

JAC AWARD 2024 私が選ぶベスト3



村田俊平
株式会社電通

CMプランナー、クリエイティブディレクター。

2009年電通入社。主なワークスにAirPAY「じゃあいいですう〜」、丸紅「できないことは、みんなでやろう。」TVCMキャンペーンなど。

九州に出向したり、オーストラリアに出向したり何故か島にゆかりが深い。
猫好きの猫アレルギー。

ディレクター部門

★First place

▶ 「伝えたい想い」 寒川 未空 (電通クリエイティブX (現:電通クリエイティブピクチャーズ))

まず、キャスティングがいい。上手で味のある役者さんを選べるキャスティングセンスが見事。

また素朴な恋愛の話からセキュリティの話に落としつつ、見られてるだけでなく聞かれてる、までスムーズに追い込めているところも上手。

読後感も気持ち悪く、怖くなりすぎずにコントロールできています 🍌 制作お疲れ様でした！

★Second place

▶ 「家族の視線」 齋藤 大知 (博報堂プロダクツ)

「セキュリティがないことがときにその人を守ることになる」という逆転の発想のアイデアが素晴らしく、他の出品者と全く違ったアプローチが見事です。

惜しむらくは、「セキュリティがないこと」を「両親がノックもせずに部屋に入ってくることを是とする」「彼女を守る = 海外留学」

とおいたことに少し違和感が残ってしまいました。でも制作お疲れ様でした！

★Third place

▶ 「少年、危うきに近寄らず」 内山 岬 (東北新社)

日々の「セキュリティの穴」を小学校を舞台に小学生に言わせるアイデアがとてもいいと思いました。

一方、女の子登場から恋愛と危機を結びつける説得力が弱く、かつセキュリティと関係のない「好き = 隙」という

ダジャレコピーが余計に感じてしまいました。全体のトーンは明るく楽しく好きでした。制作お疲れ様でした！

★Third place

▶ 「恐怖のタネ」 川村 真優香 (AOI Pro.)

「帰ってこない娘を家に帰ってこさせるために、一芝居打つママ友たち」という設定がなかなかユニーク。30秒にもしっかりまとまっています。

もったいなかったのはトーンの設定。前半の口裂け女のトーンに引っ張られるあまり、意外なオチにノれる読後感が作れなかった。

ポジティブに終われるとよかったです。制作お疲れ様でした！

ディレクター個人応募部門

★First place

▶「出かける前に」 秋澤 風雅（東急エージェンシープロミックス）

海外CM "Evan"やTfLの"Dancing Bear"的な認知を利用したクレバーなCM。手法としては王道の一つですがうまくセキュリティというテーマと結びつけたのが見事。トーン作りも企画に忠実で、読後感も悪くなくディレクションされていると多いです。特に、鍵閉めた後にワンカットで出てくるところも驚きがあってナイス！
惜しむらくは「さすがに普段から戸締りしとけば家の中に人はそもそもいないだろ」と少し思ってしまったところですが。。。👏制作お疲れ様でした。

★Second place

▶「街の形」 三木 章太郎（東北新社）

街の排除アートに目をつけたことはユニークで、かつ迫力の漂流映像からベンチに繋げるのもドラマチックでいいなと思いました。一方、社会的に脅威となる存在を排除するため（=それこそがセキュリティ）にベンチが撤去されたり歪な形になったりするわけですが、コピーや情報からはそれがわかりにくく、ややすっきりしませんでした。制作お疲れ様でした！

★Third place

▶「不審者たち」 亀田 和菜花（東北新社）

服装チェックから自分たちが不審者になるという展開はやや強引ですが面白いと思いました。一方ちょっと「セキュリティ=制限」というの説得力が薄く混乱するので「制限」という言葉は不要。あと、展開は面白いのですがメッセージがわかりにくくこの不審者のような服装で陥る生徒たちの不利益を描ければ良かったかもしれません。先生の「全部かわいいから」というセリフも先生の立ち位置をわかりにくくしている気がしました。制作お疲れ様でした！