



CANNES LIONS 2011

Report Vol.01

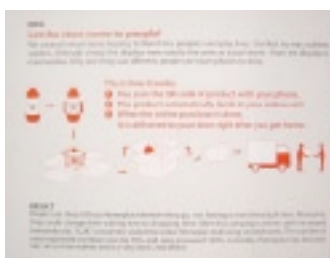
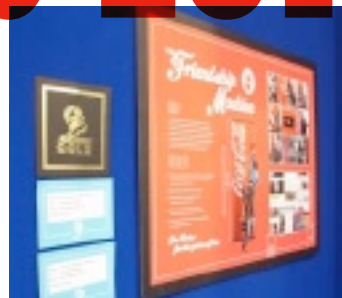


本来であればカンヌ到着時にアップしたかったのですが、ロストバゲッジの影響で(もうホントに珍道中だった・・・余裕があればその様子もアップしたいと思います)ようやく、レポートが作れます。今、現地二日目が終わったホテルなのですが、日本では早朝でしょうか?おはようございます。まずはカンヌの雑感でも。和久田としては2度目、モンスターとしては初のカンヌなんです、今回のカンヌは4年前に比べて

とにかく便利、そして快適!!WIFIが飛んでいるのはたぶん4年前もそうだったと思うのですが、それを十分に活かすツールを全ての参加者が持っている前提で会場が作られているっていうか。iPhoneがスゲーのはジョブスがスゲーってことなんだけど、それを活かせる世界最高峰の人たちが集まるお祭りがカンヌ。そりゃスゲーな感じになるわな。と一いつ眠いので具体的な話は明日会場からでも、おやすみなさい!!

CANNES LIONS 2011 Report
PlanningMonster.com

DIRECT LIONS 2011



Vol.02

カンヌははじまった。

さて、第2号を会場よりお送りします。まだ作り始めなので、フォーマットとか試行錯誤してます。最初の授賞式が明けて、会場で受賞作品に「GOLD」「SILVER」「BRONZE」、そして「GRAND PRIX」のラベルが貼られています。今日はそこからcoca colaの「Friendship Machine」と、Home plusの「subway virtual store」を紹介。前者は半年くらい前に、東京の同期に教えられて「おもれー！」と感動したバンダーを使ったコミュニケーション。早い話がバンダーを「フ

レンドシップマシン」と規定し、二人で肩車をしないとコインが入らない仕様になってます。その代わりに1本分のお金で2本のコーラ製品が出てくるとか。まさに友情をつくる機械。見ず知らずの人で協力したりすることもあるんでしょうね。素敵。もう一つは、地下鉄の防護壁？にポスターで「バーチャルストア」を開店。ケータイ+QRコードでお買い物ができる、朝買って夕方帰宅すると品物が届いていると。この企画の素晴らしいところは「セール

ス」「エアーマーケティング」「顧客情報取得」「企業PR」の全てを一つのソリューションで解決しているところ。二つの企画に共通することなんだけど、お客と直接につながり合う(=ダイレクト)なのであって、僕らが普段使っているダイレクトマーケティング(=通販)とは、大きな隔たりがあります。そこをまずはなんとかしたいですねー。お客さんの反応が文字通り「ダイレクト」に味わえる広告の醍醐味みたいな仕事をしたいです。



Europcar



TESCO



TOSHIBA



T-mobile

祝!祝!祝!九州!!
 アウトドア部門ゴールド!
 メディア部門!シルバー受賞!!
 九州を愛する皆さん、お待たせしました。祝!九州!「THE 250 KM WAVE」がアウトドア部門でゴールド!!メディア部門でシルバーを受賞しましたあっっ!!ラジオに続いてのメディア部門では、シルバーなので出品ボードが表示されるだけだったので、つづく本日ラストのアウトドア部門で、みなさんおなじみのあの曲が。作品によっては手拍子が起き

たりするので、隣にいた浦口が先導しようとして手を叩くも周りが乗ってこず、不発。残念!!どうせなら会場でWAVEを起こしてほしかった!!(のちに浦口曰く「九州人として当然のことをしたまで」)それにしても、前日のプロモ部門でショートリスト止まりだったものが一気にゴールド!!その場にいた日本人も、九州人も、一気にテンションアップ。それにしても前日もそうだったんですが、授賞式の間中、ケータイとかWiFiの電波がほぼ不通になります。おそらくい

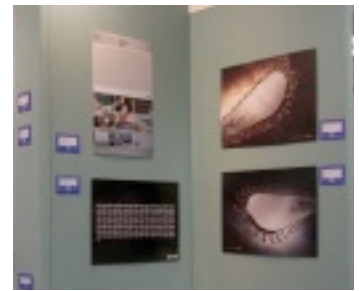
ろんな人がつぶやいたり中継したりユーストしたりしてるんですかね。ちなみにメディア部門のグランプリは、昨日のレポートでご紹介した韓国TESCO、アウトドアのグランプリは、BING/JAY-Z。これ、まだ詳しくみてないけど(スクリーニングで遭遇しなかった)、どうやら今後の台風の目になりそう。他の受賞作については次のレポートでちょっと詳しく紹介します。とりあえず、今は祝!九州!おめでとう!ありがとう!(プランナーとしては羨ましいぜ!ですが)



Vol.03

授賞式 &
 オープニングパーティ

MEDIA&OUTDOOR LIONS 2011



Vol.04

メディア & アウトドア

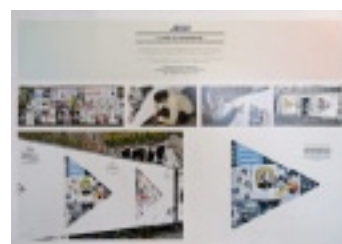
レポート第4弾は、メディアとアウトドアの話題作を。ホントは一緒に授賞式があったラジオも紹介したいところですが、諸々の理由(主に言語関係)によりまたの機会に。先に言うとメディアのグランプリは昨日お伝えした、韓国のTESCO。確かにメディアの概念を変える素晴らしい企画なので納得です。しかし、あまりよく分からずにスクリーニング会場に足を運んでいたのですが、予想以上にオモロイのが多くて。メディアって言葉が広義すぎるんでしょうか。とにかく

あの手この手で受け手を楽しませようとする企画が満載。特に会場の笑いを独占していたのが、Europcarの「CRASH HOUR」。駐車された車に戻るとスクラップになっているという「イタズラ」バイラルムービーを皮切りに、そのクレームを入れる様子を番組化、そこにレンタカー会社のEuropcarがスポンサーするというまさに横断的にメディアを使った企画。企画のタイトルも秀逸ですよ。つづく、アウトドア部門では、祝!九州!以外にも電通がGOLDを受賞し

た、東芝の10年LED。10年分のカレンダーの中に、一人の男性が結婚して家族を作って、という人生がシルエットで描かれています(デザイナー泣かせですね)。実は東京の同期・「天才」北田有一君がCWとして参加した仕事なので、気にはなっていたのですがGOLDとは。素晴らしい!おめでとう!!アウトドアのグランプリは検索エンジンBINGのJAY-Z。他にも「DANCE」でおなじみT-MobileもGOLD。アプローチはまあ一緒なのですが、徹底的な作り込みに脱帽。

DESIGN & PRESS

LIONS 2011

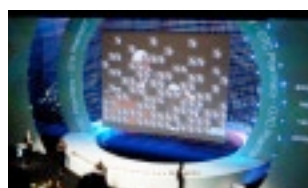
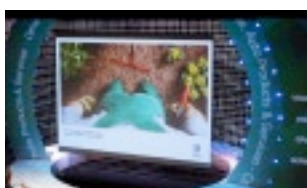


レポート第5弾は、デザイン&プレスのアワードから。正直な話、僕はデザイナーではない、プレゼンテーションもビジュアル紹介だけだろうから、地味な授賞式になるんだろうなあ、と思ってたんですが、結果的にもすごく面白かった!というかデザイン部門のほとんどはただ静的なデザインだけではなく動的なものになっていて、映像でなぜこのデザインか?といったところから完璧にプレゼンするんですね。不勉強でした。最初にGOLD!!をコールされた、JEUDIの「PLAY THE UNDERGROUND」。これはクラブイベントのPRなんですが、壁に貼られた無数の雑多なフライヤーの上にPLAYマーク▶をくり抜いた白いポスター

を貼って訴求するというもの。超クール!!もう一つメルボルンの街を使った「STORYS FROM THE STREET」。これは文学フェスティバルのPRだと思うんですが、タイトルの示すとおり通りの中にストーリーを紡ぐ、というもの。ページが切り抜かれた本を持って、街のある場所に立つと標識や看板の文字がストーリーとなって浮かび上がる。この二つ、同じく街を使って手法も似ていて同じくイベント訴求なんです、かたやクラブ、かたや文学。で、表現もその世界観にふさわしい、と。素晴らしいGOLDでした。ちなみにグランプリはラスベガスのコスモポリタンホテルのデジタル内装。確かに素晴らしくカッコいいんですが、僕はかかった費

用とそれに見合う宿泊費のことで頭がいっぱいで(実家が旅館なので)気が気じゃありませんでした。続くプレス部門はさすがにビジュアルプレゼンテーションだったんですが、事前に会場でディスプレイされているものに気がなったり、話題になってたものはしっかり受賞してました。個人的に好きなのはフォルクスワーゲンの、人がプールサイドで滑っていたり階段から落ちる瞬間の絵に「7km/h」とかコピーが入ってるもの。「どんな低速でも事故は起きる(だから安全なVWを選びましょう)」と。お見事!あと、日本でもおなじみのバイエル薬品の咳止め(?)の新聞広告も素晴らしかったです。どちら

も、英語が全然出来ない僕でも見た瞬間に感動したんで、相当伝わるんじゃないかな。プレス部門に日本からのGOLDは無かったんですが、多かったのがブラジルとか南アフリカとか政情不安な国々。あくまでも個人的な見解ですが、新聞のようにオピニオンを発信できる媒体の存在意義が相対的に強くて、だから企業が新聞広告に力を入れていて、結果クリエイティブの力も上がって、みたいなことかなあと勝手に思いながら、拍手をしてました。デザインとプレスについては帰国してから、伊藤さんとかと熱く議論してみたいです。とにかく楽しかった!!第6弾はサイバー。ようやく日本のお箱芸が来ましたよ!!



Vol.05

デザイン&プレス授賞式

CYBER LIONS 2011



GRAND PRIX

The Wilderness Downtown/google/arcade Fire
 Response Campaign/procter & Gamble/old Spice Bodywash
 Pay With A Tweet/innovative Thunder/currency

GOLD LION

Sneakerpedia/foot Locker/foot Locker
 Lucky Line Uniqlo/uniqlo Special Sale
 Art Project/google/google Geo
 Lullabies/ikea/ikea

Wall Of Fame/eding International/stationary
 Chrome Fast/google/chrome Browser

Prius Goes Plural Intro Web Video/toyota Motor Sales/toyota Prius

Response Campaign Js Beals Procter & Gamble/old Spice Body Wash

Xylophone/ntt Docomo/mobile Phone

Lullabies/ikea/ikea

360°/renault/espace

The First Ipad Motion Cover & Interactive Spread/viv Mag/viv Magazine

The Wilderness Downtown/google/arcade Fire

Heineken Starplayer/heineken/starplayer

Getaway Stockholm/mini/mini Countryman

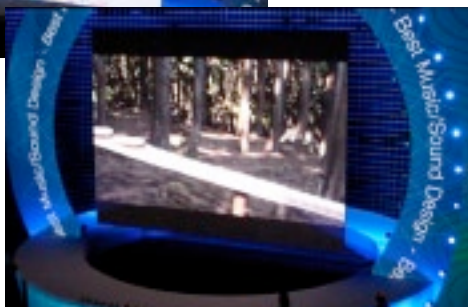
Write The Future/nike/nike Football

Cat/wrigley/skittles

Response Campaign/procter & Gamble/old Spice Body Wash

Unbearable/dscr Road Safety Road Safety

Life In A Day/youtube/youtube



Vol.06

サイバー授賞式

第6弾はサイバー。ようやく日本のお箱芸が来ましたよ!!と、早々にブロンズでUNIQLOやヒロシマピースシャドウプロジェクトなど6個が受賞。シルバーでもUNIQLO、そしてそのままGOLDも、とユニクロサイクルヒット(?)です。登壇したCDCの佐々木康晴さん、おめでとうございます!!最高にクールです!!内容についてもうおなじみのLUKEY LINEなので端折りますが、もう一つの日本のGOLDもみなさんおなじみの「森の木琴」。おめでとうございます!!他に目立っていたのはGOOGLEと、昨年のフィルムグランプリ、OLD SPICEかな。どちらもグラン

プリを含む3個ずつ、YOUTUBEまで含めるとGOOGLEは4個。ちなみにこのYOUTUBEの企画は、昨年の7月24日(だったよね?)の一日を記録して映画を作るプロジェクト。ちょうど同日に友人の結婚式ビデオの撮影をして、絶対にエントリーしようと思ってたのに忘れちゃったんだよな、コメント秀樹!!エントリーしてたらきっと採用されました!!他にも大好きだったのがドイツの「WALL OF FAME」。これは文房具のプロモーションサイトで、一枚の壁に何人もがオンラインでリアルタイムに落書きできて、それをソーシャルメディアで共有できるという

もの。前に、こういうことできたらいいなあ、とか思ってたのがまさに形になった感じで素晴らしいクリエイティブです。あと、ハートウォーミングなVWのバイラルムービー「THE FORCE」もよかったな。数年前のディズニーの happens Magicを彷彿とさせる出来栄えに暖かい拍手。これはフィルムも獲るかもですね。ちなみにグランプリは先のGoogle、OLD SPICEとTwitterを使った募金キャンペーンの3つ。グランプリが3つもってのが時代を表してる感じです。デザイン→プレス→サイバーと2時間以上たつぷり授賞式見てお腹いっぱい!!



TANACANNES

独占インタビュー!

FIRST INTERVIEW



Vol.07

—まずはおめでとうございます。
T: タナカンヌ監督(以下T): ありがとう
ございます!!

—乾杯!

T: 乾杯! 祝! 九州!

—どうですかカンヌは?

T: いやー、勢いできちゃったけど、
意外と寂しかった。結局カミさんが
許してくれなくて。

(編集注: タナカンヌ監督は入場料
を払ってないから会場に入れない)
—折角のウィナーなのにね。

T: いやー(笑) あ、そういえば終わっ
た後どうするんですか?

—いや、普通に仕事なんですすぐ帰
りますけど。監督は?

T: そうだよなー、ふつう。パリで一
泊することになって。普通そんな
もんかと。

—さすがタナカンヌ!(タナカンヌ!
と浦口が叫ぶ)

T: 今日は授賞式ないんですか?

—今日はないですね。あ、昨日の授
賞式にね、エリック・シュミットが来
たんですよ。GOOGLEのCEOの。メ
ディアパーソンオブザイヤー。

T: そんなのあるんだ。でも広告とい
う言葉が広い意味でオモシロイ時
代になってますよね。ディレクター
は大変だけど(笑)

—あ、授賞式の様子を映像にして
るんです?

T: Facebookで見ましたよ。俺が一瞬
映って「世界デビュー?」って思った。
—いやまあ、その通りなんです
(笑)。で、どうですか監督。明日がフ
イルムのショートリストなんです。

T: もちろん、獲りたいです。でも
まあ、アウトドアゴールドなんで、い
い風が吹いてるんじゃないですか?
審査員が、これいいんだ、と思い込
んで投票しちゃうという…これで俺
もメダリストかと。

—監督、悪い顔になってますよ!

T: あ、すいません。酔っ払ってるか
らじゃないかな(笑)

—どういう形でオファーがあったん
ですか?

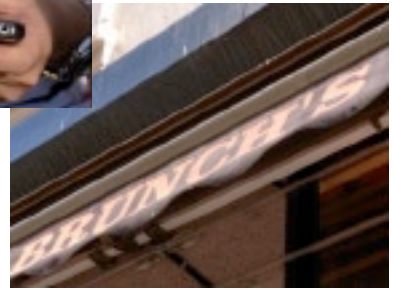
T: T&Eさんがあげた候補に僕が
入ってたらしく、色々あったみたい
ですが、最終的には九州のスタッフ
で行こう!と。

—あ、そういえば名古屋の岡部さん
からTwitter経由で質問が来てるん
ですけど、やっぱりギャラは上がっ
ちゃうんですか? だそうです。

T: いやー、ははは(笑) でもまあ、僕
が言わなくても、ね?

—監督、悪い顔になってますよ!

T: いやー、ははは。あ、それにしても
他の作品とかもやっぱりみたいなあ。
—(話変えたな?) あ、昨日作った動
画があるんですけど見ます? 「一分で
わかるサイバーライオン」って動画。



T:見る見る。
 (動画視聴)
 T:いやー、人が作ったものを編集してただけなのに、自分大好き感満載。相変わらずやりますねー、むしろ技が増えた。
 ーありがとうございます。でもこれアップしたらFacebookから削除された。著作権違反だそうです。
 T:こわ!そういうのあるんだ。
 ーあるんですねー。しかし、ゴールドとはすごいですね。
 T:ですね。前日がショートリストだっただけに。
 ーいや、プロモでショートリストの翌日にゴールドですからね。やっぱ

部門によって観点が全く違うというか、審査員も違いますね。
 T:いやー、フィルムも獲れないかなー。まあ、WINDみたいなね、強いメッセージが残ればいいんでしょうけど。(編集注:WIND/2007年にフィルムゴールド受賞作品)
 ーあ、そういえばね。監督が飛行機に乗ってる間に「タナカンヌ」って言葉を定着させようぜ!ってツイートしたらね、6人くらいがリツイートしてくれた(笑)
 T:はははは。あ、でも2年くらい前に江口カンヌって伊藤さんが言っていましたね。
 ーええ、で、伊藤さんからすぐに返信

があって「江口カンヌの方が字面はあってる」だそうです。
 T:はははは。でも俺、人前で話せるタイプじゃないからなー、代理店の人みたいに。
 ーうちの伊藤がうまく仕切ってくれると思いますよ。
 T:まあ、考えておきます。あ、そういえば「森の木琴」も話題になってますね。あれ、同じ日(2月20日)に撮影だったんだよねー、確か。しかも撮影地も福岡。
 ーあ、聞いたことある。その日、九州中から制作とカメラマンが消えた、という。であればすごいことですね。
 2月20日に同じく九州で撮影された

ものがダブルでゴールド。
 T:いや、あれがフィルムでもゴールド獲ると困るなー、(作品として)好きだけど。てか、ぶっちゃけ参加しなかった(笑)
 ー同日なんで無理じゃないですか(笑)
 T:いやまあ、そうなんですけど…(笑)
 てな感じで、ぐだぐだなインタビューが2時間ほど続きました。あらためて、チームのみなさま、おめでとうございます。監督の悲願は叶うのか!?注目のフィルム部門、授賞式は明日です!!