

2018年6月27日

電通グループ、第65回カンヌライオンズで グランプリ2部門を含む30個の賞を獲得

フランスのカンヌ市で開催された第65回「カンヌライオンズ 国際クリエイティビティ・フェスティバル」※（Cannes Lions International Festival of Creativity 2018、6月18日～22日）において、電通グループはデジタル・クラフト部門の最高賞である「グランプリ」と、非営利団体や公的機関による優れたコミュニケーション作品に贈られる最高賞の「グランプリ・フォー・グッド（Grand Prix for Good）」を含め、計30個の賞を獲得しました。



グランプリ・フォー・グッドの受賞シーン

今回のフェスティバルには、約90の国と地域から32,372作品のエントリーがありました。

電通グループの受賞部門と各賞の数は次のとおりです。

部門名	各賞の数
グランプリ・フォー・グッド	グランプリ1
デジタル・クラフト	グランプリ1
PR	ゴールド1、シルバー2、ブロンズ1
クリエイティブ・データ	ゴールド1、シルバー1、ブロンズ2
アウトドア	ゴールド1

デザイン	シルバー3、ブロンズ 3
プリント&パブリッシング	シルバー1、ブロンズ 2
ヘルス&ウェルネス	シルバー1、ブロンズ 1
インダストリー・クラフト	シルバー1、ブロンズ 1
ファーマ	シルバー1
メディア	ブロンズ 3
モバイル	ブロンズ 1
ソーシャル&インフルエンサー	ブロンズ 1

<2つのグランプリ作品について>

BWM Dentsu, Sydney が制作し、グランプリ・フォー・グッドに輝いた「Project Revoice」(広告主名: ALS Association) は、他にもゴールド 1、シルバー1、ブロンズ 3 を受賞しています。また、Isobar, New York が制作した「Aeronaut」(広告主名: William Patrick Corgan) は、デジタル・クラフト部門でグランプリに選ばれました。

<その他の成果について>

この他、電通グループのメディアエージェンシー各社は、計32個（ゴールド5、シルバー9、ブロンズ18）の受賞作品に携わりました。

加えて、カンヌライオンズで初開催され、2日間をかけて6つのSGDsゴール（貧困をなくそう、飢餓をゼロに、すべての人に健康と福祉を、質の高い教育をみんなに、ジェンダー平等を实践しよう、安全水とトイレを世界中に）について競うハッカソン「Change for Good」では、合同で参加した電通(東京)とDentsu Jayme Syfu (フィリピン) のチームが優勝しました。

※カンヌライオンズ 国際クリエイティビティ・フェスティバル (Cannes Lions International Festival of Creativity) は、カンヌ国際映画祭の一部として劇場広告映画のコンクールからスタートし、1954 年からは独立して開催されている。規模の大きさ、審査員構成、入賞作品のレベルの高さなどから、数ある国際広告賞の中でも特に高い評価を得ている。

今年は、以下の9つのトラック (Track)、計 26 部門で審査が行われました。

1) COMMUNICATION: デザイン部門、フィルム部門、モバイル部門、アウトドア部門、プリント&パブリッシング部門、ラジオ&オーディオ部門、チタニウム部門、2) CRAFT: デジタル・クラフト部門、フィルム・クラフト部門、インダストリー・クラフト部門、3) ENTERTAINMENT: エンターテインメント部門、エンターテインメント・フォー・ミュージック部門、4) EXPERIENCE: ブランド・エクスペリエンス & アクティベーション部門、クリエイティブ e コマース部門、5) GOOD: グラス部門、サステナブル・デベロップメント・ゴール部門、6) HEALTH: ヘルス&ウェルネス部門、ファーマ部門、7) IMPACT: クリエーティブ・エフェクティブネス部門、8) INNOVATION: イノベーション部門、プロダクト・デザイン部門、9) REACH: クリエーティブ・データ部門、ダイレクト部門、メディア部門、PR 部門、ソーシャル&インフルエンサー部門。

以 上