

NEWS RELEASE

博報堂DYメディアパートナーズ、 第19回「アジア太平洋広告祭(ADFEST2016)」で、金賞1、銀賞3、銅賞2を獲得

第19回「アジア太平洋広告祭(ADFEST2016)」が2016年3月16~19日にタイのパタヤで開催され、株式会社博報堂DYメディアパートナーズ(本社:東京都港区 社長:大森壽郎)は、金賞1、銀賞3、銅賞2を獲得しました。

アジア太平洋広告祭(ADFEST)は、アジア太平洋地域で最も権威のある広告賞の一つで、今年は60都市から1,232名が参加し、全18部門から合計3,112作品のエントリーがありました。

受賞結果は下記のとおりです。

◆【金賞】 インタラクティブ部門

広告主
作品名
エージェンシー¹
制作会社

KDDI au未来研究所
PLAYFUL SOUND SHOES“FUMM”
博報堂DYメディアパートナーズ／博報堂
TYO ID



FUMM *au × new balance*
Playful sound shoes

Challenge
Children's playing environment is changing.
Due to high economic growth, population in playing facilities is increasing in the city center, there are not many places to play in the city center due to pieces of land being small. In addition, the number of children who play in the city center is small. Children cannot freely play outdoors. These become social problems.

Solution
"FUMM shoes" augmented reality shoes that can play with sounds, were developed. For the development of FUMM shoes, we collaborated with Newbalance, a company which specializes in children's shoes. A total of 4 sensors are installed in the shoes and the data is sent to the smartphone. By combining the movement of feet, air pressure sensor which measures height of heel and color sensor which detects color of ground, we built into FUMM shoes. Furthermore, the data is sent to the smartphone via Bluetooth. The smartphone has a game application which has a reassuring watching function for parents where an alarm goes off when the smartphone and FUMM shoes are separated.

Result
"FUMM shoes" have been much talked about as an innovative product of a communication company.

In acquired the same amount of exposure as conventional presentation of new products in the market. It is evaluated as an advanced wearable device along with products of competitors.

1 KDDI decided to solve these problems with a method unique to a communication company. In order to solve the problem, KDDI has to change the place to play. Shoes were based in behavioral characteristics of children such as getting lost in imaginations while walking on white lines and jumping from a high place.

It can be changed to various modes when the chassis is charged. For example shoes become a telescope and stand on the ground, or become a train and run on white lines pretended to be a railway, or climb a mountain while playing the piano. All children have to do are wear FUMM shoes and run around the city. Space of everyday activities becomes a place to play due to FUMM shoes.

KDDI established a brand as an innovative communication company.

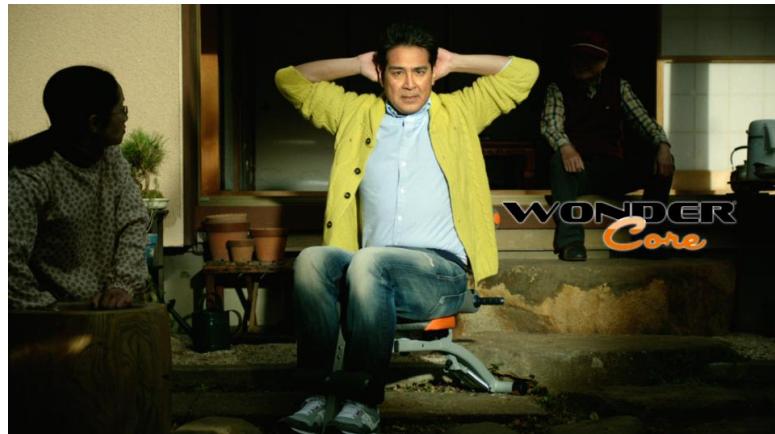
【STAFF】

| | |
|---------------|---|
| クリエイティブディレクター | :須之内元也 (博報堂DYメディアパートナーズ) |
| プランナー | :福井健史(博報堂) |
| アートディレクター | :原野賢太郎(博報堂) |
| アカウントエグゼクティブ | :田邊博崇、村田安弘、井浦英明 (AH project team) |
| PR | :仙波一郎、天野佑輝人 (博報堂プロダクツ) |
| 企画原案 | :つの、まさきち、chikaike、Yazoo、まどか (au未来研究所一般参加研究員) |
| 制作 | :TYO ID+ユカイ工学+THE GUILD+TOW |

◆[銀賞] フィルム部門

広告主
作品名
エージェンシー¹
制作会社

オークロンマーケティング(ショップジャパン)
JUST BY FALLING DOWN WINTER
博報堂DYメディアパートナーズ／博報堂
TYO



【STAFF】

クリエイティブディレクター : 須之内元也
(博報堂DYメディアパートナーズ)
プランナー／コピーライター : 中塚未央(博報堂)
プランナー : 福井健史(博報堂)
アートディレクター : 原野賢太郎(博報堂)
アカウントエグゼクティブ : 保延敏則、東海林良亮、穂積芳郎
(博報堂)
プロデューサー : 立川敦(TYO)
ディレクター : 菊池浩史(THE DIRECTORS GUILD)

◆[銀賞][銅賞] モバイル部門

◆[銅賞] メディア部門

広告主
作品名
エージェンシー¹
制作会社

日本テレビ放送網
LIVE NEWSFLASH BANNERS
博報堂DYメディアパートナーズ／博報堂
博報堂アイ・スタジオ／FUTUREK／AOI Pro.



【STAFF】

クリエイティブディレクター : 坂本仁(博報堂)
クリエイティブプロデューサー : 鈴木あい(博報堂)
プロデューサー : 福島大輔、笠置淳行
(博報堂DYメディアパートナーズ)
アートディレクター : 小杉幸一(博報堂)
デザイナー : 小暮菜月
アカウントエグゼクティブ : 稲垣泰仁
(博報堂DYメディアパートナーズ)

◆[銀賞] インタラクティブ・ロータス部門

広告主
作品名
エージェンシー¹
制作会社

博報堂DYメディアパートナーズ／博報堂
HAKUHODO DNA (ADMAN DNA)
博報堂DYメディアパートナーズ／博報堂
博報堂アイ・スタジオ

ADMAN DNA

CHALLENGE

Misfits between people and professions
and the lack of opportunities for job seekers
We made an challenge to quite job seekers
before entering the company to
the profession itself suited for them.

IDEA

The face serves as a
medium to express personality.
We made an challenge to quite job seekers
before entering the company to
the profession itself suited for them.

SOLUTION

We created the next generation profession testing tool "Adman DNA".
We took the average face of 700 people who are in the Ad industry comprised by
the 9 professions to extract the statistic data on the facial features common to the professions.
Using the results, you can also find out the information about the profession.
such as nature and the work style.



RESULT

Many uses this tool and generated a lot of social buzz.

The website have been viewed
approximately
800,000 times. { Approximately
100,000 people
have used DNA analysis.
} Featured on more than **35** media outlets.



【STAFF】

- コピーライター／プランナー : 宇佐美雅俊(博報堂)
プランナー : 久野祐揮(博報堂)
陶國直孝(博報堂DYメディアパートナーズ)
マネージメントプランニングディレクター : 河野慎平(博報堂DYメディアパートナーズ)
インタラクティブラートディレクター : 池田朋矢(博報堂アイ・スタジオ)
アートディレクター＆デザイナー : 竜沢賢吾(博報堂アイ・スタジオ)
テクニカルクリエイティブディレクター : 斎藤陽一(博報堂アイ・スタジオ)
テクニカルディレクター : 矢吹豪(博報堂アイ・スタジオ)
バックエンドエンジニア : 今渕祥平(博報堂アイ・スタジオ)
インフラストラクチャーエンジニア : 古田竜也(博報堂アイ・スタジオ)
フロントエンドエンジニア : 田代慎吾(博報堂アイ・スタジオ)
アカウントディレクター : 佐藤悠(博報堂アイ・スタジオ)

■ 本件に関するお問い合わせ先 ■

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ

広報室

山崎・三石 03-6441-9347