



D&AD Awards 2016
Categories and prices

アートディレクション	01	屋外広告	17
ブックデザイン	01	パッケージデザイン	17
ブランデッドコンテンツとエンターテインメント	02	PR	18
ブランディング	03	プロダクトデザイン	19
広告/クラフト	04	新聞広告	20
デザイン/クラフト	05	ラジオ&オーディオ	20
クリエイティビティフォーグッド	06	空間&体験デザイン	21
デジタルデザイン	07	広告/コピー	22
デジタルマーケティング	08	デザイン/コピー	23
ダイレクト	09		
フィルム広告	10		
フィルム広告/クラフト	11		
グラフィックデザイン	12		
インテグレートッド&コラボレーティブ	13		
雑誌・新聞デザイン	14		
メディア	15		
ミュージックビデオ	16		

アートディレクション		£	€	\$	
1001 ポスター広告のアートディレクション	Single	255	410	510	
	Campaign	460	740	920	
<hr/>					
1002 拡張型ポスター広告のアートディレクション					
定義:特定の広告を目的にして変更、追加または適応させた旧来の屋外サイトに掲示するポスターのアートディレクション。		Single	255	410	510
対象となる作品:3Dビルボード、特殊装備のポスター、従来と異なった材料を使用するポスター等		Campaign	460	740	920
<hr/>					
1003 デジタルスクリーンのアートディレクション					
		Single	255	410	510
		Campaign	460	740	920
<hr/>					
1004 新聞広告のアートディレクション					
		Single	255	410	510
		Campaign	460	740	920
<hr/>					
1005 デジタルマーケティングのアートディレクション					
対象となる作品:バナー、ポップアップ広告、キャンペーンサイト、Webサイトのテイクオーバー、ソーシャルメディア・キャンペーン、ゲーム。		Single	255	410	510
注意:オンラインブランドフィルムは対象ではありません。その場合は、フィルム広告/クラフト部門へエントリーください。		Campaign	460	740	920
<hr/>					
1006 ダイレクトレスポンス型のアートディレクション					
定義:ユーザーから直接のレスポンスを引き出すダイレクトメール、印刷、テレビ、映画館、モバイルおよびオンライン広告		Single	255	410	510
		Campaign	460	740	920
<hr/>					
ブックデザイン		£	€	\$	
1101 一般書					
定義:従来の小売りチャンネル(例えば書店、スーパーマーケット)を通じて販売される一般書出版社からの本。一般的なフィクションおよびノンフィクション。		Single	105	170	210
		Campaign	170	275	340
<hr/>					
1102 一般書の表紙					
定義:従来の小売りチャンネル(例えば書店、スーパーマーケット)を通じて販売される一般書出版社からの本の表紙デザイン。一般的なフィクションおよびノンフィクション。		Single	105	170	210
		Campaign	170	275	340
<hr/>					
1103 カルチャー、アートおよびデザインの本					
定義:アート、カルチャー、デザイン、ファッション、ライフスタイルおよび写真を中心とする本。		Single	105	170	210
対象となる作品:大型本、受賞年鑑、グラフィックデザインの本、ファッションの本、料理本等。		Campaign	170	275	340
<hr/>					
1104 カルチャー、アートおよびデザインの本の表紙					
定義:アート、カルチャー、デザイン、ファッション、ライフスタイルおよび写真を中心とする本の表紙デザイン。		Single	105	170	210
対象作品:大型本、受賞年鑑、グラフィックデザインの本、ファッションの本、料理本等。		Campaign	170	275	340
<hr/>					
1105 子供と若年成人向けの本					
定義:子供と若年成人向けの本		Single	105	170	210
		Campaign	170	275	340
<hr/>					
1106 子供と若年成人向けの本の表紙					
定義:子供と若年成人向けの本の表紙デザイン		Single	105	170	210
		Campaign	170	275	340
<hr/>					
1107 イラスト本(絵本)、グラフィック書					
定義:イラストがデザインの重要構成要素になっている本。		Single	105	170	210
対象となる作品:漫画、コミック本、塗り絵本、学習マニュアル、旅行ガイドおよび他の種類のイラスト本。		Campaign	170	275	340
<hr/>					
1108 イラスト本(絵本)、グラフィック書の表紙					
定義:イラストがデザインの重要構成要素になっている本の表紙のデザイン。		Single	105	170	210
対象となる作品:漫画、コミック本、塗り絵の本、学習マニュアル、旅行ガイドおよび他の種類のイラスト本。		Campaign	170	275	340

ブックデザイン		£	€	\$
1109 専門書と限定版書籍	Single	105	170	210
定義:印刷部数の少ないまたは小規模出版社からの限定版書籍、または専門家のテーマに関する本(例えば医療、科学、スポーツ)。	Campaign	170	275	340
1110 専門書と限定版書籍の表紙	Single	105	170	210
定義:印刷部数の少ないまたは小規模出版社からの限定版書籍、または専門家のテーマに関する本(例えば医療、科学、スポーツ)の表紙デザイン。	Campaign	170	275	340
1111 Eブックと電子書籍	Single	105	170	210
対象となる作品:デジタル式インタラクティブな本、アプリ、Eブックリーダー書籍、E書籍等 注意:デジタルマガジンは対象ではありません。その場合は、雑誌&新聞のデザイン部門へエントリーください。	Campaign	170	275	340
ブランデッドコンテンツ&エンターテインメント		£	€	\$
1201 最大5分間までのフィクションフィルム	Single	385	620	770
定義:最大5分間までのフィクションのブランデッド・フィルム。 対象となる作品:バイラルフィルム、インタラクティブフィルム、サイトでホストされるスポットフィルム、短編コンテンツ。VODおよびストリーミングコンテンツを含め、オンライン、テレビまたは映画館で発表される映画コンテンツはここへエントリーできます。	Campaign	655	1050	1310
1202 5~30分間のフィクションフィルム	Single	385	620	770
定義:5分間から30分間のフィクションのブランデッド・フィルム。 対象となる作品:バイラルフィルム、インタラクティブフィルム、短編コンテンツ。VODおよびストリーミングコンテンツを含め、オンライン、テレビまたは映画館で発表される映画コンテンツはここへエントリーできます。	Campaign	655	1050	1310
1203 30分間を超えるフィクションフィルム	Single	385	620	770
定義:30分間を超えるフィクションのブランデッドフィルム。 対象となる作品:バイラルフィルム、インタラクティブフィルム、長編コンテンツ。VODおよびストリーミングコンテンツを含め、オンライン、テレビまたは映画館で発表される映画コンテンツはここへエントリーできます。	Campaign	n/a	n/s	n/a
1204 最大5分間までのノンフィクションフィルム	Single	385	620	770
定義:最大5分間までのノンフィクションのブランデッドフィルム(台本なし、ドキュメンタリー、実話ものシリーズ)。 対象となる作品:バイラルフィルム、インタラクティブフィルム、サイトでホストされるスポット、短編コンテンツ。VODおよびストリーミングコンテンツを含め、オンライン、テレビまたは映画館で発表される映画コンテンツはここへエントリーできます。	Campaign	655	1050	1310
1205 5~30分間のノンフィクションフィルム	Single	385	620	770
定義:5分間から30分間のノンフィクションのブランデッドフィルム(台本なし、ドキュメンタリー、実話ものシリーズ)。 対象となる作品:バイラルフィルム、インタラクティブフィルム。VODおよびストリーミングコンテンツを含め、オンライン、テレビまたは映画館で発表される映画コンテンツはここへエントリーできます。	Campaign	655	1050	1310
1206 30分間を超えるノンフィクションフィルム	Single	385	620	770
定義:30分間を超えるノンフィクションのブランデッドフィルム(台本なし、ドキュメンタリー、実話ものシリーズ)。 対象となる作品:バイラルフィルム、インタラクティブフィルム、長編コンテンツ。VODおよびストリーミングコンテンツを含め、オンライン、テレビまたは映画館で発表される映画コンテンツはここへエントリーできます。	Campaign	n/a	n/a	n/a
1207 タクティカル(戦術型フィルム)	Single	385	620	770
定義:ブランドのための最大の到達範囲を生成するために特定のニュース記事やイベントの人気度を使用するブランデッドコンテンツまたはエンターテインメント。それはニュース速報に対するリアルタイムの迅速な反応です。 対象となる作品:オンラインのブランデッドフィルム、ブランデッドドキュメンタリー、ブランデッドフィルム、ブランデッドラジオ、オーディオおよびテレビ番組等。	Campaign	655	1050	1310

ブランドコンテンツ&エンターテインメント		£	€	\$
1208 ゲーミング 対象となる作品: VODとストーリーミングコンテンツを含め、一つのゲームをベースにしたもので、オンライン、テレビまたは映画館で発表されるブランド・フィルム・コンテンツ。	Single	385	620	770
	Campaign	655	1050	1310
1209 スポンサー提供 定義: ブランド、サービスまたは企業がスポンサー提供するすべての形態のブランド・エンターテインメント・フィルム。	Single	385	620	770
	Campaign	655	1050	1310
1210 ライブ体験 定義: ブランド・エレメントを利用して体験を作り出すライブイベント。 対象となる作品: プレゼンテーションフィルムは含まない。ライブイベント中に上映、キャプチャーまたは共有されるフィルム・コンテンツ。	Single	385	620	770
	Campaign	655	1050	1310
1211 ユーザー・ジェネレート 定義: ユーザーによって適用されるブランドコンテンツ	Single	385	620	770
	Campaign	655	1050	1310
1212 ライブ放送 定義: テレビ、オンラインまたは別のチャンネルによるイベントのライブ放送またはストーリーミング配信。	Single	385	620	770
	Campaign	655	1050	1310
1213 没入型作品 定義: ヴァーチャルリアリティまたは360°を使用した没入型でデバイス主導のブランド体験フィルム。	Single	385	620	770
	Campaign	655	1050	1310
1214 オーディオ 定義: ブランド化されたオーディオコンテンツ 対象となる作品: ポッドキャストまたはオーディオストーリーミング	Single	385	620	770
	Campaign	655	1050	1310
ブランディング		£	€	\$
1301 ブランディング・スキーム/小規模組織 定義: 最大10人で構成された組織の全体的なブランドアイデンティティ。多数のプラットフォームによってブランドを表現するもの。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	380	610	760
1302 ブランディング・スキーム/中規模組織 定義: 11~250人で構成された組織の全体的なブランドアイデンティティ。多数のプラットフォームによってブランドを表現するもの。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	380	610	760
1303 ブランディング・スキーム/大規模組織 定義: 250人以上で構成された組織の全体的なブランドアイデンティティ。多数のプラットフォームによってブランドを表現するもの。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	380	610	760
1304 ブランド表現/印刷物 対象となる作品: ステーションナリー、カタログ、ブランドハンドブック、包装等 注意: このカテゴリーはポスターまたは新聞広告用ではありません。それらの場合、屋外広告または新聞広告部門へエントリーください。	Single	215	345	430
	Campaign	n/a	n/a	n/a
1305 ブランド体験と環境 定義: ブランド化された体験または環境(屋内/屋外いずれも可能)。仮想でなく、現実世界でのもの。 対象となる作品: 店舗、イベント、スタント等	Single	215	345	430
	Campaign	n/a	n/a	n/a
1306 マルチプラットフォームのテレビ・ブランディング&プロモーション 定義: 印刷、Web、テレビなどの複数のメディア全域で統合されるTVチャンネルのためのブランディング。 注意: このカテゴリーは単一アイデンティティ用ではありません。その場合、チャンネルブランディングとアイデンティティ部門へエントリーください。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	380	610	760
1307 チャンネル・ブランディング&アイデンティティ 定義: チャンネル・アイデンティティ全体またはそれらのエレメント(スティックやアイデンティティ等)。 注意: このカテゴリーは個別のテレビ番組のブランディング用ではありません。その場合、マルチプラットフォームのテレビ・ブランディング&ぶるも部門へエントリーください。	Single	215	345	430
	Campaign	380	610	760

ブランディング		£	€	\$
1308 ブランド表現/動画				
定義:ブランドを表現する動画エレメント。				
対象作品:フライト機内フィルム、企業プレゼンテーション、ブランドドアニメーション、アイデンティティ、テレビ番組ジャンクション、VR等。	Single	215	345	430
注意:このカテゴリーはテレビと映画館の広告用ではありません、その場合、フィルム広告部門へエントリーください。	Campaign	n/a	n/a	n/a
1309 ブランド表現/デジタル				
定義:デジタルプラットフォームによるブランド表現。				
対象となる作品:Webサイト、モバイルのアプリ、ゲーム等	Single	215	345	430
注意:このカテゴリーはモバイルまたはデジタル広告用ではありません。それらの場合、デジタルマーケティング部門へエントリーください。	Campaign	n/a	n/a	n/a
1310 ロゴ				
対象となる作品:単一ロゴまたは系列ロゴ。静的または動的とも可。				
	Single	215	220	270
	Campaign	n/a	n/a	n/a
1311 キャンペーン・ブランディング&アイデンティティ				
定義:特定のマーケティングまたは広告キャンペーンのブランディングおよびアイデンティティ				
	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	380	610	760
広告/クラフト		£	€	\$
1401 広告用のイラストレーション				
定義:イラストレーションが創造的なアイデアを現実的なものにするような広告。				
対象となる作品:新聞とポスター広告	Single	255	410	510
注意:このカテゴリーはデジタル作品用ではありません。その場合、デジタルマーケティング用のアニメーション&イラストレーション部門へエントリーください。	Campaign	465	745	930
1402 広告用の写真				
定義:写真撮影が創造的なアイデアを現実的なものにするような広告。				
注意:新聞、ポスターおよびスクリーン上の広告。	Single	255	410	510
	Campaign	465	745	930
1403 広告用のタイポグラフィ				
定義:タイポグラフィが創造的なアイデアを現実的なものにするような広告。				
対象となる作品:新聞、ポスターおよびスクリーン上の広告。	Single	255	410	510
	Campaign	465	745	930
1404 デジタルマーケティング用のアニメーションとイラストレーション				
対象となる作品:バナー、ポップアップ広告、キャンペーンサイト、Webサイトのテイクオーバー、ソーシャルメディア・キャンペーン、ゲーム、アプリ、モバイル広告等				
注意:このカテゴリーはオンラインのブランド化されたフィルム用ではありません。その場合、フィルム広告/クラフト部門へエントリーください。	Single	255	410	510
	Campaign	465	745	930
1405 デジタルマーケティングのサウンドデザインと楽曲使用				
対象となる作品:バナー、ポップアップ広告、キャンペーンサイト、Webサイトのテイクオーバー、ソーシャルメディア・キャンペーン、ゲーム、アプリ、モバイル広告、VR等				
注意:このカテゴリーはオンライン・ブランドド・フィルム用ではありません。その場合、フィルム広告/クラフト部門へエントリーください。	Single	255	410	510
	Campaign	465	745	930
1406 ラジオ広告用のサウンドデザインと楽曲使用				
定義:楽曲やサウンドデザインが創造的なアイデアを現実的なものにするようなラジオ広告。				
	Single	210	340	420
	Campaign	335	540	670

デザイン/クラフト		£	€	\$
1501 デザイン作品用のイラストレーション				
定義:イラストレーションが創造的なアイデアを現実的なものにするようなデザイン作品。	Single	115	185	230
対象となる作品:出版(印刷またはデジタル)、包装、環境に関するグラフィックス、リーフレット、ポスター等	Campaign	190	305	380
1502 デザイン作品用の写真				
定義:写真が創造的なアイデアを現実的なものにするようなデザイン作品。	Single	115	185	230
対象となる作品:出版(印刷またはデジタル)、包装、環境に関するグラフィックス、印刷物、画面上のコミュニケーション等	Campaign	190	305	380
注意:このカテゴリーは自己宣伝用の写真出版ではなく、写真がデザインを補完する出版用のものです。				
1503 デザイン作品用のタイポグラフィー				
定義:タイポグラフィーが創造的なアイデアを現実的なものにするようなデザイン作品。	Single	115	185	230
対象となる作品:出版(印刷またはデジタル)、包装、環境に関するグラフィックス、印刷物、画面上のコミュニケーション等	Campaign	190	305	380
1504 タイプフェイス				
定義:フォントファミリーのデザイン。	Single	115	185	230
	Campaign	n/a	n/a	n/a
1505 Webサイトとデジタルデザイン用のアニメーションとイラストレーション				
定義:アニメーションやイラストレーションが創造的なアイデアを現実的なものにするようなデジタルデザインのWebサイトまたは作品。	Single	115	185	230
対象となる作品:Webサイト、デジタル出版、アプリ、デジタルのインストール等	Campaign	n/a	n/a	n/a
1506 Webサイトとデジタルデザイン用のサウンドデザインと楽曲使用				
定義:楽曲やサウンドデザインが創造的なアイデアを現実的なものにするようなデジタルデザインのWebサイトまたは作品。	Single	115	185	230
対象となる作品:Webサイト、デジタル出版、アプリ、デジタルのインストール等	Campaign	n/a	n/a	n/a

クリエイティビティフォーグッド		£	€	\$
1601 広告とマーケティング・コミュニケーション/ブランド				
定義:善を行うことによりブランドと事業を構築する広告。				
クライアントはローカルブランドおよびグローバルブランドともに対象。				
Single	175	280	350	
Campaign	n/a	n/a	n/a	
対象となる作品:広告もしくはマーケティング・コミュニケーションキャンペーンと個人の活動の両方。				
注意:エントリー作品は研究、開発および実施にわたってプラスの社会的影響およびサステナビリティ問題に対する態度と感度を変える能力を実証する必要があります。				
1602 広告とマーケティング・コミュニケーション/非営利目的				
定義:チャリティーまたはNGOのための広告およびマーケティング・コミュニケーション。				
対象となる作品:広告またはマーケティング・コミュニケーションキャンペーン、個人の活動および公共サービス案内。				
Single	175	280	350	
Campaign	n/a	n/a	n/a	
注意:エントリー作品は研究、開発および実施にわたってプラスの社会的影響を実証する必要があります。				
1603 デザイン/ブランド				
定義:善を行うことによりブランドと事業を構築するデザイン。クライアントはローカルブランドおよびグローバルブランドともに対象。				
Single	175	280	350	
Campaign	n/a	n/a	n/a	
対象となる作品:デザイン作品、プロダクトなど。				
注意:エントリー作品は研究、開発および実施にわたってプラスの社会的影響を実証する必要があります。				
1604 デザイン/非営利目的				
定義:チャリティーまたはNGOのためのデザイン。				
対象となる作品:デザイン作品、プロダクトなど。				
Single	175	280	350	
Campaign	n/a	n/a	n/a	
注意:エントリー作品は研究、開発および実施にわたってプラスの社会的影響を実証する必要があります。				
1605 サービス・イノベーション				
定義:善を行うことによりブランドと事業を構築しようと求める革新的サービスまたはプロダクト。既存のフレームワークを使用し、草分け的な方法でそれらを適応させます。クライアントはローカルブランドおよびグローバルブランドともに対象。				
Single	175	280	350	
Campaign	n/a	n/a	n/a	
注意:エントリー作品は研究、開発および実施にわたってプラスの社会的影響を実証する必要があります。				
1606 サービス・デザイン				
定義:善を行うことによりブランドと事業を構築しようと求めるサービス。クライアントはローカルブランドおよびグローバルブランドともに対象。				
Single	175	280	350	
Campaign	n/a	n/a	n/a	
注意:エントリー作品は研究、開発および実施にわたってプラスの社会的影響を実証する必要があります。				
1607 プロダクトデザイン				
定義:善を行うことによりブランドと事業を構築しようと求めるプロダクト。クライアントはローカルブランドおよびグローバルブランドともに対象。				
Single	175	280	350	
Campaign	n/a	n/a	n/a	
注意:エントリー作品は研究、開発および実施にわたってプラスの社会的影響を実証する必要があります。				

デジタルデザイン		£	€	\$
1701 Webサイト 定義: モバイル、タブレット、デスクトップおよび他の機器経由でアクセスされるWebサイトおよびマイクロサイトのデザイン。	Single	260	420	520
	Campaign	n/a	n/a	n/a
1702 デジタルインスタレーション 定義: 没入型環境を作り出すビデオインスタレーションまたはプロジェクション。インタラクティブまたはインタラクティブともに対象。	Single	260	420	520
	Campaign	n/a	n/a	n/a
1703 コネクテッド・プロダクト 定義: インターネット・オブ・シングス。デジタル・プラットフォーム(例えば、アプリやWebサイト)と連動するように設計されたプロダクト。 注意: 製品および接続されたエレメントはその他のカテゴリーへ別々にエントリーできますが、グループにまとめなければここへエントリーできません。	Single	260	420	520
	Campaign	n/a	n/a	n/a
1704 ユーザーエクスペリエンス(UX)のデザイン 定義: サイト、モバイル・プラットフォームまたは他のデジタル作品についてのユーザー体験のデザイン。 対象となる作品: Webサイト、アプリ、インスタレーション等。	Single	260	420	520
	Campaign	n/a	n/a	n/a
1705 ユーザーインターフェイス(UI)のデザイン 定義: サイト、モバイル・プラットフォームまたは他のデジタル作品についてのユーザーインターフェイスのデザイン。 対象となる作品: Webサイト、アプリ、インスタレーション等。	Single	260	420	520
	Campaign	n/a	n/a	n/a
1706 ナビゲーションのデザイン 定義: Webサイト、モバイル・プラットフォームまたは他のデジタル作品についてのナビゲーションのデザイン。	Single	260	420	520
	Campaign	n/a	n/a	n/a
1707 ゲームのデザイン 定義: ブランド化されたゲームとゲーミングプラットフォームのデザイン。VRおよび拡張現実を含めることができます。	Single	260	420	520
	Campaign	n/a	n/a	n/a
1708 テクノロジー・イノベーション 定義: テクノロジーを新しい方法で使用して、デジタルの中でできることの境界を拡張するデザイン作品。	Single	260	420	520
	Campaign	n/a	n/a	n/a
1709 ベータ・テクノロジー・イノベーション 定義: デジタルの中でできることの境界を拡張するベータ・モードで発表されたテクノロジーのイノベーション。	Single	260	420	520
	Campaign	n/a	n/a	n/a
1710 サービスデザイン 定義: ユーザーにサービスを提供するアプリやデジタルプラットフォームのデザイン。	Single	260	420	520
	Campaign	n/a	n/a	n/a
1711 ベータ・プラットフォーム 定義: ベータ・モードで発表されたブランド化されたアプリあるいはデジタルプラットフォーム(サイト、モバイルまたはデスクトップ・プラットフォームのエレメント)。	Single	260	420	520
	Campaign	n/a	n/a	n/a
1712 プラットフォーム 定義: ブランド化されたアプリあるいはデジタルプラットフォーム(サイト、モバイルまたはデスクトップ・プラットフォームのエレメント)。	Single	260	420	520
	Campaign	n/a	n/a	n/a
1713 既存のプラットフォーム 定義: 多数のアップデートを経た3年以上アクティブな既存プラットフォーム。	Single	260	420	520
	Campaign	n/a	n/a	n/a
1714 既存のプラットフォーム/新規の反復 定義: ユーザー用のプラットフォームの使用法を変更または多様化させる既存プラットフォームの新規の反復	Single	260	420	520
	Campaign	n/a	n/a	n/a

デジタルマーケティング		£	€	\$	
1801 インテグレートド・デジタル・キャンペーン					
定義:主にオンライン・メディア上で実行される統合型キャンペーン。例えばサイト、バナー、ソーシャルメディア、モバイルなど異なるプラットフォームの使用を含めることが推奨されます。オフラインの要素は、デジタルパーツと連動している場合は承認されます。		Single	n/a	n/a	n/a
		Campaign	470	755	940
1802 Webサイト					
定義:ブランドの主要サイトではなく販促キャンペーンの一部として立ち上げたWebサイトもしくは、マイクロサイト。反応が早いサイトおよびモバイルサイトを含みます。		Single	280	450	560
		Campaign	n/a	n/a	n/a
1803 デジタル広告					
定義:有料のオンラインスペースでの広告。		Single	280	450	560
対象となる作品:バナー、ポップアップ、複数の機器のテイクオーバー。					
注意:このカテゴリーはオンラインのブランド化された映画用ではありません。その場合、オンラインビデオ広告部門へエントリーください。		Campaign	470	755	940
1804 オンラインビデオ広告					
定義:短編オンラインフィルム広告。		Single	280	450	560
注意:オンラインの長編ブランドコンテンツは、ブランドコンテンツ&エンターテインメントの部門にエントリーください。		Campaign	470	755	940
1805 デジタルツール&ユーティリティ					
定義:消費者を惹きつけ彼らの体験を向上させるブランド化されたデジタルツールやサービス。		Single	280	450	560
対象となる作品:アプリ、スクリーンセーバー、ウィジェット、モバイルプラットフォーム等。					
注意:このカテゴリーはソーシャルメディア作品用ではありません。そのソーシャルメディアの使用カテゴリーへ参加申し込みしてください。		Campaign	n/a	n/a	n/a
1806 ブランドアプリ&ゲーム					
定義:ブランド化されたまたは販促用ゲーム。ダウンロードするまたはオンラインでプレイすることができるもの。		Single	280	450	560
注意:このカテゴリーにはモバイルアプリ、プラットフォームおよびゲームを含む。		Campaign	470	755	940
1807 ソーシャルメディアの使用					
定義:ソーシャルメディアベースの広告ソリューション。		Single	280	450	560
対象となる作品:ソーシャルメディアのアプリと広告、スポンサー提供のツイート、コンペ、テイクオーバー。モバイル作品を含む。		Campaign	470	755	940
1808 ソーシャルビデオ					
定義:Snapchat、Vine、Instagram、PeriscopeおよびMeerkatを含む、ソーシャルビデオプラットフォームを使用するマーケティング・キャンペーンまたはその要素等。		Single	280	450	560
		Campaign	470	755	940
1809 テクノロジーの革新的な使用					
定義:ブランドを販促するためにテクノロジーを新しい方法で使用して、デジタルで出来ることの境界を拡張するデジタルマーケティング。モバイル作品を含む。		Single	280	450	560
		Campaign	470	755	940
1810 戦術的デジタルマーケティング					
定義:ブランドのための最大の到達範囲を生成するために特定のニュース記事やイベントの人気度を使用するデジタルマーケティング。ニュース速報に対するリアルタイムの迅速な反応。		Single	280	450	560
対象となる作品:バナー広告、ゲーム、ソーシャルメディア・キャンペーン等。		Campaign	470	755	940
1811 ベータ・テクノロジーの革新的な使用*					
定義:テクノロジーを新しい方法で使用してデジタルで出来ることの境界を拡張する、ベータモードで立ち上げたデジタルマーケティング。モバイル作品を含む。		Single	280	450	560
		Campaign	470	755	940

ダイレクト		£	€	\$
1901 ダイレクト・インテグレートド・キャンペーン 定義:ダイレクトマーケティング主導の統合型キャンペーン。特定の呼びかけを行って、特定の客層にアクションを求めるまたはターゲットにしたもの。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	470	755	940
1902 ダイレクト・レスポンス/デジタル 定義:ダイレクト型デジタル広告。特定の呼びかけを行って、特定の客層にアクションを求めるまたはターゲットにしたもの。 対象となる作品:バナー、キャンペーンサイト、ソーシャルメディア・キャンペーン、電子メール、アプリ、モバイル広告等。	Single	265	425	530
	Campaign	470	755	940
1903 ダイレクト・レスポンス/ラジオ広告 定義:ダイレクト・ラジオ広告。特定の呼びかけを行って、特定の客層にアクションを求めるまたはターゲットにしたもの。	Single	210	340	420
	Campaign	340	545	680
1904 ダイレクト・レスポンス/フィルム広告 定義:ダイレクト・フィルム広告。特定の呼びかけを行って、特定の客層にアクションを求めるまたはターゲットにしたもの。	Single	380	610	760
	Campaign	650	1040	1300
1905 ダイレクト・レスポンス/アンビエント 定義:従来型の一個人/家庭を対象とするものとは異なる、新しいダイレクトマーケティング。特定の呼びかけを行って、特定の客層にアクションを求めるまたはターゲットにしたもの。 対象となる作品:スタント、特別仕様、ストリート・ファニチャー、ライブイベント、ポップアップ店舗等。	Single	305	490	610
	Campaign	n/a	n/a	n/a
1906 ダイレクト・レスポンス/新聞&ポスター 定義:ダイレクト型新聞またはポスター広告。特定の呼びかけを行って、特定の客層にアクションを求めるまたはターゲットにしたもの。	Single	265	425	530
	Campaign	470	755	940
1907 ダイレクトメール 定義:特定の呼びかけを行って、特定の客層にアクションを求めるまたはターゲットにする物理的なダイレクトメール郵便。 対象となる作品:低容量のドア投げ込みやダイレクトメール(1~500通)、低容量(501~10,000通)、中容量(10,001~100,000通)および高容量(100,000超通)。	Single	265	425	530
	Campaign	470	755	940
1908 ダイレクト・プロダクト&サービス 定義:ユーザーからの直接の反応を引き出すプロダクトやサービス。	Single	265	425	530
	Campaign	470	755	940
1909 ダイレクト取得&保有 定義:消費者との関係を確立するまたは顧客ロイヤルティを奨励するために事業、会社またはプロダクトに向けてターゲットを絞った動きを開始するダイレクト型キャンペーン。	Single	265	425	530
	Campaign	470	755	940
1910 ダイレクトのイノベーション 定義:新しく革新的な方法で直接の反応を引き出す作品。 注意:どのようにして作品が既存のダイレクトメソッドまたはプラットフォームを採用し、かつ発明したかを実証する必要があります。	Single	265	425	530
	Campaign	n/a	n/a	n/a

フィルム広告		£	€	\$
2001 1～20秒間のテレビコマーシャル				
2002 21～40秒間のテレビコマーシャル				
2003 41～60秒間のテレビコマーシャル				
2004 61～120秒間のテレビコマーシャル	Single	380	610	760
2005 121～240秒間のテレビコマーシャル	Campaign	n/a	n/a	n/a
2006 240秒間を超えるテレビコマーシャル				
2007 1～20秒間の映画館でのコマーシャル				
2008 21～40秒間の映画館でのコマーシャル				
2009 41～60秒間の映画館でのコマーシャル				
2010 61～120秒間の映画館でのコマーシャル	Single	380	610	760
	Campaign	n/a	n/a	n/a
2011 121～240秒間の映画館でのコマーシャル	Single	380	610	760
	Campaign	n/a	n/a	n/a
2012 240秒間を超える映画館でのコマーシャル	Single	380	610	760
	Campaign	n/a	n/a	n/a
2013 テレビコマーシャル・キャンペーン	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	650	1040	1300
2014 映画館コマーシャル・キャンペーン	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	650	1040	1300
2015 テレビ番組のプロモーション	Single	380	610	760
	Campaign	650	1040	1300
2016 映画の提供スポンサーのクレジット	Single	380	610	760
	Campaign	650	1040	1300
2017 戦術的フィルム広告				
定義:ブランドの最大の到達範囲を構築するために特定のニュース記事やイベントの人気度を使用するフィルム広告。ニュース速報に対するリアルタイムの迅速な反応。	Single	380	610	760
対象となる作品:テレビコマーシャル、映画館でのコマーシャル等。	Campaign	650	1040	1300
注意:このカテゴリーはブランド化されたフィルム・コンテンツ用ではありません。その場合、ブランドド・コンテンツ&エンターテインメント部門へエントリーください。				
2018 公共サービスのコマーシャル	Single	380	610	760
定義:公共の意識、安全またはサービスを販促するフィルム広告。	Campaign	650	1040	1300
2019 インタラクティブなフィルム広告	Single	380	610	760
定義:閲覧者からのインタラクションを促すフィルム広告。	Campaign	650	1040	1300
2020 第2スクリーンの使用	Single	380	610	760
定義:タブレット、スマートフォンまたは他の機器が並列的に使用される場合のフィルム広告。	Campaign	650	1040	1300
2021 その他のスクリーン	Single	380	610	760
定義:テレビ、映画館またはオンライン以外の画面に表示されるフィルム広告。	Campaign	650	1040	1300
対象となる作品:屋外の画面、イベント会場、プレゼンテーション、機内で表示されるフィルム広告等。				
2022 フィルム広告の技術的イノベーション	Single	380	n/a	n/a
定義:メディアの境界を拡張するフィルム広告。	Campaign	650	1040	1300

フィルム広告 / クラフト		£	€	\$
2101 フィルム広告のアニメーション				
定義: フィルム広告のためのアニメーション。2Dまたは3Dでのセル画、ストップモーションまたはコンピューター・アニメーションとも可。3Dアニメーションの作品はモデリング、リギングおよびアニメートされたものであること。写真のようにリアルなものとキャラクターアニメーションの両方を含む。	Single	380	610	760
対象となる作品: オンライン、テレビおよび映画館広告、長編コンテンツ(4分間超)、提供スポンサーのクレジット、アイデンティティ、プログラム結合、タイトルシーケンス。	Campaign	650	1040	1300
注意: 3Dエレメント(例えば火、粒子、水)を備えた広告は特殊効果部門にエントリーすることを推薦。				
2102 フィルム広告の撮影技術				
定義: 写真撮影と照明の品質、構成およびスタイルによって、またカメラ技術の使用によってアイデアを現実的なものにする作業。	Single	380	610	760
対象となる作品: オンライン、テレビおよび映画館広告、長編コンテンツ(4分間超)、提供スポンサーのクレジット、アイデンティティ、プログラム結合、タイトルシーケンス。	Campaign	650	1040	1300
2103 フィルム広告のディレクション				
定義: ディレクターの構想によってアイデアを現実的なものにする作業。	Single	380	610	760
対象となる作品: オンライン、テレビおよび映画館広告、長編コンテンツ(4分間超)、提供スポンサーのクレジットおよびアイデンティティ、プログラム結合。	Campaign	650	1040	1300
2104 フィルム広告の編集				
定義: 編集での技術革新と才能によってアイデアを現実的なものにする作業。	Single	380	610	760
対象となる作品: オンライン、テレビおよび映画館広告、長編コンテンツ(4分間超)、提供スポンサーのクレジット、アイデンティティ、プログラム結合、タイトルシーケンス。	Campaign	650	1040	1300
2105 フィルム広告のプロダクションデザイン				
定義: アイデアを現実的なものにするプロダクションデザイン(セットのデザイン、ロケーション構築など)。	Single	380	610	760
対象となる作品: オンライン、テレビおよび映画館広告、長編コンテンツ(4分間超)、提供スポンサーのクレジット、アイデンティティ、プログラム結合、タイトルシーケンス。	Campaign	650	1040	1300
2106 フィルム広告のサウンドデザイン				
定義: 作品に不可欠でそのアイデアを現実的なものにするサウンドデザイン。	Single	380	610	760
対象となる作品: オンライン、テレビおよび映画館広告、長編コンテンツ(4分間超)、提供スポンサーのクレジット、アイデンティティ、プログラム結合、タイトルシーケンス。	Campaign	650	1040	1300
2107 フィルム広告の特殊効果				
定義: フィルム広告の特殊効果。映画館内で行われる、例えば模型作成や爆発などのプロダクションデザインの実際的なエレメントを含む。デジタル・エフェクト、CGIおよびコンポジットなど、撮影後に追加される効果も含む。	Single	380	610	760
対象となる作品: オンライン、テレビおよび映画館広告、長編コンテンツ(4分間超)、提供スポンサーのクレジット、アイデンティティ、プログラム結合、タイトルシーケンス。	Campaign	650	1040	1300
2108 フィルム広告の楽曲使用				
定義: 楽曲がアイデアを現実的なものにし、写真と完璧に連動するような作業。	Single	380	610	760
対象となる作品: オンライン、テレビおよび映画館広告、長編コンテンツ(4分間超)、提供スポンサーのクレジット、アイデンティティ、プログラム結合、タイトルシーケンス。	Campaign	650	1040	1300
2109 フィルム広告のキャスティング				
定義: (音声キャスティングを含む)キャスティングのプレ・プロダクション工程によってアイデアを現実的なものにする作業。	Single	380	610	760
対象となる作品: オンライン、テレビおよび映画館広告、長編コンテンツ(4分間超)、提供スポンサーのクレジット、アイデンティティ、プログラム結合、タイトルシーケンス。	Campaign	650	1040	1300

グラフィックデザイン		£	€	\$
2201 インテグレートド・グラフィックス 定義:一連のフォーマット全体に適用される1つのコンセプトを備えたグラフィックデザイン。イベントのポスター、プログラムおよび電子メール勧誘等。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	190	305	380
2202 動画(グラフィックデザイン) 定義:オフラインでの動画のグラフィックデザイン作業。 対等となる作品:コンサートのグラフィックス、プレゼンテーション、アニメートされた標識等	Single	115	185	230
	Campaign	190	305	380
2203 デジタル&モバイル 定義:Webサイト、モバイルおよび他のデジタルプラットフォームのためのグラフィックデザイン。 対象となる作品:Webサイト、モバイルサイト、アプリ、デジタルのインストール等	Single	115	185	230
	Campaign	n/a	n/a	n/a
2204 カタログ&パンフレット 対象となる作品:カタログ、パンフレット、マニュアル、ガイドブックレット、リファレンスガイド等	Single	115	185	230
	Campaign	190	305	380
2205 年次報告書対等となる作品:年次報告書の印刷版とデジタル版両方。	Single	115	185	230
	Campaign	n/a	n/a	n/a
2206 カレンダー 対象となる作品:カレンダーの印刷版とデジタル版両方。	Single	115	185	230
	Campaign	n/a	n/a	n/a
2207 リーフレット対等となる作品:リーフレット、チラシ。	Single	115	185	230
	Campaign	190	305	380
2208 ダイレクトメール	Single	115	185	230
	Campaign	190	305	380
2209 グリーティングカード&招待状	Single	115	185	230
	Campaign	190	305	380
2210 CD、DVDおよびレコードのジャケット	Single	115	185	230
	Campaign	190	305	380
2211 切手対等となる作品:郵便切手と関連するデザイン。	Single	115	185	230
	Campaign	n/a	n/a	n/a
2212 ステーションナリー	Single	115	185	230
	Campaign	n/a	n/a	n/a
2213 応用印刷グラフィックス 対象となる作品:グラフィックデザインのサブカテゴリーに該当しないものすべて:チケット、メニュー、マグ、買い物袋、衣類、コイン等	Single	115	185	230
	Campaign	190	305	380
2214 印刷されたゲーム対等となる作品:トランプ、ボードゲーム等	Single	115	185	230
	Campaign	190	305	380
2215 ポスター対等となる作品:片面と両面ポスターの両方。	Single	115	185	230
	Campaign	190	305	380
2216 POS(販売時点管理) 定義:POSの販促材料 対象となる作品:ポスター用ではありません。その場合、ポスター(グラフィックデザイン)の部門へエン トリーください。	Single	115	185	230
	Campaign	n/a	n/a	n/a
2217 道案内と環境に関するグラフィックス 定義:標識、道案内と情報のグラフィックス。また、スペースを改善するグラフィック・デザイン。 対象となる作品:展示、病院、事務所、店舗のための環境等に関するグラフィックス	Single	115	185	230
	Campaign	n/a	305	380

グラフィックデザイン		£	€	\$
2218 データ・ビジュアルライゼーション				
定義: データのビジュアル化によってデータを現実的なものにする印刷されたまたはデジタルの作品。	Single	115	185	230
注意: データの描写は、他のメディアより明確で分かりやすく説明して、トピックが総合的に理解できるようにすることが推奨されます。	Campaign	190	305	380
インテグレートッド&コラボレーティブ				
2301 インテグレートッド/小企業(50人未満の従業員)				
定義: テレビ、印刷、オンライン、モバイル、環境スタントなど様々なメディアを経由して核となるアイデアがつながるようなキャンペーン。	Single	n/a	n/a	n/a
注意: キャンペーンは小企業(最大50人までの従業員)のために行うことが推奨されます。	Campaign	615	985	1230
2302 インテグレートッド/中企業(50~500人の従業員)				
定義: テレビ、印刷、オンライン、モバイル、環境スタントなど様々なメディアを経由して核となるアイデアがつながるようなキャンペーン。	Single	n/a	n/a	n/a
注意: キャンペーンは中企業(50~500人の従業員)のために行うことが推奨されます。	Campaign	615	985	1230
2303 インテグレートッド/大企業(500人超の従業員)				
定義: テレビ、印刷、オンライン、モバイル、環境スタントなど様々なメディアを経由して核となるアイデアがつながるようなキャンペーン。	Single	n/a	n/a	n/a
注意: キャンペーンは大企業(500人超の従業員)のために行うことが推奨されます。	Campaign	615	985	1230
2304 無料メディア/小企業(50人以下の従業員)				
定義: PR、ソーシャルメディア、社説などによって消費者と報道がそれを取り上げ、口コミするくらい魅力的なキャンペーンのアイデアを無料チャンネルを使用してブームを作り出したもの。	Single	n/a	n/a	n/a
注意: キャンペーンは小企業(最大50人までの従業員)のために行うことが推奨されます。	Campaign	615	985	1230
2305 無料メディア/中企業(50~500人の従業員)				
定義: PR、ソーシャルメディア、社説などによって消費者と報道がそれを取り上げ、口コミするくらい魅力的なキャンペーンのアイデアを無料チャンネルを使用してブームを作り出したもの。	Single	n/a	n/a	n/a
注意: キャンペーンは中企業(50~500人の従業員)のために行うことが推奨されます。	Campaign	615	985	1230
2306 無料メディア/大企業(500人超の従業員)				
定義: PR、ソーシャルメディア、社説などによって消費者と報道がそれを取り上げ、口コミするくらい魅力的なキャンペーンのアイデアを無料チャンネルを使用してブームを作り出したもの。	Single	n/a	n/a	n/a
注意: キャンペーンは大企業(500人超の従業員)のために行うことが推奨されます。	Campaign	615	985	1230
2307 イノベティブ・メディア				
定義: ブランドを販促するために新しい方法で使用して、メディア・チャンネルの利用の境界を拡張するキャンペーン。	Single	n/a	n/a	n/a
注意: 完全に統合型キャンペーンでなくても作品はここにエントリーできます。	Campaign	615	985	1230
2308 インテグレートッド/既成キャンペーン				
定義: 核となるアイデアが例えばテレビ、印刷、オンライン、モバイル、環境スタントなどのメディア経由でつながりながら同一のコンセプトが3年以上にわたり実行されてきた既成のキャンペーン	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	615	985	1230
2309 コラボレーティブ				
定義: クライアントと代理店間の協業によって実現された創造的な成果。	Single	n/a	n/a	n/a
注意: これは同一クライアントにとって複数のブランドにまたがる可能性があります。代理店とクライアントは3年以上連続して協業したものでなければなりません。	Campaign	615	985	1230

雑誌・新聞デザイン		£	€	\$
2401 業界誌 定義:企業間雑誌または特定の取引や部門に関連した雑誌。	Single	105	170	210
	Campaign	170	275	340
2402 消費者雑誌 定義:大手アウトレット店で入手できる消費者雑誌。 注意:独立出版社による雑誌はインディペンダント雑誌部門にエントリーください。	Single	105	170	210
	Campaign	170	275	340
2403 インディペンダント雑誌対象作品:セレクト・ショップで入手できる、または小さな発行部数の雑誌を含む任意のトピックを対象にする独立系の雑誌。	Single	105	170	210
	Campaign	170	275	340
2404 全新聞	Single	105	170	210
	Campaign	170	275	340
2405 雑誌/表紙	Single	105	170	210
	Campaign	170	275	340
2406 新聞/表紙	Single	105	170	210
	Campaign	170	275	340
2407 雑誌/セクション	Single	105	170	210
	Campaign	170	275	340
2408 新聞/セクション	Single	105	170	210
	Campaign	170	275	340
2409 雑誌付録 定義:主要な出版物の付録として雑誌に挿入された別の出版物。	Single	105	170	210
	Campaign	170	275	340
2410 新聞付録 定義:主要な出版物の付録として新聞に挿入された別の出版物。	Single	105	170	210
	Campaign	170	275	340
2411 デジタル雑誌 定義:印刷版を持たないオンライン、モバイルまたはEリーダーの雑誌および新聞。	Single	105	170	210
	Campaign	170	275	340
2412 デジタル新聞 定義:印刷版を持たないオンライン、モバイルまたはEリーダーの新聞。	Single	105	170	210
	Campaign	170	275	340
2413 デジタルも備えた印刷/雑誌 定義:デジタル版および印刷版の両方を持つ雑誌。	Single	n/a	170	210
	Campaign	355	275	340
2414 デジタルも備えた印刷/新聞 定義:デジタル版および印刷版の両方を持つ新聞。	Single	n/a	170	210
	Campaign	355	275	340

メディア		£	€	\$
2501 ダイレクト型のメディア使用 対象となる作品:顧客と直通のコミュニケーションができる郵送、電子メール、テレマーケティングまたはメディア。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2502 出版物の使用 対象となる作品:印刷およびオンライン、またはそのいずれかのニュースブランドと雑誌の中での広告、PR記事、スポンサーの提供。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2503 ラジオ&オーディオの使用 対象となる作品:放送、オンラインまたはオンデマンドを問わず、ラジオやオーディオサービスでの広告、スポンサーの提供および販促。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2504 テレビ&映画館の使用 定義:有名なテレビ(チャンネル、プログラム、放送、VOD)および映画館での広告、PR記事、販促、スポンサーの提供、製品プレースメント。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2505 ブランドドコンテンツの使用 定義:顧客雑誌、テレビとラジオの番組、オンライン・ビデオ、ゲーム、ブランドドWebサイトなど、ブランド周辺とそれ用にデザインされた編集のコンテンツ。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2506 屋外の使用 定義:デジタルの家庭外視聴者および特別仕様を含む、家庭外視聴者向けフォーマット内での広告。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2507 オンライン広告の使用 定義:パナー、ポップアップ、ビデオおよびソーシャルメディアのディスプレイ広告を含むサードパーティ所有のWeb/モバイル・プラットフォーム内での有料の広告、PR記事およびスポンサーの提供。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2508 イベントの使用 定義:既成のまたは特別に作成されたいずれかの展示、スポーツ・トーナメント、アートパフォーマンスまたはコンサートを含む、実際のイベントや機会に関連するメディアのアイデア。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2509 小売りの使用 定義:店内マーケティング、ポップアップ店舗、オンライン小売りサイト、オンライン検索。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2510 ソーシャルメディアの使用 定義:ユーザー作成コンテンツを含むソーシャルメディア・ネットワークの社会とコミュニティーの側面を開拓するメディアのアイデア。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2511 モバイルの使用 定義:モバイル(VR、ロケーション特有のテクノロジー、アプリなどを含む)の使用を開拓するメディアのアイデア	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2512 インタラクションの使用 定義:ユーザーを奨励し(デュアルスクリーンのアプリ、オーディオまたは視覚的な認識、アプリ、インタラクティブ・キオスク、仮想現実を含む)ブランドの他のアクティビティに対しインタラクトまたは反応できるようにするメディアのアイデア。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2513 PRの使用 定義:仲介する新聞雑誌の露出に依存するメディアのアクティビティ。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2514 インテグレートドメディアの使用 定義:核となる統一コンセプトを使用して複数のメディア特性やフォーマットにまたがって機能する創造的なメディアのアイデア。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2515 コラボレーションの使用 定義:スポンサーとプロジェクトの間の協業が重要な鍵である場合にスポンサープレースメントの創造的な使用。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2516 人材の使用 定義:そのアイデアを伝達するために人材を使用するメディアのアクティビティ。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710

ミュージックビデオ		£	€	\$
2601 ミュージック・ビデオ	Single	85	140	170
定義:ミュージック・ビデオ				
注意:バンドやアーティストを販促するミュージック・ビデオに限定されます。	Campaign	n/a	n/a	n/a
2602 インタラクティブ・ミュージック・ビデオ	Single	85	140	170
定義:閲覧者からのインタラク션을促すミュージック・ビデオ。				
対象となる作品:コンピューターまたはモバイルのためのインタラクティブ・サイト。	Campaign	n/a	n/a	n/a
2603 ミュージック・ビデオのアニメーション	Single	85	140	170
定義:ミュージック・ビデオのためのアニメーション。2Dまたは3Dでのセル画、ストップモーションまたはコンピューター・アニメーションどちらも可。3Dアニメーションの作品はモデリング、リギングおよびアニメートされたもの。3Dエレメント(例えば火、粒子、水)を備えたビデオは特殊効果部門にエントリーすることが推奨されます。				
注意:このカテゴリーはバンドやアーティストを販促するミュージック・ビデオに限定されます。	Campaign	n/a	n/a	n/a
2604 ミュージック・ビデオの撮影技術	Single	85	140	170
定義:写真撮影と照明の品質、構成およびスタイルによって、またカメラ技術の使用によってアイデアを現実的なものにするミュージック・ビデオ。				
注意:バンドやアーティストを販促するミュージック・ビデオに限定されます。	Campaign	n/a	n/a	n/a
2605 ミュージック・ビデオの編集	Single	85	140	170
定義:編集での技術革新と才能によってアイデアを現実的なものにする作業。				
注意:バンドやアーティストを販促するミュージック・ビデオに限定されます。	Campaign	n/a	n/a	n/a
2606 ミュージック・ビデオ用特殊効果	Single	85	140	170
定義:ミュージック・ビデオ用特殊効果。映画館内で行われる、例えば模型作成や爆発などのプロダクションデザインの実際的なエレメント。デジタル・エフェクト、CGIおよびコンポジットなど、映画撮影後に追加される効果も含まれます。				
注意:バンドやアーティストを販促するミュージック・ビデオに限定されます。	Campaign	n/a	n/a	n/a
2607 ミュージック・ビデオのディレクション	Single	85	140	170
定義:ディレクターの技術革新と才能によってアイデアを現実的なものにするミュージック・ビデオ。				
注意:バンドやアーティストを販促するミュージック・ビデオに限定されます。	Campaign	n/a	n/a	n/a
2608 ミュージック・ビデオ用プロダクションデザイン	Single	85	140	170
定義:アイデアがプロダクションデザイン(セットのデザイン、ロケーション構築など)により現実的なものとなるようなミュージック・ビデオ。				
注意:バンドやアーティストを販促するミュージック・ビデオに限定されます。	Campaign	n/a	n/a	n/a
2609 ミュージック・ビデオの振り付け	Single	85	140	170
定義:振り付けの品質、構成およびスタイルによってアイデアを現実的なものにするミュージック・ビデオ。				
注意:バンドやアーティストを販促するミュージック・ビデオに限定されます。	Campaign	n/a	n/a	n/a

屋外広告		£	€	\$
2701 アンビエント				
定義: オンライン世界ではなく現実世界で体験される従来型でない家庭外視聴者向けのマーケティング。アイデアを伝達するために独立しているもの。				
対象となる作品: スタント、特別仕様、ストリート・ファニチャー、ライブイベント、ポップアップ店舗、暫定設置等。	Single	295	475	590
注意: スタンドアロンのアンビエント(環境)作品用。環境エレメントを備えたキャンペーンは、ここではなくインテグレート部門にエンオリーすることを推奨します。1つの作品をエンオリーする場合、別の屋外広告部門へはエンオリーできません。	Campaign	n/a	n/a	n/a
2702 ポスター広告/拡張型ポスター				
定義: 特定の広告を目的にして変更、追加または適応させた旧来のポスター用サイトに掲示するポスター。				
対象となる作品: 動画およびデジタル・ポスター、3Dビルボード、特殊装備のポスター、従来のでない材料を使用するポスター等。	Single	255	410	510
	Campaign	n/a	n/a	n/a
2703 ポスター広告/デジタルスクリーン				
定義: デジタルスクリーン上での使用のために特別にデザインされたポスター。				
	Single	255	410	510
	Campaign	n/a	n/a	n/a
2704 ポスター広告/インタラクティブなサイト*				
定義: 閲覧者からのインタラクションを促すポスター。ライブ・アップデート、物理的なインタラクションあるいはソーシャルメディアによるインタラクションによって行われるものも対象。				
	Single	255	410	510
	Campaign	n/a	n/a	n/a
2705 ポスター広告/既存のサイト*				
定義: ビルボードや広告シェルなどの従来の屋外ポスターサイトに掲示するポスター。				
	Single	255	410	510
	Campaign	n/a	n/a	n/a
2706 ポスター広告/自由フォーマット				
定義: 屋外ポスターサイト上に掲示されない標準のポスター。通常規模が小さい。				
対象となる作品: 屋内のポスター、販売時点管理のポスター等。	Single	255	410	510
	Campaign	n/a	n/a	n/a
2707 屋外広告/戦術的				
定義: ブランドのための最大の到達範囲を生成するためにニュース記事の人気度を利用して時事ニュースとイベントに反応するレスポンスの迅速な屋外広告。リアルタイムかつ状況即応のニュースジャック。				
対象となる作品: 環境広告とポスター。	Single	255	410	510
	Campaign	n/a	n/a	n/a
2708 ポスター広告キャンペーン				
定義: ポスターのキャンペーン。同一または異なるフォーマットにすることも可能。				
	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	455	730	910
パッケージデザイン		£	€	\$
2801 高級パッケージデザイン*				
定義: 最高ブランドや限定版アイテム用のパッケージ・デザイン。				
	Single	115	185	230
	Campaign	190	305	380
2802 消費者向けパッケージデザイン*				
対象となる作品: 主流の小売スペースで販売されるFMCG、消費者家電およびその他の製品ののためのパッケージ・デザイン。				
	Single	115	185	230
	Campaign	190	305	380
2803 包括的パッケージデザイン*				
定義: 広範囲で非制限的な範囲のユーザーのニーズと能力を満たすためにデザインされたパッケージ・デザイン。				
注意: ユニバーサル・デザインと同じ考えになります。	Single	115	185	230
	Campaign	190	305	380
2804 構造的パッケージデザイン*				
定義: 機能性に重点を置いたパッケージの形状と形態のデザイン。				
	Single	115	185	230
	Campaign	190	305	380
2805 革新的パッケージデザイン*				
定義: 革新的なパッケージを生産する新技術および材料の使用。				
	Single	115	185	230
	Campaign	190	305	380
2806 サステイナブルなパッケージデザイン*				
定義: 機能的で、コスト効率が高く、物流的にもエネルギー的にも効率が高く、再生可能資源を使用し、再利用可能であるなどサステイナブルなパッケージ品を作る要件の多くを満たす環境にやさしいパッケージ・デザイン。				
	Single	115	185	230
	Campaign	190	305	380

PR		£	€	\$
2901 メディアの創造的な使用 定義:創造的な方法で有効にメディアを使用するPRキャンペーン。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2902 創造的なB2B(企業間)キャンペーン*	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2903 創造的なB2C(企業消費者間)キャンペーン*	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2904 市場内キャンペーン 定義:特定の1つの言語または地理的条件の市場をターゲットとするキャンペーン。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2905 マルチ市場キャンペーン 定義:複数の言語または地理的条件の市場をターゲットとするキャンペーン。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2906 イベントの使用 定義:ブランドの評判を構築するためのイベントの使用。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2907 デジタルとソーシャルメディアの使用 定義:メッセージを通信するためにソーシャルメディアおよび類似のデジタル・メディアを使用するキャンペーン。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2908 メディアとの人間関係の使用 定義:メッセージやアイデアを広めるジャーナリストやメディア熟練家との人間関係の使用。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2909 広報活動キャンペーン 定義:公共政策や課題を変更または通知するキャンペーン。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2910 統合型キャンペーン 定義:テレビ、印刷、オンライン、モバイル、環境スタントなど様々なメディアを経由して核となるアイデアがつながるようなPRキャンペーン。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2911 敏感な反応 定義:ブランドのための最大の到達範囲を生成するために特定のニュース記事、バイラルなビデオまたはイベントの人気度を使用するキャンペーン。ニュース速報に対するリアルタイムの迅速な反応。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2912 プロダクトの発売 定義:製品の発売または再発売を成功させるPRキャンペーン。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2913 危機管理 定義:問題や危機を効果的に管理することを実証するキャンペーン。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710
2914 社会的責任 定義:社会的責任の懸念の注目度を上げることを狙ったキャンペーンまたは構想。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	355	570	710

プロダクトデザイン		£	€	\$
3001 消費者製品のデザイン	Single	190	305	380
	Campaign	n/a	n/a	n/a
3002 工業製品のデザイン	Single	190	305	380
	Campaign	n/a	n/a	n/a
3003 3D印刷製品 定義:3D印刷テクノロジーを使用して製造された製品。	Single	190	305	380
	Campaign	n/a	n/a	n/a
3004 包括的製品のデザイン 定義:広範で非制限的な客層へアピールするためにデザインされたプロダクト。広く一般に使用可能で、入手し易く、また手頃な価格であることが推奨されます。ユニバーサル・プロダクト・デザインと同じ概念です。	Single	190	305	380
	Campaign	n/a	n/a	n/a
3005 ウェアラブルのテクノロジー 定義:人が着用できるテクノロジーを使用したプロダクト。 対象となる作品:歩数計、仮想現実セット、時計、メガネ等。	Single	190	305	380
	Campaign	n/a	n/a	n/a
3006 製品のためのインタラクティブなデザイン 定義:製品とユーザーの間でインタラクションが可能になるインターフェイスのデザイン。インターフェイスと製品/インフラストラクチャーの両方は一つの総体と判断されます。 注意:このカテゴリーはスタンドアロンのソフトウェア用ではありません。	Single	190	305	380
	Campaign	n/a	n/a	n/a
3007 革新的製品のデザイン 定義:革新的なプロダクトを生産する新技術および材料の使用。	Single	190	305	380
	Campaign	n/a	n/a	n/a
3008 サステイナブルな製品のデザイン 定義:機能的で、コスト効率が良く、物流的にもエネルギー的にも効率が良く、再生可能資源を使用し、再利用可能であるなどサステナビリティの要件の多くを満たす最終製品に関する環境にやさしいプロダクトデザイン。	Single	190	305	380
	Campaign	n/a	n/a	n/a
3009 プロトタイプ 定義:商業的に実行可能で、実際のな、また6か月以内に販売することができるプロダクトのプロトタイプ。	Single	190	305	380
	Campaign	n/a	n/a	n/a

新聞広告		£	€	\$
3101 新聞広告(地方紙) 対象となる作品:地方新聞に表示された新聞広告。	Single	255	410	510
	Campaign	n/a	n/a	n/a
3102 新聞広告(全国紙) 対象となる作品:全国紙の新聞に表示された新聞広告。	Single	255	410	510
	Campaign	n/a	n/a	n/a
3103 新聞広告(国際紙) 対象となる作品:国際紙の新聞に表示された新聞広告。	Single	255	410	510
	Campaign	n/a	n/a	n/a
3104 新聞広告キャンペーン(地方紙) 対象となる作品:地方新聞に表示された新聞広告キャンペーン。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	455	730	910
3105 新聞広告キャンペーン(全国紙) 対象となる作品:全国紙の新聞に表示された新聞広告キャンペーン。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	455	730	910
3106 新聞広告キャンペーン(国際紙) 対象となる作品:国際紙の新聞に表示された新聞広告キャンペーン。	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	455	730	910
3107 戦術的新闻広告 定義:最大の到達範囲を生成するためにニュース記事の人気度を利用し、時事ニュースとイベントに反応するレスポンスの迅速な新聞広告。リアルタイムかつ状況即応のニュースジャック。	Single	255	410	510
	Campaign	455	730	910
3108 業界新聞広告 定義:業界出版物に出される新聞広告。	Single	255	410	510
	Campaign	455	730	910
3109 公共サービスの新聞広告 定義:公共の懸念について一般大衆に意識を高めるまたは通知する目的の新聞広告。	Single	255	410	510
	Campaign	455	730	910
3110 新聞広告のための折り込み広告とラップ 対象となる作品:出版物に挿入された出版物全体とリーフレットのラップ。	Single	255	410	510
	Campaign	455	730	910
ラジオ&オーディオ		£	€	\$
3201 0~30秒間のラジオ広告	Single	205	330	410
	Campaign	n/a	n/a	n/a
3202 30秒間を超えるラジオ広告	Single	205	330	410
	Campaign	n/a	n/a	n/a
3203 戦術的ラジオ広告 定義:最大の到達範囲を生成するためにニュース記事の人気度を利用し、時事ニュースとイベントに反応するレスポンスの迅速なラジオ広告。リアルタイムかつ状況即応のニュースジャック。	Single	205	330	410
	Campaign	335	540	670
3204 ラジオ広告キャンペーン	Single	n/a	n/a	n/a
	Campaign	335	540	670
3205 ラジオの革新的な使用 定義:ブランドを販促するためにそれを新しい方法で使用して、ラジオのメディアの境界を拡張する作品。	Single	205	330	410
	Campaign	335	540	670
3206 ブランド化されたオーディオコンテンツの使用* 定義:ブランド、製品、サービスまたは事業を販促するために作成されたオーディオコンテンツ。 対象となる作品:ポッドキャストとストーリーミングまたはプログラム。	Single	205	330	410
	Campaign	335	540	670

空間&体験デザイン		£	€	\$	
3301 展示デザイン		Single	190	305	380
定義:恒久的または一時的展示のデザイン。					
注意:各作品は空間のデザイン・カテゴリーの1つだけに参加申し込みすることができます。		Campaign	n/a	n/a	n/a
3302 インスタレーション・デザイン		Single	190	305	380
定義:一時的または恒久的なインスタレーション。ブランドまたは組織周辺に体験を作り出すものであること。インタラクティブまたはインタラクティブではない場合も可。スタンドアローンまたは展示の一部分どちらも可。完全没入型の環境になる場合も可。					
注意:純粋にWebベースの環境広告または作品用ではありません。各作品は空間のデザイン・カテゴリーの1つだけに参加申し込みすることができます。		Campaign	n/a	n/a	n/a
3303 ホスピタリティと作業場のインテリア		Single	190	305	380
定義:接待スペースと作業場のインテリアのためのデザイン。					
対象となる作品:ホテル、レジャーセンター、ナイトクラブ、パブ、レストラン、サービス付きアパートメント、オフィス等。					
注意:各作品は空間のデザイン・カテゴリーの1つだけに参加申し込みすることができます。		Campaign	n/a	n/a	n/a
3304 店舗デザイン		Single	190	305	380
定義:ポップアップと常設店舗を含む小売りスペースのデザイン。					
注意:スタンドアローンの店舗の設置または体験は、設置デザイン部門に参加申し込みすることが推奨されます。各作品は空間のデザイン・カテゴリーの1つだけに参加申し込みすることができます。		Campaign	n/a	n/a	n/a
3305 セットとステージのデザイン		Single	190	305	380
定義:劇場、映画またはテレビに使用されるセットのデザイン、および企業や商用イベントを支援するためのセットのデザイン。					
注意:各作品は空間のデザイン・カテゴリーの1つだけに参加申し込みすることができます。		Campaign	n/a	n/a	n/a
3306 見本市と展示会のデザイン		Single	190	305	380
定義:見本市のスタンドと展示会のデザイン。					
注意:商用または業界イベント用で、展示デザインのエントリーしないでください。各作品は空間のデザイン・カテゴリーの1つだけに参加申し込みすることができます。		Campaign	n/a	n/a	n/a
3307 公共空間のデザイン		Single	190	305	380
定義:公共のコミュニティスペースへのブランド関連の介入のデザイン。(展示と設置のいずれでもなし。)					
対象となる作品:ストリート・ファニチャー、バス停留所、公衆トイレ、公園、図書館、レジャーセンター等。					
注意:各作品は空間のデザイン・カテゴリーの1つだけに参加申し込みすることができます。		Campaign	n/a	n/a	n/a
3308 体験のデザイン		Single	190	305	380
定義:消費者体験の質によって作られたプラスのブランド認識に焦点を当てた製品、工程、サービス、イベントおよび環境のデザイン。					
		Campaign	n/a	n/a	n/a

広告/コピー		£	€	\$
3401 フィルム広告のコピー				
定義: テレビや映画館広告のための原稿または目に見えるコピー。				
対象となる作品: テレビと映画館の広告、長編フィルムコンテンツ、オンラインのブランドド・フィルム、プログラムの販促およびスポンサー提供。				
	Single	380	610	760
	Campaign	650	1040	1300
注意: 原物は英語で発表された作品に限定されます。これは文書が翻訳をベースにせず公正に判断されることを保証するためです。				
3402 デジタルマーケティングのコピー				
対象となる作品: バナー広告、モバイル広告、キャンペーンサイト、ゲーム、モバイルサイト、アプリ等。				
	Single	255	410	510
	Campaign	465	745	930
注意: 原物は英語で発表された作品に限定されます。これは文書が翻訳をベースにせず公正に判断されることを保証するためです。				
3403 ソーシャルメディアのコピー				
定義: ソーシャルメディア、チャンネルのためにデザインされた短いもしくは長いコピー。				
対象となる作品: 公共のソーシャルメディア、サイト上で使用されるブランド化されたまたはマーケティングのコピー。				
	Single	255	410	510
	Campaign	465	745	930
注意: 原物は英語で発表された作品に限定されるものです。これは文書が翻訳をベースにせず公正に判断されることを保証するためです。				
3404 新聞広告のコピー				
注意: 原物は英語で発表された作品に限定されます。これは文書が翻訳をベースにせず公正に判断されることを保証するためです。				
	Single	255	410	510
	Campaign	465	745	930
3405 ポスター広告のコピー				
注意: 原物は英語で発表された作品に限定されます。これは文書が翻訳をベースにせず公正に判断されることを保証するためです。				
	Single	255	410	510
	Campaign	465	745	930
3406 ラジオ&オーディオのコピー				
注意: 原物は英語で発表された作品に限定されます。これは文書が翻訳をベースにせず公正に判断されることを保証するためです。				
	Single	205	410	510
	Campaign	335	745	930
3407 ブランド化された社説用のコピー				
定義: 販促目的のために作成された印刷版またはデジタルのブランド化された長編コピー。				
対象となる作品: ブログ投稿、記事、リスティクル等。				
注意: 原物は英語で発表された作品に限定されます。これは文書が翻訳をベースにせず公正に判断されることを保証するためです。メディア・サイト、スポンサー提供のパーソナル・サイトまたはブランドが所有するWebサイト用のものです。大手ソーシャルネットワーク用に書かれたコピーはソーシャルメディア用の文書に参加申し込みすることが推奨されます。				
	Single	255	410	510
	Campaign	465	745	930
3408 ダイレクトのコピー				
対象となる作品: ユーザーから直接のレスポンスを引き出すダイレクトメール、印刷、テレビ、映画館、モバイルおよびオンライン広告。				
	Single	255	410	510
	Campaign	465	745	930
注意: 原物は英語で発表された作品に限定されます。これは文書が翻訳をベースにせず公正に判断されることを保証するためです。				

デザイン/コピー		£	€	\$
3501 インテグレートド・グラフィックスのコピー				
定義:様々なフォーマット全域に適用されるコンセプトを備えたグラフィックデザイン用のコピー。イベントのポスター、プログラムおよび電子メール勧誘等。		Single	n/a	n/a
注意:原物は英語で発表された作品に限定されます。これは文書が翻訳をベースにせず公正に判断されることを保証するためです。		Campaign	190	305
3502 パッケージデザインのコピー				
定義:創造的なアイデアを現実的なものにするのに役立つ一つまたは一連のパッケージに記載されるコピー。		Single	110	180
注意:原物は英語で発表された作品に限定されます。これは文書が翻訳をベースにせず公正に判断されることを保証するためです。		Campaign	190	305
3503 POSのコピー				
定義:販売時点管理の販促材料用のコピー。		Single	110	180
注意:原物は英語で発表された作品に限定されます。これは文書が翻訳をベースにせず公正に判断されることを保証するためです。このカテゴリーはポスター用ではありません、これらはここではなくポスターデザイン用のコピー部門ヘエントリーください。		Campaign	190	305
3504 ポスターデザインのコピー				
定義:ポスターデザインに不可欠で創造的なアイデア考えを現実的なものにするのに役立つ、長いもしくは短いコピー。		Single	110	180
注意:原物は英語で発表された作品に限定されます。これは文書が翻訳をベースにせず公正に判断されることを保証するためです。		Campaign	190	305
3505 印刷物&グラフィック・コミュニケーションのコピー				
定義:デザイン作品に不可欠で創造的なアイデア考えを現実的なものにするのに役立つ、長いもしくは短いコピー。		Single	110	180
注意:原物は英語で発表された作品に限定されます。これは文書が翻訳をベースにせず公正に判断されることを保証するためです。		Campaign	190	305
3506 道案内と環境に関するグラフィックスのコピー				
定義:空間を改善する標識、道案内および情報グラフィックスそれにグラフィック・デザインのための長いもしくは短いコピー。		Single	110	180
対象となる作品:展示、病院、事務所、店舗のための環境に関するグラフィックス等。		Campaign	190	305
注意:原物は英語で発表された作品に限定されます。これは文書が翻訳をベースにせず公正に判断されることを保証するためです。				
3507 ブランド化スキームのコピー				
定義:ブランドアイデンティティ全体用の長いもしくは短いコピー。		Single	n/a	n/a
注意:原物は英語で発表された作品に限定されます。これは文書が翻訳をベースにせず公正に判断されることを保証するためです。		Campaign	190	305
3508 ブランド体験と環境のコピー				
定義:ブランド体験または環境用の長いもしくは短いコピー。		Single	110	180
注意:原物は英語で発表された作品に限定されます。これは文書が翻訳をベースにせず公正に判断されることを保証するためです。		Campaign	190	305
3509 テレビ&チャンネルブランディングのコピー				
注意:原物は元は英語で発表された作品に限定されます。これは文書が翻訳をベースにせず公正に判断されることを保証するためです。		Single	110	180
		Campaign	190	305
3510 Webサイトのコピー				
定義:Webサイトのデザインに不可欠で創造的なアイデア考えを現実的なものにするのに役立つコピー。		Single	110	180
対象となる作品:Webサイト。		Campaign	n/a	n/a
注意:原物は英語で発表された作品に限定されます。これは文書が翻訳をベースにせず公正に判断されることを保証するためです。				

デザイン/コピー		£	€	\$
3511 デジタルプラットフォームのコピー				
定義: デジタルプラットフォームまたはアプリのデザインに不可欠なコピー。	Single	110	180	220
注意: 原物は英語で発表された作品に限定されます。これは文書が翻訳をベースにせず公正に判断されることを保証するためです。	Campaign	190	305	380
3512 言葉によるアイデンティティ				
定義: ブランド特有の口調やキャッチフレーズを含む会社や製品がネーミングまたは説明される方法。デジタルと印刷物の両方に記載の文書を含めることができます。審査員はブランドの名前がそのターゲット客層にどのように認識されるかということも考慮する必要があります。	Single	110	180	220
注意: 原物は英語で発表された作品に限定されます。これは文書が翻訳をベースにせず公正に判断されることを保証するためです。	Campaign	190	305	380
コードサブカテゴリー説明/2017年				