適な顧客体験提供を実現させた施策を対象とします。
- 原則として（一社）日本プロモーション・マーケティング協会、（公社）日本アドバタイザーズ協会のいずれかの加盟社が実施した施策に限ります。
※加盟社以外の広告主は、事務局までご相談ください。
- 2023年3月～2024年3月の期間を含んで実施された施策を対象とします。
- 全カテゴリー共通で国内の広告主が海外で展開した施策（In-Out 施策）も応募できます。
- 応募素材としてURLを提出する場合は、2024年10月末日まで閲覧可能な状態にしてください。閲覧不能になった場合は選考の対象外となります。



77th Dentsu Advertising Awards

ブランドエクスペリエンス部門



応募不可

- 過去に広告電通賞へ応募したことがある作品・施策を再応募すること（すべての部門・カテゴリーにおいて）。
- 同一施策を当部門内の複数のカテゴリーに重複して応募すること。
- 同一施策を「エリアアクティビティ部門」に重複して応募すること。※ P9参照。

重要事項

- 応募に使用したすべての作品・素材・資料は報道・展示・公開される可能性があります。応募作品における必要な権利処理は応募者側で済ませてから応募してください。
- 応募に使用した作品・素材・資料のすべてまたは一部が法令に抵触する場合、著作権、商標権、肖像権等第三者の権利を侵害している場合、公序良俗に反する場合またはこれらの恐れがある場合には、応募を受け付けない場合や入賞を取り消す場合があります。
- 広告電通賞に応募したことにより、訴訟やクレーム等のトラブルが生じた場合は、応募者側の責任と費用において解決していただきます。

カテゴリー概要

カテゴリー名	内容
A. コーポレート・団体	コーポレート、団体のブランド価値を向上するためのコミュニケーション施策
B. プロダクト・サービス	プロダクト、サービスのブランド価値を向上するためのコミュニケーション施策

- 各カテゴリーとも広告主単位での応募は3点までです。
- 施策に含まれる個別の作品(動画・プリント等)は、それぞれ該当する部門に同時に応募できます。

作品・施策の提出

- 応募完了後に、事務局に連絡なく応募の内容を変更した場合は、選考の対象外となります。
- すべての提出物をオンライン選考で使用します。また、入賞された場合は一般公開されるため、応募に使用するすべての作品・素材・資料上にはマル秘情報を記載しないでください。
- 提出物は報道・展示・公開される可能性があります。必要な権利処理を行っていない画像や情報（公開されて問題がある画像、具体的な数値、著作権者の許諾がないSNSアカウント/ID/書き込み等）は記載しないでください。



77th Dentsu Advertising Awards

ブランドエクスペリエンス部門

○ ○ ● ○ ○ ○

- 提出物の組み合わせは以下のパターンのいずれかになります。
※企画書のみでの提出は、受け付けられません。

提出物の組み合わせパターン

- ・ (1) 企画書 + (2) プレゼンテーション映像
- ・ (1) 企画書 + (3) URL (あるいは、補足資料)
- ・ (1) 企画書 + (2) (3) の両方

- 事務局から「作品提出のお願い」メールが届いたら応募者マイページの「応募作品登録」に入り、提出物をアップロードしてください。

(1) 企画書 (必須)

- 広告電通賞ウェブサイトの応募ページから規定フォーマットをダウンロードして記入してください。
- 公平な選考のために、広告会社名・制作会社名等は表記しないでください。
- 企画書に URL や QR コード等を記載しないでください。
- 記入後は以下の基準に従ってファイルを保存してください。

ファイル形式 : PDFフォーマット

セキュリティ設定 : なし

ファイルサイズ上限 : 12 MB

ファイル名 : 半角英数字 (記号含まず) 20文字以内

※アンダーバーは使用できます。 ※必ず拡張子「.pdf」をつけてください。

※入賞した場合は、贈賞式および入賞作品展等で作品の展示をするため、追加で高解像度データを提出していただく場合があります。展示する際には、B2に拡大されます。

< 必ずご確認ください >

- 規定フォーマットを使用していない企画書は、受け付けられません。企画書は2ページあります。1ページ目には規定の4項目を記入してください。2ページ目はフリー入力エリアです。1ページ目では伝えきれなかった内容やプランニングの全体像、特筆すべきポイント等をご記入ください。



77th Dentsu Advertising Awards

ブランドエクスペリエンス部門

○ ○ ○ ● ○ ○

(2) プレゼンテーション映像 (推奨)

- 本編は120秒以内に収めてください。
- 公平な選考のために、広告会社名・制作会社名等は表記しないでください。
- 形式の詳細は下記を参照してください。
※記録映像提出の場合は、音楽も含め、必ず権利等をクリアにした素材で制作してください。
- 動画のフォーマット

映像コーデック：MP4 (H.264/MPEG4)

解像度：1920×1080 pixelまたは1280×720 pixel 推奨
縦型動画は、1080×1920pixelまたは720×1280pixel推奨。 ※4K・8K不可。

ファイル名：半角英数字 (記号含まず) 20文字以内
※アンダーバーは使用できます。 ※必ず拡張子「.mp4」をつけてください。

(3) 作品 URL (任意)

- 作品 URL は最大3件まで登録できます。
- URL には必要に応じて ID / パスワードや限定公開設定を利用してください。
- 各選考委員の動作環境によっては閲覧できない可能性があることにご注意ください。
特に動画はYouTube以外の動画サービスは閲覧不能になる率が高いため、できる限りYouTubeを利用してください (必要に応じて限定公開にしてください)。
- (2) プレゼンテーション映像と同じ動画はこのURL欄には含めないでください。
- URL が選考期間内に公開されていない作品の場合にのみ URL の代わりに、A4サイズ1枚、ヨコ位置の補足資料を提出できます。
公平な選考のために、広告会社名・制作会社名等は記載しないでください。
 - ・ファイル形式はPDF (A4サイズ1枚ヨコ位置5MB以内) をお願いします。
 - ・ファイル名は半角英数字 (記号含まず) で20文字以内。
※アンダーバーは使用できます。 ※必ず拡張子「.pdf」をつけてください。



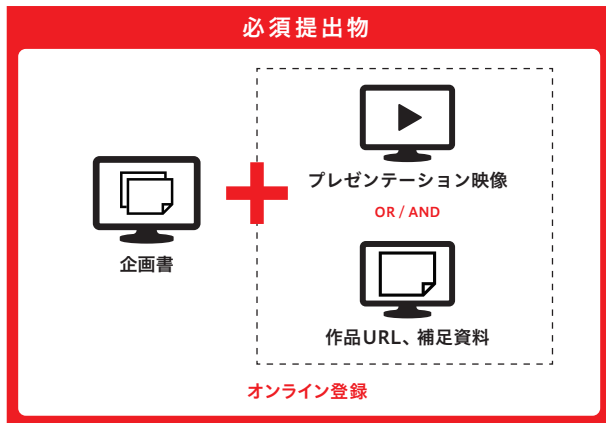
77th Dentsu Advertising Awards

ブランドエクスペリエンス部門



<必ずご確認ください>

- 補足資料では「タテ位置」設定や、「複数枚」の応募は、受け付けられません。
- スマートフォン・アプリ・VR等PC上で再現できないコンテンツは、応募者側で120秒以内の作品内容がわかる映像を制作してサーバーにアップし、URLを入力欄の1つに入力してください。



※応募に関する共通の必読項目は「部門共通ガイドライン」をご覧ください。



77th Dentsu Advertising Awards

ブランドエクスペリエンス部門



応募者の皆さまへ

2022年は新型コロナウイルス感染症、ウクライナ情勢、物価高騰等、国内外に様々な劇的な変化がある中で、社会のデジタル化を背景にインターネット広告が大きく成長し、マスコミ4媒体広告費を初めて上回った年でした。2023年もインターネット広告媒体費は堅調に推移し、全体で前年比112.5%の2兆7,908億円まで増加すると電通は予測しています。

デジタルツールを日常的に利用し、様々な情報に接触することで多様化した顧客のライフスタイルや興味関心に対応し、適切な広告コミュニケーションを最適なタイミングで行うためには、マスメディアだけでなく、デジタルメディアを有効に活用することが必然です。このような現状を背景に、先進的な広告主企業は、これまでのようにメッセージを広く送り届けるだけでなく、顧客とインタラクティブで直接的なつながりを持ち、良質な顧客体験を提供することを指向するようになりました。また、社会のグローバル化が進む中で、社会的多様性に配慮したコミュニケーションへの取り組みもこれまで以上に重要になっています。

この部門では、インターネット広告の活用だけでなく、様々なデジタルデバイスを活用し、顧客にとって最適な体験を提供する事にチャレンジした作品を評価することはもちろん、デジタルに限らず、顧客との接点を有効に活用したコミュニケーションのフレーム自体を評価対象とします。また、広告のクリエイティブワークが、ブランドや企業独自の顧客理解に基づくことや、ブランドや事業の課題解決につながることは当然として、優れた顧客体験の創造・提供による話題の伝播、行動喚起を実現する力があつたと自負する作品やコミュニケーションフレームの応募を歓迎いたします。

生活者の価値観が多様化する一方、自分や家族を取り巻く環境への不安も増大する現代、Z世代を中心に、SDGsやDEI(Diversity, Equity & Inclusion)等への関心が高まり、結果として、ブランドや企業の顧客は真に価値ある体験を提供し、社会的課題や環境に配慮する企業を選択するようになっていきます。ブランドエクスペリエンス部門が、そのような顧客の変化を捉えて先鋭的なチャレンジをするブランドや企業を評価し、広告の新しい潮流を作り出す賞となりますよう、皆さまの積極的なご応募を期待しています。

ブランドエクスペリエンス東京地区選考委員長

石井 龍夫

大阪地区選考委員長

北 伸也



77th Dentsu Advertising Awards

エリアアクティビティ部門

●○○○○

評価の視点

部門共通

- ・ターゲットのこころを動かす力があるか
- ・広告主の戦略が伝わるか
- ・チャレンジが感じられるか
- ・社会的多様性は保たれているか



エリアアクティビティ部門独自の評価の視点

- ・エリアの活性化に寄与するアイデアに溢れた、効果的・効率的・組織的な企画内容か
- ・エリア独自の魅力や価値が訴求され、かつ多くの消費者の共感や賛同が得られるように配慮されているか
- ・限られたターゲットだけでなく、広く人々の意識や態度の変容を促しているか

主な変更点

- 地域固有の施策を評価するというエリアアクティビティ部門の意義を明確化し、より適切な評価を実現するため、ブランドエクスペリエンス部門との同一作品の重複応募を不可とします。

部門の特徴

- 自治体、市町村、地域コミュニティの活動から、国や地域のグローバルな活動まで、活動の規模を問わず、地域における多種多様なコミュニケーション施策・活動を評価する部門です。
- 施策におけるプランニング（コミュニケーション構造等）を評価します。クリエイティブ表現を中心とした評価については、他の部門で行います。

応募資格

- 地域の個性や魅力を最大限に活用し、地域の活性化に貢献するアイデアに富んだ施策を対象とします。
- 原則として（公社）日本アドバタイザーズ協会の加盟社、および地方自治体や市町村、地域の団体等が実施した施策に限ります。※加盟社以外の広告主は、事務局までご相談ください。
- 2023年3月～2024年3月の期間を含んで実施された施策を対象とします。
- 国内の広告主が海外で展開した施策（In-Out 施策）も応募できます。
- 応募素材としてURLを提出する場合は、2024年10月末日まで閲覧可能な状態にしてください。閲覧不能になった場合は選考の対象外となります。
- 広告媒体は不問です。

※全部門共通の応募資格については「部門共通ガイドライン」をご覧ください。



77th Dentsu Advertising Awards

エリアアクティビティ部門

○●○○○

応募不可

- 過去に広告電通賞へ応募したことがある作品・施策を再応募すること（すべての部門・カテゴリーにおいて）。
- 同一施策を「ブランドエクスペリエンス部門」に重複して応募すること。※P9参照。

重要事項

- 応募に使用したすべての作品・素材・資料は報道・展示・公開される可能性があります。応募作品における必要な権利処理は応募者側で済ませてから応募してください。
- 応募に使用した作品・素材・資料のすべてまたは一部が法令に抵触する場合、著作権、商標権、肖像権等第三者の権利を侵害している場合、公序良俗に反する場合またはこれらの恐れがある場合には、応募を受け付けない場合や入賞を取り消す場合があります。
- 広告電通賞に応募したことにより、訴訟やクレーム等のトラブルが生じた場合は、応募者側の責任と費用において解決していただきます。

部門概要

- 広告主単位での応募は3点までです。
- 施策に含まれる個別の作品（動画・プリント等）は、それぞれ該当する他の部門に同時に応募できます。

作品・施策の提出

- 応募完了後に、事務局に連絡なく応募の内容を変更した場合は、選考の対象外となります。
- すべての提出物をオンライン選考で使用します。また、入賞された場合は一般公開されるため、応募に使用するすべての作品・素材・資料上にはマル秘情報を記載しないでください。
- 提出物は報道・展示・公開される可能性があります。必要な権利処理を行っていない画像や情報（公開されて問題がある画像、具体的な数値、著作権者の許諾がないSNSアカウント/ID/書き込み等）は記載しないでください。
- 提出物の組み合わせは以下のパターンのいずれかになります。

※企画書のみでの提出は、受け付けられません。

提出物の組み合わせパターン

- ・(1) 企画書 + (2) プレゼンテーション映像
- ・(1) 企画書 + (3) URL
- ・(1) 企画書 + (4) その他の添付資料（イベントや現物の画像等）
- ・(1) 企画書 + (2) ~ (4) の複数提出

- 事務局から「作品提出のお願い」メールが届いたら応募者マイページの「応募作品登録」に入り、提出物をアップロードしてください。



77th Dentsu Advertising Awards

エリアアクティビティ部門

○ ○ ● ○ ○

(1) 企画書 (必須)

- 広告電通賞ウェブサイトの応募ページから規定フォーマットをダウンロードして記入してください。
- 公平な選考のために、広告会社名・制作会社名等は表記しないでください。
- 企画書に URL や QR コード等を記載しないでください。
- 記入後は以下の基準に従ってファイルを保存してください。

ファイル形式 : PDFフォーマット
セキュリティ設定 : なし
ファイルサイズ上限 : 12 MB
ファイル名 : 半角英数字 (記号含まず) 20文字以内
※アンダーバーは使用できます。 ※必ず拡張子「.pdf」をつけてください。

※入賞した場合は、贈賞式および入賞作品展等で作品の展示をするため、追加で高解像度データを提出していただく場合があります。展示する際には、B2に拡大されます。

< 必ずご確認ください >

- 規定フォーマットを使用していない企画書は、受け付けられません。企画書は2ページあります。1ページ目には規定の4項目を記入してください。2ページ目はフリー入力エリアです。1ページ目では伝えきれなかった内容やプランニングの全体像、特筆すべきポイント等をご記入ください。

(2) プレゼンテーション映像 (推奨)

- 本編は120秒以内に収めてください。
- 公平な選考のために、広告会社名・制作会社名等は表記しないでください。
- 形式の詳細は下記を参照してください。
※記録映像提出の場合は、音楽も含め、必ず権利等をクリアにした素材で制作してください。
- 動画のフォーマット

映像コーデック : MP4 (H.264/MPEG4)
解像度 : 1920 × 1080 pixel または 1280 × 720 pixel 推奨
縦型動画は、1080 × 1920 pixel または 720 × 1280 pixel 推奨。 ※4K・8K不可。
ファイル名 : 半角英数字 (記号含まず) 20文字以内
※アンダーバーは使用できます。 ※必ず拡張子「.mp4」をつけてください。



77th Dentsu Advertising Awards

エリアアクティビティ部門

○ ○ ○ ● ○

(3) 作品 URL (任意)

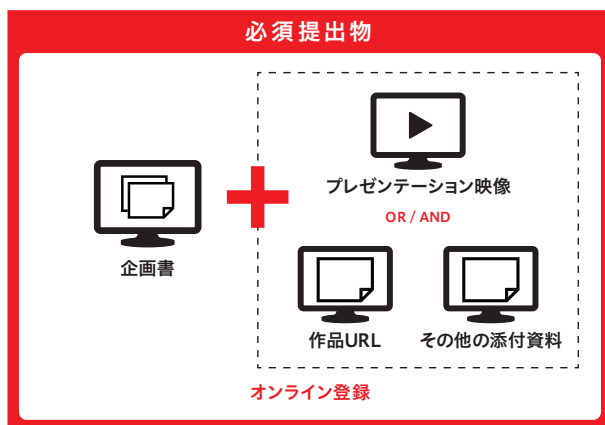
- 作品 URL は最大3件まで登録できます。
- URL には必要に応じて ID/パスワードや限定公開設定を利用してください。
- 応募素材として URL を提出する場合は、2024年10月末日まで閲覧可能な状態にしてください。閲覧不能となった場合は選考の対象外となります。
- 各選考委員の動作環境によっては閲覧できない可能性があることにご注意ください。特に動画は YouTube 以外の動画サービスは閲覧不能になる率が高いため、できる限り YouTube を利用してください (必要に応じて限定公開にしてください)。
- (2) プレゼンテーション映像と同じ動画はこの URL 欄には含めないでください。

< 必ずご確認ください >

- スマートフォン・アプリ・VR 等 PC 上で再現できないコンテンツは、応募者側で120秒以内の作品内容がわかる映像を制作してサーバーにアップし、URL を入力欄の1つに入力してください。
※応募に関する共通の必読項目は部門共通ガイドラインをご覧ください。

(4) その他の添付資料 (イベントや現物の画像等) (任意)

- 企画書、映像、URL では企画のコアが伝えきれない施策の場合や、インターネット施策が選考期間内に公開されていない場合は、「その他の添付資料」を提出できます。
 - 公平な選考のために、広告会社名・制作会社名等は表記しないでください。
 - 資料には URL や QR コード等を記載しないでください。
 - ・ファイル形式は **PDF (A4サイズ 1枚 ヨコ位置 5MB以内)** をお願いします。
 - ・ファイル名は半角英数字 (記号含まず) で20文字以内。
- ※アンダーバーは使用できます。 ※必ず拡張子「.pdf」をつけてください。



※応募に関する共通の必読項目は「部門共通ガイドライン」をご覧ください。



77th Dentsu Advertising Awards

エリアアクティビティ部門



応募者の皆さまへ

近年、世界情勢の多様な変化により、社会、産業、生活等の様々な側面で予測しづらい状況になっています。さらに、自然災害や環境の激変により、日本各地の地域情勢、状況も複雑な課題を抱え、それらに対応する新たなスピーディーで永続的かつコストパフォーマンスの高い実現施策に期待が高まっています。

令和5年7月28日の閣議決定による新たな国土の将来ビジョンにおいても、時代の重大な岐路に立つ国土、我が国が直面するリスクと構造的な変化に対して新時代に地域力をつなぐことで、活力や安全、安心、個性豊かな列島を支える地域マネジメントの構築が求められています。その中でも地域の関係人口が関わる新しいカタチによる様々な地域活動や地域振興がますます注目を浴びています。

地域経済のみならず日本全国を牽引するエリアアクティビティの活動は、今まさにこれらの活動の一つの中核となる施策と言えます。全国各地域の地域住民はもちろんのこと、企業、自治体、関係団体の皆さまは、地域活性化のため、地場産業振興のため、地域観光資源活用のため、最大限にご尽力されておられることと思います。その成果を、プロセスを、方法論を、スキルを見える化し、発表していただくことで、さらなる好循環、より強い活力を生み出すことが、この部門の大きな意義と言えます。

第76回広告電通賞は、様々な新たな可能性が期待できる多数の応募、参加をいただき、企業、自治体、地域団体、さらには関係者の皆さまに対して心からのお礼申し上げます。優れた企画と方法論、さらには見えるカタチでの成果や継続力、これからの時代や地域に、新鮮で個性的かつ必要不可欠なキャンペーン活動が出揃いました。このエリアアクティビティ部門は、これからの時代や社会の変化に地域がどのように進んでいくかというある種のリアルな羅針盤です。地域がそれぞれの特色を活かして世界を見据えた独自のスタイルや方法論を構築していくことが必要不可欠です。今回は、評価のポイントとして[エリア活性化のための、アイデアに富んだ効果的、効率的、組織的な施策が、企画、展開、実装されていること]が最大の目的です。既存のエリアの持つ魅力を最大限に活かして多くの人達の意識や行動が変化することで、確かな成果が実現できると確信しています。今回、第77回の応募にあたり、エリアアクティビティの新たな力、未来のために共創していける新たなムーブメントを大いに期待しています。

選考委員一同ワクワクして新しい地域の種を発見したいと心待ちにしています。地域未来社会創生のための意欲的かつ積極的な皆さまのご応募よろしくお願ひ申し上げます。

エリアアクティビティ東京地区選考委員長
清須美 匡洋

大阪地区選考委員長
北 伸也



77th Dentsu Advertising Awards

イノベティブ・アプローチ部門

●○○○○○

評価の視点

部門共通

- ・ターゲットのここを動かす力があるか
- ・広告主の戦略が伝わるか
- ・チャレンジが感じられるか
- ・社会的多様性は保たれているか



イノベティブ・アプローチ部門独自の評価の視点

- カテゴリ共通：
「未来の視点」を持ち「未来に向けた種まき」があるか
- A. ニューコミュニケーション：
いままでの常識に捉われない、従来の広告領域を拡張するような新しいアプローチがあるか
- B. テクノロジー：
・ビッグアイデア×テクノロジーで、未来の広告や新事業創造、新しい社会のあり方を感じさせるアプローチがあるか
・単発企画で終わらず、継続することで新しいスタンダードにつながる取り組みか

部門の特徴

- 広告領域を拡張した施策を受け入れる「A. ニューコミュニケーション」、テクノロジードリブな施策を受け入れる「B. テクノロジー」の2つのカテゴリからなる部門です。

応募資格

- これまでにない新しい手法にチャレンジし、消費者とブランド・企業を強く結びつけた施策を対象とします。
- 原則として(公社)日本アドタイザーズ協会の加盟社が実施した施策に限ります。
※加盟社以外の広告主は、事務局までご相談ください。
- 2023年4月～2024年3月の期間を含んで実施された施策を対象とします。
- 全カテゴリ共通で、国内の広告主が海外で展開した施策(In-Out 施策)も応募できます。
- 応募素材としてURLを提出する場合は、2024年10月末日まで閲覧可能な状態にしてください。
閲覧不能になった場合は選考の対象外となります。
- 広告媒体は不問です。



77th Dentsu Advertising Awards

イノベーティブ・アプローチ部門



応募不可

- 過去に広告電通賞へ応募したことがある作品・施策を再応募すること(すべての部門・カテゴリーにおいて)。
- 同一施策を当部門内の複数のカテゴリーに重複して応募すること。

重要事項

- 応募に使用したすべての作品・素材・資料は報道・展示・公開される可能性があります。応募作品における必要な権利処理は応募者側で済ませてから応募してください。
- 応募に使用した作品・素材・資料のすべてまたは一部が法令に抵触する場合、著作権、商標権、肖像権等第三者の権利を侵害している場合、公序良俗に反する場合またはこれらの恐れがある場合には、応募を受け付けない場合や入賞を取り消す場合があります。
- 広告電通賞に応募したことにより、訴訟やクレーム等のトラブルが生じた場合は、応募者側の責任と費用において解決していただきます。

カテゴリー概要

カテゴリー名	内容
A. ニューコミュニケーション	いままでの常識や手法論に捉われず、従来の広告領域を拡張し、広告の未来を感じさせる施策
B. テクノロジー	テクノロジーを有効かつ適切に活用することで、未来の広告や新しい社会のあり方を感じさせる施策

- 各カテゴリーとも広告主単位での応募は3点までです。
- 施策に含まれる個別の作品(動画・プリント等)は、それぞれ該当する部門に同時に応募できません。
- 当部門は東京地区に応募してください。



77th Dentsu Advertising Awards

イノベティブ・アプローチ部門

○ ○ ● ○ ○ ○

作品・施策の提出

- 応募完了後に、事務局に連絡なく応募の内容を変更した場合は、選考の対象外となります。
- すべての提出物をオンライン選考で使用します。また、入賞された場合は一般公開されるため、応募に使用するすべての作品・素材・資料上にはマル秘情報を記載しないでください。
- 提出物は報道・展示・公開される可能性があります。必要な権利処理を行っていない画像や情報（公開されて問題がある画像、具体的な数値、著作権者の許諾がないSNSアカウント/ID/書き込み等）は記載しないでください。
- 提出物の組み合わせは以下のパターンのいずれかになります。
※企画書のみでの提出は、受け付けられません。

提出物の組み合わせパターン

- ・ (1) 企画書 + (2) プレゼンテーション映像
- ・ (1) 企画書 + (3) URL
- ・ (1) 企画書 + (4) その他の添付資料（イベントや現物の画像等）
- ・ (1) 企画書 + (2) ~ (4) の複数提出

- 事務局から「作品提出のお願い」メールが届いたら応募者マイページの「応募作品登録」に入り、提出物をアップロードしてください。

(1) 企画書 (必須)

- 広告電通賞ウェブサイトの応募ページから規定フォーマットをダウンロードして記入してください。
- 公平な選考のために、広告会社名・制作会社名等は表記しないでください。
- 企画書にURLやQRコード等を記載しないでください。
- 記入後は以下の基準に従ってファイルを保存してください。

ファイル形式 : PDF フォーマット
セキュリティ設定 : なし
ファイルサイズ上限 : 12 MB
ファイル名 : 半角英数字 (記号含まず) 20文字以内
※アンダーバーは使用できます。 ※必ず拡張子「.pdf」をつけてください。

※入賞した場合は、贈賞式および入賞作品展等で作品の展示をするため、追加で高解像度データを提出していただく場合があります。展示する際には、B2に拡大されます。



77th Dentsu Advertising Awards

イノベティブ・アプローチ部門

○○○●○○

<必ずご確認ください>

- 規定フォーマットを使用していない企画書は、受け付けられません。企画書は2ページあります。1ページ目には規定の3項目を記入してください。2ページ目はフリー入力エリアです。1ページ目では伝えきれなかった内容やプランニングの全体像、特筆すべきポイント等をご記入ください。

(2) プレゼンテーション映像 (推奨)

- 本編は120秒以内に収めてください。
- 公平な選考のために、広告会社名・制作会社名等は表記しないでください。
- 形式の詳細は下記を参照してください。
※記録映像提出の場合は、音楽も含め、必ず権利等をクリアにした素材で制作してください。
- 動画のフォーマット

映像コーデック：MP4 (H.264/MPEG4)

解像度：1920×1080 pixelまたは1280×720 pixel 推奨
縦型動画は、1080×1920 pixelまたは720×1280 pixel 推奨。 ※4K・8K不可。

ファイル名：半角英数字 (記号含まず) 20文字以内
※アンダーバーは使用できます。 ※必ず拡張子「.mp4」をつけてください。

(3) 作品 URL (任意)

- 作品 URL は最大3件まで登録できます。
- URLには必要に応じてID/パスワードや限定公開設定を利用してください。
- 応募素材としてURLを提出する場合は、2024年10月末日まで閲覧可能な状態にしてください。閲覧不能となった場合は選考の対象外となります。
- 各選考委員の動作環境によっては閲覧できない可能性があることにご注意ください。特に動画はYouTube以外の動画サービスは閲覧不能になる率が高いため、できる限りYouTubeを利用してください (必要に応じて限定公開にしてください)。
- (2) プレゼンテーション映像と同じ動画はこのURL欄には含めないでください。

<必ずご確認ください>

- スマートフォン・アプリ・VR等、PC上で再現できないコンテンツは、応募者側で120秒以内の作品内容がわかる映像を制作してサーバーにアップし、URLを入力欄の1つに入力してください。
※応募に関する共通の必読項目は部門共通ガイドラインをご覧ください。



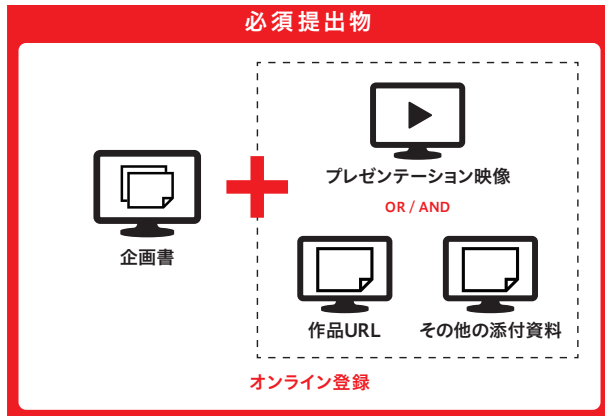
77th Dentsu Advertising Awards

イノベティブ・アプローチ部門

○ ○ ○ ○ ● ○

(4) その他の添付資料 (イベントや現物の画像等) (任意)

- 企画書、映像、URL では企画のコアが伝えきれない施策の場合や、インターネット施策が選考期間内に公開されていない場合は、「その他の添付資料」を提出できます。
 - 公平な選考のために、広告会社名・制作会社名等は表記しないでください。
 - 資料には URL や QR コード等を記載しないでください。
 - ・ファイル形式は **PDF (A4サイズ 1枚 ヨコ位置 5MB以内)** をお願いします。
 - ・ファイル名は半角英数字 (記号含まず) で20文字以内。
- ※アンダーバーは使用できます。 ※必ず拡張子「.pdf」をつけてください。



※応募に関する共通の必読項目は「部門共通ガイドライン」をご覧ください。



77th Dentsu Advertising Awards

イノベティブ・アプローチ部門



応募者の皆さまへ

毎回、このテキストの冒頭で新しい時代のトピックについて触れてきましたが、今回も「生成AI」という大きな波がやってきました。こういうことを書くのはなんだかミイハーで気恥ずかしいのですが、生成AIの社会へ与えるインパクトは、インターネット以上だとも言われています。四半世紀前に到来したそのインターネットとの向き合い方で、企業はもちろん、国単位でも大きな差がついてしまったのは誰もが認識しているところだと思います。

インターネットで覇権を手にした企業やサービスは、既存のビジネスモデルや既得権益を守りたい大手が様子見をしているうちに、いち早くトライすることができた少数精鋭チームから生まれました。生成AIも権利の問題、倫理の問題等クリアされてないことばかりですが、その一方で、今、生成AIをリードするのはGAFAMのような超大企業ばかり。皆さん、ここにどうアプローチしていきますか？ まだよくわからないから控えるのか、わからないからこそまず踏み込んでみるのか。

このイノベティブ・アプローチ部門の存在意義は、まさにこんなときにあると思っています。将来予測が困難な時代に、勇気を持って新たな一歩を踏み出すチームを応援するために機能したいです。インターネットをいち早く使い倒した企業が、時代をリードしていったように、個人的には、ジェネラティブ部門という新しい枠を用意して、あらゆる企業が生成AIを使い倒すきっかけを作れないかな、と思っているくらいです。

第76回の本部門の受賞作がブランド・エクスペリエンス部門の作品と重なったことは広告クリエイティブの大きな流れ的にはうれしいことではありつつも、一方では、時代に追いつかれてしまったとも感じています。イノベティブを冠するからには、さらに一歩先の試みを披露し、驚きと刺激を与え続ける部門であり続けたいと思っています。クリエイションの概念を吹き飛ばすような作品に出会えることを期待しています。

以下、この部門の評価の視点を記します。

<カテゴリー共通>

未来の視点を持ち、未来に向けた種まきと言えるような、勇気ある施策を積極的に評価します。「これを広告と言っていいのか」と議論を巻き起こすような作品に光を当てたいと考えています。

<ニューコミュニケーションカテゴリー>

今までの常識に捉われない、従来の広告領域を拡張するような新しいアプローチを積極的に評価します。どんな新しいコミュニケーションや体験づくり、市場開拓につながるようなトライを実現できたのかをアピールしてください。「広告費換算いくら」という従来のマスメディアの価値基準は評価対象となりませんので、ご注意ください。

<テクノロジーカテゴリー>

ビッグアイデア×テクノロジーで、未来の広告や新事業創造、新しい社会のあり方を感じさせるアプローチを積極的に評価します。単発企画で終わらず、継続することで新しいスタンダードにつながるような野心的な取り組みを評価します。この部門に応募いただくことで、企業の皆さんによる新しい取り組みを、広く紹介したいです。

広告主の皆さまと共に新しい広告の姿を見つけるべく、この部門をさらに盛り上げていきたいと考えています。積極的なご応募、よろしくお願いいたします。

イノベティブ・アプローチ選考委員長
朴 正義



77th Dentsu Advertising Awards

SDGs特別賞



SDGsとは

目標	詳細
目標1 貧困をなくそう	あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる
目標2 飢餓をゼロに	飢餓を終わらせ、食料安全保障及び栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する
目標3 すべての人に健康と福祉を	あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する
目標4 質の高い教育をみんなに	すべての人々への、包括的かつ公正な質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する
目標5 ジェンダー平等を実現しよう	ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児のエンパワーメントを行う
目標6 安全な水とトイレを世界中に	すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する
目標7 エネルギーをみんなに、そしてクリーンに	すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する
目標8 働きがいも経済成長も	包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用(ディーセント・ワーク)を促進する
目標9 産業と技術革新の基盤をつくろう	強靱(レジリエント)なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る
目標10 人や国の不平等をなくそう	国内及び各国間の不平等を是正する
目標11 住み続けられるまちづくりを	包摂的で安全かつ強靱(レジリエント)で持続可能な都市及び人間住居を実現する
目標12 つくる責任つかう責任	持続可能な生産消費形態を確保する
目標13 気候変動に具体的な対策を	気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる
目標14 海の豊かさを守ろう	持続可能な開発のために海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する
目標15 陸の豊かさを守ろう	陸域生態系の保全、回復、持続可能な利用の促進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、ならびに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する
目標16 平和と公正をすべての人に	持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する
目標17 パートナリシップで目標を達成しよう	持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化

出典：外務省『持続可能な開発目標 (SDGs) と日本の取組』
https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/pdf/SDGs_pamphlet.pdf

- 現在私たちが直面している社会課題は、環境問題だけでなく、健康、教育、平等といった多種多様なテーマがあります。上記1～17のゴール目標を参照の上、広告コミュニケーションでそれらの解決に取り組んだコミュニケーション活動について応募してください。
- 上記1-17の目標についてより詳しく知りたい場合は、下記を参照してください。
 ・外務省「Japan SDGs Action Platform」
<https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/index.html>
- SDGsの広告は国連への届け出や承認は不要です。ただし、広告活動において、SDGs カラーホイール、およびSDGs ロゴを使用する際は下記、国連ガイドラインを参照してください。
https://www.unic.or.jp/activities/economic_social_development/sustainable_development/2030agenda/sdgs_logo/



77th Dentsu Advertising Awards

SDGs特別賞



評価の視点

部門共通

- ・ターゲットのころを動かす力があるか
- ・広告主の戦略が伝わるか
- ・チャレンジが感じられるか
- ・社会的多様性は保たれているか



SDGs 特別賞独自の評価の視点

- ・「サステナブルな社会」実現のためのアイデアがあるか
- ・「誰一人取り残さない」等、SDGs への思いが感じられるか
- ・SDGs コミュニケーションに「誠実」に取り組んでいるか

応募資格

- SDGs カラーホイール、SDGs ロゴの使用有無を問わず、SDGs の17目標の中で、1 つ以上のゴール達成に向けて実施された施策を対象とします。
- 広告電通賞の7部門・24カテゴリーのいずれか1 つに応募している作品がSDGs 特別賞応募の対象となります。
- 応募素材としてURLを提出する場合は、2024年10月末日まで閲覧可能な状態にしてください。閲覧不能となった場合は選考の対象外となります。
- その他の応募資格については、部門共通および各部門の応募要項に準じます。
- 対象とする作品の実施期間は、同時に応募する部門の対象期間に準じます。
- 応募の際は、事前に「SDGs コミュニケーションガイド」をご覧ください。
https://www.dentsu.co.jp/sustainability/sdgs_action/pdf/sdgs_communication_guide.pdf



77th Dentsu Advertising Awards

SDGs特別賞

○ ○ ● ○ ○ ○

応募上の注意

⚠ 注意① SDGs 特別賞単独での応募はできません。

- 「プリント」「オーディオ」「フィルム」「OOH」「ブランドエクスペリエンス」「エリアアクティビティ」「イノベティブ・アプローチ」の7部門のうち、いずれかの部門へ応募した作品が応募の対象になります。
- 各部門への応募完了後、応募者マイページに「SDGs 特別賞に応募」ボタンが表示されますので、各作品の「応募する」から入力してください。
- SDGs 特別賞の作品名は、部門に応募した作品名と同じ名前で登録されます。部門に応募したものと違う作品名はつけられません。

⚠ 注意② SDGs 特別賞の選考用の企画書を、部門応募とは別に用意してください。

- SDGs 特別賞の企画書フォーマットは、他部門の企画書フォーマットとは異なります。必ず SDGs 特別賞の規定フォーマットを使用してください。
- SDGs 特別賞の規定フォーマットを使用していない企画書は、受け付けられません。

⚠ 注意③ SDGs 特別賞に関する専用のお問い合わせ先があります。

- SDGs 特別賞に関するお問い合わせは、部門応募の問い合わせ先と異なります。下記メールアドレスへ、タイトルに【SDGs 特別賞】と必ず明記の上、お問い合わせください。お問い合わせ先：team-sdgs@dentsu.co.jp

期日内に各部門の応募作品・素材が事務局に届かず、応募を完了できなかった場合は、自動的にSDGs特別賞への応募も取り消しとなりますのでご注意ください。

重要事項

- 応募に使用したすべての作品・素材・資料は報道・展示・公開される可能性があります。応募作品における必要な権利処理は応募者側で済ませてから応募してください。
- 応募に使用した作品・素材・資料のすべてまたは一部が法令に抵触する場合、著作権、商標権、肖像権等第三者の権利を侵害している場合、公序良俗に反する場合またはこれらの恐れがある場合には、応募を受け付けない場合や入賞を取り消す場合があります。
- 広告電通賞に応募したことにより、訴訟やクレーム等のトラブルが生じた場合は、応募者側の責任と費用において解決していただきます。



77th Dentsu Advertising Awards

SDGs特別賞

○ ○ ○ ● ○ ○ ○

作品・施策の提出

- SDGs 特別賞への応募は東京で受け付けます。
- すべての提出物をオンライン選考で使用します。また、入賞された場合は一般公開されるため、応募に使用するすべての作品・素材・資料上にはマル秘情報を記載しないでください。
- 提出物は報道・展示・公開される可能性があります。必要な権利処理を行っていない画像や情報（公開されて問題がある画像、具体的な数値、著作権者の許諾がないSNSアカウント/ID/書き込み等）は記載しないでください。
- 最終的な選考の対象になった作品についてはSDGs 特別賞に関する報道・記事等において広告主名や作品名、内容等を引用することが可能かどうかの確認をさせていただく場合があります。

(1) SDGs 特別賞応募用企画書 (必須)

SDGs特別賞		GOALS	
応募者名		性別	
所属		職種	
年齢	1 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18	職種	
応募用紙をダウンロードする際は必ずこのフォーマットをご利用ください。			
1. 開催決定までのストーリー（企画経緯など）を記入ください。	2. SDGs目標達成につながる活動内容や施策内容を記入ください。	3. 応募内容（得意先情報など）は必ずこの欄に記入してください。応募内容が不明な場合は審査できません。	
<small>※応募用紙は必ずこのフォーマットをご利用ください。印刷用紙は必ずこのフォーマットをご利用ください。印刷用紙は必ずこのフォーマットをご利用ください。</small>			

- 広告電通賞ウェブサイトの応募ページからSDGs 特別賞の規定フォーマットをダウンロードして記入してください。
- 公平な選考のために、広告会社名・制作会社名等は表記しないでください。
- 企画書にURLやQRコード等を記載しないでください。
- 記入後は以下の基準に従ってファイルを保存してください。

ファイル形式 : PDFフォーマット
セキュリティ設定 : なし
ファイルサイズ上限 : 12 MB
ファイル名 : 半角英数字(記号含まず) 20文字以内
 ※アンダーバーは使用できます。 ※必ず拡張子「.pdf」をつけてください。

- 事務局から「作品提出のお願い」メールが届いたら応募者マイページの「応募作品登録」に入り、応募作品をアップロードしてください。

※入賞した場合は、贈賞式および入賞作品展等で作品の展示をするため、追加で高解像度データを提出していただく場合があります。展示する際には、B2に拡大されます。



77th Dentsu Advertising Awards

SDGs特別賞



(2) SDGs 特別賞応募用プレゼンテーション映像 (任意)

- 選考に際しては、元部門の素材も選考の素材として使用します。元部門の応募素材だけでは企画の特徴が伝えきれない場合、SDGs 特別賞エントリー専用の映像の提出もできます。
- 本編は120秒以内に収めてください。
- 公平な選考のために、広告会社名・制作会社名等は表記しないでください。
- 形式の詳細は下記を参照してください。
※記録映像提出の場合は、音楽も含め、必ず権利等をクリアにした素材で制作してください。
- 動画のフォーマット

映像コーデック：MP4 (H.264/MPEG4)

解像度：1920×1080 pixel または 1280×720pixel 推奨
縦型動画は、1080×1920pixel または 720×1280pixel 推奨。※4K・8K不可。

ファイル名：半角英数字 (記号含まず) 20文字以内
※アンダーバーは使用できます。※必ず拡張子「.mp4」をつけてください。

- 事務局から「作品提出のお願い」メールが届いたら応募者マイページの「応募作品登録」に入り、応募作品をアップロードしてください。



※応募に関する共通の必読項目は「部門共通ガイドライン」をご覧ください。



77th Dentsu Advertising Awards

SDGs特別賞

○ ○ ○ ○ ○ ●

応募者の皆さまへ

第4回のSDGs特別賞の特徴を表すキーワードは「ノーマライゼーション」と「アクセス」でした。

応募企業の規模が大企業から中小企業まで広がり、業種の多様性も高まっているという意味で「ノーマライゼーション」が進み、取り上げているメッセージや製品・サービスを通じて、多様な人々の関心を引き寄せる力のある作品が多かったという意味で「アクセス」でした。

今年は、世界的な酷暑や自然災害が頻発した年であり、生成AIの光と影が多方面で議論された年でもあります。

5回目を迎えるSDGs特別賞、広告コミュニケーションの可能性を広げるユニークなアプローチと作品に出会えることを楽しみにしています。

SDGs 特別賞選考委員長
金田 晃一