

Web を通して人が人を讃える

第8回 Web クリエーション・アワード一次審査スタート！

一般投票を7月9日まで実施、多数の投票を求む。

267社が加盟（2010年6月22日現在）する社団法人日本アドバタイザーズ協会 Web 広告研究会(所在地: 東京都中央区銀座 代表幹事: 渡辺春樹)は、Web 業界へ影響を与え、発展に貢献した Web 人を表彰する第8回 Web クリエーション・アワードの一次審査を6月22日午後から開始いたしました。

●今年も盛況！Web クリエーション・アワード。推薦数89件！！

8回目となる今回も、4月19日から6月8日までの推薦期間中に、89件と多くの推薦が寄せられました（重複を含む）。推薦された方の中でご了承いただいた人を対象に、一般の方々に「最も Web 社会に貢献した人物」を選定、1票を投じていただきます。投票期間は6月22日から7月9日までです。

一般投票は、Web クリエーション・アワード HP (<http://award.wab.ne.jp/>) 上の専用フォームで受け付けています。一次審査では一般投票により15名、投票期間終了後の Web 広告研究会審査委員会による審査で5名を選出する予定です。

●7月27日から二次審査が開始

一次審査終了後、7月27日から8月15日まで二次審査を実施します。二次審査は、Web 広告研究会 会員社による投票で Web 人大賞を決定し、審査委員会による審査でその他の賞を決定します。審査結果は、9月29日に明治記念館で行われる「贈賞式」で発表いたします。

【審査期間】 ▫ 一次審査期間 6月22日(火)～7月9日(金)
右記サイトの投票専用フォームで受付開始⇒ (<http://award.wab.ne.jp/>)

▫ 二次審査期間 7月27日(火)～8月15日(日)

【結果発表】 ▫ 一次審査 公式 Web サイト (<http://award.wab.ne.jp/>) で発表

▫ 二次審査 贈賞式で発表

【贈 賞 式】 ▫ 9月29日(火) 八芳園 〒108-8631 東京都港区白金台1-1-1

この件に関するお問合せ

Web クリエーション・アワード事務局 担当：浅野（受付時間：平日 10:00～17:00）
〒160-0007 東京都新宿区荒木町13-9 サンワールド四谷ビル6階リベロ(株)内
☎03-5369-3077 FAX03-5369-3791 e-mail award-info@wab.ne.jp

添付資料:1.ノミネート者一覧 2.Web 広告研究会について

*過去の受賞者の写真やロゴのデータをご用意しています。ご希望の方は事務局へお問合せください。

*過去の受賞者への取材を希望される方は、事務局へお問合せください。

【資料1】 第8回Webクリエイション・アワード ノミネート者一覧

五十音順
※敬称略

青葉哲郎(サイコス株式会社)

<http://www.saiqos.co.jp/>(サイコス株式会社)

<http://markezine.jp/article/detail/9918>(翔泳社MarkeZine / 「マーケティング・ロックスターは生まれるのか?」)(2010年3月19日)

株式会社売れるネット広告社の代表取締役社長。これまでの感覚・経験に頼った広告手法に対して、インターネットの特性・強みを活かした広告手法を確立。またその事によりインターネット広告の可能性を広げ、市場拡大に貢献した。さらに、その知識・経験をセミナー・講演等で広く公開している。

阿部淳也(株式会社ワンパク)

<http://1pac.jp/>(株式会社ワンパク)

<http://travatar.1pac.jp/>(トラバター)

株式会社ワンパクを率いる代表取締役、兼気鋭のクリエイター。WebサイトのみならずiPhoneを活用した新しいコンテンツ「トラバター」などの開発も手掛け、世の中をHOTにするために活動している。デザイン力、技術力を活かしたものづくりはもちろんのこと、コミュニケーションそのものをデザインすることを得意とし、その活動はクライアントワークにとどまらず、様々なクリエイティブあふれる自社作品をリリースし続けている。

池田紀行(株式会社トライバルメディアハウス)

<http://www.tribalmedia.co.jp/>(株式会社トライバルメディアハウス)

http://www.amazon.co.jp/gp/product/images/4048685619/ref=dp_image_0?ie=UTF8&n=465392&s=books(「キズナのマーケティング」)

トライバルメディアハウス株式会社の代表取締役社長。「ツイッターで今までのマーケティングが変わる!」「クチコミが爆発する!」などの煽り文句に、広告主や広告会社が振り回されず、しっかりと地に足のついたソーシャルメディアマーケティングを企画・実施できるよう、いろいろと検討する際の拠り所を提供したいという思いから「キズナのマーケティング」を出版。Web業界の啓蒙を実践している。

イカロス君(宇宙航空研究開発機構)

<http://twitter.com/ikaroskun>(イカロス君)

5月21日に種子島宇宙センターから打ち上げられた人工衛星イカロス君。宇宙での最新情報をツイッターとキャラクターの表情によって分かりやすく伝えている。日頃宇宙や科学に接する機会のない人々にもそのユニークさが話題を呼び、6月現在でフォロー数は3万を超えている。今後も世界初のミッションを分かりやすく伝えていくことを目標につぶやきつづけている。

岩田進(株式会社ロックオン)

<http://www.ebis.ne.jp/>(広告効果測定システムアドエビス)

株式会社ロックオンの代表取締役。ネット広告の効果測定機能を提供し、戦略的なネット広告に貢献するシステム「アドエビス」を構築。それを日本最大のネット広告効果測定ツールにまで成長させた。

上原稔(株式会社ていーだスクエア)

<http://blog.ti-da.net/>(ていーだブログ)<http://www.tida-square.co.jp/c151269.html>(ていーだスクエア)

株式会社ていーだスクエアの代表取締役。沖縄の地域ブログサイト「ていーだブログ」の局長として、その運営を行い会員数5万人、月間9,000万PVのサイトとして成長させた。現在実店舗である「ていーだスクエア」をオープンさせ、地域の発展に貢献している。

海野修自(株式会社SyncThought)

<http://www.syncsearch.jp/>(サイト内検索SyncSearch)

株式会社SyncThoughtの代表取締役。サイト内検索エンジン「SyncSearch」を開発。ASPサービスとして提供している。複雑化するWebサイトの情報到達性を改善し、ユーザーの欲しい情報をニーズとしての確にとらえ、Webサービスビリティ改善に役立っている。自身も検索エンジンの研究を行っており、ソースコードも書いているとのこと。

占部雅一(株式会社ドーモ)

<http://www.domore.co.jp/>(株式会社ドーモ)

株式会社ドーモの代表。常に新しいR&D的なクリエイティブ活動をモチーフに、本企業メディア支援、および電子書籍、iPhoneアプリ、iPadアプリの構築に取り組んでいる。

永上裕之(株式会社ホットココア)

<http://himote.in/>(非モテSNS)

株式会社ホットココア代表取締役。2010年4月より起業し、『非モテSNS』は個人にて運営を行う。インターネットが大好きで学生時代から150個を超えるウェブサービスを公開中。「傷を癒してもらいたい」という強い意志をもって開発した『非モテSNS』には、ネット用語で「非モテ」と言われる「モテない人たち」が集まり、お互いのモテない話をする事で、現在話題を呼んでいる。

江渡浩一郎(独立行政法人 産業技術総合研究所)

<http://www.aist.go.jp/>(独立行政法人 産業技術総合研究所)

<http://www.amazon.co.jp/dp/4774138975>(「パターン、Wiki、XP ~時を超えた創造の原則」)独立行政法人 産業技術総合研究所の研究者。学生時代から「Sensorium」等、数々のアートプロジェクトに関わる。現在は、Wikiをベースにしたあたらしいコミュニケーションのありかたについて研究を行っている。昨年出版された「パターン、Wiki、XP ~時を超えた創造の原則」は多方面に影響を与えている。

江端浩人(日本コカ・コーラ株式会社)

<http://c.cocacola.co.jp/>(コカ・コーラパーク)

日本コカ・コーラのインターラクティブ・マーケティングを管轄。日経NetMarketing、宣伝会議Advertimesにコラムを連載するほかWeb広告研究会第20回秋季フォーラムなどのセミナー年間20回以上。2010年4月にはad:tech San Franciscoにて日本人初となるスピーカーに招聘され、日本の携帯マーケティングの先進性をアピールしている。

大塚剛司(株式会社ディー・エヌ・エー)

http://www.mbgajp/pc/html/sg_kt/index.html?_from=pcplp_kt(怪盗ロワイヤル)

株式会社ディー・エヌ・エーソーシャルメディア事業本部プラットフォーム統括部の統括部長。2005年に同社に新卒入社。入社当初はビッターズの営業職。プログラム経験は無かったが2年目からエンジニアに転身。モバオク・モバコレ・その他新規事業に携わり、2009年6月からソーシャルゲーム事業を始めている。

大塚雅和(面白法人カヤック)

<http://wonderfl.net>(wonderfl build Flash online)

面白法人カヤックのwonderfl build Flash onlineのCreative Director。ブラウザだけでFlashを作る機能を制作することで専用のソフト無しに無料でFlash制作ができるようにした。wonderflを利用したサービスとしてFlashゲームコンテンツや、投稿した作品をポートフォリオとして使用できる求人情報サイトを展開。wonderflを通じてFlashで遊び、学び、仕事を得るというFlashクリエイターの1ストップソリューションのサービスを構築している。

大村健(株式会社ディーブブルース)

<http://www.deepblues.co.jp/wed/>(株式会社ディーブブルース)

株式会社ディーブブルースのWebプロデューサー。「全く違う視点から切り込み、インパクトをあたえる」という得意分野で、ただ、単純に面白いだけではなく、企業や商品のUSPを上手く表現し、マーケティング戦略の1ツールとして機能するようなWebサイトを作ることを強みとしている。

奥律哉(株式会社電通)

<http://www.dentsu.co.jp/>(株式会社電通)

http://www.amazon.co.jp/gp/reader/447801311X/ref=sib_dp_pt#reader-link(「ネオ・デジタルネイティブの誕生」)株式会社電通のMCプランニング局局長兼メディアイノベーション研究部長で「ネオ・デジタルネイティブの誕生」(ダイヤモンド社)の著者の一人。デジタル化に伴ってメディアが多様化する中、メディア・コンテンツサービスを、発信者目線ではなく視聴者目線で分析することで、「腑に落ちる説得性のある知見」を導き出した本著は、来年のテレビのデジタル移行やトリプルスクリーン時代において、貴重な情報発信となっている。

大矢富保(三菱電機株式会社)

<http://www.wad11.mitsubishielectric.co.jp/siteprint/index.php?scd=s00001&gcd=g00001>(サイトプリント)

三菱電機株式会社の宣伝部担当部長。2006年4月から宣伝部「企業価値向上」活動の一環として、オフィシャルサイトの「企業情報発信力」強化をスタート。従来の刊行物をベースにした情報発信からウェブサイト先行型の情報発信を目指し、本社スタッフ部門を組織化し新しい仕組み・体制を確立し「会社情報」サイトの再構築を企画・実施。2007年6月の再構築時に「環境社会報告書」「アニュアルレポート」の刊行物を止め、代替手段としてCMSと組み合わせたサイトプリントアウトシステムを実現し、同時に「キー・テクノロジー」サイトも立ち上げた。2009年6月にサイトプリント&e-Bookとしてバージョンアップしている。

加藤公一(株式会社売れるネット広告社)

<http://www.ureru.co.jp/>(株式会社売れるネット広告社)

株式会社売れるネット広告社の代表取締役社長。これまでの感覚・経験に頼った広告手法に対して、インターネットの特性・強みを活かした広告手法を確立。またその事によりインターネット広告の可能性を広げ、市場拡大に貢献した。さらに、その知識・経験をセミナー・講演等で広く公開している。

川井拓也(株式会社ヒマナイス)

<http://www.himanainu.jp/himag/>(株式会社ヒマナイス)

株式会社ヒマナイスの代表。ソフトバンクの孫社長にTwitterでUSTREAMスタジオ作りを進言し、その2分後に「了解。作りましょう!」というリプライを得る。その後#UstStudioというTwitterのハッシュタグで、USTREAMスタジオ作りに寄せられた様々な要望書をソフトバンクに届けるなどのメッセージを務めた。言ってみるもんだね! やってみるもんだね! をモットーに現在もWebを探索している。

川内信弥(劇団レトルト内閣)

<http://www.retoruto.com/>(劇団レトルト内閣)

劇団レトルト内閣の代表。劇団でプロデューサーとして活動する傍ら、演劇関連のグラフィックデザイン、Web、映像などを中心に制作活動を行っている。劇団レトルト内閣オフィシャルサイトは、「とにかく一度、劇場に足を運んでいただく」ことを目標に制作されており、動画を随所に配置し舞台の実像を見てもらうことで、「敷居が高い」「難解」「アングラ」といった演劇のイメージを払拭し、その上で劇団の個性をアピールできるデザインを構築している。

城戸雅行(ROXIK)

<http://www.roxik.com/>(ROXIK)

ROXIKのインタラクティブクリエイター。Webプロダクションにデザイナーとして従事した後、2006年に独立。フリーランスとしてウェブサイトのプランニングや構築を手がける。海外ではロンドンのunit9にてインタラクティブディレクターとして活動中。3D系のFlashコンテンツ制作で、Web系のクリエイターの間ではカリスマ的な存在と言われている。

熊村剛輔(マイクロソフト株式会社)

<http://www.microsoft.com/ja/jp/default.aspx>(マイクロソフト株式会社)

マイクロソフト株式会社のセントラルマーケティング本部 ソーシャルメディアリード。リアルネットワークス株式会社で RealPlayer のプロダクトマーケティングおよび RealGuide、RealNews のエディター・イン・チーフを務め、コールマン・ジャパン株式会社で Webマーケティング全般およびEコマースを統括。2006年マイクロソフト株式会社に入社。企業としてソーシャルメディアポリシーを制定し、それを制作する過程や内容を詳細に公開した事で、日本の企業が多数追随するという良い流れを築いている。

黒須正明(NPO法人 人間中心設計推進機構)

<http://www.hcdnet.org/>(NPO法人 人間中心設計推進機構)

内閣府の「電子政府ユーザビリティガイドライン」を受け設立された資格制度「人間中心設計専門家」の設立を担当。本資格はWebユーザビリティの向上に大きく貢献した方々が数多く認定されているため、今回の推薦に至った。

佐藤元紀(個人)

<http://nanigashi.biz/>(なにがし.biz)

高校生プログラマー。部活とテストの合間に開発しているという現役高校生のWebサービスが話題となっている。Web界の次世代を担う存在として有望視されている。

菅野敦也(サンベルディエール)

<http://www.sunverdir.com/>(サンベルディエール)

ブランド構築コンサルティング・ファーム、サンベルディエールのCIO。運営コスト月額数百円の試作ブログ『幸せへの一歩』により、次世代型のインターネット広報を提案するとともに、文脈の規則性に類推されるSEOルールを体系化すべく、Web上の社会実験を行い、未来に役立てるべく演繹を試みている。

鈴木啓央(面白法人カヤック)

<http://koebu.com/live/>(こえ部)

面白法人カヤックのWebディレクター。セレクトショップBEYESやリクナビのFlashをつかったスペシャルコンテンツから環境省の「いきものみつけ」などのCGMコンテンツ、カヤックが運営する月間1800万PVを超える「こえ部」のプロデューサーもつとめるなど、広告制作から、オリジナルビジネスまで幅広くWEBに関わる企画・プロデュースを担当。カンヌ国際広告祭、TIAA、ADFESTなど多数受賞している。

鈴木暉(富士重工業株式会社)

<http://www.pfq.co.jp/awards/mymixigp/jp/index.html>(マイミクGP)

<http://www.pfq.co.jp/awards/lovedrive/>(ラブドライブ)

富士重工業株式会社のスバル国内営業本部マーケティング推進部宣伝課で、スバルのWEBプロモーションを統括。TIAA、Webby Awards、JPMプランニング賞等受賞歴あり。ソーシャルメディア全般での様々な試みに意欲的に取り組み、現代の若者世代に対し、今までとは変わった視点からのWeb広告展開を行った。今回は「マイミクGP」及び「ラブドラ」でのノミネート。

須田和博(株式会社 博報堂)

<http://www.hakuhodo.co.jp/>(株式会社博報堂)

http://www.amazon.co.jp/gp/product/images/4048683063/ref=dp_image_0?ie=UTF8&n=465392&s=books(「使ってもらえる広告」)

株式会社博報堂エンゲージメント・ビジネスユニットクリエイティブディレクター。紙～CM～WEBの全てがわかるCDとしてメディアを問わずコンテンツからサービスまで企画制作。1985年びあフィルムフェスティバル、1999年ACC賞、2000年TCC新人賞、2007年モバイル広告大賞、2009年東京インタラクティブ・アド・アワード・グランプリ、カンヌ国際広告賞メディアライオン・ブロンズなど多数時受賞、特に「使ってもらえる広告」(アスキー新書)は、自分自身で咀嚼した結果の平たい言葉で語る新しい広告論の普及によるWebへの貢献を高く評価されている。

砂川大(株式会社ロケーションバリュー)

<http://imanara.jp/index.html>(イマナラ!)

<http://otet.jp/pc/index.html>(お手伝いネットワークス)

株式会社ロケーションバリューの代表取締役CEO。常に位置情報の価値を提供し続ける先駆者。「いま人手が欲しい」企業と「いま時間がある」利用者を位置情報でつなげる求人サイトをオープンし、モバイルプロジェクト・アワード2008優秀賞を受賞。また、急なキャンセルで余った在庫を「30分以内にきたらディナー半額」という時限クーポンを位置情報に絡めて配信することで、店舗周辺にいる会員を即座に集客できる携帯サイト「イマナラ!」をオープン。現代社会に残った課題を位置情報で解決するサービスを考案している。

諏訪光洋(株式会社ロフトワーク)

<http://www.loftwork.jp/index.html>(株式会社ロフトワーク)

株式会社ロフトワークの代表取締役社長。1997年渡米しSchool of Visual Arts Digital Arts専攻を経てNYでデザイナーとして活動。クリエイティブの新しい形の流通を目指しクリエイターネットワーク「loftwork.com」を2000年にスタートし株式会社ロフトワークを林千晶と共に設立。2003年代表取締役に就任。2010年現在は登録したクリエイターの中からバーチャルなチームを編成し、短期間で高品質なデザインを届ける注目企業となり、セミナーやイベントも度々開催しWeb世界に貢献している。

関英一郎(日本Webユースターズ協会)

<http://www.nipponweb.info/>(日本Webユースターズ協会)

日本Webユースターズ協会専務理事、日本Webマーケティング学会理事長、株式会社ダン社専務取締役。Webサイト構築を制作者側からではなく、Webユーザーの視点に立った「日本Webユースターズ協会」を、2008年夏に設立。書籍の出版等で理解を広めながら、有意義なWebサイトづくりに貢献する人々を顕彰・育成する趣旨の「日本Web大賞!」を、審査委員長として企画・実施している。

そらの(株式会社ソラノート)

<http://ketudancom.blog47.fc2.com/>(ケツダンボトフ)

株式会社ソラノートの広報。通称ダダ漏れ女子2号。2009年5月より、インターネットlive動画で自身の仕事姿を流し始め、iPhone3GS発売記念前夜にソフトバンク表参道前に徹夜で並んでいるところをUstreamで配信したことを契機に、様々なもののインターネットlive放送を行なっている。仕事をしている風景から、政治的な会見、著名人のインタビューや美容室でのヘアカットの様子など、250以上の放送をしている。

高橋洋平(個人)

<http://kachibito.net/>(かちびと.net)Webクリエイター。

ユーザーと同じ目線で情報を配信する事を念頭に、国内外の様々なWebに関する情報を、多くの方とシェアできるように、自身のサイトで分かりやすくまとめて紹介している。

高広伯彦(スケダチ | 高広伯彦事務所)

<http://www.daiwahouse.co.jp/desktopxevo/index.html>(デスクトップジーヴォ)

旧来の広告手法にとらわれず、広告ビジネスマーケティングの経験、社会学、メディア理論的視点などから、広告キャンペーンの企画や広告ビジネスの開発など様々な分野で活躍している。

寺西隆行(株式会社Z会)

<http://www.zkaiblog.com/histaff/>(株式会社Z会)

株式会社Z会のハイパーソーシャルメディア開発特命職。「大人が明るく楽しく前向きに働いている(=何も考えないのではなく、不安と対峙し少しずつ解決することで未来を作っていく)姿を見せるのが、子どもたちへの一番の教育だと思っています。何かを“教える”より、“ずっと”というスタンスでソーシャルメディアの領域で事例をアウトプットし続け、様々なマーケティング施策などを実践し注目されている。

友成冨美(株式会社友成工芸)

<http://www.tomonari.co.jp/>(株式会社友成工芸)

株式会社友成工芸のプロデューサー。営業基盤の弱い町工場が直接お客様とつながるために、アクリルに直接写真を印刷して作るという、今までにないフォトプレートを企画。この商品が簡単にWEB上で注文ができ、ダイレクトに製作する工場と繋ぐという仕組みとアイデアを考え、現実化するためのプロジェクトを立ち上げる。具体的なWebサイトの内容から使い勝手までを組み立て、その結果、クラウド型Webを誕生させた。

西井敏恭(株式会社ドクターシーラボ)

<http://www.ci-labo.com/>(株式会社ドクターシーラボ)

株式会社ドクターシーラボのダイレクト推進部eコマースグループ長。「肌トラブルに悩むすべての人々を救う」という企業理念を実現するサイトとして、ドクターシーラボ公式サイトにCGMを導入して商品開発につなげ、お悩みQ&Aなど、悩みを解決できるユーザー参加型コンテンツサイトの開設、「乾燥指数」「紫外線指数」など女性の肌に密接な情報を毎日配信する「メディカル天気予報」、など、多数のサービスリリースの企画からサービスインまでを担当している。企画から実行まで悩まず、考え込まず、まずは始める。ダメだったら、すぐ次に切り替えという姿勢はまさにWeb時代の寵児と言われている。

長谷川 琢(株式会社オプト)

<http://www.opt.ne.jp/>(株式会社オプト)

インターネット上の広告効果測定の新しい手法として、ユーザ行動の履歴分析から、今までは曖昧であったターゲットユーザを定義し、そのターゲットユーザへのリーチという概念を作り出した。

馬場功淳(株式会社コロブラ)

<http://pc.colopl.jp/pages/wl/welcome.html>(コロブラ)

株式会社コロブラの代表取締役GM。「位置情報」+「エンターテインメント」を融合させた「位置ゲー」という新しい世界観を創りだし、そのパイオニアである「コロニーな生活☆PLUS(通称コロブラ)」をヒットさせた。5月現在115万人超の30代を中心としたサラリーマンが熱狂的に利用し、「おでかけのきっかけ」を生み出すことで、全国各地域に対してお客様が足を運ぶ「コロブラ現象」を創りだしている。全国名店との提携や、鉄道会社提携、ツアー事業提携など、リアル事業との連携の規模としても大きな実績を出している。

横沢明浩(株式会社日本ブランド戦略研究所)

<http://japanbrand.jp/>(株式会社日本ブランド戦略研究所)

株式会社日本ブランド戦略研究所の代表取締役。BtoBのほか、BtoC、企業広報、お客様サポートなどそれぞれの分野の特性を踏まえたWebサイトの指標作りに取り組み多くの企業に指標として採用されている。評価の枠組みを維持することで指標性を保ちつつ、毎年改善を加えることによっていっそう有益な情報が提供できるよう意識を高く持ち続けている。また、指標を通じてトップマネジメントがWebの重要性を認識し、ひいてはWeb担当者の地位向上につながることも目標としている。

平原由美(「Twitter活用事例1000」有志の会)

<http://www21.atwiki.jp/open-skill/>(ついでせん)

株式会社パラスの代表取締役。2010年1月19日にTwitter上で「全員参加『Twitter私の活用法事例集1000』Twitterがこういうことに役立っています！というミニケースを全部Twitter上で募集してまとめるのは、どう？出版までの全行程をTwitterで？#twicase1000」とツイートし、多くの人々のアイデアやエネルギーを最終させた。集まったTwitterやってよかった、という事例はビジネスや生活の中での活用という枠にとどまらず、やさしさや思いやりや愛など、人のもっともよい側面を引き出すものとしてTwitterが人々に根付きつつあることを強く証明した。

深津貴之(株式会社 Art & Mobile)

<http://fladdict.net/blog/>(fladdict)

株式会社 Art & Mobileの代表取締役。自己のiPhoneアプリケーションを世界に販売。10万本DLを超えるiPhoneアプリを5つ保持。QuadCameraはグッドデザイン賞は、Best App Ever Award 2009, Best photography app 部門などを受賞。著書多数。

藤川真一(株式会社 想創社)

<http://www.sousousha.com/>(株式会社 想創社)

<http://www.movatw.jp/>(モバツイ)

株式会社想創社の代表取締役エンジニア・プロデューサー。ソフトバンク携帯電話に搭載されたTwitter Widgetと、いつでもどこでもツイッターを楽しむことを目的として始めた「モバツイ」のサービスに携わる。「モバツイ」はつぶやきのしやすさ(つぶやきビリティ)に最大限こだわって開発やUIの設計をしている。加えて、Amazon EC2というクラウドコンピューティングの環境の中で1人で月間3億PVを超えるサービスの運営を維持している。

<p>藤田明久(株式会社ディーツーコミュニケーションズ) http://www.d2c.co.jp/(株式会社ディーツーコミュニケーションズ) 株式会社ディーツーコミュニケーションズの代表取締役社長。2000年にNTTドコモ、電通、NTTアドの出資による、世界初の本格的なモバイル広告会社「ディーツー コミュニケーションズ(D2C)」の設立に伴い、代表取締役社長に就任。D2Cは新たな市場であるモバイル広告市場の創出、発展させていくことをミッションとして担った企業であると定義し、D2Cという企業だけではなく、モバイル広告市場全体の認知向上、成長を目指した活動を行っている。日本人初adtech公式セッションの登壇を勝ち取り、世界に日本の優位性をアピール。業界の発展に大きく貢献している。</p>
<p>藤本英俊(株式会社デジタルイズ) http://japan.zdnet.com/(株式会社デジタルイズ) 株式会社 デジタルイズの代表取締役。米国では一般的になってきている広告マーケットプレイス事業を日本で独自に立ち上げ、実績を伸ばしている。Web広告の未来を牽引するであろう若き経営者。</p>
<p>村井貴(株式会社内外出版社) http://www.naigai-p.co.jp/chokichoki/(CHOKICHOKI) ファッション誌『チョコチョコキ』と『チョコチョコキガールズ』のPCと携帯合わせて4サイトと自社の通販サイトを運営。担当者として就任後、当該雑誌の売り上げを確実に伸ばした。サイトの人気に火がついた結果、『ウェブ・チョコキ』という本の発行にも至り、アクティブに活躍されている。また、電子書籍などの「紙からWebへ」という流れが主流の中、「Webから紙へ」という流れも大切に、ビジネスとして活用している。</p>
<p>モンキーチャック http://www.chie-warai.jp/(知恵の笑い) NTTの研究開発を紹介するサイト「知恵の笑い」にて、これから世に出るであろう研究開発を、お笑い芸人ならではの明るさとノリで、4年にわたり紹介している。研究開発の知識を持たない一般の人々はもちろん、リクルート活動の一環としての学生にも、各研究テーマの概念と社会での役割を如何に面白く理解出来るかを、その立場になって考えた構成が魅力の一つである。</p>
<p>柳澤大輔(面白法人カヤック) http://www.kayac.com/(面白法人カヤック) 面白法人カヤックの代表取締役。1998年、学生時代の友人と共に面白法人カヤックを設立。「ART-Meter」「HOUSECO」「こえ部」など、ユーザー数千～数万人規模のインターネットサービスを幅広く展開しています。ユニークな人事制度(サイコロ給、スマイル給)や、ワークスタイル(旅する支社)など、制度面も現在実験するなど経営方針でもオリジナリティを追求。近年では、ギャラリー「ART-Meter」、カフェ「DONBURI CAFE DINING bowls」などリアルショップを運営。2010年には、東京インタラクティブ・アド・アワードの審査員をつとめる。</p>
<p>安田英久(株式会社インプレスビジネスメディア) http://web-tan.forum.impressrd.jp/(株式会社インプレスビジネスメディア) 株式会社インプレスビジネスメディアのWeb担当Forum編集長。ウェブサイト「Web担当者Forum」(+雑誌『Web担当者 現場のノウハウ』)をインターネットマガジンの後継媒体の1つとして2006年度より編集長として立ち上げる(その後ウェブ専業に方針転換)。コンテンツ企画、コンテンツ作成/編集、ウェブサイトの作成/管理、データベース管理、システム開発、SEO担当者、アクセス解析担当者など、メディア企画/運営全般を管理/担当。また、「Web担当者100人オフ会」として、読者を中心とした情報交換のイベントも定期的に開催し、企画・運営から当日の司会まで行っている。</p>
<p>山田肇(東洋大学経済学部) http://www.pppschoo.jp/article/13146277.html(東洋大学経済学部) 東洋大学経済学部教授。情報通信分野における経済的諸問題について、政治や経営の問題も含めて広範に研究している。国政に対して、利用者視点からのWebの使いやすさを主眼に議題を投げかけている。社会における貢献として、長年、情報アクセス性JIS X 8341シリーズの普及に尽力。内閣官房では、電子政府ユーザビリティガイドラインの発刊、今年度は原口総務大臣タスクフォースの構成員として国策レベルで利用者視点からのWebの発展に多大なる貢献をされている。</p>
<p>吉岡賢一(Papers) http://www.777interactive.jp/awards/2010/lupin/jp/index.html(LUPIN STEAL JAPAN PROJECT) 日テレ、バンダイナムコ、HEIWA、トムス・エンタテインメント他、様々な企業がタイアップして行われた期間限定プロジェクト「LUPIN STEAL JAPAN PROJECT」(現在は終了)を担当。ユーザーが公式サイトに「盗んでほしいもの」を書き込むと、ルパン三世がそれを盗む(実際に盗むのではないが)という企画。ユーザーに人気の高いルパン三世というキャラクターを使って、Webキャンペーン施策として大きな話題を振りまいた。</p>
<p>ロプロス(個人)http://www.ropross.net/(ropross) 様々なWebサービス、Webサイトなどを構築している。特にTwitterのつぶやきをブログ形式で保存できる「Twilog」は利便性がよく、ユーザーの人气が非常に高い。</p>
<p>渡辺隆行(東京女子大学現代教養学部) http://researchmap.jp/nabe/(東京女子大学現代教養学部) 今年改正予定の日本のウェブアクセシビリティ規格JIS X 8341-3:2010の改正ワーキンググループ主査を務める。日本のウェブアクセシビリティ向上に最も大きな貢献をされている方のひとり。</p>
<p>渡邊義弘(個人) http://maromaro.com/(まるまる記) ごはん日記をメインとして関東から関西までさまざまなジャンルの食べ物を、わかりやすく紹介している。単純に店舗を紹介するだけではなく、各店舗の料理や背景なども端的に、かつ見やすくまとめられた点が高く評価されている。現在個人による情報発信を軸にして、文京区友の会などの地域情報の発信とコミュニティ創りに関わっている。</p>

※公式Webサイト(<http://award.wab.ne.jp/>)で最新のノミネート者一覧がご覧いただけます。

【資料2】

Web広告研究会 について

Web広告研究会は、1999年4月、(社)日本広告主協会デジタルメディア委員会内の研究会を母体として発足しました。(注:日本広告主協会は現在、日本アドバタイザーズ協会に名称変更)

「インターネット広告に関わる全ての関係者の情報交流の場」として、インターネット上の広告展開における様々な課題について、広告主と関連企業・団体(広告会社、メディアレップ、媒体社、調査会社、システム提供会社など)が共通の場で研究活動を行うことにより、インターネット上の広告の健全な発展を促進することを目的としています。

定期的なフォーラム・セミナーの開催のほか、各種広告手法の効果実証実験、企業サイトのプロデュースの研究とその評価、個人情報保護問題への取り組み、ブロードバンド・モバイル環境の研究、生活者のメディア接触変化の研究などの幅広い活動を9つの委員会と4つのプロジェクトで行っております。

構成は以下のとおり

<委員会>

- ・企業広報委員会
- ・グローバル・ブランディング委員会
- ・モバイル委員会
- ・メディア委員会
- ・West Web マーケティング委員会
- ・ネット・プロモーション委員会
- ・消費者メディア研究委員会
- ・調査委員会
- ・サイトマネジメント委員会

<プロジェクト>

- ・Web クリエーション・アワードプロジェクト
- ・Web プロデューサー育成プロジェクト
- ・Webマーケティング年鑑プロジェクト
- ・FF (For The Future)プロジェクト

- 会員社(2010年6月22日現在)267社
- 代表幹事 渡辺春樹(株式会社ビービット)
- 事務所 〒104-0061 東京都中央区銀座3-10-7 銀座東和ビル8階
- ホームページ <http://www.wab.ne.jp/>

社団法人 日本アドバタイザーズ協会 Web 広告研究会 事務局

〒104-0061 東京都中央区銀座3-10-7 銀座東和ビル8階

TEL03-3543-5855/FAX03-3543-5856 E-mail:info@wab.ne.jp

担当:林、赤芝、椿原

Web クリエーション・アワード事務局

〒160-0007 東京都新宿区荒木町13-9 サンワールド四谷ビル6階リベロ(株)内

TEL:03-5369-3077/FAX03-5369-3791 E-mail: award-info@wab.ne.jp

(受付時間:平日 10:00~17:00) 担当:浅野