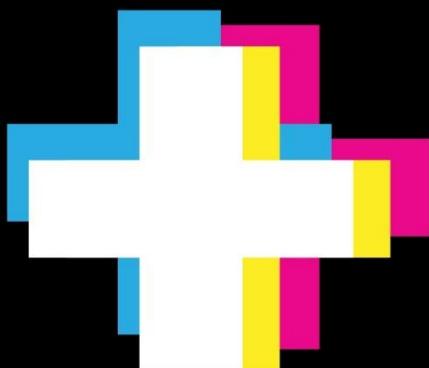




Entry Kit

3月 19-21 日  
パタヤ、タイ

[WWW.ADFEST.COM](http://WWW.ADFEST.COM)



## カテゴリー

ブランド・エクスペリエンス・ロータス

コマース・ロータス

クリエイティブ・ストラテジー・ロータス

デザイン・ロータス

デジタル&ソーシャル・ロータス

デジタル・クラフト・ロータス

ダイレクト・ロータス

エフェクティブ・ロータス

エンターテイメント・ロータス

フィルム・クラフト・ロータス

フィルム・ロータス

イノーバ・ロータス

ロータス・ルーツ

メディア・ロータス

ニュー・ディレクター・ロータス

アウトドア・ロータス

PR ロータス

プレス・ロータス

\*プリント&アウトドア・クラフト・ロータス

ラジオ&オーディオ ロータス

サステナブル・ロータス

## 規則／規制

ADFESTについて

エントリー規則

資格

ロータス賞の授賞

特別賞

主要日程&手数料

## エントリーガイドライン

作品の応募

申し込み方法

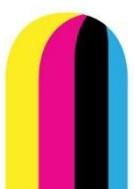
エントリーフォームのサンプル

作品説明書

提出資料ガイドライン

エントリー資料の送付

応募作品の取り扱いと公開／その他



## About ADFEST

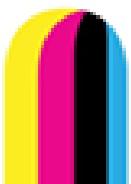
[Back to Content](#)

ADFESTは、1998年に設立されたアジアで唯一の国際クリエイティブフェスティバルです。これは、クリエイティブ業界にとって、集まり、ネットワークを構築し、アイデアを交換し、刺激を受けるための理想的な場所です。急速に変化するクリエイティブ、マーケティング、制作業界の最前線に居続けるためには、見逃せない毎年恒例のイベントです。

ADFESTは、地域のクリエイティブの卓越性の標準を高めるだけでなく、地域文化の独自性を表彰します。その地域の最高のクリエイティブ作品と刺激を与えるコンテンツを展示する、コミュニケーション業界の学習ハブです。また、リラックスし、学び、業界の新しい友達と出会うのに最適な場所でもあります。

ADFESTは、アジア太平洋およびMENA地域のクリエイティブ業界を育成し、支援するという役割を熱心に信じている非営利団体です。

ADFEST ロータス・アワードは、[WARC クリエイティブ 100 ランキング](#)に含まれるわずか 7 つの地域クリエイティブフェスティバルの一つであり、[キャンペーン・ブリーフ・アジア・クリエイティブランキング](#)に含まれる 12 のフェスティバルのうちの一つであり、[ドラム・ワールド・クリエイティブランキング](#)の 22 の賞のうち一つです。



## Entry Rules

[Back to Content](#)

### 作品の応募

- 事前に広告主／権利の保有者の許可を取ったコマーシャルまたは広告作品しかエントリーできません。
- 1つのサブカテゴリーに特定作品をエントリー（応募）できるのは1社のみです。複数社が携わった作品については、どの会社がエントリー主体となるかを事前に関係者間で合意して下さい。もし同じサブカテゴリーに作品が2回エントリーされた場合、ADFESTは最初のエントリー分のみを受け付けます。
- ADFESTは、応募作品をより適切なロータス・カテゴリーまたはサブカテゴリーに移す権限を有します。
- 応募者は、必要資料に指定されているすべての必要書類を提出してください。
- 国民感情や宗教感情、あるいは公共性を害する可能性のある作品は受け付けません。
- 制作された国の公序良俗あるいは倫理関連規定を侵害した作品は受け付けません。

### ユース・オブ・AI

#### エシカルAI&透明性声明

- ADFESTは、クリエイティブの完全性、人間の独創性の原則を支持し、AIを貴重なクリエイティブの補助として認めていますが、真の人間の創造性、意思決定、およびオーナーシップが、依然として受賞対象となるすべての作品の中心にあることを再確認します。
- AIの使用は、透明性、公平性、プライバシーなど、法の支配、人権、倫理的価値観に準拠しなければなりません。

### 開示

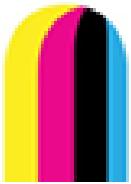
- AIは、人間のオーナーシップや概念的リーダーシップに置き替えられていない限り、創造プロセス内の支援ツールとして使用できます。
- 応募者は、応募の一環として、AIが作品の制作にどのように使用されているかを、AI開示宣言書に完全かつ真実に開示しなければなりません。

### 検証／コンプライアンス

- ADFESTは、真正性を検証するために、裏付資料を要求する権限を有します。
- ADFESTは、コンプライアンスを評価するために、独立したAI倫理またはフォレンジック調査員を任命する権限を有します。
- AI開示宣言書は、透明性と業界の信頼を促進するために、フェスティバルの通信で公開される場合があります。

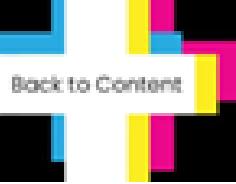
### 応募作品の失格

- エントリー要件を満たすことのみを目的に実施されたエントリーは失格となり、提出者は3年間にわたりADFESTコンペへの参加が禁止されます。
- ADFESTは、以下の応募を失格とする権限を有します。
  - 不適切で不快なもの
  - 作品の正当性を証明するために必要な書類を提出していないもの
  - 情報開示を行っていないもの、または故意に誤解を招く情報開示
  - 審査開始前に全額支払いを行わなかったもの
- 不正な応募作品、エントリー受付後に撤回された作品、失格となった応募作品について、エントリー費は払い戻されません。
- 失格となった応募に関するポイントはすべて無効となります。



## Entry Rules

[Back to Content](#)

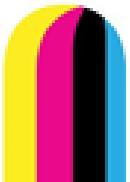


### クレジット／提出資料の変更

- 応募書類に記載されたクレジット（情報）は、2026年1月30日（金曜日）より後には変更できません。変更に関するリクエストについては、主催者の承認が必要です。クレジットの変更、作品説明書、提出資料の交換を含む変更には、1回のリクエストにつき**2,000バーツ**の手数料がかかります。

### エントリー作品の使用／公開について

- フェスティバル期間中または終了後、応募作品の使用＆公開（展示、授賞式、受賞者ショーケース、およびフェスティバルの宣伝を目的とした第三者との共有を含む）の許可を変更する場合は、1回のリクエストにつき**2,000バーツ**の手数料がかかります。



# Eligibility

[Back to Content](#)

- ・ アジア太平洋地域（オーストラリア・ニュージーランド・中東を含む）で広告、メディア、制作業界に関わる会社は、ADFESTへのエントリーが可能です。
- ・ ADFESTにエントリーする会社は、応募作品がどこの地域で企画、実施、出版、放送されたかに関わらず、その地域にその拠点が存在していなければなりません。上記の地域に拠点を置くクライアントのために制作された作品であっても、上記の国・地域に拠点を置かない会社はエントリー資格を有しません。
- ・ エントリーされるすべてのブランド・コミュニケーション作品は、**2024年12月1日から2025年12月31日**までの間に商業公開されていなければなりません。

但し：

- **2024年1月1日から2025年12月31日**（過去2年間）に公開された作品をエントリーできます。

- ・ ブランド・エクスペリエンス・ロータス：カスタマークリエイション&リテンション (BE23)
- ・ コマース・ロータス：カスタマークリエイション&リテンション (CM17)
- ・ ダイレクト・ロータス：カスタマークリエイション&リテンション (DM21)
- ・ エフェクティブ・ロータス (EF08 ロング・ターム・クリエイティビティおよびロータス・ルーツのサブカテゴリー (LREF) )
- ・ ニュー・ディレクター・ロータス

- **2023年1月1日から2025年12月31日**（過去3年間）に公開された作品をエントリーできます。

- ・ クリエイティブ・ストラテジー：ロング・ターム・ストラテジー (CS13)
- ・ エフェクティブ・ロータス：ロング・ターム・クリエイティビティ (EF08)
- ・ サステナブル・ロータス：長期ブランド・プラットフォーム (ST11) **\*新設\***

- ・ 過去に ADFEST にエントリーした作品の再エントリーはできません。但し、以下のエントリーは例外となります。

- ・ ブランド・エクスペリエンス・ロータス：カスタマークリエイション&リテンション (BE23)
- ・ コマース・ロータス：カスタマークリエイション&リテンション (CM17)
- ・ ダイレクト・ロータス：カスタマークリエイション&リテンション (DM21)
- ・ エフェクティブ・ロータス : EF01-EF13

- ・ すべての広告／ブランド・コミュニケーション作品は一般公開・露出を前提に企画されていなければなりません。但し以下は例外となります。

- ・ イノバ・ロータス：イノベーション・イン・プロトタイプ・テクノロジー (IN03)  
イノベーション・イン・プロトタイプ・テクノロジー (IN03)への応募作品は、一般公開されている必要はありませんが、最低でも少人数のグループに公開または試験公開されており、かつ作品は単に原案レベルではなく、一定程度の完成度を持っていなければなりません。
- ・ ニュー・ディレクター・ロータス：ポートフォリオ/パッショナ・プロジェクト (ND09)、フィルム・スクール (ND10)

- ・ エントリーされるすべての広告／ブランド・コミュニケーション作品は、クライアントとの有償契約に基づいて制作された作品でなければなりません。但し、以下は例外となります：

- ・ セルフ・プロモーションサブカテゴリー：セルフ・プロモーションまたは非営利団体のために NPO (非営利団体) のために制作された作品は、クライアントからの推薦、承認が必要です。
- ・ ニュー・ディレクター・ロータス：ポートフォリオ/パッショナ・プロジェクト (ND09)、フィルム・スクール (ND10)、ショートフィルムス・フォー・ADFEST2026・バイ・ザ・ファビュラス・ファイブ (ND11)



# Awarding The Lotus Winners

[Back to Content](#)


## 審査

審査は、業界のエキスパートたちで構成される審査員団によって行われます。審査手順は概略以下の通りです：

- ショートリストは、第1ラウンドから独立したリモート審査により決定されます
- ファイナリストは、ショートリストに残りコーラインされたエントリーについての討議の後、審査員の投票により決定されます
- 受賞作品は、ファイナリストについての討議の後、審査員の投票から決定されます

受賞作品の選定に関しては、審査員団の判断が最終的なものであり、かつ拘束力を持ちます。

**利害関係者による審査：**審査員は、審査のすべての段階において、自身が自国で所属する会社からの応募作品、または自身が当該作品の制作時に所属していた自国外の会社からの応募作品については、投票や討議に関わることはできません。

## ロータス賞の決定

審査員は、ゴールド、シルバー・ブロンズの各メダル（賞）該当者を最終決定します。

- 各サブカテゴリーにおいて、審査員団によってロータス賞に該当する作品がないと判断された場合、当該サブカテゴリーにおいてロータス賞受賞者はなしとなる場合があります。
- ロータス賞の数に制限はありません。
- 非営利団体、財団、慈善団体、NGO ではない金賞受賞者は、それぞれのロータスのグランデで競います。
- 非営利団体、財団、慈善団体、NGO の金賞受賞者は、グランデ・フォー・ヒューマニティのために競争し、グランデ・オブ・ロータスで競争することはできません。

ロータス各賞の受賞者にはトロフィーが贈られます。ファイナリストには賞状が贈られます。

ロータス	賞
イノーバ・ロータス	受賞したイノーバ・ロータス&ロータス・ルーツが1つしかない場合、グランデ・オブ・ロータスは授与されません。
ロータス・ルーツ	2つ以上のイノーバ・ロータス&ロータス・ルーツが授与された場合、審査員はグランデ・オブ・ロータスに投票する必要があります。
ブランド・エクスペリエンス・ロータス コマース・ロータス クリエイティブ・ストラテジー・ロータス デザイン・ロータス デジタル&ソーシャル・ロータス デジタル・クラフト・ロータス ダイレクト・ロータス エフェクティブ・ロータス エンターテイメント・ロータス フィルム・クラフト・ロータス フィルム・ロータス メディア・ロータス ニュー・ディレクター・ロータス アウトドア・ロータス PR ロータス プレス・ロータス プリント&アウトドア・クラフト ロータス ラジオ & オーディオ ロータス サステナブル・ロータス	ゴールド・ロータスの受賞者が1人だけの場合、グランデ・オブ・ロータスは授与されません。 2つ以上のゴールド・ロータスが授与された場合、審査員はグランデ・オブ・ロータスに投票する必要があります。



# Awarding The Lotus Winners

Back to Content

## グランデ・フォー・ヒューマニティ

グランデ・フォー・ヒューマニティは優れてクリエイティブな以下のロータス・カテゴリーからのロータス・カテゴリーに対して贈られる賞で、全カテゴリー（部門）の審査員長で構成される審査員団によって審査されます。

- ・ ブランドエクスペリエンス ロータス
- ・ コマース・ロータス
- ・ クリエイティブ・ストラテジー・ロータス
- ・ デザイン・ロータス
- ・ デジタル&ソーシャル・ロータス
- ・ ダイレクト・ロータス
- ・ エフェクティブ・ロータス
- ・ エンターテイメント・ロータス
- ・ フィルム・ロータス
- ・ メディア・ロータス
- ・ アウトドア・ロータス
- ・ PR ロータス
- ・ プレス・ロータス
- ・ ラジオ&オーディオ ロータス（但しオーディオ・クラフト ロータス サブカテゴリーを除く）
- ・ サステナブル・ロータス

非営利団体、財団、慈善団体、NGO の受賞者は次のとおりです：

- ・ イノバ ロータス
- ・ ロータス・ルーツ

グランデ・フォー・ヒューマニティの対象です（ただし、それぞれのロータス・カテゴリーではグランデは対象外）。

審査対象にあたるかどうかは、作品のブランド／クライアント／広告主が決めます。つまり、作品は非営利団体、財団、慈善団体、NGO（非営利団体および団体、抗議団体、慈善団体と寄付、ボランティア等）を対象としている必要があります。



# Special Awards

Back to Content

## ADFEST2026 特別賞は以下の通りです：

- ネットワーク・オブ・ザ・イヤー
- インディペンデント・ネットワーク・オブ・ザ・イヤー \*新設\*
- エージェンシー・オブ・ザ・イヤー
- インディペンデント・エージェンシー・オブ・ザ・イヤー
- リージョナル・エージェンシー・オブ・ザ・イヤー
- デジタル・エージェンシー・オブ・ザ・イヤー
- メディア・エージェンシー・オブ・ザ・イヤー
- PR・エージェンシー・オブ・ザ・イヤー
- プロダクション・カンパニー・オブ・ザ・イヤー
- アドバタイザー・オブ・ザ・イヤー

各応募者のオンライン申し込み時の記載内容が、最終情報として特別賞の集計時に使用されます。すべての獲得ポイントが正確に積算されるために、申し込みの際は、入力文字の綴り（スペースも含む）が正確で一貫していることを確認して下さい。

クレジットは応募者により提供され、ADFEST エントリーサイトを通じてエントリー時に提出されたクレジットのみが使用されます。過去に遡って変更することはできません。

ADFEST は、応募者のタイプミス、名前の不一致により点数が割り当てられない場合の責任を負いません。記載内容の変更是、**2026年1月30日(金)までに [Nat@ADFEST.com](mailto:Nat@ADFEST.com)宛てにメールで通知された場合のみ受け付けます。** 変更に関するリクエストについては、主催者の承認が必要です。

クレジットの変更、作品説明書、提出資料の交換を含む変更には、1回のリクエストにつき **2,000 パーツ** の手数料がかかります。

### ネットワーク・オブ・ザ・イヤー

本賞は、（実際の業種にかかわらず）「Network」として登録し、かつ以下のカテゴリーファイナリスト以上への入賞・入選によって獲得したポイントの積算で最高得点となったネットワーク（親会社および親会社が全株または多数株を保有する子会社）に対して贈られます。

注：持株会社は「Network」として登録できません！

### インディペンデント・ネットワーク・オブ・ザ・イヤー \*新設\*

本賞は、自らをインディペンデント（独立系）エージェンシーであると宣言して（実際の業種にかかわらず）「Independent Network」として登録し、かつ以下のカテゴリにおいてファイナリスト以上への入選・入賞によって獲得したポイントの積算で最高得点となったインディペンデント・ネットワークに対して贈られます。インディペンデント・ネットワークは複数のオフィスを持たなければならず、持株会社に所属してはなりません。

### エージェンシー・オブ・ザ・イヤー

本賞は、（実際の業種にかかわらず）「Agency」として登録し、かつ以下のカテゴリにおいてファイナリスト以上への入選・入賞によって獲得したポイントの積算で最高得点となったエージェンシーに対して贈られます。

### インディペンデント・エージェンシー・オブ・ザ・イヤー

本賞は、自らをインディペンデント（独立系）エージェンシーであると宣言して（実際の業種にかかわらず）「Agency」として登録し、かつ以下のカテゴリにおいてファイナリスト以上への入選・入賞によって獲得したポイントの積算で最高得点となったインディペンデント・エージェンシーに対して贈られます。

## Special Awards

### リージョナル・エージェンシー・オブ・ザ・イヤー

本賞は、（実際の業種にかかわらず）「**Agency**」として登録し、かつ以下のカテゴリーにおいてファイナリスト以上への入選・入賞によって獲得したポイントの積算で最高得点となったリージョナル・エージェンシーに対して贈られます。

リージョナル・エージェンシー・オブ・ザ・イヤーに出場する資格のあるエージェンシーは、資格を得るために少なくとも 30 ポイントを獲得する必要があります。

エージェンシーは、以下のリージョナル・エージェンシー・オブ・ザ・イヤーのいずれか 1 つのみを受賞する資格があります。

- ・ 中央&北アジア・エージェンシー・オブ・ザ・イヤー
- ・ 東アジア・エージェンシー・オブ・ザ・イヤー
- ・ 中東・エージェンシー・オブ・ザ・イヤー
- ・ オセアニア・エージェンシー・オブ・ザ・イヤー
- ・ 南アジア・エージェンシー・オブ・ザ・イヤー
- ・ 東南アジア・エージェンシー・オブ・ザ・イヤー

### デジタルエージェンシー・オブ・ザ・イヤー

本賞は、（実際の業種にかかわらず）「**Agency**」として登録し、かつ以下のカテゴリーにおいてファイナリスト以上への入選・入賞によって獲得したポイントの積算で最高得点となったエージェンシーに対して贈られます：

- ・ デジタル&ソーシャル・ロータス
- ・ デジタル・クラフト・ロータス
- ・ 上記各ロータス・カテゴリーにおける、ロータス・ルーツのサブカテゴリー

### メディア・エージェンシー・オブ・ザ・イヤー

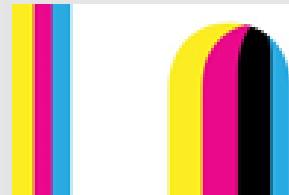
本賞は、（実際の業種にかかわらず）「**Media Agency**」として登録し、かつ以下のカテゴリーにおいてファイナリスト以上への入選・入賞によって獲得したポイントの積算で最高得点となったエージェンシーに対して贈られます：

- ・ メディア・ロータス（ロータス・ルーツのサブカテゴリーを含む）

### PR エージェンシー・オブ・ザ・イヤー

本賞は、（実際の業種にかかわらず）「**PR Agency**」として登録し、かつ以下のカテゴリーにおいてファイナリスト以上への入選・入賞によって獲得したポイントの積算で最高得点となったエージェンシーに対して贈られます：

- ・ PR ロータス（ロータス・ルーツのサブカテゴリーを含む）



## Special Awards

[Back to Content](#)



### プロダクション・カンパニー・オブ・ザ・イヤー

ADFEST プロダクション・カンパニー・オブ・ザ・イヤーは、クラフトマンシップと技術力に優れた者に授与されます。本賞は、（実際の業種にかかわらず）「フィルム・プロダクション・カンパニー」、「プリント・プロダクション・カンパニー」、「ポストプロダクション・カンパニー」、「スペシャル・エフェクト・カンパニー」、「サウンド・プロダクション・カンパニー」として登録し、かつ以下のカテゴリーにおいてファイナリスト以上への入選・入賞によって獲得したポイントの積算で最高得点となったプロダクション・カンパニーに贈られます：

- ・ ラジオ&オーディオ・ロータスのオーディオ・クラフト・サブカテゴリー (RA09-RA13)
- ・ デジタル・クラフト・ロータス
- ・ フィルム・クラフト・ロータス
- ・ ニュー・ディレクター・ロータス
- ・ プリント&アウトドア・クラフト ロータス
- ・ 上記各ロータス・カテゴリーにおける、ロータス・ルーツのサブカテゴリー (但しラジオ&オーディオ・ロータスを除く)

注：1つの制作会社は、特定の作品エントリーに関して、1度だけ授賞対象として数えられます。すなわち、同一の制作会社が「フィルム・プロダクション・カンパニー」、「プリント・プロダクション・カンパニー」、「ポストプロダクション・カンパニー」、「スペシャル・エフェクト・カンパニー」および「サウンド・プロダクション・カンパニー」としてエントリーしている場合、この会社は当該エントリーに関して贈られる賞は1度だけです。

同一の制作会社（同じ国の同じ法人）が同じ国に複数の支店を持つ場合、ポイントは1つの制作会社として数えられます。

### アドバタイザー・オブ・ザ・イヤー

本賞は、（実際の業種にかかわらず）「Advertiser」として登録し、かつ以下のカテゴリーにおいてファイナリスト以上への入選・入賞によって獲得したポイントの積算で最高得点となった広告主に対して贈られます。

### ポイント計算方法

全ロータス・カテゴリー（但しイノーバ・ロータス／ロータス・ルーツを除く）	
ファイナリスト	1 ポイント
プロンズ	3 ポイント
シルバー	7 ポイント
ゴールド	15 ポイント
グランデ	30 ポイント

イノーバ・ロータス／ロータス・ルーツ／グランデ・フォーマニティ	
ファイナリスト	7 ポイント
イノーバ・ロータス／ロータス・ルーツ	20 ポイント
グランデ	35 ポイント

# Special Awards

## 複数の単独作品が構成するキャンペーン作品のポイント計算

単独エントリーを応募するサブカテゴリーでは、審査員は単独エントリーを1つのグループにまとめて、キャンペーンとすることができます。この場合、当該キャンペーンが獲得するポイントは、受賞のレベルに応じたポイントと、追加のキャンペーンポイント（追加1作品ごとに1ポイント）の合算となります。

例えば、シルバーを受賞したキャンペーンが3つの単独応募作品で構成されていた場合、当該キャンペーンは9ポイントを獲得します。すなわち、1作目でシルバー受賞に相当する7ポイント、2作目と3作目それぞれにつきキャンペーンポイント1ポイントが加算されます。あるいは、ゴールドを受賞したキャンペーンが4つの単独エントリーで構成されていた場合、当該キャンペーンは18ポイントを獲得します。すなわち、1作目でゴールド受賞に相当する15ポイント、2作目、3作目、4作目でそれぞれキャンペーンポイントを1ポイントずつ、が合算されます。

## 複数のエージェンシー／ネットワークによる合作

1つの作品ないしキャンペーンが、複数のエージェンシー／ネットワークによる合作である場合、入選・入賞時のポイントは各社に案分されます。

**例1：**エージェンシーA（ネットワーク1傘下）とエージェンシーB（ネットワーク2傘下）が共同で制作した応募作品がゴールド（15ポイント）に入賞した場合の配分。

エージェンシーA	7.5 ポイント	ネットワーク1	7.5 ポイント
エージェンシーB	7.5 ポイント	ネットワーク2	7.5 ポイント

**例2：**以下のように複数の会社が共同制作した3作品で構成されるキャンペーンが、フィルム・ロータスのグランデ（30ポイント）を受賞した場合：

応募作品1：	エージェンシーX	ネットワークα
応募作品2：	エージェンシーY	ネットワークα
応募作品3：	エージェンシーZ	ネットワークβ

ポイントは以下のように配分されます：

エージェンシーX、エージェンシーY、エージェンシーZ	各10ポイントずつ
ネットワークα	20ポイント
ネットワークβ	10ポイント

## 同点

ポイントが複数のネットワーク／エージェンシー／制作会社で同点の場合、特別賞は、最高ランクのメダルの獲得数が最大であるネットワーク／エージェンシー／制作会社に授与されます。

たとえば、エージェンシーAとエージェンシーBの両方が、エージェンシー・オブ・ザ・イヤーで95ポイントを受け：

### エージェンシーAの獲得数：

グランデ・フォー・ヒューマニティ	35 ポイント
グランデ・オブ・フィルム・ロータス	30 ポイント
2x ゴールド・ロータス受賞者	30 ポイント

### エージェンシーBの獲得数：

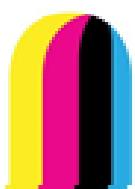
1x イノーバ・ロータス	20 ポイント
4x ゴールド・ロータス受賞者	60 ポイント
1x シルバー・ロータス受賞者	7 ポイント
1x ロータス・ルーツ・ファイナリスト	7 ポイント
1x ダイレクト・ロータスファイナリスト	1 ポイント

計

95 ポイント

95 ポイント

エージェンシーAは、エージェンシー・オブ・ザ・イヤーを受賞します。



# Key Dates & Fees

[Back to Content](#)

## 応募期日

エントリー費／期日	エントリー確認書／請求書作成期日	支払期日	資料／文書期日
早期レート	2025年12月19日（金）	2026年1月9日（金） <sup>①</sup>	2026年1月23日（金）
通常レート	2026年1月9日（金）	2026年1月23日（金） <sup>②</sup>	

**早期レート①：2026年1月9日（金）** 午後11時59分BKK時間(UTC+7)までに支払いが行われなかった場合、早期レートの請求書は無効となり、通常レートの新しい請求書が発行されます。

**通常レート②：2026年1月23日（金）** 午後11時59分BKK時間(UTC+7)までに支払いが行われなかった場合、通常レートの請求書は無効となり、延滞料を含む新しい請求書が発行されます。

## ファイナリスト／受賞者の発表

受賞者発表	日付
ファイナリスト	2026年3月18日（水）～19日（木）
受賞者	2026年3月20日（金）～21日（土）

注：ファイナリスト／受賞者は [www.ADFEST.com](http://www.ADFEST.com) で発表されます。

## エントリー費

ロータスによる料金	早期レート 請求書は2025年12月19日まで 支払いは2026年1月9日まで	通常レート 請求書は2026年1月9日まで 支払いは2026年1月23日まで	延滞料 請求書は2026年1月9日まで
ブランド・エクスペリエンス・ロータス			
コマース・ロータス			
クリエイティブ・ストラテジー・ロータス			
デザイン・ロータス			
デジタル&ソーシャル・ロータス			
デジタル・クラフト・ロータス	15,500 バーツ	17,500 バーツ	19,500 バーツ
ダイレクト・ロータス			
エフェクティブ・ロータス			
エンターテイメント・ロータス			
フィルム・クラフト・ロータス			
フィルム・ロータス			
メディア・ロータス			
ニュー・ディレクター・ロータス			
イノバ・ロータス	23,000 バーツ	25,000 バーツ	27,000 バーツ
ロータス・ルーツ			
フィルム・スクール（ニュー・ディレクター・ロータスの下）	7,750 バーツ	8,750 バーツ	9,750 バーツ

注：すべてのエントリー費には付加価値税7%が含まれています

## 支払い

### 国際送金

- クレジットカード
  - 3.2%の手数料がかかります

### 国際銀行振込

バーツでの支払い（控除なし）は、以下が対象です。受益者： Plannova Co., Ltd.

住所： 1537 Town In Town 3/1, Srivara Road, Plubpla, Wangthonglang,  
Bangkok 10310, Thailand.

口座番号： 179-403-6879

SWIFT コード： BKKBTHBK

銀行名： Bangkok Bank PCL., Bangchak Branch

銀行住所： 2109 Sukhumvit Road, Bangchak, Prakanong, Bangkok 10250 Thailand.

- 銀行送金には、その都度 300 バーツの手数料がかかります。
- あらゆる手数料は応募者負担（納付者がすべての国内、海外送金手数料を負担）となり、これに従わぬいエントリーは受け付けられません。
- 支払い証明書を [Arunya@ADFEST.com](mailto:Arunya@ADFEST.com) および [Da@ADFEST.com](mailto:Da@ADFEST.com) までお送りください

### 国内支払い：タイのみ

- クレジットカード
  - 3.2%の手数料がかかります

### 小切手/銀行振込（タイのみ） 受益者： Plannova

Co., Ltd. 口座番号： 140-255601-9

銀行名： Siam Commercial Bank PCL., Siyaksiwara Branch

- 支払い証明書を [Arunya@ADFEST.com](mailto:Arunya@ADFEST.com) および [Da@ADFEST.com](mailto:Da@ADFEST.com) までお送りください

### 諸条件

- 応募者には、エントリー費の納付において、すべての銀行手数料、その他手数料を負担する責任があります。 ADFEST が請求書に記載した全額を受領しないと、エントリー申し込みの手続きは完了しません。
- 不正なエントリー、失格したエントリー、撤退したエントリーに対してエントリー費は返金されません。



ブランド・エクスペリエンス・ロータスは、エクスペリエンス・デザイン、アクティベーション、没入型体験、リテール、360度カスタマー・エンゲージメントなどによるブランド構築を行うクリエイティブ作品に対して贈られます。応募作品は、コンシューマー・ジャーニー、ブランド体験、全タッチポイントの最適化が、どのようにブランド・アフィニティ（愛着）や商業的成功につながったのかを説明して下さい。

審査員がブランド・エクスペリエンス・ロータスを審査する際の4基準と配点は以下の通りです：

- |                |     |
|----------------|-----|
| ・ クリエイティビティ／アイ | 30% |
| ・ 戦略           | 20% |
| ・ 実施内容         | 30% |
| ・ 結果           | 20% |

実施内容／キャンペーン／実施内容のセットごとに1エントリーと数えます。

プロダクト&サービス *新設*	提出資料
必須	***ガイドラインは <a href="#">こちら</a>
<b>BE01 コンシューマー・グッズ</b> 食品・飲料、美容・ヘルスケア製品、医薬品、家庭用メンテナンス・掃除用製品、電子機器・家電製品、家庭用装飾・家具、ファッショング、玩具、スポーツウェア・用具、その他の日用消費財・耐久消費財。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 作品説明書</li> <li>・ プrezentation・ビデオ（最長2分）</li> <li>・ デジタル・プレゼンテーション画像</li> <li>・ クライアントの推薦文</li> </ul>
<b>BE02 オートモーティブ</b> 車両、ボート、その他の自動車で、自動車アクセサリーを含む。	<u>オプション</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ URL</li> </ul>
<b>BE03 リテール、レジャー&amp;エンターテイメント</b> オンラインストア等の小売店、カフェやバー等のレストラン。輸送・旅行サービス、ホテル・リゾート、スポーツ、ゲーム、ギャンブル、その他のレクリエーション施設、フェスティバル・イベント、美術館・博物館。映画、音楽、出版、放送局、デジタル・プラットフォーム、ストリーミングサービスプロバイダー、ポッドキャスト、音楽サービス、その他のメディア・エンターテイメントサービス。	
<b>BE04 金融、ビジネス&amp;コマーシャル・パブリック・サービス</b> 金融・投資機関、保険、不動産。B2B、B2C、その他の専門的なビジネスサービス。電気通信、廃棄物管理、教育、法の執行、公益事業、医療を含む商業公共サービス。	
<b>BE05 コーポレート・イメージ&amp;コーポレート・ソーシャル・レスポンシビリティ</b> より良い社会作りのために社会、環境、経済的な課題に取り組むブランドの協調的努力とコミットメントで、企業イメージの向上にもつながるもの。	
<b>BE06 パブリック・サービス&amp;コード・アピール</b> 健康と安全、環境問題、社会問題、公共サービス問題についての認識を高め、市民の意識や行動を変えるための、非営利組織、財団、慈善団体、NGOによる告知。	



## ユース・オブ・メディア

### BE07 ゲリラ・マーケティング&スタント

消費者とのエンゲージメントを促進するための、ゲリラ・マーケティング戦術、スタント（パブリシティ・スタント、ストリート・スタンプ）、ライブ／ポップアップ・イベント。

### BE08 ライブ・エクスペリエンス&イベント

消費者とのエンゲージメントを目的としたスポーツ・イベント、ライヴショー、フェスティバル、コンサート、コーポレート・エンターテイメント、舞台等の大規模イベント。

### BE09 展示会&インスタレーション

ギャラリーでの展示会、フェア、見本市、自動販売機、フロア・グラフィックス、交通広告等の、空間活用あるいは常設設備の使用による消費者とのエンゲージメント促進。

**注：BE09への応募作品は、デジタル・インスタレーション（BE17）への同時エントリーはできません。**

### BE10 アンビエント：スマート・スケール

バー／レストラン内のアイテム、グラス、ビアマット、灰皿、給油ポンプ、フライヤー、ステッカー、サイネージ、ドアハンガー。

**注：「スマート・スケール」とは作品自体のサイズを指します。数量や配布規模を指しません。**

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ 現物の作品
- ・ デモビデオ（最長1分）

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL



## ユース・オブ・メディア

### BE14 ユース・オブ・プリント&コンベンショナル・アウトドア

雑誌、新聞、インサート、業界誌、その他印刷されたコラテラル、ポスター、ビルボード等。

### BE15 ユース・オブ・モバイル&デバイス

携帯やその他のポータブルデバイスに使用されるモバイル・アプリ、ウェブ、ブルートゥース、ジオロケーション・テクノロジー (RFID, NFC, GPS) 、QRコード等のような技術。作品は、それがどのように消費者とエンゲージし、ブランドと相互に影響し合うのかを示さなければなりません。

### BE16 ユース・オブ・デジタル&ソーシャル・プラットフォーム

ブランド体験またはエンゲージメントを強化するデジタル (Webサイト、マイクロサイト、Webバナー広告、eDM、メッセージング、検索エンジン、バイラル・キャンペーン&ソーシャル・プラットフォーム (ソーシャル・メディアフォーマット、ネットワーキングサイト、ソーシャルアクティビティ、ストリーミング・プラットフォーム、オンラインコミュニティ、ブログ等) )。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プレゼンテーション・ビデオ (最長 2 分)
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プレゼンテーション・ビデオ (最長 2 分)
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL

## テクノロジー

### BE17 デジタル・インスタレーション

消費者とのエンゲージメントおよび関係の強化を目的として設定された、没入型デジタル体験 (VR/AR インスタレーション、マルチ・スクリーン、多次元型体験等を含む)。

**注 : BE17 への応募作品は、展示会&インスタレーション (BE09) への同時エントリーはできません。**

### BE18 BE12 エマージング・テクノロジー&テック-レッド・ブランド・エクスペリエンス

AI、新しい現実 (VR、AR、MR、XR) 、ゲーミフィケーション、仮想世界、ウェアラブル・テクノロジー、ジオロケーション・テクノロジー (RFID、NFC、GPS) 、音声起動テクノロジー、ブロックチェーンテクノロジー等、既存または新しい技術を活用し、消費者を引きつけ、ブランドで消費者の体験を強化します。

**注 : エマージング・テクノロジーには、初期段階の技術のプロトタイプは含まれません。**

### BE19 ブランデッド・ゲーム

ブランデッド・ゲームは、オンラインゲーム、モバイルゲーム、アプリなどのゲームを通じて消費者を対象にエンゲージさせるもので、ブランドで消費者の体験を強化します。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プレゼンテーション・ビデオ (最長 2 分)
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL



## 戦略

### BE20 ロンチ／再ロンチ

ブランド、製品またはサービスのロンチまたは再ロンチ。

### BE21 コンペ&プロモーション

消費者とブランドとのエンゲージメントを促進するための、コンペティションまたは販促的インセンティブ。

### BE22 スポンサーシップ&ブランド・パートナーシップ

即時的、長期的なブランド体験またはアクティベーションを創出するような、パートナーシップおよび／またはスポンサーシップ。

### BE23 カスタマーアクイジション&リテンション

ブランドとの関係を効果的に引き付け、維持し、強化する消費者エンゲージメント。

**注：応募者は、キャンペーンが消費者のロイヤリティを維持したこと示さなければなりません（対象期間：過去2年間）。**

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・作品説明書
- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・クライアントの推薦文

### オプション

- ・URL

## キャンペーン・エクセレンス

### BE24 インテグレーテッド・ブランド・エクスペリエンス・キャンペーン

複数のメディア／チャネルを効果的かつシームレスに活用することにより、消費者の体験やエンゲージメントを強化するキャンペーン。

### BE25 創造性を通じたレジリエンス

予算の制約、市場環境の変化、社会的問題、消費者行動の変化などの課題に直面したときに、ブランドのレジリエンスと解決策を示すアイデアと創造的なソリューション。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・作品説明書
- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・クライアントの推薦文

### オプション

- ・URL
- ・現物の作品
- ・デモビデオ（最長1分）

## ロータス・ルーツ

### LRBE ロータス・ルーツ

ロータス・ルーツは、ADFEST 独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体現した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・作品説明書
- ・文化的背景の解説
- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・クライアントの推薦文

### オプション

- ・URL
- ・現物の作品
- ・デモビデオ（最長1分）



コマース・ロータスは、オンラインコマースと e コマース（ソーシャル・コマース、m コマース、デジタルコマース）の両方を含む、消費者の体験を強化しビジネスの販売量を促進するクリエイティブで革新的なソリューションに対して贈られます。

審査員がコマース・ロータスを審査する際の 4 基準と配点は以下の通りです：

- |                  |     |
|------------------|-----|
| ・ クリエイティビティ／アイデア | 30% |
| ・ 戦略             | 20% |
| ・ 実施内容           | 20% |
| ・ 結果             | 30% |

キャンペーン／実施内容のセットごとに 1 エントリーと数えます。

プロダクト&サービス *新設*	提出資料 ***ガイドラインは <a href="#">こちら</a>
<b>CM01 コンシューマー・グッズ</b> 食品・飲料、美容・ヘルスケア製品、医薬品、家庭用メンテナンス・掃除用製品、電子機器・家電製品、家庭用装飾・家具、ファッション、玩具、スポーツウェア・用具、その他の日用消費財・耐久消費財。	<b>必須</b> ・ 作品説明書 ・ プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分） ・ デジタル・プレゼンテーション画像 ・ クライアントの推薦文
<b>CM02 オートモーティブ</b> 車両、ボート、その他の自動車で、自動車アクセサリーを含む。	<b>オプション</b> ・ URL
<b>CM03 リテール、レジャー&amp;エンターテイメント</b> オンラインストア等の小売店、カフェやバー等のレストラン。輸送・旅行サービス、ホテル・リゾート、スポーツ、ゲーム、ギャンブル、その他のレクリエーション施設、フェスティバル・イベント、美術館・博物館。映画、音楽、出版、放送局、デジタル・プラットフォーム、ストリーミングサービスプロバイダー、ポッドキャスト、音楽サービス、その他のメディア・エンターテイメントサービス。	
<b>CM04 ファイナンス、ビジネス&amp;コマーシャル・パブリック・サービス</b> 金融・投資機関、保険、不動産。B2B、B2C、その他の専門的なビジネスサービス。電気通信、廃棄物管理、教育、法の執行、公益事業、医療を含む商業公共サービス。	
<b>CM05 コーポレート・イメージ&amp;コーポレート・ソーシャル・レスポンシビリティ</b> より良い社会作りのために社会、環境、経済的な課題に取り組むブランドの協調的な努力とコミットメントで、企業イメージの向上にもつながるもの。	
<b>CM06 パブリック・サービス&amp;コード・アピール</b> 健康と安全、環境問題、社会問題、公共サービス問題についての認識を高め、市民の意識や行動を変えるための、非営利組織、財団、慈善団体、NGOによる告知。	



## チャネル

### CM07 e コマース Web サイト

ビジネスの販売量を促進する、Web サイトを創造的に活用したもの。

### CM08 ソーシャル&インフルエンサー・コマース

ビジネスの販売量を促進する、オンライン ソーシャル プラットフォームや インフルエンサーを創造的に活用して消費者の関心を引くもの。

### CM09 m コマース

ビジネスの販売量を促進する、モバイルコマースのアプリケーションを創造的に 活用したもの。これには、アプリ、ウォレット、報酬/ロイヤルティ プログラム などが含まれますが、これらに限定されません。

### CM10 エンターテインメント・コマース

エンターテイメント コンテンツとコマースを効果的に組合わせて、消費者の関心を 引き、ビジネスの販売量を促進するキャンペーン。ブランド・パートナーシップや コラボレーション、劇場、ゲーム、スポーツ、音楽、仮想世界などを含みます。

### CM11 サステナブル・コマース

製品やパッケージングに持続可能/リサイクル素材を使用すること、環境に優しい サプライ チェーンと物流、廃棄物の管理とリサイクルの実践、クリーン エネル ギーの使用など、環境に優しく持続可能なコマースの実践を適用したもの。

### CM12 革新的コマース

ビジネスの販売量を促進する新しいまたは既存のプラットフォーム、 テクノロジー、またはチャネルを革新的かつ独創的に使用したもの。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ URL
- ・ プrezentation・ビデオ（最長 2 分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長 2 分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL

## エクスペリエンス&エンゲージメント

### CM13 インストア・エクスペリエンス

ビジネスの売り上げを促進するための、プロダクト&シェルフ・ディスプレー、インストア・マーチャンダイジング&プロモーション、ポップアップ・ストア、イベント、サンプリング等を含むインストア・コミュニケー

### CM14 カスタマー・ターゲティング

関連コンテンツ、プロモーション、インセンティブなど、消費者のエクスペ リエンスを向上させビジネスの販売量を促進するために、消費者を創造的か つ効果的にターゲットにして、関心を引き維持するキャンペーン。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長 2 分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL



## テクノロジー

### CM15 ユース・オブ・テクノロジー

ビジネスの販売量を促進するために、AI、新しい現実（VR、AR、MR、XR）、ゲーミフィケーション、仮想世界、ウエアラブル・テクノロジー、ジオロケーション・テクノロジー（RFID、NFC、GPS）、音声起動テクノロジー、ブロックチェーンテクノロジー、その他のあらゆる新興テクノロジー等の没入型および新しい技術を効果的に活用するキャンペーン。

**注：**エマージング・テクノロジーには、初期段階の技術のプロトタイプは含まれません。

### CM16 決済ソリューション

生体認証技術、ブロックチェーン技術、ソフトウェア、アプリ、デジタルウォレット、インタラクティブ／タッチ技術、カスタマー・リワード・オートメーションなど、消費者の購入意欲を高め、消費者の購入体験を容易にする支払ソリューションを創造的かつ革新的に提供するキャンペーン。

**注：**これには初期段階の技術のプロトタイプは含まれません。

## 戦略

### CM17 カスタマーアクイジション&リテンション

エンゲージメントとビジネスの売上を促進するため、顧客との関係を効果的に引き寄せ、維持、強化するキャンペーン。コンペティション、販促的インセンティブ、ジオフェンシング、アプリ、ソーシャルおよびデジタル・プラットフォームの使用など、オンラインおよびオフラインのコマース等を含みます。

**注：**応募者は、キャンペーンが消費者のロイヤリティを維持したこと示さなければなりません（対象期間：過去2年間）。

## キャンペーン・エクセレンス

### CM18 コマースにおけるブレークスルー \*新設\*

新しいコマースソリューションを創造的かつ革新的に活用して、消費者の行動を変えたり中断したりするキャンペーンまたはブランド。これは、コマースキャンペーンが達成できる可能性を変える新しいアイデア、フォーマット、テクノロジー、またはクリエイティブなソリューションを導入することにより、慣習を超えていく作品を表彰します。

### CM19 インテグレーテッド・コマース

複数のプラットフォーム、テクノロジー、チャネルの効果的かつシームレスな活用と統合。

### CM20 創造性を通じたレジリエンス

予算の制約、市場環境の変化、社会的問題、消費者行動の変化などの課題に直面したときに、ブランドのレジリエンスと解決策を示すアイデアと創造的なソリューション。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL



## ロータス・ルーツ

### LRCM ロータス・ルーツ

ロータス・ルーツは、**ADFEST** 独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体現した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。

### 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

#### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ 文化的背景の解説
- ・ プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

#### オプション

- ・ URL



クリエイティブ・ストラテジー・ロータスは、ブランドを強化するクリエイティブ・ストラテジーを考案するための洞察力のある創造的な問題解決に対して贈られます。

審査員がクリエイティブ・ストラテジー・ロータスを審査する際の4基準と配点は以下の通りです：

- ・ インサイト 30%
- ・ クリエイティブ・ス 30%
- ・ クリエイティブ・ア 20%
- ・ 結果 20%

キャンペーン／実施内容のセットごとに1エントリーと数えます。

プロダクト&サービス	提出資料
<b>CS01 コンシューマー・グッズ</b> 食品・飲料、美容・ヘルスケア製品、医薬品、家庭用メンテナンス・掃除用製品、電子機器・家電製品、家庭用装飾・家具、ファッショング、玩具、スポーツウェア・用具、その他の日用消費財・耐久消費財。	<b>***ガイドラインはこちら</b> <b>必須</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 作品説明書</li><li>・ プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）</li><li>・ デジタル・プレゼンテーション画像</li><li>・ クライアントの推薦文</li></ul> <b>オプション</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・ URL</li></ul>
<b>CS02 オートモーティブ</b> 車両、ボート、その他の自動車で、自動車アクセサリーを含む。	
<b>CS03 リテール、レジャー&amp;エンターテイメント</b> オンラインストア等の小売店、カフェやバー等のレストラン。輸送・旅行サービス、ホテル・リゾート、スポーツ、ゲーム、ギャンブル、その他のレクリエーション施設、フェスティバル・イベント、美術館・博物館。映画、音楽、出版、放送局、デジタル・プラットフォーム、ストリーミングサービスプロバイダー、ポッドキャスト、音楽サービス、その他のメディア・エンターテイメントサービス。	
<b>CS04 ファイナンス、ビジネス&amp;コマーシャル・パブリック・サービス</b> 金融・投資機関、保険、不動産。B2B、B2C、その他の専門的なビジネスサービス。電気通信、廃棄物管理、教育、法の執行、公益事業、医療を含む商業公共サービス。	
<b>CS05 コーポレート・イメージ&amp;コーポレート・ソーシャル・レスポンシビリティ</b> より良い社会作りのために社会、環境、経済的な課題に取り組むブランドの協調的努力とコミットメントで、企業イメージの向上にもつながるもの。	
<b>CS06 パブリック・サービス&amp;コード・アピール</b> 健康と安全、環境問題、社会問題、公共サービス問題についての認識を高め、市民の意識や行動を変えるための、非営利組織、財団、慈善団体、NGOによる告知。	



## データ、インサイト&ブランド・パートナーシップ

### **CS07 ユース・オブ・データ**

クリエイティブ・ストラテジー策定の一環として、リサーチやデータ、実用的なインサイトをクリエイティブに活用したキャンペーン。

### **CS08 オーディエンス・インサイト**

オーディエンス／消費者のインサイトや行動をクリエイティブに活用し、より効果的にオーディエンス／消費者に響くようなクリエイティブ・ストラテジーを策定、調整するキャンペーン。応募作品は、クリエイティブ・ストラテジーの成功にインサイトがどのように作用しているかを示して下さい。

### **CS09 コンテクスチュアル・インサイト**

文脈的、地域的、文化的、または社会的なインサイトや行動をクリエイティブに活用し、より効果的に市場に響くようなクリエイティブ・ストラテジーを策定・調整するキャンペーン。応募作品は、クリエイティブ・ストラテジーの成功にインサイトがどのように作用しているかを示して下さい。

### **CS10 コラボレーション&パートナーシップ**

クリエイティブ・ストラテジーの策定において、個人、インフルエンサー、その他の組織とのブランドコラボレーションまたはパートナーシップをクリエイティブに活用するキャンペーン。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL

## キャンペーン・エクセレンス

### **CS11 クリエイティブ・ストラテジーにおけるブレークスルー**

慣習を再定義し、ブランドを競合他社と差別化する、革新的なクリエイティブ・ストラテジー。これは、クリエイティブな問題解決が達成できる可能性を変える新しいアイデア、フォーマット、テクノロジー、またはクリエイティブな戦略を導入することで、慣習を超えていく作品を表彰します。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL

### **CS12 予算内でのブレークスルー**

限られた予算とリソースの中で、創造的かつ効果的に戦略を策定し、課題を克服するキャンペーン。応募作品は、キャンペーンが直面する課題や限られたリソースを明確にする必要があります。

### **CS13 ロング・ターム・ストラテジー**

特定の目標を長年にわたって達成するために、長期的かつクリエイティブな戦略計画を示すキャンペーン。

注：応募者は、長期戦略がどのように長期キャンペーンの一部であったかを示さなければなりません（対象期間：過去3年）。

### **CS14 ガツイー・ストラテジー**

ブランドを差別化するためのアプローチにおいて勇気と大胆さを示すキャンペーン・ストラテジー。

### **CS15 創造性を通じたレジリエンス**

予算の制約、市場環境の変化、社会的問題、消費者行動の変化などの課題に直面したときに、ブランドのレジリエンスと解決策を示すアイデアと創造的なソリューション。



# Creative Strategy Lotus

Back to Content

## ロータス・ルーツ

### LRCS ロータス・ルーツ

ロータス・ルーツは、ADFEST 独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体现した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。

### 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

#### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ 文化的背景の解説
- ・ プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

#### オプション

- ・ URL



デザイン・ロータスは、ブランド・コミュニケーションの目的達成を推進すべく、クラフトマンシップが発揮されたデザイン作品に対して贈られます。

審査員がデザイン・ロータスを審査する際の基準と配点は以下の通りです：

#### 機能性に基づかないデザイン

クリエイティビティ／アイデア／インサイト	40%
実施&技術	30%
ブランドエンゲージメント&正当性	30%

#### 機能性に基づくデザイン

クリエイティビティ／アイデア／インサイト	30%
実施&技術	30%
ブランドエンゲージメント&正当性	20%
機能性	20%

キャンペーン／実施内容のセットごとに1エントリーと数えます。

## ブランディング

#### DE01 ニュー・ブランド・アイデンティティー

あらゆる製品、サービス、組織の新しいブランドまたはコーポレート・アイデンティティーのデザイン。

注：DE01への応募作品は、リブランド・オブ・エグジスティング・ブランド（DE02）への同時エントリーはできません。

#### DE02 リブランド・オブ・エグジスティング・ブランド

あらゆる既存の製品、サービス、組織のリブランディング。

注：DE02への応募作品は、ニュー・ブランド・アイデンティティー（DE01）への同時エントリーはできません。過去のブランド・アイデンティティーのデザインを参考用に提供してください。

## プロダクト・デザイン

創造的かつ効果的にフォームと機能を統合したデザイン。製品には、日用消費財、耐久消費財、家電製品、自動車製品等を含みます。

#### DE03 プロダクト・デザイン：コンシューマー・プロダクト

ブランド価値を引き上げ、ブランド体験を豊かにする作品。審査基準には、プロダクトの持つ課題とクリエイティブ・アイデア／実作品のスケールがつり合うかどうか；そしてアイデアが特定のブランド、実施物、デザインの形式や機能性に作用するかどうか、が含まれます。

#### DE04 プロダクト・デザイン：イノバティブ・デザイン

機能的かつ実用的な製品の創出のために、技術、生産工程、素材の使用方法の独創的な利用を再定義または探求する革新的なデザイン。

注：応募資格を得るには、作品は少なくともプロトタイプ段階である必要があります。概念的なアイデアは資格がありません。プロトタイプ作品については、スケーラビリティおよび制作実行可能性も評価されます。

#### DE04 プロダクト・デザイン：サステナブル・デザイン

社会や環境に関する問題を提起し、長期ソリューションを紹介し、生活の水準・質を上げるデザイン。環境問題、持続可能エネルギー、教育、健康と衛生、災害復旧等に関するソリューションを含みます。

注：応募資格を得るには、作品は少なくともプロトタイプ段階である必要があります。概念的なアイデアは資格がありません。プロトタイプ作品については、スケーラビリティおよび制作実行可能性も評価されます。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

#### 必須

- デジタル・プレゼンテーション画像
- クライアントの推薦文

#### オプション

- プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
  - 現物の作品
  - デモビデオ（最長1分）

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

#### 必須

- デジタル・プレゼンテーション画像
- クライアントの推薦文

#### オプション

- プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
  - 現物の作品
  - デモビデオ（最長1分）



## パッケージング・デザイン

### **DE06 パッケージング・デザイン：コンシューマー・プロダクト**

プロモーション、販売、またはディスプレイに使用される物理的製品のパッケージデザイン。

### **DE07 パッケージング・デザイン：サステナブル・デザイン**

環境への負荷を減らすこと目的としたパッケージング・デザイン。使用する材料、リソース&エネルギー消費、生産プロセスなどが含まれますが、これらに限定されません。これには、リサイクル可能または堆肥化可能な材料、多目的包装、または再生材料が含まれます。

**注：**応募資格を得るには、作品は少なくともプロトタイプ段階である必要があります。概念的なアイデアは資格ありません。プロトタイプ作品については、スケーラビリティおよび制作実行可能性も評価されます。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### **必須**

- デジタル・プレゼンテーション画像
- クライアントの推薦文

### **オプション**

- プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）
- 現物の作品
- デモビデオ（最長 1 分）

## コミュニケーション・デザイン

### **DE08 ブランド・コラテラル&パブリケーション**

物理的資料（例：文房具、ダイレクト・メール、カレンダー、フライヤー、リーフレット、チケット、ポストカード、招待状、グリーティング・カード、書籍、雑誌、レポート、カタログ、パンフレット、プレスキット等）。

**注：**E-ブックおよびオンライン出版物はエントリー対象外ですが、

**DE18：デジタル&インタラクティブ・デザインへのエントリーが可能で**

### **DE09 ポスター**

印刷ポスターデザイン。

**注：**デジタル・ポスターはエントリー対象外ですが、**DE18：デジタル&インタラクティブ・デザインへのエントリーが可能です。**

### **DE10 タイプ・デザイン**

フォントスタイルやフォントファミリーなど、新しいタイプフェイスのデザインと作成。

### **DE11 イラストレーション**

### **DE12 セルフ・プロモーション**

自社またはクライアントのプロモーションのためのコラテラル、土産、製品等のデザイン。

### **DE13 リミテッド・スペシャル・エディション**

1度限りの機会のために数量限定でデザインおよび生産されたスペシャル・エディション製品。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### **必須**

- デジタル・プレゼンテーション画像
- クライアントの推薦文

### **オプション**

- プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）
- 現物の作品
- デモビデオ（最長 1 分）

### **必須**

- デジタル・プレゼンテーション画像またはデジタル画像
- クライアントの推薦文

### **オプション**

- プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）
- 現物の作品
- デモビデオ（最長 1 分）

### **必須**

- デジタル・プレゼンテーション画像
- クライアントの推薦文

### **オプション**

- URL
- プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）
- 現物の作品
- デモビデオ（最長 1 分）



## エクスペリエンシャル・デザイン

### DE14 ポイント・オブ・セール：スマート・スケール

購入ポイントで販売量を促進するためデザインされたプロダクト&シェルフ・ディスプレイ、インストア・マーチャンダイジング、サイネージ、ポスター、POSコミュニケーション、立体グラフィックス、リテール・バッグ&ボックス等を含むインストア・コミュニケーション。

注：「スマート・スケール」とは作品自体のサイズを指します。数量や配布規模を指しません。

### DE15 ポイント・オブ・セール：ラージ・スケール

購入ポイントの小売店・専門店、ポップアップ・ストア、インスタレーション等の、永続的または一時的な建築。

注：「ラージ・スケール」とは作品自体のサイズを指します。数量や配布規模を指しません。

### DE16 展示会、イベント&公共の環境

展示会、インスタレーション、フェスティバル、イベント、エキスポ、見本市、美術館／博物館、オフィス／居住空間、輸送／トランジット空間。

## 提出資料

[\\*\\*\\*ガイドラインはこちら](#)

### 必須

- デジタル・プレゼンテーション画像またはデジタル画像

### オプション

- プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- 現物の作品
- デモビデオ（最長1分）

## デジタル・デザイン

### DE17 モーション・デザイン

モーション・グラフィックス、ビデオ、ムービング・イメージ、アニメーション。

## 提出資料

[\\*\\*\\*ガイドラインはこちら](#)

### 必須

- オリジナル作品
- デジタル・プレゼンテーション画像
- クライアントの推薦文

### オプション

- プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）

### DE18 デジタル&インタラクティブ・デザイン

カスタマー・ジャーニーと体験を促進するデジタル・プラットフォームに対応するように制作されたデザイン。静止画グラフィック、アイコン、Webサイト、マイクロサイト、デジタル・ポスター、デジタル出版物、アプリ、デジタル・インスタレーション等。

### 必須

- プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- デジタル・プレゼンテーション画像
- クライアントの推薦文

### DE19 ソーシャル関連デザイン

Facebook、Instagram、X、TikTok、Snapchat、その他のソーシャル・プラットフォームでのキャンペーンを含みますがこれらに限定されないクリエイティブなデザインを通じて、ソーシャル・メディアのエンゲージメントを促進するキャンペーン。

### オプション

- URL

## イノベーション

### DE20 イノバティブ・デザイン

技術、生産工程、素材の使用方法の独創的な利用を再定義または探求する革新的なデザイン。

注：応募資格を得るには、作品は少なくともプロトタイプ段階である必要があります。概念的なアイデアは資格がありません。プロトタイプ作品については、スケーラビリティおよび制作実行可能性も評価されます。

## 提出資料

[\\*\\*\\*ガイドラインはこちら](#)

### 必須

- プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- デジタル・プレゼンテーション画像
- クライアントの推薦文

### オプション

- URL
- 現物の作品
- デモビデオ（最長1分）



## イノベーション

### DE21 サステナブル・デザイン

社会問題や環境問題に取組む革新的なデザインで、永続的で前向きな変化を生み出す長期的かつ持続可能なソリューションを提供するもの。持続可能なエネルギー、教育、健康と衛生、災害救助ソリューションなどを含みますがこれに限定されません。

**注：**応募資格を得るには、作品は少なくともプロトタイプ段階である必要があります。概念的なアイデアは資格がありません。プロトタイプ作品については、スケーラビリティおよび制作実行可能性も評価されます。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・クライアントの推薦文

### オプション

- ・URL
- ・現物の作品
- ・デモビデオ（最長 1 分）

## キャンペーン・エクセレンス

### DE22 インテグレーテッド・デザイン・キャンペーン

複数のメディアを効果的かつシームレスに活用するキャンペーン。

### DE23 インクルーシブ・デザイン \*新設\*

障害のある個人、過小評価されたコミュニティやさまざまな社会文化的背景のニーズを反映した、包括的なデザイン原則を示す、多様な視聴者のためのアクセシビリティとエンゲージメントに対応するデザイン。

### DE24 創造性を通じたレジリエンス

予算の制約、市場環境の変化、社会的問題、消費者行動の変化などの課題に直面したときに、ブランドのレジリエンスと解決策を示すアイデアと創造的なソリューション。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・クライアントの推薦文

### オプション

- ・URL
- ・現物の作品
- ・デモビデオ（最長 1 分）

## ロータス・ルーツ

### LRDE ロータス・ルーツ

ロータス・ルーツは、ADFEST 独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体现した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・文化的背景の解説
- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像またはデジタル画像
- ・クライアントの推薦文

### オプション

- ・URL
- ・オリジナル作品
- ・現物の作品
- ・デモビデオ（最長 1 分）



デジタル&ソーシャル・ロータスは、消費者をエンゲージし、消費者体験を向上させることを目的とした、デジタルおよびソーシャル・プラットフォームやそのツールと能力の創造的活用に贈られます。審査員は、創造的なアイデア、実施内容および消費者エンゲージメントに重点を置いて審査・決定します。

キャンペーン／実施内容のセットごとに1エントリーと数えます。

## プロダクト&サービス \*新設\*

### DI01 コンシューマー・グッズ

食品・飲料、美容・ヘルスケア製品、医薬品、家庭用メンテナンス・掃除用製品、電子機器・家電製品、家庭用装飾・家具、ファッション、玩具、スポーツウェア・用具、その他の日用消費財・耐久消費財。

### DI02 オートモーティブ

車両、ボート、その他の自動車で、自動車アクセサリーを含む。

### DI03 リテール、レジャー&エンターテイメント

オンラインストア等の小売店、カフェやバー等のレストラン。輸送・旅行サービス、ホテル・リゾート、スポーツ、ゲーム、ギャンブル、その他のレクリエーション施設、フェスティバル・イベント、美術館・博物館。映画、音楽、出版、放送局、デジタル・プラットフォーム、ストリーミングサービスプロバイダー、ポッドキャスト、音楽サービス、その他のメディア・エンターテイメントサービス。

### DI04 ファイナンス、ビジネス&コマーシャル・パブリック・サービス

金融・投資機関、保険、不動産。B2B、B2C、その他の専門的なビジネスサービス。電気通信、廃棄物管理、教育、法の執行、公益事業、医療を含む商業公共サービス。

### DI05 PR01 コーポレート・イメージ&コーポレート・ソーシャル・レスポンシビリティ

より良い社会作りのために社会、環境、経済的な課題に取り組むブランドの協調的努力とコミットメントで、企業イメージの向上にもつながるもの。

### DI06 パブリック・サービス&コード・アピール

健康と安全、環境問題、社会問題、公共サービス問題についての認識を高め、市民の意識や行動を変えるための、非営利組織、財団、慈善団体、NGOによる告知。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

## 必須

- ・ URL
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文



## フィルム&シリーズ

注：1つの作品は、フィルム&シリーズに1度だけエントリーができます。

### DI07 ソーシャル・フィルム

広くシェアするためにソーシャル・プラットフォーム用に特に作成された動画。審査員は、ビュー数を考慮します。

### DI08 ソーシャル・フィルム・シリーズ

広くシェアするためにソーシャル・プラットフォーム用に特に作成された動画シリーズ。審査員は、ビュー数を考慮します。

注：すべてのエピソードは、1つのビデオファイルにアップロードし、各エピソードの間に3秒間の黒味を挟んでください。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ URL
- ・ オリジナル動画
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）

## ソーシャル・エンゲージメント

応募作品は、その実施においてどのようにソーシャル・プラットフォームが上手に活用されたかに、特に重点を置いて審査されます。

### DI09 コミュニティ・エンゲージメント&マネジメント ソーシャル・メイ

ア・プラットフォーム、ネットワーキングサイト、ソーシャルアクティビティ等で、ターゲットを絞り、構築し、オンラインコミュニティにエンゲージしたり、維持したりして、ブランドと消費者との関係を構築し強化するキャンペー

ン。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ URL
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### DI10 リアルタイム・レスポンス

ソーシャル・メディア・プラットフォーム、ネットワーキングサイト、ソーシャルアクティビティ等を効果的に活用して、リアルタイムの応答やソーシャル・エンゲージメントを求めるキャンペーン。

### 必須

- ・ URL
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### DI11 ユース・オブ・データ

ソーシャル・プラットフォーム、モバイル、その他のポータブルデバイス上のデータとインサイトを効果的に活用して、消費者を社会的にエンゲージさせ、ブランドとの関係を強化するキャンペーン。

### オプション

- ・ デモビデオ（最長1分）

### DI12 ブランド・ストーリーテリング

ストーリーテリングを通じてソーシャル・プラットフォーム上で消費者を効果ストーリーテリングを通じて消費者をソーシャル・プラットフォームに効果的にエンゲージさせ、ブランドとの消費者関係を強化するキャンペーン。引き込み、ブランドと消費者の関係を強化するキャンペーン。

### 必須

- ・ URL
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### DI13 ソーシャル・コマース

ソーシャル・メディア・プラットフォーム、ネットワーキングサイト、ソーシャルアクティビティ等を効果的に活用して、eコマースやmコマースの売上を促進するキャンペーン。

### DI14 社会的目的

ソーシャル・メディア・プラットフォーム、ネットワーキングサイト、ソーシャルアクティビティ等を効果的に活用して、社会的理由のためソーシャル・エンゲージメントや活動を求めるキャンペーン。



## コンテンツ&インフルエンサー

### DI15 ユーザー・ジェネレーテッド・コンテンツ

ソーシャル・プラットフォームで消費者をエンゲージさせ、ブランドに参加し、共同作業を行うことで、ブランドとの関係を強化するキャンペーン。

### DI16 コンテンツ配置

ソーシャル・プラットフォーム上のコンテンツ配置を効果的に活用して、消費者を社会的にエンゲージさせ、ブランドとの関係を強化するキャンペーン。

### DI17 ユース・オブ・インフルエンサー

デジタル&ソーシャル・プラットフォームでタレント、セレブリティ、インフルエンサー、KOL、クリエイター等を効果的に活用またはコラボレーションして、消費者をエンゲージさせる相乗効果を創造し、ブランドとの関係を強化するキャンペーン。

### DI18 クロスチャネル・ストーリーテリング \*新着\*

クリエイターを効果的に活用したり提携したりして、デジタル、ソーシャル、および伝統的なメディアをシームレスにまたがる一貫した物語を展開するキャンペーン。応募作品は、クリエイターの真の声と独特的のコンテンツを活用して、多様な視聴者を魅了し、リーチを拡大し、複数のタッチポイントにわたって測定可能な影響を持つ統一されたブランドメッセージを配信する必要があります。

### DI19 オーガニッククリーチ&インフルエンス

ソーシャル・プラットフォームでオーガニッククリーチを効果的に達成するキャンペーンで、セレブリティ、インフルエンサー、KOL、クリエイター等がキャンペーンを取り上げることで、キャンペーンのリーチをさらに拡大します。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- URL
- プrezentation・ビデオ（最長2分）
- デジタル・プレゼンテーション画像
- クライアントの推薦文

## モバイル&ポータブルデバイス \*新着\*

### DI20 ユース・オブ・モバイル

携帯やポータブルデバイスのモバイルウェブサイト、アプリ、ゲーム等のモバイルが中心的役割を担うキャンペーン。

### DI21 ユーザー・エクスペリエンス・フォー・モバイル

有用性、利便性、顧客と製品とのインタラクション（相互作用）を通じた楽しさの向上による顧客満足とロイヤルティを向上させる、モバイル向けのユーザー体験デザインのキャンペーン。

### DI22 モバイルゲーム

モバイルフォン、タブレットその他のポータブルデバイス用にデザインされたゲームまたはゲーム関連のデザインのキャンペーンで、プレ・インストール式、ダウンロード式、モバイルWebサイトにホストされている形式のいずれも対象となります。

### DI23 アプリケーション&ユーティリティー

消費者をブランドにエンゲージするためのモバイルおよびポータブルデバイス用にデザインされたアプリケーションとユーティリティーを有効に活用したキャンペーン。プレ・インストール、ダウンロード、配信のいずれも対象となります。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- URL またはアプリへの URL リンク
- ビデオプレゼンテーション（最大。2分）
- デジタル・プレゼンテーション画像
- クライアントの推薦文

### オプション

- デモビデオ（最長1分）



## モバイル&ポータブルデバイス \*新着\*

### DI24 モバイル・テクノロジー

ジオロケーション・テクノロジー、近接技術、没入型および新興技術、ニュー・リアリティー、ゲーミフィケーション、仮想世界、音声起動テクノロジー、ブロックチェーンテクノロジー、ウェアラブル・テクノロジー、接続機器、ノイズキャンセル、インターラクティブ&タッチテクノロジー、その他モバイル向け技術をクリエイティブに活用したキャンペーン

注：エマージング・テクノロジーには、初期段階の技術のプロトタイプは含まれません。

### 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

#### 必須

- ・ URL またはアプリへの URL リンク
- ・ ビデオプレゼンテーション（最大。2 分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

#### オプション

- ・ デモビデオ（最長 1 分）

## イノベーション&テクノロジー

### DI25 ニュー・リアリティー&エマージング・テクノロジー

AI、新しい現実（VR、AR、MR、XR）、ゲーミフィケーション、仮想世界、ウェアラブル・テクノロジー、ジオロケーション・テクノロジー（RFID、NFC、GPS）、音声起動テクノロジー、ブロックチェーンテクノロジー、その他のあらゆる新興テクノロジー等の没入型および新しい技術を効果的に活用して、ソーシャル・プラットフォームで消費者をエンゲージさせ、ブランドとの関係を強化するキャンペーン。

注：エマージング・テクノロジーには、初期段階の技術のプロトタイプは含まれません。

### DI26 イノバティブ・ユース・オブ・ソーシャル

ソーシャル・メディア・プラットフォーム、ネットワーキングサイト、ソーシャルアクティビティ、オンラインコミュニティ等を創造的かつ革新的に活用して、消費者との関わりを深め、ブランドとの関係を強化するキャンペー

### 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

#### 必須

- ・ URL
- ・ プrezentation・ビデオ（最長 2 分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

#### オプション

- ・ デモビデオ（最長 1 分）

## キャンペーン・エクセレンス

### DI27 ユース・オブ・プラットフォーム \*新設\*

ソーシャル・メディア・プラットフォームの特定の機能を適切に活用して、消費者を効果的に引き付け、コンテンツをプラットフォームの強み、視聴者の行動、ツールに合わせてカスタマイズすることで、キャンペーンの効果を最大化するキャンペーン。

### DI28 インテグレーテッド・デジタル&ソーシャル・キャンペーン

複数のソーシャル・プラットフォーム／チャネルを効果的かつシームレスに活用するキャンペーン。

### DI29 創造性を通じたレジリエンス

予算の制約、市場環境の変化、社会的問題、消費者行動の変化などの課題に直面したときに、ブランドのレジリエンスと解決策を示すアイデアと創造的なソリューション。

### 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

#### 必須

- ・ URL
- ・ プrezentation・ビデオ（最長 2 分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

#### オプション

- ・ デモビデオ（最長 1 分）



## ロータス・ルーツ

### LRDI ロータス・ルーツ

ロータス・ルーツは、ADFEST 独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体現した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 文化的背景の解説
- ・ URL
- ・ プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ オリジナル作品
- ・ デモビデオ（最長 1 分）



デジタル・クラフト・ロータスは、デザインと機能がユーザー体験を強化し、あるいはデジタル要素を上手に利用した、テクノロジーにおけるクラフトマンシップの価値に対して贈られます。審査員は、創造的なアイデア、その実施におけるクラフトマンシップ、およびユーザー体験に重点を置いて審査・決定します。

キャンペーン／実施内容のセットごとに1エントリーと数えます。

デザイン	提出資料
作品全体の美的価値。	<b>***ガイドラインは<a href="#">こちら</a></b>
<b>CD01 ユーザー・インターフェース（UI）</b> デジタル・プラットフォームにおける、ユーザー・インターフェースのデザイン表示および全体的なユーザー体験を通じた消費者との交流によるブランド価値の最適化。	<u>必須</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>URL</li> <li>プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）</li> <li>デジタル・プレゼンテーション画像</li> <li>クライアントの推薦文</li> </ul>
<b>CD02 ビデオ&amp;動画</b> 美的価値およびユーザー体験を高めるオンラインビデオや動画、モーション・グラフィックス、アニメーション、インタラクティブビデオ、その他のデジタル映像の使用。	<u>オプション</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>オリジナル作品</li> <li>デモビデオ（最長1分）</li> </ul>
<b>CD03 デジタル・イラストレーション&amp;イメージ・デザイン</b> ユーザー体験を強化するために、3Dモデリング、静止画、写真、アートワーク、イメージ・マニピュレーション（加工）を含むデジタル・プラットフォーム上で、クリエイティブな方法で活用されたデジタル・イラストレーションおよびイメージ・デザイン。	
<b>CD04 音楽&amp;サウンドデザイン</b> ユーザー体験を強化するためにクリエイティブな方法で活用された、ブランド化された音楽またはサウンドデザイン。	
<b>CD05 全体的なデザインの美しさ</b> ユーザー体験を強化する、作品全体のデザインの美しさ。	

機能	提出資料
作品の実用性、機能性&パフォーマンス。	<b>***ガイドラインは<a href="#">こちら</a></b>
<b>CD06 ユーザー体験&amp;ジャーニー・デザイン</b> 作品のデザインがどのように、全体として統一感があり双方のユーザー体験に結実しているかを、機能性に重点を置いて評価します。	<u>必須</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>URL</li> <li>プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）</li> <li>デジタル・プレゼンテーション画像</li> <li>クライアントの推薦文</li> </ul>
<b>CD07 ネイティブ&amp;ビルトイン・フィーチャー・インテグレーション</b> モバイル、タブレット、デスクトップ、ラップトップ、あるいはビルトイン・カメラ、マイク、タッチスクリーン、ブルートゥース、モバイル・センサー、GPS等の各種デジタル機器・装置における、組み込み型および既存の一体型フィーチャー（機能）を創造的に活用した作品。	<u>オプション</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>オリジナル作品</li> <li>デモビデオ（最長1分）</li> </ul>
<b>CD08 エクスペリエンス・デザイン：マルチプラットフォーム</b> VR、AR、MR、XR、デジタル・インスタレーション、モーション・チエア、マルチ・スクリーン、マルチ・ディメンショナル体験などを含む、没入型のデジタル体験（大規模、小規模の両方を含む）やイベント。	



## データ&テクノロジー

### CD09 ユース・オブ・データ

消費者の体験を強化および／またはビジネスの販売を促進する、消費者とのエンゲージメントを目的として、データの収集、編集、開発および／または可視化といった革新的な活用を実行したキャンペーン。審査員団は、ブランド体験を向上させるために、いかにデータが提供され、または活用されたのかを評価の対象とします。

### CD10 ユース・オブ・テクノロジー

ブランド体験を向上させるために、チャットボット、オートメーション、アバター、バーチャル・インフルエンサー、アプリ、クラウドサービス等、既存または振興テクノロジーを革新的に活用するキャンペーン。

**注：**これには初期段階の技術のプロトタイプは含まれません。

### CD11 ユース・オブ・AI \*新設\*

機械学習、自然言語処理、コンピュータービジョン、予測分析、生成ツールなどを含みますがこれに限定されないAIを革新的に活用して、消費者の関心を引付け、効率性を向上させ、ブランド体験を強化するキャンペー

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ URL
- ・ プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ オリジナル作品
- ・ デモビデオ（最長 1 分）

## ロータス・ルーツ

### LRCD ロータス・ルーツ

ロータス・ルーツは、ADFEST 独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体现した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 文化的背景の解説
- ・ URL
- ・ プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ オリジナル作品
- ・ デモビデオ（最長 1 分）



ダイレクト・ロータスは、トラディショナルなダイレクト・マーケティングの範疇を超えて、消費者およびビジネス・トゥ・ビジネス（B2B）に関する、計測可能な結果を出せるあらゆるコミュニケーションを対象とします。成果を測定できるシンプルで明確な方法があれば、ダイレクト媒体を個別にあるいは組み合わせて使用できます。ダイレクト・コミュニケーションの鍵は「ターゲティッド・リレーションシップと計測できる成果です。

審査員がダイレクト・ロータスを審査する際の 5 基準と配点は以下の通りです：

- |                      |     |
|----------------------|-----|
| クリエイティビティ／アイデア／インサイト | 40% |
| 戦略                   | 10% |
| 実施内容                 | 20% |
| 結果                   | 20% |
| クリエイティブ・ターゲティング      | 10% |

キャンペーン／実施内容のセットごとに 1 エントリーと数えます。

プロダクト&サービス <small>*新設*</small>		提出資料 ***ガイドラインは <a href="#">こちら</a>
<b>DM01 コンシューマー・グッズ</b>	食品・飲料、美容・ヘルスケア製品、医薬品、家庭用メンテナンス・掃除用製品、電子機器・家電製品、家庭用装飾・家具、ファッショング、玩具、スポーツウェア・用具、その他の日用消費財・耐久消費財。	<b>必須</b> ・ 作品説明書 ・ プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分） ・ デジタル・プレゼンテーション画像 ・ クライアントの推薦文
<b>DM02 オートモーティブ</b>	車両、ボート、その他の自動車で、自動車アクセサリーを含む。	<b>オプション</b> ・ URL ・ 現物の作品 ・ デモビデオ（最長 1 分）
<b>DM03 リテール、レジャー&amp;エンターテイメント</b>	オンラインストア等の小売店、カフェやバー等のレストラン。輸送・旅行サービス、ホテル・リゾート、スポーツ、ゲーム、ギャンブル、その他のレクリエーション施設、フェスティバル・イベント、美術館・博物館。映画、音楽、出版、放送局、デジタル・プラットフォーム、ストリーミングサービスプロバイダー、ポッドキャスト、音楽サービス、その他のメディア・エンターテイメントサービス。	
<b>DM04 ファイナンス、ビジネス&amp;コマーシャル・パブリック・サービス</b>	金融・投資機関、保険、不動産。B2B、B2C、その他の専門的なビジネスサービス。電気通信、廃棄物管理、教育、法の執行、公益事業、医療を含む商業公共サービス。	
<b>DM05 コーポレート・イメージ&amp;コーポレート・ソーシャル・レスポンシビリティ</b>	より良い社会作りのために社会、環境、経済的な課題に取り組むブランドの協調的努力とコミットメントで、企業イメージの向上にもつながるもの。	
<b>DM06 パブリック・サービス&amp;コード・アピール</b>	健康と安全、環境問題、社会問題、公共サービス問題についての認識を高め、市民の意識や行動を変えるための、非営利組織、財団、慈善団体、NGOによる告知。	



## ユース・オブ・ダイレクト

### DM07 郵便物

グリーティング・カード、インサート類、サンプル／ポップアップメールを含む、明確で計測可能な結果が出せる平面および立体郵便物。

### DM08 フィルム&オーディオ

明確で計測可能な結果が出せる、テレビ、映画、Web、モバイルまたはアウトドア向けに制作された動画作品、あるいはラジオその他のオーディオ・メディアのために制作されたラジオ・スポット、DJの話、ラジオ・プロモーション等。

### DM09 プリント&アウトドア

直接行動喚起し、計測可能な結果が出せる、印刷作品あるいは在来型アウトドア・コミュニケーション作品。雑誌、新聞、ポスター、ビルボード、デジタルスクリーン等が含まれます。

### DM10 アンビエント：スマール・スケール

近隣の地域や環境を利用し、直接行動喚起し、計測可能な結果が出せる作品。スマール・スケール（小規模）には、グラス、ナップキン、ビアマット、灰皿、給油ポンプ、フライヤー、ステッカー、サイネージ等が含まれます。

**注：**「スマール・スケール」とは作品自体のサイズを指します。数量や配布規模を指しません。

### DM11 アンビエント：ラージ・スケール

近隣の地域や環境を利用し、直接行動喚起し、計測可能な結果が出せる作品。ラージ・スケールには、超大型で標準外の形状の土地、床メディア、イベント、ライブ・スタント等が含まれます。

**注：**「ラージ・スケール」とは作品自体のサイズを指します。数量や配布規模を指しません。

### DM12 フィールド・マーケティング

明確で測定可能な結果を出す、消費者をターゲットとした対面で関係を築くフィールド・マーケティングには、ショッパー・マーケティング・キャンペーン、オン・グラウンド・プロモーション、イベント、サンプリング、戸別訪問、ダイレクト・セールス等が含まれます。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ 現物の作品
- ・ デモビデオ（最長1分）

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文



## デジタル

### DM13 オンライン&デジタル・プラットフォーム

Web サイト、マイクロサイト、Web バナー広告、eDM、メッセージング、ウィジェット、ゲーム、検索エンジン、バイラル・キャンペーン等を含むオンラインやデジタル・プラットフォームを使用したアクティビティが、明確で計測可能な結果が出せる作品。

### DM14 ユース・オブ・ソーシャル・メディア・プラットフォーム

明確で測定可能な結果を出すソーシャル・メディア・プラットフォーム、ネットワーキングサイト、ソーシャルアクティビティ、ストリーミング・プラットフォーム、オンラインコミュニティ、ブログ等のソーシャル・プラットフォームの利用。

### DM15 モバイル&デバイス

モバイルアプリケーション、ウィジェット、Bluetooth、ジオロケーション・テクノロジー (RFID、NFC、GPS) 、QR コード等、モバイルおよびポータブルデバイスのための技術の使用。

### DM16 リアルタイム・レスポンス

明確で測定可能な結果を出すリアルタイムの応答を求める、消費者をターゲットにしたダイレクト・マーケティング・ツールとアクティビティの利

### DM17 ユーザー・ジェネレーテッド・コンテンツ

明確で測定可能な消費者エンゲージメント、参加、および／またはブランドコラボレーションに消費者をエンゲージさせるダイレクト・マーケティング・ツールとアクティビティの利用。

## 提出資料

[\\*\\*\\*ガイドラインはこちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長 2 分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL

## データ&テクノロジー

### DM18 ユース・オブ・データ

明確で測定可能な結果を出し、特定の消費者を消費者にエンゲージし関係を構築するため特定し、プロファイルし、ターゲットとするために、データを効果的に活用しているキャンペーン。

### DM19 ニュー・リアリティー&エマージング・テクノロジー

明確で測定可能な結果を消費者に提供するために、AI、新しい現実 (VR、AR、MR、XR) 、ゲーミフィケーション、仮想世界、ウエアラブル・テクノロジー、ジオロケーション・テクノロジー (RFID、NFC、GPS) 、音声起動テクノロジー、ロックチェーンテクノロジー、その他のあらゆる新興テクノロジー等の没入型および新しい技術を効果的に活用するキャンペーン。

注：エマージング・テクノロジーには、初期段階の技術のプロトタイプは含まれません。

## 提出資料

[\\*\\*\\*ガイドラインはこちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長 2 分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL

### DM20 ユース・オブ・ゲーム

明確で測定可能な結果を消費者に提供するために、特定の消費者をターゲットにした、オンラインゲーム、モバイルゲーム、ゲーム体験、シミュレーショントークン、パズル等、効果的にゲームを活用するキャンペーン。



## 戦略

### DM21 カスタマー・アクイジション&リテンション

消費者がブランドと関係を作る／維持することやブランドへの消費者のロイヤルティを促進するためのキャンペーン。

**注：応募者は、キャンペーンが消費者のロイヤリティを維持したことを示さなければなりません（対象期間：過去2年間）。**

### DM22 ロンチ／再ロンチ

ブランド、製品またはサービスのロンチまたは再ロンチのためのキャンペー

## 提出資料

[\\*\\*\\*ガイドラインはこちら](#)

### 必須

- ・作品説明書
- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・クライアントの推薦文

## キャンペーン・エクセレンス

### DM23 予算内でのブレークスルー \*新設\*

限られた予算とリソースの中で、創造的かつ効果的に戦略を策定し、課題を克服するキャンペーン。応募作品は、キャンペーンが直面する課題や限られたリソースを明確にする必要があります。

## 提出資料

[\\*\\*\\*ガイドラインはこちら](#)

### 必須

- ・作品説明書
- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・クライアントの推薦文

### オプション

- ・URL
- ・現物の作品
- ・デモビデオ（最長1分）

### DM24 インテグレーテッド・ダイレクト・キャンペーン

複数のメディア／チャネルを効果的かつシームレスに活用しているキャンペー

ーン。応募作品には、キャンペーンの計測結果の詳細を含んでいなければな

りません。

### DM25 創造性を通じたレジリエンス

予算の制約、市場環境の変化、社会的問題、消費者行動の変化などの課題に直面したときに、ブランドのレジリエンスと解決策を示すアイデアと創造的なソリューション。

## ロータス・ルーツ

### LRDM ロータス・ルーツ

ロータス・ルーツは、ADFEST 独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体现した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。

## 提出資料

[\\*\\*\\*ガイドラインはこちら](#)

### 必須

- ・作品説明書
- ・文化的背景の解説
- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・クライアントの推薦文

### オプション

- ・URL
- ・現物の作品
- ・デモビデオ（最長1分）



エフェクティブ・ロータスは、クリエイティブであるだけでなく、重要で測定可能な影響を与える作品に贈られます。

審査員がエフェクティブ・ロータスを審査する際の4基準と配点は以下の通りです：

- |                        |     |
|------------------------|-----|
| ・ クリエイティビティ／アイデア／インサイト | 30% |
| ・ 戦略                   | 15% |
| ・ 実施内容                 | 15% |
| ・ 結果                   | 40% |

キャンペーン／実施内容のセットごとに1エントリーと数えます。

プロダクト&サービス *新設*		提出資料 ***ガイドラインは <a href="#">こちら</a>
		<u>必須</u>
<b>EF01</b>	コンシューマー・グッズ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 作品説明書</li> <li>・ プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）</li> <li>・ デジタル・プレゼンテーション画像</li> <li>・ クライアントの推薦文</li> </ul>
<b>EF02</b>	自動車	<u>オプション</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ URL</li> </ul>
<b>EF03</b>	リテール、レジャー&エンターテイメント	
<b>EF04</b>	ファイナンス、ビジネス&コマーシャル・パブリック・サービス	
<b>EF05 PR01</b>	コーポレート・イメージ&コーポレート・ソーシャル・レスポンシビリティ	
<b>EF06</b>	パブリック・サービス&コード・アピール	



## キャンペーン・エクセレンス

### EF07 キャンペーン・サクセス

特定の目標を達成するために測定可能な成功を示すキャンペーン。

**注：**応募者は、**キャンペーン効果を示すために、実施の結果増加した具体的な数字／数量を提示しなければなりません（エントリー目的で単に増加率だけを提示するのではなく）。**

### EF08 ロング・ターム・クリエイティビティ

特定の目標を長年にわたって達成するために、長期的に測定可能な成功を示すキャンペーン。

**注：**応募者は、**長期キャンペーンにおいてどのようにブランド有効性が持続されたのかを示さなければなりません（対象期間：過去3年）。**

### EF09 予算内でのブレークスルー \*新設\*

限られた予算とリソースの中で、創造的かつ効果的に戦略を策定し、課題を克服するキャンペーン。応募作品は、キャンペーンが直面する課題や限られたリソースを明確にする必要があります。

### EF10 ロンチ／再ロンチ

ブランド、製品またはサービスのロンチまたは再ロンチのためのキャンペーン。

### EF11 カスタマーアクイジション&リテンション

消費者を効果的にターゲティングして、ブランドとのエンゲージメントを促進したり、関係を強化したりするキャンペーン。

**注：**応募者は、新規の顧客活動の増加数／数量を提示しなければなりません。

### EF12 コラボレーション&パートナーシップ

目標達成のための効果的なブランドコラボレーションまたはパートナーシップを示すキャンペーン。

**注：**応募者は、コラボレーションまたはパートナーシップが業績にどのような影響を与えるか示さなければなりません。

### EF13 創造性を通じたレジリエンス

予算の制約、市場環境の変化、社会的問題、消費者行動の変化などの課題に直面したときに、ブランドのレジリエンスと解決策を示すアイデアと創造的なソリューション。

## ロータス・ルーツ

### LREF ロータス・ルーツ

ロータス・ルーツは、ADFEST 独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体现した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ 文化的背景の解説
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL



エンターテイメント・ロータスは、消費者を引き付けるためプラットフォームにシームレスに制作または共同制作された、ブランドが資金を提供するクリエイティブなコンテンツやエンターテインメントに贈られます。

審査員がエンターテイメント・ロータスを審査する際の**4基準**と配点は以下の通りです：

・ クリエイティビティ／アイデア／インサイト	30%
・ 戦略	20%
・ 実施内容	20%
・ 結果	30%

実施内容／キャンペーン／実施内容のセットごとに**1エントリー**と数えます。

プロダクト&サービス <b>*新設*</b>		提出資料
<b>EN01 コンシューマー・グッズ</b>		***ガイドラインは <a href="#">こちら</a>
食品・飲料、美容・ヘルスケア製品、医薬品、家庭用メンテナンス・掃除用製品、電子機器・家電製品、家庭用装飾・家具、ファッション、玩具、スポーツウェア・用具、その他の日用消費財・耐久消費財。		<b>必須</b>
<b>EN02 オートモーティブ</b>		・ 作品説明書 ・ プレゼンテーション・ビデオ（最長2分） ・ デジタル・プレゼンテーション画像 ・ クライアントの推薦文
車両、ボート、その他の自動車で、自動車アクセサリーを含む。		<b>オプション</b> ・ URL
<b>EN03 リテール、レジャー&amp;エンターテイメント</b>		
オンラインストア等の小売店、カフェやバー等のレストラン。輸送・旅行サービス、ホテル・リゾート、スポーツ、ゲーム、ギャンブル、その他のレクリエーション施設、フェスティバル・イベント、美術館・博物館。映画、音楽、出版、放送局、デジタル・プラットフォーム、ストリーミングサービスプロバイダー、ポッドキャスト、音楽サービス、その他のメディア・エンターテイメントサービス。		
<b>EN04 ファイナンス、ビジネス&amp;コマーシャル・パブリック・サービス</b>		
金融・投資機関、保険、不動産。B2B、B2C、その他の専門的なビジネスサービス。電気通信、廃棄物管理、教育、法の執行、公益事業、医療を含む商業公共サービス。		
<b>EN05 コーポレート・イメージ&amp;コーポレート・ソーシャル・レスポンシビリティ</b>		
より良い社会作りのために社会、環境、経済的な課題に取り組むブランドの協調的な努力とコミットメントで、企業イメージの向上にもつながるもの。		
<b>EN06 パブリック・サービス&amp;コード・アピール</b>		
健康と安全、環境問題、社会問題、公共サービス問題についての認識を高め、市民の意識や行動を変えるための、非営利組織、財団、慈善団体、NGOによる告知。		



## フィルム

### EN07 フィクション&ノンフィクション・フィルム：最長 5 分

TV、映画、オンライン、ビデオオンデマンド、ストリーミング・プラットフォーム用のブランド・フィクション&ノンフィクション・フィルム、シリーズ、ドキュメンタリー、ドキュシリーズ、リアリティーフィルム。

**注：**シリーズ&ドキュシリーズでは、全エピソードは、1つのビデオファイルにアップロードし、各エピソードの間に3秒間の黒味／カラーを挟んでください。

### EN08 フィクション&ノンフィクション・フィルム：5~30 分

TV、映画、オンライン、ビデオオンデマンド、ストリーミング・プラットフォーム用のブランド・フィクション&ノンフィクション・フィルム、シリーズ、ドキュメンタリー、ドキュシリーズ、リアリティーフィルム。

**注：**シリーズ&ドキュシリーズでは、全エピソードは、1つのビデオファイルにアップロードし、各エピソードの間に3秒間の黒味／カラーを挟んでください。

### EN09 フィクション&ノンフィクション・フィルム：30 分以上

TV、映画、オンライン、ビデオオンデマンド、ストリーミング・プラットフォーム用のブランド・フィクション&ノンフィクション・フィルム、シリーズ、ドキュメンタリー、ドキュシリーズ、リアリティーフィルム。

**注：**シリーズ&ドキュシリーズでは、全エピソードは、1つのビデオファイルにアップロードし、各エピソードの間に3秒間の黒味／カラーを挟んでください。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ オリジナル動画
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）

## 音楽&オーディオ

### EN10 ミュージックビデオ \*新設\*

ブランドとアーティストが共同作業を行いブランドやアーティストを宣伝する、ミュージックビデオを活用したブランドエンターテイメント。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ オリジナル作品
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）

### EN11 ブランド化された音楽コンテンツ：その他 \*新設\*

音楽コンテンツに統合されたブランドエンターテイメントで、これには、ブランドの使用のため特別に作成されたオリジナル楽曲のコンポジションも含まれます。

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### EN12 ニュース・オブ・ライセンスト/アダプテッド・ミュージック \*新設\*

ブランドを強化するため、ブランド・コミュニケーション用のライセンス/アダプト音楽トラックを活用した、ブランドエンターテインメント。

### オプション

- ・ URL
- ・ オリジナル作品

### EN13 ライブ体験：音楽

コンサート、ライブ・ Stanton、フェスティバル、イベント、インスタレーション、仮想世界等、オーディエンス体験を向上させる、音楽主導のライブ・イベントを活用したブランド・エンターテインメント。



## 音楽&オーディオ

### EN14 オーディオ・コンテンツ

ラジオ、ポッドキャスト、またはその他のオーディオ・プラットフォーム用に制作されたブランデッド・エンターテイメントまたはコンテンツ。

### EN15 音楽におけるブレークスルー \*新設\*

ブランドを再定義し向上させるため、ミュージックビデオ、ミュージックトラック、その他の音楽コンテンツなどの音楽を革新的に活用した、音楽を通じたブランデッドエンターテイメント。これは、音楽や、音楽またはオーディオの使用が達成できる可能性を変える新しいアイデア、フォーマット、テクノロジー、またはクリエイティブな実施を導入することで、慣習を超えていく作品を表彰します。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ オリジナル作品
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）

## ゲーム

必要に応じてeスポーツを含みます。

### EN16 オーディオ・コンテンツ

映画、シリーズ、ドキュメンタリー、ポスター、音楽等、ゲーム主導のコンテンツを活用したブランデッド・エンターテイメント。

**注：**シリーズ&ドキュシリーズでは、全エピソードは、1つのビデオファイルにアップロードし、各エピソードの間に3秒間の黒味を挟んでください。

### EN17 ブランド・インテグレーション、パートナーシップ&コラボレーション：ゲーム

ブランド・パートナーシップやコラボレーションがゲーム体験がシームレスに統合され、ブランドを強化する、ゲームを通じたブランデッド・エンターテイメント。

### EN18 ライブ体験：ゲーム

フェスティバル、インスタレーション、ライブ・デモンストレーション、eスポーツコンペティション、仮想世界など、ゲーム主導のライブ・イベントを活用して観客の体験を高めるブランデッド・エンターテイメント。

### EN19 コミュニティ・エンゲージメント：ゲーム

ゲームを効果的に活用し、ブランドとのソーシャル・エンゲージメントを通じてゲーム・コミュニティとの関係を確立・維持するブランデッド・エンターテイメント。

### EN20 ユース・オブ・タレント&インフルエンサー：ゲーム

ゲーマー、インフルエンサー、ストリーマー、またはクリエイターを効果的に活用・コラボレーションさせ、ゲーム・コミュニティとの関わりを深めるブランデッド・エンターテイメント。

### EN21 ゲームにおけるブレークスルー

テクノロジー、プラットフォーム、その他のメディアを革新的に活用し、ゲーム体験を再定義し、向上させる、ゲームを通じたブランデッド・エンターテイメント。これは、ゲームが実現できる可能性を変える新しいアイデア、フォーマット、テクノロジー、またはクリエイティブな実施を導入することで、慣習を超えていく作品を表彰します。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL



## スポーツ

必要に応じて e スポーツを含みます。

### EN22 フィルム&オーディオ

映画、シリーズ、ドキュメンタリー、ラジオ、音楽、その他のオーディオ・コンテンツ等、スポーツを通じたブランデッド・エンターテイメント。

**注：**シリーズ&ドキュシリーズでは、全エピソードは、1つのビデオファイルにアップロードし、各エピソードの間に3秒間の黒味を挟んでください。

### EN23 ライブ放送&ライブストリーム：スポーツ

サービスプロバイダーやライブストリームを通じたライブ放送を含む、スポーツ中継を通じたブランデッド・エンターテイメント。

**注：**サンプル動画は30分を超えてはなりません。

### EN24 ライブ体験：スポーツ

e スポーツ、イベント、インスタレーション、仮想世界等、ライブスポーツイベントを通じたブランデッド・エンターテイメント。

### EN25 コミュニティ・エンゲージメント：スポーツ

スポーツを効果的に活用し、コミュニティやファンとの関係を構築・維持することで、ブランドとの関係を強化するブランデッド・エンターテイメント。

### EN26 ニュース・オプ・タレント&インフルエンサー：スポーツ

アスリート、スポーツキャスター、インフルエンサー、ストリーマー、クリエイターなどを効果的に活用またはコラボレーションし、スポーツ・コミュニティとの関わりを深めるブランデッド・エンターテイメント。

### EN27 スポーツにおけるブレークスルー

テクノロジー、プラットフォーム、その他のメディアを革新的に活用し、スポーツ体験を再定義し、向上させる、スポーツを通じたブランデッド・エンターテイメント。これは、スポーツが実現できる可能性を変える新しいアイデア、フォーマット、テクノロジー、またはクリエイティブな実施を導入することで、慣習を超えていく作品を表彰します。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL
- ・ サンプル動画（最長30分）

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL



## ブランド・パートナーシップ&コラボレーション

### EN28 ブランド・ストーリーテリング&コンテンツ

ブランドを宣伝し、消費者の関心を引くためのブランデッド・エンターテイメントまたはコンテンツ。

### EN29 ブランド・インテグレーション、パートナーシップ&コラボレーション

ブランドを既存のプラットフォームまたはプログラムに統合するブランデッド・エンターテイメントまたはコンテンツ。これには、映画、テレビ番組、ラジオ番組、ライブストリーム等でのブランドのスポンサーシップやパートナーシップによるコラボレーションが含まれる。スポーツ主導のブランドコラボレーションを含みます。

**注：**ゲーム主導のパートナーシップまたはコラボレーションは、EN17にエントリーして下さい。

### EN30 コミュニティ・エンゲージメント

ブランドとのソーシャル・エンゲージメントを通じて、コミュニティとの関係を効果的に確立・維持するブランデッド・エンターテイメントまたはコンテンツ。

**注：**ゲーム・コミュニティへのエンゲージメントはEN19にエントリーして下さい。  
スポーツ・コミュニティへのエンゲージメントはEN25にエントリーして下さい。

### EN31 ユース・オブ・タレント&インフルエンサー:

タレント、セレブリティ、インフルエンサー、KOL、クリエイターとの戦略的コラボレーションにより、消費者をエンゲージさせ、ブランド価値を高めるブランデッド・エンターテイメントまたはコンテンツ。

**注：**ゲーマーまたはゲーム関連のインフルエンサーを起用する場合は、EN20にエントリーして下さい。ゲーマーまたはスポーツ関連のインフルエンサーを起用する場合は、EN26にエントリーして下さい。

## 体験型

### EN32 ライブ放送&ライブストリーム

サービスプロバイダーやライブストリームを通じたライブ放送を活用したブランデッド・エンターテイメントまたはコンテンツ。

**注：**サンプル動画は30分を超えてはなりません。スポーツのライブ放送&ライブストリームはEN23にエントリーして下さい。

### EN33 ライブ体験

ブランドエンターテイメントライブ Stanton、フェスティバル、イベント、インスタレーション、展示会、見本市、仮想世界等、ライブ・イベントを利用して視聴者の体験を向上させます。

**注：**音楽主導のライブ体験はEN13にエントリーして下さい。ゲーム主導のライブ体験はEN18にエントリーして下さい。スポーツ主導のライブ体験はEN24にエントリーして下さい。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL
- ・ サンプル動画（最長30分）

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL



## イノベーション&テクノロジー

### EN34 エンターテイメントにおけるダイバーシティ&インクルージョン

性別、障害、人種、宗教等、コミュニティの多様性および／または不平等の問題を取り上げたブランデッド・エンターテイメントまたはコンテンツ。

### EN35 デジタル、ソーシャル&エマージング・テクノロジー

Webサイト、マイクロサイト、ソーシャル・プラットフォーム、モバイル・テクノロジー、AI、新しい現実（VR、AR、MR、XR）、ゲーミフィケーション、仮想世界、音声起動テクノロジー、ブロックチェーンテクノロジー、その他のあらゆる新興テクノロジー等の新しいテクノロジーを活用し、消費者エンゲージメントを向上させるブランデッド・エンターテイメントまたはコンテンツ。

## キャンペーン・エクセレンス

### EN36 エンターテインメントにおけるブレークスルー

テクノロジー、プラットフォーム、その他のメディアを革新的に活用し、体験を向上させる、またはブランデッド・エンターテイメントにおける新たな卓越性を再定義する、ブランデッド・エンターテイメントまたはコンテンツ。これは、エンターこれは、テインメントが実現できる可能性を変える新しいアイデア、フォーマット、テクノロジー、またはクリエイティブな実施を導入することで、慣習を超えていく作品を表彰します。

### EN37 インテグレーテッド・エンターテインメント・キャンペーン

複数のメディアを効果的かつシームレスに活用するキャンペーン。

### EN38 創造性を通じたレジリエンス

予算の制約、市場環境の変化、社会的問題、消費者行動の変化などの課題に直面したときに、ブランドのレジリエンスと解決策を示すアイデアと創造的なソリューション。

## ロータス・ルーツ

### LREN ロータス・ルーツ

ロータス・ルーツは、ADFEST 独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体现した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ 文化的背景の解説
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL
- ・ オリジナル作品またはサンプル動画（最長30分）



フィルム・クラフト・ロータスは、完璧に実施された上で、アイデアを強化したフィルム制作におけるクラフトマンシップと優れた技術力に対して贈られます。

## フィルム・クラフト・ロータス・カテゴリー (CF01-CF16) :

- 実施内容単位で1エントリーとなります。複数の実施内容が1つのキャンペーンを構成する場合、実施内容ごとのエントリーとなり、実施内容ごとにエントリー費用が発生します。  
但しシリーズの一部であるマイクロフィルムの場合は、実施のセットとしてエントリーできます。

## プロダクションにおけるブレークスルー (CF17) およびロータス・ルーツ (LRCF) :

- 実施内容／キャンペーン／実施内容のセットごとに1エントリーと数えます。

プロダクション	提出資料 ***ガイドラインは <a href="#">こちら</a>
<b>CF01 ディレクティング</b> ます。演出家のビジョンがいかに物語を膨らませ、アイデアを強化したかが評価されます。	<b>必須</b> ・ オリジナル動画 ・ クライアントの推薦文または媒体スケジュール
<b>CF02 脚本</b> 脚本の解釈と進化がいかに物語を膨らませ、アイデアを強化するかが評価されます。脚本のオリジナルと進化版は、エージェンシーと制作会社のどちらからでも構いません。	<b>必須</b> ・ オリジナル動画 ・ 英語の脚本 ・ クライアントの推薦文または媒体スケジュール
<b>CF03 シネマトグラフィー</b> 撮影がいかに物語を膨らませ、アイデアを強化するかが評価されます。具体的にはコンポジション、写真のスタイル、照明、カメラ技術の使用等です。	<b>必須</b> ・ オリジナル動画 ・ クライアントの推薦文または媒体スケジュール
<b>CF04 プロダクション・デザイン</b> セットデザイン、ロケーションの構成、小道具デザインなどを含むプロダクション・デザイン全体から伝わる美しさ／趣きがいかに物語を膨らませ、アイデアを強化するかが評価されます。	<b>必須</b> ・ オリジナル動画 ・ クライアントの推薦文または媒体スケジュール
<b>CF05 衣装デザイン</b> 衣装デザイナーの小道具や衣装に対するビジョンが、いかに演出家のビジョン実現に寄与し、アイデアを強化するかが評価されます。	<b>推奨</b> ・ 映画制作に関わる技術や技能について、審査員の理解を促す「メイキング」(制作風景) またはデモ VOD。 (最長2分) ・ 「メイキング」(制作風景) またはデモ VDO を用意できない場合は、応募者はプレゼンテーション画像を提出できます。
<b>CF06 キャスティング</b> キャスティングがいかにアイデアに命を吹き込み、脚本の力を高めるかが評価されます。脚本はどの段階でも構いません (エージェンシーまたは制作会社／演出家)。	
<b>CF07 ユース・オブ・タレント／セレブリティ</b> タレント、セレブリティ、インフルエンサー、KOL の起用がいかにアイデアを充実させ、脚本に命を吹き込んだかが評価されます。	



## ポストプロダクション

### CF08 エディティング

編集がいかに物語を膨らませ、アイデアを強化するかが評価されます。

### CF09 スペシャル・エフェクト : AI \*新設\*

デジタル的に創られた AI 画像が、いかに物語を膨らませ、アイデアを強化するかが評価されます。AI 技術に重点が置かれます。

どの要素が AI によって生成されたかを、エントリー書面で説明してください。（例：キャラクター、環境、特殊効果）

### CF10 スペシャル・エフェクト : カメラ機材

カメラ機材の応用効果（例：パイロテクニクス、プロップの機械化、モデル、大気効果）、あるいはカメラ機材の光学効果（多重露光、ランピング・スピード、シャッター調整、タイムラプス、マット仕上げ）が、いかに物語を膨らませ、アイデアを強化するかが評価されます。

**注：デジタル・ビジュアル・エフェクトをおもに活用した作品はスペシャル・エフェクトにエントリーして下さい。デジタル・ビジュアル・エフェクト（CF11）。**

### CF11 スペシャル・エフェクト : デジタル・ビジュアル・エフェクト

デジタル的に創られ、または処理された画像（CGI）が、いかに物語を膨らませ、アイデアを強化するかが評価されます。

**注：おもにカメラ本体の機能・効果を使って製作された作品は、スペシャル・エフェクトにエントリーして下さい：カメラ機材（CF10）。**

### CF12 アニメーション（カメラ機材またはデジタル）

アニメーションの実施内容（キャラクター／アセットのデザイン、構造、2D／3D アニメーションとインテグレーション、ストップ・モーション、モーション・グラフィックス）がいかに物語を膨らませ、アイデアを強化するかが評価されます。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- オリジナル動画
- クライアントの推薦文または媒体スケジュール

### 必須

- オリジナル動画
- クライアントの推薦文または媒体スケジュール

### 推奨

- 映画制作に関わる技術や技能について、審査員の理解を促す「メイキング」（制作風景）またはデモ VOD。（最長 2 分）
- 「メイキング」（制作風景）またはデモ VDO を用意できない場合は、応募者はプレゼンテーション画像を提出できます。

## 音楽&サウンド

### CF13 オリジナル楽曲

インストゥルメンタル、ヴォーカルを問わず、映画のために作曲されたまったく新しい音楽が、いかに物語を膨らませ、アイデアを強化するかが評価されます。これにはオリジナルの歌詞、メロディー、アレンジが含まれます。

**注：CF13への応募作品は、ユース・オブ・アダプティッド・ミュージック（CF14）およびユース・オブ・ライセンスト・ミュージック（CF15）への同時エントリーはできません。**

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- オリジナル動画
- クライアントの推薦文または媒体スケジュール



## 音楽&サウンド

### **CF14 ユース・オブ・アダプテッド・ミュージック**

リミックスやカバーバージョンなど、既存の音楽をクリエイティブにアレンジすることで、いかに物語を膨らませ、アイデアを強化するかが評価されます。応募作品は、プロダクションの質、リミックスや新しいバージョンおよび／または音楽的な再編成の独創性について審査されます。

**注：**CF14への応募作品は、オリジナル楽曲（CF13）およびユース・オブ・ライセンスト・ミュージック（CF15）への同時エントリーはできません。

### **CF15 ユース・オブ・ライセンスト・ミュージック**

既存の音楽を独創的に使用し、いかに物語を膨らませ、アイデアを強化するかが評価されます。応募作品は、曲の再解釈、物語の中での効果、プロダクションの質について審査されます。

**注：**CF15への応募作品は、オリジナル楽曲（CF13）およびユース・オブ・アダプテッド・ミュージック（CF14）への同時エントリーはできません。

### **CF16 サウンドデザイン**

音楽以外のあらゆる音の要素の創造と統合が、いかに物語を膨らませアイデアを強化するかが評価されます。これには、オリジナルのサウンドエフェクト、フォーリー、アンビエント・サウンド、ダイアログ編集、オーディオ・エンジニアリングの使用が含まれます。応募作品は、創造性、技術、そしてサウンドデザインが映画の物語、雰囲気、感情的なインパクトをいかに高めるかについて審査されます。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・オリジナル動画
- ・クライアントの推薦文または媒体スケジュール

## イノベーション

### **CF17 プロダクションにおけるブレークスルー**

アイデアから実施までの制作が、制作能力を革新的に再定義するかが評価されます。プロダクションに使用される技術は、プロダクションの方法や技術の応用など、プロダクションにおける比類のない、または画期的な成果を反映している必要があります。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・オリジナル動画
- ・クライアントの推薦文または媒体スケジュール

### 推奨

- ・映画制作に関わる技術や技能について、審査員の理解を促す「メイキング」（制作風景）またはデモ VOD。（最長 2 分）
- ・「メイキング」（制作風景）またはデモ VDO を用意できない場合は、応募者はプレゼンテーション画像を提出できます。



## ロータス・ルーツ

### LRCF ロータス・ルーツ

ロータス・ルーツは、ADFEST 独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体现した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- 文化的背景の解説
- オリジナル動画
- クライアントの推薦文または媒体スケジュール

### 推奨

- 映画制作に関わる技術や技能について、審査員の理解を促す「メイキング」（制作風景）またはデモ VOD。（最長 2 分）
- 「メイキング」（制作風景）またはデモ VDO を用意できない場合は、応募者はプレゼンテーション画像を提出できます。



同じ（バージョン＆尺の長さが同一の）作品は、放送（F01-F06）に一回、オンラインフィルムに一回のみエントリーが可能です：プロダクト&サービス（F07-F16）。

放送（F01-06）、オンラインフィルム：プロダクト&サービス、バイラルフィルム（F07-F17）、その他のフィルム（F20-F21）、創造性を通じたレジリエンス（F23）：

- ・実施内容単位で1エントリーとなります。また、複数の実施内容が1つのキャンペーンを構成する場合、実施内容ごとのエントリーとなり、実施内容ごとにエントリー費用が発生します。

マイクロショートフィルム（F18）、Webシリーズ（F19）、ユース・オブ・フィルム・アズ・メディア（F22）、ロータス・ルーツ（LRF）：

- ・実施内容／キャンペーン／実施内容のセットごとに1エントリーと数えます。

創造性を通じたレジリエンス（F23）への応募作品は、放送、オンライン、またはその他のフィルムから応募できます。

放送	提出資料 ***ガイドラインは <a href="#">こちら</a>
<b>F01 放送：コンシューマー・グッズ</b> 食品・飲料、美容・ヘルスケア製品、医薬品、家庭用メンテナンス・掃除用製品、電子機器・家電製品、家庭用装飾・家具、ファッショングッズ、玩具、スポーツウェア・用具、その他の日用消費財・耐久消費財。	<b>必須</b> ・ オリジナル動画 ・ 媒体スケジュール
<b>F02 放送：オートモーティブ</b> 車両、ボート、その他の自動車で、自動車アクセサリーを含む。	
<b>F03 放送：リテール、レジャー&amp;エンターテイメント</b> オンラインストア等の小売店、カフェやバー等のレストラン。輸送・旅行サービス、ホテル・リゾート、スポーツ、ゲーム、ギャンブル、その他のレクリエーション施設、フェスティバル・イベント、美術館・博物館。映画、音楽、出版、放送局、デジタル・プラットフォーム、ストリーミングサービスプロバイダー、ポッドキャスト、音楽サービス、その他のメディア・エンターテイメントサービス。	
<b>F04 放送：ファイナンス、ビジネス&amp;コマーシャル・パブリック・サービス</b> 金融・投資機関、保険、不動産。B2B、B2C、その他の専門的なビジネスサービス。電気通信、廃棄物管理、教育、法の執行、公益事業、医療を含む商業公共サービス。	
<b>F05 放送：コーポレート・イメージ&amp;コーポレート・ソーシャル・レスポンシビリティ</b> より良い社会作りのために社会、環境、経済的な課題に取り組むブランドの協調的努力とコミットメントで、企業イメージの向上にもつながるもの。	
<b>F06 放送：パブリック・サービス&amp;コーズ・アピール</b> 健康と安全、環境問題、社会問題、公共サービス問題についての認識を高め、市民の意識や行動を変えるための、非営利組織、財団、慈善団体、NGOによる告知。	



## オンライン動画

### F07 オンラインフィルム：フード&ビバレッジ

### F08 オンラインフィルム：コンシューマー・グッズ

美容＆ヘルスケア製品、医薬品、住宅メンテナンス＆掃除製品、電子機器＆家電製品、住宅装飾用品＆家具、ファッション、玩具、スポーツウェア＆用具、その他の日用消費財＆耐久消費財。

### F09 オンラインフィルム：自動車

車両、ボート、その他の自動車で、自動車アクセサリーを含む。

### F10 オンラインフィルム：リテール

オンラインストア等の小売店、カフェやバー等のレストラン。

### F11 オンラインフィルム：トラベル＆レジャー

輸送・旅行サービス、ホテル・リゾート、スポーツ、ゲーム、ギャンブル、その他のレクリエーション施設、フェスティバル・イベント、美術館・博物館。

### F12 オンラインフィルム：メディア＆エンターテイメント

映画、音楽、出版、放送局、デジタル・プラットフォーム、ストリーミングサービスプロバイダー、ポッドキャスト、音楽サービス、その他のメディア・エンターテイメントサービス。

### F13 オンラインフィルム：ファイナンス＆不動産

金融・投資機関、保険、不動産。

### F14 オンラインフィルム：ビジネス＆コマーシャル・パブリック・サービス

B2B、B2C、その他の専門的なビジネスサービス。電気通信、廃棄物管理、教育、法の執行、公益事業、医療を含む商業公共サービス。

### F15 オンラインフィルム：企コーポレート・イメージ＆コーポレート・ソーシャル・レスポンシビリティ

より良い社会作りのために社会、環境、経済的な課題に取り組むブランドの協調的な努力とコミットメントで、企業イメージの向上にもつながるもの。

### F16 オンラインフィルム：パブリック・サービス＆コード・アピール

健康と安全、環境問題、社会問題、公共サービス問題についての認識を高め、市民の意識や行動を変えるための、非営利組織、財団、慈善団体、NGOによる告知。

### F17 バイラルフィルム

主にオンラインでのシェアまたは配信を目的として制作された動画。

### F18 マイクロショートフィルム

TikTok、Facebook、Instagram、X 等のソーシャル・プラットフォーム用のマイクロショートフィルム。

**注：実施セットは1つのエントリーとして入力できます。各マイクロショートフィルムは15秒を超えることはできず、実行の合計は60秒を超えることはできません。**

### F19 Web シリーズ

オンラインフィルムシリーズ。

**注：シリーズは、エピソードを1つのビデオファイルに組み入れた2つ以上のエピソードで構成されている必要があります。**

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ オリジナル動画
- ・ URL
- ・ クライアントの推薦文



## その他のフィルム

### F20 その他のスクリーン

テレビ、映画、オンライン以外のスクリーン用に制作されたフィルム。イベント、フェスティバル、エキスポ、ショー、展示会、その他の公的または私的なイベントが含まれます。

### F21 ニュー・リアリティー&エマージング・テクノロジー

AI、新しい現実（VR、AR、MR、XR）、ライブ・アクション・フォトグラフィー、ゲーミフィケーション、仮想世界、その他のあらゆるエマージング・テクノロジー等の没入型および新興テクノロジーを創造的に活用するフィルム。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・オリジナル動画
- ・クライアントの推薦文
- ・現場に掲出されている作品の写真

### オプション

- ・URL

### 必須

- ・オリジナル動画
- ・クライアントの推薦文

### オプション

- ・URL

### 推奨

- ・映画で活用される没入型および新興技術について、審査員の理解を促す「メイキング」（制作風景）またはデモVOD。（最長2分）

## キャンペーン・エクセレンス

### F22 フィルムにおけるブレークスルー \*新設\*

物語がどのようにして伝えられ、体験され、観客とつながるかを再定義する、フィルムという媒体を革新的に使用したキャンペーン。これは、映画が達成できる可能性を変える新しいアイデア、フォーマット、テクノロジー、またはクリエイティブな実施を導入することで、慣習を超えていく作品を表彰します。

### F23 創造性を通じたレジリエンス

予算の制約、市場環境の変化、社会的問題、消費者行動の変化などの課題に直面したときに、ブランドのレジリエンスと解決策を示すアイデアと創造的なソリューション。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・オリジナル動画
- ・クライアントの推薦文

### オプション

- ・URL
- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）



## ロータス・ルーツ

**LRF ロータス・ルーツ**

ロータス・ルーツは、ADFEST 独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体现した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。

**提出資料**

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

**必須**

- 文化的背景の解説
- オリジナル動画
- クライアントの推薦文または媒体スケジュール

**オプション**

- URL
- プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）
- 現場に掲出されている作品の写真

**推奨**

- 映画で活用される没入型および新興技術について、審査員の理解を促す「メイキング」（制作風景）またはデモ VOD。（最長 2 分）



イノーバ・ロータスの応募作品は、真の革新性、話題性、実施結果のレベルについて審査されます。単一媒体での実施作品も、複数の媒体にわたる実施作品も、エントリー可能です。

**INNOVA (イノーバ) ・ロータス**は、市場に劇的なインパクトを与えた、世界レベルの卓越したコンセプトに対して贈られます（すなわちマーケティング業界がこれまで未踏の領域に踏み出した、ユニークで画期的なアイデア／技術／デザイン／アプリ／クリエイティブ資産）。

**INNOVA (イノーバ) ・ロータス**にエントリーしてショートリストに残った作品の応募者は、審査員団と代表者に対して、**2026年3月19日(木)**にパタヤで開催される**ADFEST 2026**で作品のプレゼンテーションを行うことが求められます。

\*ショートリストに残った作品の応募者がプレゼンターを送り込めない場合、ファイナリストまたは**INNOVA (イノーバ) ・ロータス**の受賞者となる資格をはく奪される可能性があります。

同じ作品は IN01-IN03 に 1 度しかエントリーできませんが、他のサブカテゴリーには同時エントリーが可能です。実施内容／キャンペーン／実施内容のセットごとに 1 エントリーと数えます。

イノーバ・ロータス	提出資料 ***ガイドラインは <a href="#">こちら</a>
<b>IN01 イノベーション・イン・クリエイティビティ</b> キャンペーンが、クリエイティブ・アイデアや実施によるブレークスルー、あるいはコミュニケーション上／ビジネス上のソリューションをブランドにもたらすイノベーション、を実証したかどうかを評価します。革新的なアイデアと、課題に対するソリューションを生み出す製品の革新を含みます。 注：技術革新に関する作品は、イノベーション・イン・テクノロジー (IN02) またはイノベーション・イン・プロトタイプ・テクノロジー (IN03) へのエントリーとなります。応募資格を得るには、作品は少なくともプロトタイプ段階である必要があります。概念的なアイデアは資格がありません。	<b>必須</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 作品説明書</li><li>・ プrezentation・ビデオ (最長 2 分)</li><li>・ デジタル・プレゼンテーション画像</li><li>・ クライアントの推薦文</li></ul> <b>オプション</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・ URL</li></ul>
<b>IN02 イノベーション・イン・テクノロジー</b> キャンペーンが、ビッグデータ、革新的ツール、発明、プラットフォームなどを活用した技術革新により課題を改善・解決したことを見証したかどうかを評価します。このソリューションは、ブランドにつながる場合も、そうでない場合もあります。	
<b>IN03 イノベーション・イン・プロトタイプ・テクノロジー</b> 市場未公開のキャンペーン、プロトタイプ、ベータ版、プリプロダクション段階を含む革新的技術を伴うキャンペーン。 この技術は、プロトタイプ、ベータ版、試作段階のものが想定されます。当該技術は、未公開であっても最低限テストが行われている必要があり、コンセプト・アイデア段階の作品は受け付けられません。	
<b>IN04 スケーラブル・イノベーション</b> イノベーションの存在、使用、影響などの拡張性があるキャンペーン。スケールアップ (効果の拡大またはスケールの経済性) 、スケールアウト (新しい市場セグメントへの地理的または人口統計的な拡大) 、およびスケール・ディープ (イノベーションの影響を最大化) による拡張が含まれます。 注：応募作品は、まだ拡張性を達成している必要はありませんが、拡張性の可能性を示すことが求められます。	



## イノーバ・ロータス

**IN05 サステナブル・イノベーション**

社会的・環境的課題に対して革新的な取組みを行い、生活の水準・質を向上させるキャンペーン。環境問題、持続可能エネルギー、教育、健康と衛生、災害復旧等に関するソリューションを含みます。

**IN06 ヒューマニティのためのイノベーション**

人々の生活の質を大幅に変化させ向上させる可能性を秘めた革新的取組みを行うキャンペーン。社会または男女の平等、教育、ヘルスケア、人権、その他の社会正義の課題を改善するための取組みが含まれます。

**IN07 イノベーション・イン・ローカル・カルチャー・アプリケーション**

キャンペーンの持つ革新要素が、文化・宗教・伝統・言語などの面で地域の課題・問題を解決することを通じて、当該イノベーションが文化との親和性を持つことが実証されたかどうかが評価されます。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

## 必須

- ・作品説明書
- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・クライアントの推薦文

## オプション

- ・URL



## Lotus Roots

Back to Content

### ロータス・ルーツ

ロータス・ルーツは、ADFEST 独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体现した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。

ロータス・ルーツについては、適切なロータス賞のロータス・ルーツサブカテゴリーにエントリーして下さい。

### 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

ロータス・ルーツについては、適切なロータス賞のロータス・ルーツにエントリーして下さい。



メディア・ロータスは、ビジネス目標と目的の達成を支援する、メディアチャネルのクリエイティブかつ効果的な活用に贈られます。

審査員がメディア・ロータスを審査する際の**4**基準と配点は以下の通りです：

・ クリエイティビティ／アイデア／インサイト	30%
・ 戦略	20%
・ 実施内容	20%
・ 結果	30%

実施内容／キャンペーン／実施内容のセットごとに**1**エントリーと数えます。

プロダクト&サービス *新設*	提出資料 ***ガイドラインは <a href="#">こちら</a>
<b>ME01 コンシューマー・グッズ</b> 食品・飲料、美容・ヘルスケア製品、医薬品、家庭用メンテナンス・掃除用製品、電子機器・家電製品、家庭用装飾・家具、ファッション、玩具、スポーツウェア・用具、その他の日用消費財・耐久消費財。	<b>必須</b> ・ 作品説明書 ・ プrezentation・ビデオ（最長2分） ・ デジタル・プレゼンテーション画像 ・ クライアントの推薦文
<b>ME02 オートモーティブ</b> 車両、ボート、その他の自動車で、自動車アクセサリーを含む。	<b>オプション</b> ・ URL ・ 現物の作品 ・ デモビデオ（最長1分）
<b>ME03 リテール、レジャー&amp;エンターテイメント</b> オンラインストア等の小売店、カフェやバー等のレストラン。輸送・旅行サービス、ホテル・リゾート、スポーツ、ゲーム、ギャンブル、その他のレクリエーション施設、フェスティバル・イベント、美術館・博物館。映画、音楽、出版、放送局、デジタル・プラットフォーム、ストリーミングサービスプロバイダー、ポッドキャスト、音楽サービス、その他のメディア・エンターテイメントサービス。	
<b>ME04 ファイナンス、ビジネス&amp;コマーシャル・パブリック・サービス</b> 金融・投資機関、保険、不動産。B2B、B2C、その他の専門的なビジネスサービス。電気通信、廃棄物管理、教育、法の執行、公益事業、医療を含む商業公共サービス。	
<b>ME05 コーポレート・イメージ&amp;コーポレート・ソーシャル・レスポンシビリティ</b> より良い社会作りのために社会、環境、経済的な課題に取り組むブランドの協調的な努力とコミットメントで、企業イメージの向上にもつながるもの。	
<b>ME06 パブリック・サービス&amp;コード・アピール</b> 健康と安全、環境問題、社会問題、公共サービス問題についての認識を高め、市民の意識や行動を変えるための、非営利組織、財団、慈善団体、NGOによる告知。	



## ユース・オブ・メディア

### ME07 ユース・オブ・スクリーン&ディスプレイ

テレビ、映画、ビデオオンデマンド、飛行機の機内番組、デジタル&インターネットタイプ・スクリーン、オンライン動画その他のサービスプロバイダー。

### ME08 ユース・オブ・オーディオ

ラジオ、ポッドキャスト、その他のオーディオ・プラットフォーム。

### ME09 ユース・オブ・プリント&コンベンショナル・アウトドア

雑誌、新聞、インサート、業界誌、印刷されたコラテラル、ポスター、ビルボード。

### ME10 ユース・オブ・アンビエント：スマート・スケール

バー／レストラン内のアイテム、グラス、ビアマット、灰皿、給油ポンプ、フライヤー、ステッカー、サイネージ、ドアハンガー。

**注：**「スマート・スケール」とは作品自体のサイズを指します。数量や配布規模を指しません。

### ME11 ユース・オブ・アンビエント：ラージ・スケール

超大型のサイト、3D や定形外のサイト、改札口、床メディア、その他アダプテーション、サイネージ、ビルディング、街頭設置物。

**注：**「ラージ・スケール」とは作品自体のサイズを指します。数量や配布規模を指しません。

### ME12 ユース・オブ・イベント

展示会、イベント、エキスポ＆見本市、フェスティバル等。

### ME13 ユース・オブ・ゲリラ・マーケティング&スタント

ゲリラ・マーケティング戦術、スタント（パブリシティ・スタント、ストリート・スタント）、ポップアップ・イベント。

### ME14 ユース・オブ・デジタル・プラットフォーム

ウェブサイト、マイクロサイト、バナー広告、電子メールマーケティング、ゲーム、ウィジェット。

**注：**ソーシャル・メディアによるキャンペーンは、ユース・オブ・ソーシャル・プラットフォーム（ME16）にエントリーして下さい。

### ME15 ユース・オブ・モバイル&デバイス

モバイルアプリケーション、Wi-Fi、Bluetooth、位置情報技術（RFID、NFC、GPS）、QR コード等、モバイルおよびポータブルデバイス向けの技術を効果的に活用するキャンペーン。

### ME16 ユース・オブ・ソーシャル・プラットフォーム

ソーシャル・メディア・プラットフォーム、ネットワーキングサイト、ソーシャルアクティビティ、ストリーミング・プラットフォーム、オンラインコミュニティ、ブログ等のソーシャル・プラットフォームを有効に活用するキャンペーン。

### ME17 ユース・オブ・リテールメディアの利用 \*新設\*

Web サイト、アプリ、インストア・ディスプレイ、インストア・エクスペリエンスなどの小売業者のメディアまたはチャネルを効果的に活用し、消費者にアプローチし、関与を深めることで、測定可能なビジネス効果を実現するキャンペーン。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長 2 分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長 2 分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ 現物の作品
- ・ デモビデオ（最長 1 分）

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長 2 分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長 2 分）

### オプション

- ・ URL



## データ&テクノロジー

### ME18 ユース・オブ・データ

リアルタイムデータ等、収集、作成、生成されたデータを効果的に活用してメディアプランを実行するキャンペーン。

### ME19 ユース・オブ・テクノロジー

AI、新しい現実（VR、AR、MR、XR）、ゲーミフィケーション、仮想世界、ウエアラブル・テクノロジー、ジオロケーション・テクノロジー（RFID、NFC、GPS）、音声起動テクノロジー、ブロックチェーンテクノロジー等、既存または新しい技術を効果的に活用するキャンペーン。

**注：**エマージング・テクノロジーには、初期段階の技術のプロトタイプは含まれません。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・作品説明書
- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・クライアントの推薦文

### オプション

- ・URL

## コンテンツ&インフルエンサー

### ME20 プランデッド・エンターテイメント&コンテンツ：プログラム&プラットフォーム

テレビ、映画、シリーズ、プログラムのスポンサーシップ、またはパートナーシップのためにブランドが出資し（または共同出資し）制作したエンターテイメントやコンテンツを効果的に活用するキャンペーン。

### ME21 プランデッド・エンターテイメント&コンテンツ：デジタル&ソーシャル・プラットフォーム

デジタル（ウェブサイト、マイクロサイト、バナー広告、eDM、メッセージング、検索エンジン、ウイルスキャンペーン&ソーシャル・プラットフォーム（ソーシャル・メディア・プラットフォーム、ネットワーキングサイト、ソーシャルアクティビティ、ストリーミング・プラットフォーム、オンラインコミュニティ、ブログなど）のために、ブランドが出資し（または共同出資し）制作したエンターテイメントやコンテンツを効果的に活用するキャンペーン。

### ME22 ユース・オブ・インフルエンサー

タレント、セレブリティ、インフルエンサー、KOL、クリエイターを効果的に活用するキャンペーン等。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・作品説明書
- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・クライアントの推薦文

### オプション

- ・URL

## 戦略

### ME23 メディア戦略

適切なコンテンツとメッセージを適切なトーンで適切な消費者に効果的にターゲティングし、ブランドのコミュニケーション目標を達成するため、インサイトを有効に活用するキャンペーン。

### ME24 メディアプランニング&エクセキューション

ブランドのコミュニケーション目標を達成するために、目標を達成する方法、時期、頻度、対象者を効果的に決定し、プランを完璧に実施するキャンペーン。

### ME25 オーディエンス・インサイト

消費者のインサイトや行動を効果的に活用して、メディアプランを適切に策定および調整するキャンペーン。応募作品は、メディアプランの成功にインサイトがどのように作用したかを示して下さい。

### ME26 コラボレーション&メディア・パートナーシップ

メディアプランを強化し、ブランドのコミュニケーション目標を達成するために、ブランドとメディア間の効果的なブランドコラボレーションまたはパートナーシップを示すキャンペーン。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・作品説明書
- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・クライアントの推薦文

### オプション

- ・URL



## キャンペーン・エクセレンス

**ME27 インテグレーテッド・メディア・キャンペーン**

複数のメディアを効果的かつシームレスに活用するキャンペーン。

**ME28 予算内でのブレークスルー \*新設\***

限られた予算とリソースの中で、創造的かつ効果的に戦略を策定し、課題を克服するキャンペーン。応募作品は、キャンペーンが直面する課題や限られたリソースを明確にする必要があります。

**ME29 創造性を通じたレジリエンス**

予算の制約、市場環境の変化、社会的問題、消費者行動の変化などの課題に直面したときに、ブランドのレジリエンスと解決策を示すアイデアと創造的なソリューション。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

**必須**

- ・作品説明書
- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・クライアントの推薦文

**オプション**

- ・URL
- ・現物の作品
- ・デモビデオ（最長1分）

## ロータス・ルーツ

**LRME ロータス・ルーツ**

ロータス・ルーツは、ADFEST独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体现した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

**必須**

- ・作品説明書
- ・文化的背景の解説
- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・クライアントの推薦文

**オプション**

- ・URL
- ・現物の作品
- ・デモビデオ（最長1分）



ニュー・ディレクター・ロータスは新進気鋭の監督に贈られ、クリエイティブ・コミュニティへの露出を促し、監督としてのキャリアをスタートさせる手助けをします。

- ・ニュー・ディレクター・ロータスへの応募作品は、監督としてのキャリアの最初の2年間に手掛けられたものでなければなりません（対象期間：2024年1月1日～2025年12月31日）。
- ・ポートフォリオ・スポット（ND09）への応募作品は、商業放送された作品である必要はなく、アシスタント・ディレクター（助監督）や学生も応募資格を有します。
- ・フィルム・スクール（ND10）へのエントリー作品は、学校の映像制作プロジェクトの一環として作られたものでなければなりません。
- ・ショートフィルムス・フォー・ADFEST2026・バイ・ザ・ファビュラス・ファイブ（ND11）への応募作品は、2024年3月以降に監督としてのキャリアをスタートさせた監督によるものでなければなりません。（すなわち、監督としてのプロ経験が2年以内であること）。

実施内容単位で1エントリーとなります。複数の実施内容が1つのキャンペーンを構成する場合、実施内容ごとのエントリーとなり、実施内容ごとにエントリー費用が発生します。但しシリーズ・フィルム（ND08）を除きます。、

同じ作品（同一のバージョンと期間）のニュー・ディレクター・ロータスへの応募は一度に限りますが、ロータス・ルーツ（LRND）への再応募は可能です。

ニュー・ディレクター・ロータス	提出資料 ***ガイドラインは <a href="#">こちら</a>
<b>ND01 コマーシャル *新設*</b> テレビ放送、オンラインフィルム、webサイト、eメール、モバイルデバイスや映画館での上映、あるいは内部向けプロモーションやスペシャル・イベントでの上映等放送以外の媒体での上映を目的とし、クライアントのために制作された作品がエントリー資格を有します。	<b>必須</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・オリジナル動画</li><li>・クライアントの推薦文</li></ul> <b>オプション</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・URL</li></ul>
<b>ND02 ディレクティング *新設*</b> ディレクターのクリエイティブで技術的な力が、いかに魅力的で、記憶に残り、インパクトのある、脚本を超えた作品にしたかが評価されます。	<b>必須</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・オリジナル動画</li><li>・英語の脚本</li><li>・クライアントの推薦文</li></ul> <b>オプション</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・URL</li></ul>
<b>ND03 脚本 *新設*</b> 脚本の解釈と進化がいかにストーリーテリングを強化し、コアアイデアを強化するかが評価されます。スクリプトの起源と展開は監督に由来したものでなければなりません。	<b>必須</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・オリジナル動画</li><li>・英語の脚本</li><li>・クライアントの推薦文</li></ul> <b>オプション</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・URL</li></ul>
<b>ND04 ミュージックビデオ</b>	<b>必須</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・オリジナル動画</li><li>・クライアントの推薦文</li></ul> <b>オプション</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・URL</li></ul>
<b>ND05 ショートフィルム：10分以内</b> テレビ番組、内部向けプロモーション、スペシャル・イベントでの上映を目的とし、クライアントの依頼で制作された作品がエントリー資格を有します。	<b>必須</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・オリジナル動画</li><li>・クライアントの推薦文</li></ul> <b>オプション</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・URL</li></ul>
<b>ND06 ショートフィルム：10分以上</b> テレビ番組、内部向けプロモーション、スペシャル・イベントでの上映を目的とし、クライアントの依頼で制作された作品がエントリー資格を有します。	



## ニュー・ディレクター・ロータス

### **ND07 ドキュメンタリー**

対象となる作品は、リアリティーまたはドキュメンタリー映画の目的のために制作された作品。映画はその物語を観客に身近に感じさせるものである必要があります。

**注：最長 60 分。**

### **ND08 シリーズ・フィルム**

対象となる作品は、シリーズ・フィルムのために制作された動画がエントリー資格を有します。

**注：シリーズは、エピソードを1つのビデオファイルに組み入れた2つ以上**のエピソードで構成されている必要があります。

### **ND09 ポートフォリオ/パッショナ・プロジェクト \*新設\***

委託されたクライアントの概要の範囲外で、監督のリール、技術、またはクリエイティブな声を紹介するために作成された作品。これには、独創性、革新性、芸術的野心を示す、自身が始めたプロジェクト、実験的な作品、または商業的な依頼ではなく情熱によって動かされた個人的な作品が含まれます。

### **ND10 フィルム・スクール**

学校のプロジェクトの一環として制作された動画がエントリー資格を有します。

### **ND11 ショートフィルムス・フォー・ADFEST2025・バイ・ザ・ファビュラス・ファイブ**

ND11はエントリー費無料です。応募資格のある応募者は、ADFEST2026のテーマである「ヒューマン+」をテーマに書かれた脚本をエントリーし、その中から選ばれた5本の脚本がファビュラス・ファイブ・ニュー・ディレクターとなります。ファビュラス・ファイブによる短編映画はADFEST2026のステージでプレミア上映されます。

詳細については、[Fabulous Five](#)を参照してください。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### **必須**

- ・オリジナル動画
- ・クライアントの推薦文

### **オプション**

- ・URL

## ロータス・ルーツ

### **LRND ロータス・ルーツ**

ロータス・ルーツは、ADFEST独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体现した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### **必須**

- ・文化的背景の解説
- ・オリジナル動画
- ・クライアントの推薦文

### **オプション**

- ・URL
- ・所属機関の証明書



アウトドア・ロータスは、家庭外マーケティング実施のクリエイティブで革新的な活用に対して贈られます。

実施内容／キャンペーン／実施内容のセットごとに1エントリーと数えます。

ユース・オブ・アウトドア	<b>提出資料</b> <u>***ガイドラインは<a href="#">こちら</a></u>
<b>OD01 トラディショナル・ポスター *新設*</b> スタティックな環境における既存の屋外フォーマットのために作成されたポスター広告キャンペーン。	<b>必須</b> ・デジタル・プレゼンテーション画像またはデジタル画像 ・現場に掲出されている作品の写真 ・クライアントの推薦文
<b>OD02 トラディショナル・ビルボード</b> 幹線道路や交通機関のビルボード等、標準化され、フォーマット化された広告掲示スペース向けの従来型の平面広告で、スタティックなデジタル看板を含む。	<b>オプション</b> ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
<b>OD03 アニメーション・ポスター *新設*</b> スタティックな環境を超えるためにデザインされた、屋外フォーマットにモーションやデジタルアニメーションを統合したポスター広告。 <b>注：OD03への応募作品は、トラディショナル・ポスター（OD01）への同時エントリーはできません。</b>	<b>必須</b> ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分） ・デジタル・プレゼンテーション画像またはデジタル画像 ・現場に掲出されている作品の写真 ・クライアントの推薦文
<b>OD04 アニメーション・ビルボード</b> デジタル看板、デジタル・ポスター、交通機関のディスプレイ、LEDディスプレイ等、モーション・コンテンツやアニメーション向けに標準化され、フォーマット化された屋外デジタルスクリーン。 <b>注：OD04への応募作品は、トラディショナル・ビルボード（OD02）への同時エントリーはできません。</b>	
<b>OD05 トランジット</b> 車両や、駅、空港、駐車場、道路等の標準化されていない交通の場の使用等、標準化されていない、フォーマット化されていない交通機関・車両の広告。	<b>必須</b> ・デジタル・プレゼンテーション画像 ・現場に掲出されている作品の写真 ・クライアントの推薦文 <b>オプション</b> ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
<b>OD06 アンビエント：スマート・スケール</b> 販促品、商品、景品、チラシ、看板等、ユニークでクリエイティブな方法で消費者を惹きつける、標準化されていない、フォーマット化されていない小規模なアンビエント広告。 <b>注：「スマート・スケール」とは作品自体のサイズを指します。数量や配布規模を指しません。</b>	<b>必須</b> ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分） ・デジタル・プレゼンテーション画像 ・現場に掲出されている作品の写真 ・クライアントの推薦文 <b>オプション</b> ・現物の作品 ・デモビデオ（最長1分）



## ユース・オブ・アウトドア

### OD07 アンビエント：エキシビション&インスタレーション

展示会、デジタル&インタラクティブ・インスタレーション、プロジェクトショニ・マッピング、ディスプレイ等、消費者をユニークでクリエイティブな方法で惹きつける、標準化されていない、フォーマット化されていないアンビエント広告。

### OD08 アンビエント：スペシャル・ビルド

超大型サイト、立体や非標準的な形状のサイト、ポップアップ・ストア等、ユニークでクリエイティブな方法で消費者を惹きつける、標準化されていない、フォーマット化されていない大型建設アンビエント広告。

### OD09 イベント、ゲリラ・マーケティング・スタント

ゲリラ・マーケティング戦術、スタント（パブリシティ・スタント、ストリート・スタント）、ポップアップ&プロモーション・イベント、コンサート等

### OD10 インタラクティブ&イマーシブ・エクスペリエンス

インタラクティブな体験や体験型マーケティング、AI、ニュー・リアリティー（VR、AR、MR、XR）、ゲーミフィケーション、ジオロケーション・テクノロジー（RFID、NFC、GPS）、音声起動テクノロジー等のテクノロジーの活用等、ユニークでクリエイティブな方法で効果的に消費者を惹きつけ、消費者と交流するキャンペーン。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・現場に掲出されている作品の写真
- ・クライアントの推薦文

## キャンペーン・エクセレンス

### OD11 屋外におけるブレークスルー \*新設\*

従来のアウトドア、アンビエント、テクノロジーの使用、その他の屋外の使用など、消費者体験を向上させる、屋外メディアを革新的に活用したキャンペーン。これは、屋外メディアが実現できる可能性を変える新しいアイデア、フォーマット、テクノロジー、またはクリエイティブな実施を導入することで、慣習を超えていく作品を表彰します。

### OD12 インテグレーテッド・アウトドア・キャンペーン

複数のプラットフォーム・チャンネルを効果的かつシームレスに活用したキャンペーンで、アウトドアの要素がその主な役割を担っているもの。

### OD13 創造性を通じたレジリエンス

予算の制約、市場環境の変化、社会的問題、消費者行動の変化などの課題に直面したときに、ブランドのレジリエンスと解決策を示すアイデアと創造的なソリューション。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・現場に掲出されている作品の写真
- ・クライアントの推薦文

### オプション

- ・現物の作品
- ・デモビデオ（最長1分）



## ロータス・ルーツ

### LRND ロータス・ルーツ

ロータス・ルーツは、ADFEST 独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体现した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 文化的背景の解説
- ・ プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像またはデジタル画像
- ・ 現場に掲出されている作品の写真
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ 現物の作品
- ・ デモビデオ（最長 1 分）



PR ロータスは、ブランドの評価や事業を発展、維持または強化させる戦略およびクリエイティブ実施内容に対して贈られます。応募作品は、いかにその戦略、インサイト、クリエイティブ・アイデアがブランド認知に良い影響を与え、それが事業、社会、または文化を変えることにつながるかを示すものがあります。

審査員が PR ロータスを審査する際の 4 基準と配点は以下の通りです：

・ クリエイティビティ／アイデア／インサイト	30%
・ 戦略	20%
・ 実施内容	30%
・ 結果	20%

実施内容／キャンペーン／実施内容のセットごとに 1 エントリーと数えます。

実施	提出資料 ***ガイドラインは <a href="#">こちら</a>
<b>PR01 コーポレート・イメージ&amp;コーポレート・ソーシャル・レスポンシビリティ</b> より良い社会作りのために社会、環境、経済的な課題に取り組むブランドの協調的な努力とコミットメントで、企業イメージの向上にもつながるもの。 <b>注：PR01への応募作品は、パブリック・サービス&amp;コーズ・アピール（PR02）への同時エントリーはできません。</b>	<b>必須</b> ・ 作品説明書 ・ プrezentation・ビデオ（最長 2 分） ・ デジタル・プレゼンテーション画像 ・ クライアントの推薦文
<b>PR02 パブリック・サービス&amp;コーズ・アピール</b> 健康と安全、環境問題、社会問題、公共サービス問題についての認識を高め、市民の意識や行動を変えるための、非営利組織、財団、慈善団体、NGO による告知。 <b>注：PR02への応募作品は、コーポレート・イメージ&amp;コーポレート・ソーシャル・レスポンシビリティ（PR01）への同時エントリーはできません。</b>	
<b>PR03 クライシス・マネジメント</b> 企業の信用や評価に影響を及ぼす可能性のあるネガティブ・パブリシティあるいはクライシスの影響を無くす目的で実施されるキャンペーン。エントリー作品は、危機管理計画とその実施の詳細を含み、問題解決に至ったことを示すものであることが求められます。	
<b>PR04 ニュース・オブ・メディア・リレーションズ</b> メディアとジャーナリズムを中心としたキャンペーンで、メディアの革新的な活用がエンゲージメントまたは編集上の影響力につながるもの。エントリー作品には、メディア報道の詳細と、キャンペーンがコミュニケーション目標をどのように達成したかを含めることとします。	
<b>PR05 ニュース・オブ・ゲリラ・マーケティング&amp;スタント</b> ゲリラ・マーケティング戦術、スタント（パブリシティ・スタント、ストリート・スタント）、ポップアップ・イベントを活用して、ブランド認知を高め、コミュニケーション目標を達成するキャンペーン。	
<b>PR06 ニュース・オブ・イベント</b> ブランド認知を高め、コミュニケーション目標を達成することを目的とした、スポーツ・イベント、フェスティバル、コンサート、ライブショー、コーポレート・エンタainment、舞台等の大規模イベント。	

**実施****PR07 ユース・オブ・タレント/セレブリティ**

意識啓発、ブランド認知の向上、コミュニケーション目標の達成を目的とした、タレント、セレブリティ、インフルエンサーまたはKOLとのコラボレーション・キャンペーン。

**PR08 スポンサーシップ&パートナーシップ**

意識啓発、ブランド認知の向上、コミュニケーション目標の達成を目的とした、スポンサーシップやパートナーシップ・プログラムを活用したキャンペーン。

**PR09 ロンチ/再ロンチ**

ブランド、製品またはサービスのロンチまたは再ロンチのためのキャンペーン。

**PR10 ブランド・ボイス&ストラテジック・ストーリーテリング**

ステークホルダーとのブランド・アフィニティを確立するため、コミュニケーション戦略をカスタマイズし、独自の方法でブランドの認知とアイデンティティー確立を図るキャンペーン。

**提出資料**

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

**必須**

- ・作品説明書
- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・クライアントの推薦文

**デジタル&ソーシャル**

作品は特にPRキャンペーン実施においてデジタル・メディア/ソーシャル・プラットフォームを如何にうまく活用したのかが評価されます。

**PR11 ユース・オブ・ソーシャル**

ブランド認知の向上とコミュニケーション目標の達成のため、ソーシャル・メディア・プラットフォーム、ネットワーキングサイト、ソーシャルアクティビティ、オンラインコミュニティ等を効果的に活用したキャンペーン。

**提出資料**

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

**必須**

- ・作品説明書
- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・クライアントの推薦文

**PR12 リアルタイム・レスポンス**

消費者を効果的に巻き込み、リアルタイムの反応を呼びかけるキャンペーン。

**PR13 コン PR13 ユース・オブ・コンテンツ**

ブランド認知の向上とコミュニケーション目標の達成のため、消費者にリーチし、エンゲージするためのコンテンツを効果的に作成し、配信するキャンペーン。

**オプション**

- ・URL

**データ&テクノロジー****PR14 ユース・オブ・データ**

PR戦略策定の一環として、リサーチやデータ、実用的なインサイトを効果的に活用したキャンペーン。エントリー作品には、そのリサーチ、分析データまたはインサイトがキャンペーンの戦略構築にどのように貢献するかの詳細を含めることとします。

**提出資料**

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

**必須**

- ・作品説明書
- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・クライアントの推薦文

**オプション**

- ・URL



## データ&amp;テクノロジー

**PR15 PRエフェクティブネス**

ブランドの認知と評価に対する効果を測定可能な結果により示すキャンペーン。エントリー作品は、測定方法、分析、結果の詳細を含み、キャンペーンの効果を定量的に示すものであることが求められます。

**PR16 ユース・オブ・テクノロジー**

ブランド認知を高め、コミュニケーション目標を達成するため、AI、ニュー・リアリティー（VR、AR、MR、XR）、ゲーミフィケーション、仮想世界、ウェアラブル・テクノロジー、ジオロケーション・テクノロジー（RFID、NFC、GPS）、音声起動テクノロジー、ブロックチェーンテクノロジー、ロボット工学・電子機器等、既存または新興技術を効果的に活用するキャンペーン。

**注：エマージング・テクノロジーには、初期段階の技術のプロトタイプは含まれません。**

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

**必須**

- ・作品説明書
- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・クライアントの推薦文

**オプション**

- ・URL

## キャンペーン・エクセレンス

**PR17 予算内でのブレークスルー \*新設\***

限られた予算とリソースの中で、創造的かつ効果的に戦略を策定し、課題を克服するキャンペーン。応募作品は、キャンペーンが直面する課題や限られたリソースを明確にする必要があります。

**PR18 PRにおけるブレークスルー \*新設\***

大胆で革新的な思考と測定可能な影響を通じて、慣習に挑戦し、カテゴリーの規範を破壊し、ブランドを差別化する、革新的なPR戦略。これは、PRキャンペーンが達成できるものの可能性を変える、新しいアイデア、フォーマット、テクノロジー、またはクリエイティブな実施を導入することで、慣習を超えていく作品を表彰します。

**PR19 インテグレーテッド・PRキャンペーン**

PR要素がその中心的な役割を担い、複数のプラットフォーム／チャンネルが効果的かつシームレスに活用されたキャンペーン。エントリー作品には、複数のプラットフォーム・チャンネルが互いに補完し合うことで、キャンペーンの中核がいかに統合されたものとなったかを示す詳細を含めることとします。

**PR20 創造性を通じたレジリエンス**

予算の制約、市場環境の変化、社会的問題、消費者行動の変化などの課題に直面したときに、ブランドのレジリエンスと解決策を示すアイデアと創造的なソリューション。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

**必須**

- ・作品説明書
- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・クライアントの推薦文

**オプション**

- ・URL



## ロータス・ルーツ

## LRPR ロータス・ルーツ

ロータス・ルーツは、ADFEST 独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体现した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

## 必須

- ・ 作品説明書
- ・ 文化的背景の解説
- ・ プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

## オプション

- ・ URL



プレス・ロータスは、印刷媒体の革新的な使用等、伝統的な印刷広告におけるクリエイティビティに対して贈られます。

同じ作品のプロダクト&サービス (P01-P06) への応募は一度に限ります。

- 実施内容単位で1エントリーとなります。複数の実施内容が1つのキャンペーンを構成する場合、実施内容ごとのエントリーとなり、実施内容ごとにエントリー費用が発生します。

ブック&パブリケーション (P07) 、印刷におけるブレークスルー (P08) 、予算内でのブレークスルー (P09) 、創造性を通じたレジリエンス (P10) 、およびロータスルーツ (LRP) :

- 実施内容／キャンペーン／実施内容のセットごとに1エントリーと数えます。

## プロダクト&サービス

新聞、雑誌等の印刷広告。

### P01 コンシューマー・グッズ

食品・飲料、美容・ヘルスケア製品、医薬品、家庭用メンテナンス・掃除用製品、電子機器・家電製品、家庭用装飾・家具、ファッショング、玩具、スポーツウェア・用具、その他の日用消費財・耐久消費財。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- デジタル画像
- 掲載誌からの広告切り抜きページ
- クライアントの推薦文

### P02 オートモーティブ

車両、ボート、その他の自動車で、自動車アクセサリーを含む。

### P03 リテール、レジャー&エンターテイメント

オンラインストア等の小売店、カフェやバー等のレストラン。輸送・旅行サービス、ホテル・リゾート、スポーツ、ゲーム、ギャンブル、その他のレクリエーション施設、フェスティバル・イベント、美術館・博物館。映画、音楽、出版、放送局、デジタル・プラットフォーム、ストリーミングサービスプロバイダー、ポッドキャスト、音楽サービス、その他のメディア・エンターテイメントサービス。

### P04 ファイナンス、ビジネス&コマーシャル・パブリック・サービス

金融・投資機関、保険、不動産。B2B、B2C、その他の専門的なビジネスサービス。電気通信、廃棄物管理、教育、法の執行、公益事業、医療を含む商業公共サービス。

### P05 コーポレート・イメージ&コーポレート・ソーシャル・レスポンシビリティ

より良い社会作りのために社会、環境、経済的な課題に取り組むブランドの協調的努力とコミットメントで、企業イメージの向上にもつながるもの。

### P06 パブリック・サービス&コード・アピール

健康と安全、環境問題、社会問題、公共サービス問題についての認識を高め、市民の意識や行動を変えるための、非営利組織、財団、慈善団体、NGOによる告知。



## 印刷出版物

### P07 ブック & パブリケーション

商業目的または販売促進目的の書籍、雑誌、年次報告書、カタログ、パンフレット、プレスキット、表紙、デジタル出版物等の印刷または出版媒体。

**注：**応募者は、出版物の一部または全体を審査対象とするかを示さなければなりません。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・現物の作品
- ・クライアントの推薦文

### オプション

- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）

## キャンペーン・エクセレンス

### P08 印刷におけるブレークスルー \*新設\*

インタラクティブな印刷広告、新素材の使用、3D印刷等の印刷技術の使用、ダウンロード可能なアプリ、QRコード、AR、NFC等のデジタルでインタラクティブな要素による没入型技術の使用等、媒体としての印刷物の革新的な使用により、消費者の体験を向上させるもの。これは、印刷が実現できる可能性を変える新しいアイデア、フォーマット、テクノロジー、またはクリエイティブな実施を導入することで、慣習を超えていく作品を表彰します。対象となる作品は、新聞、雑誌、書籍、折り込み広告に掲載されたものとします（デジタル作品は対象外）。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・クライアントの推薦文

### オプション

- ・現物の作品
- ・デモビデオ（最長1分）

### P09 予算内でのブレークスルー \*新設\*

限られた予算とリソースの中で、創造的かつ効果的に戦略を策定し、課題を克服するキャンペーン。応募作品は、キャンペーンが直面する課題や限られたリソースを明確にする必要があります。

### P10 創造性を通じたレジリエンス

予算の制約、市場環境の変化、社会的問題、消費者行動の変化などの課題に直面したときに、ブランドのレジリエンスと解決策を示すアイデアと創造的なソリューション。

## ロータス・ルーツ

### LRP ロータス・ルーツ

ロータス・ルーツは、ADFEST独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体现した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・文化的背景の解説
- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・デジタル・プレゼンテーション画像
- ・掲載誌からの広告切り抜きページまたはクライアントの推薦文

### オプション

- ・現物の作品
- ・デモビデオ（最長1分）

プリント&アウトドア・クラフト・ロータスは、熟練の技がその不可欠な要素であり、その実施がアイデアに命を吹き込む、印刷物またはデザイン制作における職人技と技術力に対して贈られます



実施内容／キャンペーン／実施内容のセットごとに1エントリーと数えます。

プリント&アウトドア・クラフト・ロータス	提出資料 ***ガイドラインは <a href="#">こちら</a>
<b>CP01 フォトグラフィー</b> 写真や写真的の使用によって、創造的なアイデアにいかに命を吹き込むかが評価されます。	<u>必須</u> ・デジタル画像またはデジタル・プレゼンテーション画像 ・掲載誌からの広告切り抜きページまたはクライアントの推薦文
<b>CP02 イラストレーション</b> イラストやイラストの使用によって、創造的なアイデアにいかに命を吹き込むかが評価されます。	<u>オプション</u> ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
<b>CP03 タイポグラフィー</b> タイポグラフィーやフォントデザインによって、創造的なアイデアにいかに命を吹き込むかが評価されます。	
<b>CP04 アート・ディレクション</b> アート・ディレクションによって、創造的なアイデアにいかに命を吹き込むかが評価されます。	
<b>CP05 コピーライティング</b> 見出し、本文、タグライン等のコピーの作成によって、創造的なアイデアにいかに命を吹き込むかが評価されます。	<u>必須</u> ・デジタル画像またはデジタル・プレゼンテーション画像 ・掲載誌からの広告切り抜きページまたはクライアントの推薦文
<b>CP06 レタッチ</b> レタッチやイメージ・マニピュレーションによって、創造的なアイデアにいかに命を吹き込むかが評価されます。	<u>オプション</u> ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
<b>CP07 コンピューター・ジェネレーテッド・イメージリー (CGI)</b> 3Dモデリング、ライティング、レンダリング等のCGIによって、創造的なアイデアにいかに命を吹き込むかが評価されます。	<u>推奨</u> ・オリジナル・レイアウト／レイヤー／スケージ画像またはソース写真
<b>CP08 プロダクション・デザイン</b> 衣装、小道具等のプロダクション・デザインとスタイリングが最終的なイメージにどのように貢献し、創造的なアイデアにいかに命を吹き込むかが評価されます。	<u>必須</u> ・デジタル画像またはデジタル・プレゼンテーション画像 ・掲載誌からの広告切り抜きページまたはクライアントの推薦文
	<u>オプション</u> ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分） <u>推奨</u> ・プロダクション・デザインによって創造的なアイデアにいかに命が吹き込まれるかについて、審査員の理解を促す「メイキング」（制作風景）またはデモVOD。（最長2分）



## イノベーション

**CP09 イノベティブ・ユース・オブ・プリントイング・テクニック**  
3D プリント等の印刷技術の革新的な使用、または新素材の使用。

### 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

#### 必須

- ・ プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

#### オプション

- ・ 現物の作品

## ロータス・ルーツ

### LRCP ロータス・ルーツ

ロータス・ルーツは、ADFEST 独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体现した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。

### 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

#### 必須

- ・ 文化的背景の解説
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ 掲載誌からの広告切り抜きページまたはクライアントの推薦文

#### オプション

- ・ プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）
- ・ 現物の作品
- ・ デモビデオ（最長 1 分）

#### 推奨

- ・ オリジナル・レイアウト／レイヤー／ステージ画像またはソース写真
- ・ プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）
- ・ プロダクション・デザインによって創造的なアイデアにいかに命が吹き込まれるかについて、審査員の理解を促す「メイキング」（制作風景）またはデモ VOD。（最長 2 分）



ラジオ&オーディオ・ロータスは、ラジオ、ポッドキャスト、その他のオーディオ・ストリーミング・プラットフォーム等のオーディオ・メディアの活用を通じたクリエイティビティに対して贈られます。オーディオ・クラフトのサブカテゴリーは、クラフトマンシップに対しても贈られます。

#### ラジオ・スポット (RA01-RA06) :

- 応募作品はラジオで放送されたものに限ります。
- 同じ作品（バージョンと期間が同じもの）のラジオ・スポットへの応募は一度に限ります。
- 実施内容単位で1エントリーとなります。複数の実施内容が1つのキャンペーンを構成する場合、実施内容ごとのエントリーとなり、実施内容ごとにエントリー費用が発生します。

イノベーション (RA07-RA08) 、オーディオ・クラフト内ソニック・ブランディング (RA13) 、ラジオ&オーディオにおけるブレークスルー、キャンペーン・エクセレンスにおける創造性を通じたレジリエンス (RA15) 、ロータス・ルーツ (LRRA) :

- 実施内容/キャンペーン/実施内容のセットごとに1エントリーと数えます。

#### オーディオ・クラフト内 RA09-RA12 :

実施内容単位で1エントリーとなります。複数の実施内容が1つのキャンペーンを構成する場合、実施内容ごとのエントリーとなり、実施内容ごとにエントリー費用が発生します。

ラジオ・スポット	提出資料
<b>RA01 コンシューマー・グッズ</b> 食品・飲料、美容・ヘルスケア製品、医薬品、家庭用メンテナンス・掃除用製品、電子機器・家電製品、家庭用装飾・家具、ファッション、玩具、スポーツウェア・用具、その他の日用消費財・耐久消費財。	<b>提出資料</b> <a href="#">***ガイドラインはこちら</a>
<b>RA02 オートモーティブ</b> 車両、ボート、その他の自動車で、自動車アクセサリーを含む。	<b>必須</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>オリジナルのラジオ・スポット</li> <li>英語の脚本</li> <li>媒体スケジュールまたはクライアントの推薦文</li> </ul>
<b>RA03 リテール、レジャー&amp;エンターテイメント</b> オンラインストア等の小売店、カフェやバー等のレストラン。輸送・旅行サービス、ホテル・リゾート、スポーツ、ゲーム、ギャンブル、他のレクリエーション施設、フェスティバル・イベント、美術館・博物館。映画、音楽、出版、放送局、デジタル・プラットフォーム、ストリーミングサービスプロバイダー、ポッドキャスト、音楽サービス、その他のメディア・エンターテイメントサービス。	
<b>RA04 ファイナンス、ビジネス&amp;コマーシャル・パブリック・サービス</b> 金融・投資機関、保険、不動産。B2B、B2C、その他の専門的なビジネスサービス。電気通信、廃棄物管理、教育、法の執行、公益事業、医療を含む商業公共サービス。	
<b>RA05 コーポレート・イメージ&amp;コーポレート・ソーシャル・レスポンシビリティ</b> より良い社会作りのために社会、環境、経済的な課題を取り組むブランドの協調的な努力とコミットメントで、企業イメージの向上にもつながるもの。	
<b>RA06 パブリック・サービス&amp;コース・アピール</b> 健康と安全、環境問題、社会問題、公共サービス問題についての認識を高め、市民の意識や行動を変えるための、非営利組織、財団、慈善団体、NGOによる告知。	



## イノベーション

### RA07 ユース・オブ・オーディオ・オア・ボイス・テクノロジー

ソフトウェア、アプリ、AI、音声起動テクノロジー等のオーディオ・音声技術や、オーディオ・音声制作過程におけるその他の技術の革新的な使用により、視聴者体験を向上させるもの。

### RA08 ブランド・コンテンツ/ポッドキャスト

ラジオ、ポッドキャスト、その他のオーディオ・プラットフォーム向けに作成されたブランド委託コンテンツで、ブランド・コミュニケーションにおける視聴者体験を向上させるもの。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・クライアントの推薦文または媒体スケジュール

### オプション

- ・オリジナル作品
- ・デジタル・プレゼンテーション画像

## オーディオ・クラフト

### RA09 ユース・オブ・ミュージック

音楽の利用（既存、作曲、または編曲）が、ラジオ・スポット/オーディオ作品をどのように向上させるかが評価されます。

### RA10 キャスティング&ユース・オブ・タレント/セレブリティ

音声タレント、セレブリティ、またはインフルエンサーの起用とその音声表現の仕方によって、ラジオ・スポット/オーディオ作品がどのように強化されるかが評価されます。

### RA11 サウンドデザイン

サウンドエフェクト、アンビエント・サウンド等のサウンドを使用することで、ラジオ・スポット/オーディオ作品がどのように強化されるかが評価されます。

### RA12 スクリプト

脚本制作によって、ラジオ・スポット/オーディオ作品がどのように強化されるかが評価されます。

### RA13 ソニック・ブランディング

ソニックロゴ、ブランドミュージック、UIサウンド、ブランド・ボイス等のブランドのソニックアイデンティティーの制作により、ブランド価値とブランド・アイデンティティーがどのように向上するかが評価されます。

審査基準には、魅力（クリエイティブなコンセプトと技術的な実行力）、ブランド・フィット（ブランド・アイデンティティーの増幅と関連性）、独自性（特徴的でブランドによる所有可能）、認知度（ブランドの連想性）が含まれます。

**注：応募者は、そのクリエイティブプロセスと、ソニック・ブランディングの適用・実施範囲に関する詳細を含むプレゼンテーション・ビデオを提示し、ソニック・ブランド資産の柔軟性を示すことが求められます。**

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・オリジナル作品またはプレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・クライアントの推薦文または媒体スケジュール

### オプション

- ・デジタル・プレゼンテーション画像

### 推奨

- ・オーディオ制作に関わる技術や技能について、審査員の理解を促す「メイキング」（制作風景）またはデモVOD。
- （最長2分）

### 必須

- ・プレゼンテーション・ビデオ（最長2分）
- ・クライアントの推薦文

### オプション

- ・オリジナル作品
- ・デジタル・プレゼンテーション画像



## キャンペーン・エクセレンス

### RA14 ラジオ&オーディオにおけるブレークスルー \*新設\*

ラジオやオーディオをメディアとして革新的に使用することで、ブランドのメッセージを伝達し消費者の意識や態度を変えるため、相互に補完し構築された、オーディオ駆動型要素やチャンネルを革新的に活用することができます。これは、ラジオやオーディオ キャンペーンの利用によって実現できる可能性を広げる新しいアイデア、フォーマット、テクノロジー、またはクリエイティブな実施を導入することで、慣習を超えていく作品を表彰します。

### RA15 創造性を通じたレジリエンス

予算の制約、市場環境の変化、社会的問題、消費者行動の変化などの課題に直面したときに、ブランドのレジリエンスと解決策を示すアイデアと創造的なソリューション。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- オリジナル作品またはプレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）
- クライアントの推薦文または媒体スケジュール

### オプション

- デジタル・プレゼンテーション画像
- 英語の脚本

## ロータス・ルーツ

### LRRA ロータス・ルーツ

ロータス・ルーツは、ADFEST 独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体现した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- 文化的背景の解説
- プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）
- クライアントの推薦文または媒体スケジュール

### オプション

- オリジナル作品
- デジタル・プレゼンテーション画像
- 英語の脚本



サステナブル・ロータスは、持続可能な開発目標の重要性を認識し、これらのグローバル目標の達成に向けた努力がいかに変革を推進し、世界とその人々にポジティブな影響を与えるかを表彰するものです。創造性、ノウハウ、技術開発、そして資源は、社会的、環境的、経済的な持続可能性を達成するために非常に貴重なものです。

サステナブル・ロータスの4つの審査基準と配点は下記の通りです：

クリエイティビティ／アイデア／インサイト	30%
戦略	15%
実施内容	15%
結果	40%

実施内容／キャンペーン／実施内容のセットごとに1エントリーと数えます。

ソーシャル	提出資料 ***ガイドラインは <a href="#">こちら</a>
<b>ST01 貧困&amp;飢餓</b> 貧困の撲滅、飢餓の撲滅、食糧安全保障と栄養改善の達成、持続可能な農業の促進を目指すキャンペーン・イニシアチブ。	<b>必須</b> ・ 作品説明書 ・ プrezentation・ビデオ（最長2分） ・ デジタル・プレゼンテーション画像 ・ クライアントの推薦文
<b>ST02 健康&amp;幸福</b> すべての人々の健康的な生活を保証し、幸福を促進するためのキャンペーント・イニシアチブ。	<b>オプション</b> ・ URL
<b>ST03 教育</b> すべての人々に包摂的で公平な質の高い教育を保証し、生涯学習の機会を促進するためのキャンペーント・イニシアチブ。	
<b>ST04 ジェンダー平等</b> ジェンダーの平等を達成し、すべての女性・少女のエンパワーメントを図るためのキャンペーント・イニシアチブ。	

環境	提出資料 ***ガイドラインは <a href="#">こちら</a>
<b>ST05 気候変動対策&amp;環境保全</b> 気候変動とその影響との闘い、持続可能な開発のための海洋資源の保全と持続可能な利用、陸上生態系の保護、回復、持続可能な利用の促進、森林の持続可能な管理、砂漠化との闘い、土地劣化の阻止と回復、生物多様性の損失の阻止のためのキャンペーント・イニシアチブ。	<b>必須</b> ・ 作品説明書 ・ プrezentation・ビデオ（最長2分） ・ デジタル・プレゼンテーション画像 ・ クライアントの推薦文
<b>ST06 エネルギー、衛生&amp;持続可能なコミュニティ</b> 手頃な価格で信頼性が高く、持続可能で近代的なエネルギーへのアクセス、水と衛生の利用可能性と持続可能な管理、包摂的で安全かつ強靭で持続可能な都市と人間の居住地、および持続可能な消費と生産パターンを保証するためのキャンペーント・イニシアチブ。	<b>オプション</b> ・ URL



## 経済

### ST07 不平等の軽減

国内および国家間の不平等を軽減するためのキャンペーン・イニシアチブ。

### ST08 ディーセント・ワーク & 経済成長

持続的、包摂的かつ持続可能な経済成長と、完全かつ生産的雇用、すべての人々のためのディーセント・ワーク（働きがいのある人間らしい仕事）を推進するためのキャンペーン・イニシアチブ。

### ST09 イノベーション、インフラ & 制度

強靭なインフラを構築し、包摂的で持続可能な工業化とイノベーションを促進し、持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を構築し、すべての人に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で責任ある包摂的な制度を構築するためのキャンペーン・イニシアチブ。

### ST10 目標達成に向けたパートナーシップ

持続可能な開発に向けて実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化するためのキャンペーン・イニシアチブ。

## キャンペーン・エクセレンス

### ST11 長期ブランド・プラットフォーム \*新設\*

長期キャンペーンでは、長年にわたり一貫したクリエイティブな表現とマーケティング活動を推進するブランドのアイデアやポジショニングを継続している、ブランド・プラットフォームと取組みます。長期ブランド・プラットフォームは、複数年にわたって一貫した創造的な表現とマーケティング活動を推進する永続的なブランド・アイデアまたはポジショニングに基づいて構築されます。これは単一のキャンペーンではなく、進化する実施を通じて、ブランドが、統一されたメッセージを伝える持続的な取組みです。

**注：応募者は、長期ブランド・プラットフォームがどのように長期キャンペーンの一部であったかを示さなければなりません（対象期間：過去3年）。**

## ロータス・ルーツ

### LRST ロータス・ルーツ

ロータス・ルーツは、ADFEST独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体现した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL

## 提出資料

\*\*\*ガイドラインは[こちら](#)

### 必須

- ・ 作品説明書
- ・ 文化的背景の解説
- ・ プrezentation・ビデオ（最長2分）
- ・ デジタル・プレゼンテーション画像
- ・ クライアントの推薦文

### オプション

- ・ URL



# Entry Submission

Back to Content

## オンラインによる作品の応募

すべてのエントリー概要はオンラインで行います。応募手順は以下の通りです。

- ・ [www.ADFEST.com](http://www.ADFEST.com) にアクセスし、メニューの「Awards」から「Submit Entry」を選択します。  
WebEnergy 製作のオンライン・エントリーシステムに転送されます。
- ・ 該当するロータス・カテゴリーを選択し、必要な情報を入力します。  
**注：入力内容は「Confirm」をクリックするまでは確定しないため、情報の修正・追加が可能です**
- ・ 入力情報の送信を確認後、Entry List & Payment から Entry Submission フォームおよび Entry Confirmation フォームをダウンロードします。
- ・ エントリー費支払いの情報を送信すると、その内容に基づいて応募者のメールアドレス宛てに請求書が送信されます。請求書は Payment Summary のページからダウンロード・印刷することもできます。
- ・ エントリー内容が記載された Entry Summary (エントリー概要書) は、Entry Summary のページからダウンロード・印刷できます。  
**注：必要資料のすべてと支払いが受領されるまで、エントリーは完了しません。**

**重要：**クレジットの入力内容は慎重にご確認下さい。作品がファイナリストまたは入賞した場合、クレジットは応募者により提供され、ADFEST エントリーサイトを通じてエントリー時に提出されたクレジットのみが使用されます。過去に遡って変更することはできません。クレジットの変更を希望される場合は、

[Nat@ADFEST.com](mailto:Nat@ADFEST.com) 宛に、2026 年 1 月 30 日（金曜日）\*までに書面で通知しなければなりません。

\*応募書類に記載されたクレジット（情報）は、2026 年 1 月 30 日（金曜日）より後には変更できません。変更に関するリクエストについては、主催者の承認が必要です。クレジットの変更、作品説明書、提出資料の交換を含む変更には、1 回のリクエストにつき 2,000 バーツの手数料がかかります。



# How to Submit

Back to Content

## エントリーの 9 つの重要なステップ



### エントリー・マネージャーを任命する

すべてのエントリー活動を調整し、主な連絡担当者となる者を任命します。



### ルール&ロータス・カテゴリーを確認する

提出プロセスを開始する前に、エントリー資格、重要な日付、およびエントリー基準を確認してください。



### エントリーキットをダウンロードする

最新のエントリーキットをダウンロードします。すべての要件、テンプレート、および材料仕様が含まれています。



### ロータス・アワードを調べる

ロータスのカテゴリーとエントリー資料を確認します。ガイダンスが必要な場合は、当方のチームにお問い合わせください。



### アカウントを作成またはログインする

アカウントを使用して、応募、支払い、更新を 1 か所で管理してください。



### エントリー作品を準備&アップロードする

すべての説明、クレジット、提出資料を集めて、作品をアップロードします。



### 提出&支払い

期日までに提出と支払いを完了してください（[主要日程&手数料](#)をご覧ください）。



### レビュー&審査

審査員の審議の前または審議中に、当方のチームが説明を求めるために、応募者に連絡する可能性があります。これには時間的に制約がある場合がありますので、携帯電話の連絡先を必ずお知らせください。



### 結果&トロフィー

ADFEST ロータス・アワード受賞者は、2026 年 3 月 20 日（金曜日）の ADFEST 授賞式で発表されます。ロータス各賞の受賞者にはトロフィーが贈られます。ファイナリストには賞状が贈られます。

現時点ではエントリー情報がすべて揃っていないなくても問題ありません。エントリーを確定するまでは、エントリーの作成、エントリー概要の編集や入力途中の保存ができます。エントリーが確定すると、それ以後は、そのエントリーの詳細を編集することができなくなります。

しかし、エントリー概要是わかっているが資料の準備ができていない場合は、当方が対応致します。2026 年 1 月 23 日（金曜日）まで、エントリー概要を確認し、エントリー資料をアップロードできます。

ADFEST へのエントリーは初めてですか？

今回が初めての場合、[こちら](#)から ADFEST のアカウントを作成して下さい。

サポートが必要な場合、Nat のエントリー・マネージャー [Nat@ADFEST.com](mailto:Nat@ADFEST.com) までお気軽に e メールでご連絡下さい。



# How to Submit

[Back to Content](#)

## 入力情報：概要

### ロータス・カテゴリー

ロータス賞のカテゴリーとサブカテゴリーを選択して下さい

### エントリー情報

エントリーする作品タイトル、長さ／尺（当てはまる場合）、ブランド、広告主、作品ロンチ日。

### このブランドは非営利団体、財団、慈善団体、NGOですか？

審査対象にあたるかどうかは、作品のブランド／クライアント／広告主が決めます。つまり、グランデ・フォー・ヒューマニティで完了する仕事は、非営利団体、財団、慈善団体、または非営利財団および協会、アピール、慈善および寄付、ボランティアなすなわち、グランデ・フォー・ヒューマニティの対象となるには、非営利団体、財団、慈善団体、NGO（非営利財団・社団、抗議団体、慈善団体および寄付、ボランティア等）のための作品である必要があります。を含む NGO 向けのものでなければなりません。

応募者はブランドが YES か NO かを明示しなければなりませんが、一方で ADFEST 主催者はエントリー作品がグランデ・フォー・ヒューマニティの審査を受ける資格があるかどうかを判断する権限を有します。

### エントリー作品の使用と公開について：

エントリーで提出されたすべての資料は、公共利用可能ですか？

注：公共利用には、展示、表彰式、受賞者ショーケース、フェスティバルの宣伝を目的とした第三者（メディアなど）との共有が含まれます。

### AI 開示の使用

応募者は、提出作品において AI（動画/画像生成、音声制作、字幕などを含みますが、これらに限定されません）が使用されているかどうか、またどのように使用されているかを宣言することを求められ、提出内容を検証するために AI 開示宣言を記入しなければなりません。

### 作品説明書：

カテゴリーのガイドラインに基づく、書面の作品情報。

### URL：

エントリー作品の URL。

### エージェンシー情報

エントリー作品の企画・制作過程全体に関わった会社（複数も可）の情報（例：エージェンシー、メディア・エージェンシー等）

エントリー作品の制作過程全体に関わったスタッフの情報（例：Adam Johnson, Chief Creative Officer, Plannova）。



## How to Submit

[Back to Content](#)



### プロダクション情報

エントリー作品の制作プロセスに関わった会社（複数も可）の情報（例：映画制作会社、ポストプロダクション会社、特殊効果制作会社、音響制作会社、印刷制作会社等、例：ダン・ブラウン、監督、Plannova）

### お問い合わせ先

審査の過程で疑問・質問が生じた場合、審査員団に説明するために、ADFEST が作品制作に直接関わったチーム・スタッフに直接連絡する必要が出る場合があります。

### クライアント担当者の連絡先

審査の途中で疑問点が生じた場合等に、作品制作に直接関わったクライアントへ、ADFEST から連絡させて頂く場合があります。

ADFEST は、作品の審査に影響を与えると考えられる場合、それが必須だと判断されない限りクライアントへは連絡しません。



# Sample Entry Forms

[Back to Content](#)



## 概要

### ロータス・カテゴリー

ロータス賞のカテゴリーとサブカテゴリーを選択して下さい。

### タイトル

エントリーする作品名を入力して下さい。

### キャンペーン名

エントリーする作品がキャンペーンの一部である場合、審査員団が適当と判断したら、複数のエントリーを1つのグループにまとめて、キャンペーンとして扱う場合があります。その場合に希望するキャンペーン名を入力して下さい。

### ブランド

作品の製品またはサービス名を入力して下さい。 (例 : Dove, Google Play Music, Johnnie Walker)

### アドバタイザー／広告主

作品の制作を依頼した会社または団体名を記入して下さい。 (例 : Unilever, Google, Diageo)

### ロンチ日

作品のロンチ日を記入して下さい。

### このブランドは非営利団体、財団、慈善団体、NGOですか？

審査対象にあたるかどうかは、作品のブランド／クライアント／広告主が決めます。すなわち、グランデ・フォー・ヒューマニティの対象となるには、非営利団体、財団、慈善団体、NGO（非営利財団・社団、抗議団体、慈善団体および寄付、ボランティア等）のための作品である必要があります。

応募者はブランドが基準を満たしているか明示しなければなりませんが、一方で ADFEST 主催者はエントリー作品がグランデ・フォー・ヒューマニティの審査を受ける資格があるかどうかを判断する権限を有します。

はい

いいえ



# Sample Entry Forms

[Back to Content](#)



## エントリー作品の使用と公開について

\*エントリーで提出されたすべての資料は、公共利用可能ですか？

もし作品に公共利用の制約がある場合、どの資料・要素を公開して良いか特定して下さい。

はい。すべての資料・要素は公開可能です。

いいえ。いかなるすべての資料・要素も公開できません。

いいえ。一部の資料・要素には公開制限があります。該当する資料・要素をすべて選択して下さい：

### VDO

ビデオは授賞式で使用可能です。

VDO は展示会や入場キオスクに使用可能です。

VDO はオンライン受賞者ショーケースで使用可能です。

VDO はプレスキットで使用可能です。

### JPEG

デジタル・プレゼンテーション画像は授賞式で使用可能です。

デジタル・プレゼンテーション画像は展示会＆エントリー・キオスクで使用可能です。

デジタル・プレゼンテーション画像はオンライン受賞者ショーケースで使用可能です。

デジタル・プレゼンテーション画像はプレスキットで使用可能です。

## AI 開示宣言\*

この作品には AI の使用が含まれていますか？

いいえ

はい。以下の内容を含め、できるだけ多くの情報を入力して下さい。

- ・ 作品のどの部分（例：コピー、画像、音楽、サウンドデザイン、ビデオ、データ分析など）に AI ツールが関わりましたか。
- ・ 使用された特定のツール、プラットフォーム、またはモデル、および AI 支援。
- ・ AI 生成または AI 合成素材、ディープフェイク、合成音声、肖像再現、生成表現などの使用。

記載されている情報は真実かつ正確であることを確認します。そうでないことが証明された場合、私のエントリーは失格となり、エントリーに関連するすべてのポイントが無効になることを理解しています。



# Sample Entry Forms

Back to Content

## URL

有効かつ閲覧可能な URL で、エントリー作品のページに直接アクセスできなければなりません。URL は、2026 年 4 月 30 日までは有効でなければなりません。URL は、<http://> または <https://> のいずれかで始まらなければなりません。なお、必要な場合はユーザー名とパスワードを併せて提供して下さい。ADFEST は、無効ないし停止中のサイト、または必要なログイン／ダウンロード情報が提供されていないことへの責任は負いません。

## URL

例：<http://www.ADFEST.com>

## 種別

ドロップダウンから選択して下さい

- ・ アプリケーションへの URL リンク
- ・ オンライン動画
- ・ ソーシャル・ページ
- ・ Web サイト

「アプリケーションへの URL リンク」を選択する場合

アプリケーションのダウンロードに関する詳細を入力して下さい。これらの詳細は誰とも共有されず、審査の目的にのみ使用されます。

## アプリ名

## APP STORE/GOOGLE PLAY のユーザー名

## APP STORE/GOOGLE PLAY のパスワード



# Sample Entry Forms

[Back to Content](#)



## 企画・制作会社の情報

作品の制作に大きく関わった会社（複数も可）の詳細情報。

複数の会社でも記入できますが、付与されるポイントは各エージェンシー、各ネットワーク間で比例配分されることに留意して下さい。

### エージェンシー

エージェンシー情報は、エージェンシー・オブ・ザ・イヤー、インディペンデント・エージェンシー・オブ・ザ・イヤー、デジタル・エージェンシー・オブ・ザ・イヤーのポイント計算で参照されるため、スペースやシンボルを含むスペリングが常に一貫し、誤記が無いように注意して下さい。

### エージェンシー

注：該当しない場合は、「N/A」と記入してください。

※ご応募いただいた内容は「エージェンシー・オブ・ザ・イヤー」の採点対象となります。

インディペンデント・エージェンシーの場合は、「インディペンデント・エージェンシー・オブ・ザ・イヤー」の祭典対象となるようチェックを入れてください。

### 都市名

注：都市名がリストにない場合は、「その他」を選択して指定します。該当しない場合は、「N/A」を選択してください。

### ネットワーク

・ネットワーク情報は、ネットワーク・オブ・ザ・イヤーやインディペンデント・ネットワーク・オブ・ザ・イヤーのポイント計算で参照されるため、スペースやシンボルを含むスペリングが常に一貫し、誤記が無いように注意して下さい。

注：持株会社は「Network」として登録できません。

### ネットワーク

貴社がどのネットワークにも属していない場合は、「N/A」を選択してください。

※これは「ネットワーク・オブ・ザ・イヤー」の採点対象となります。

「インディペンデント・ネットワーク・オブ・ザ・イヤー」のスコアにカウントされる独立系ネットワークの場合はチェックを入れてください。

注：

貴社に該当しない場合は、「N/A」を選択してください。

ご使用のネットワークがリストにない場合は、「その他」を選択し、ご使用のネットワークを指定します。

## 企画・制作チームの情報

作品に大きく貢献したスタッフの情報。

### 会長

### 最高経営責任者（CEO）

### 代表取締役社長

### チーフ・クリエイティブ・オフィサー

### エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター

### クリエイティブ・ディレクター

### アート・ディレクター



# Sample Entry Forms

[Back to Content](#)

コピーライター

エグゼクティブ・プロデューサー

エージェンシー・プロデューサー

クリエイティブ・テクノロジスト

インタラクティブ・デザイナー

テクニカル・ディレクター

デベロッパー

プログラマー

アニメーター・スペシャル・エフェクト

コンピューター・アーティスト

レタッチャー

イラストレーター

デザイナー

リサーチ&データアナリスト

ビジネス・ストラテジー・ディレクター

クライアント・サービス・ディレクター

アカウント・ディレクター

アカウント・マネージャー

アカウント・エグゼクティブ

マーケティング・コミュニケーション・ディレクター

マーケティング・コミュニケーション・マネージャー

ストラテジック・プランニング・ディレクター

ストラテジック・プランニング・マネージャー



# Sample Entry Forms

[Back to Content](#)

ストラテジック・プランナー

プランナー

PRディレクター

メディア・プランナー

メディア・バイヤー

上記以外の制作スタッフ情報

作品に大きく関わった、上記以外の制作チーム・スタッフの情報（肩書、氏名）を入力して下さい。

メディア会社の情報

作品のメディア戦略に大きく関わった会社（複数も可）の情報。会社が制作とメディア戦略の両方に関わっている場合は、エージェンシーとメディア・エージェンシーの両方に記入して下さい。

メディア・エージェンシー

メディア・ロータスにエントリーするメディア・エージェンシーの情報は、メディア・エージェンシー・オブ・ザ・イヤーのポイント計算で参照されるため、スペースやシンボルを含むスペリングが常に一貫し、誤記が無いように注意して下さい。

メディア・エージェンシー

都市名

メディアチームの情報

携わった人

作品に大きく関わったスタッフの情報。メディアチームのスタッフ名を空欄に入力して下さい。

メディア・プランニング・ディレクター

メディア・プランニング・マネージャー

メディア・プランナー

ストラテジック・プランニング・ディレクター

ストラテジック・プランニング・マネージャー

ストラテジック・プランナー

データ&アナリティクス・マネージャー



# Sample Entry Forms

[Back to Content](#)

クライアント・ディレクター

クライアント・マネージャー

上記以外のメディア・スタッフ情報

作品に大きく関わった、上記以外のメディアチーム・スタッフの情報（肩書、氏名）を入力して下さい。

PRチームの情報

作品のPR戦略に大きく関わった会社（複数も可）の情報。企会社が制作とPR戦略の両方に関わっている場合は、エージェンシーとPRエージェンシーの両方に記入して下さい。クリエイティブ戦略とPR戦略の両方に関与している場合は、代理店とPR代理店の両方に入力する必要があります。

PRエージェンシー

PRロータスにエントリーするPRエージェンシーの情報は、PRエージェンシー・オブ・ザ・イヤーのポイント計算で参照されるため、スペースやシンボルを含むスペリングが常に一貫し、誤記が無いように注意して下さい。

PRエージェンシー

都市名

PRチームの情報

携わった人

作品に大きく関わったスタッフの情報。PRチームのスタッフ名を空欄に入力して下さい。

PRディレクター

PRマネージャー

エグゼクティブPR

PRプランナー

ソーシャル・メディア・マネージャー

メディア・リレーションズ

インフルエンサー・リレーションズ

上記以外のPRスタッフ情報

作品に大きく関わった、上記以外のPRチーム・スタッフの情報（肩書、氏名）を入力して下さい。



# Sample Entry Forms

[Back to Content](#)



## 制作会社の情報

作品の制作に各専門領域から大きく関わった会社（複数も可）の詳細情報。

ラジオ&オーディオ・ロータス内のオーディオ・クラフト・サブカテゴリー（RA10-RA14）、デジタル・クラフト・ロータス、フィルム・クラフト・ロータス、ニュー・ディレクター・ロータス及びプリント&アウトドア・クラフトへのエントリー作品の会社情報は、プロダクション・オブ・ザ・イヤーでポイント計算されることになるため、スペースやシンボルを含むスペリングが常に一貫し、誤記が無いように注意して下さい。

### フィルム・プロダクション・カンパニー

作品の映像制作に大きく貢献した会社（複数も可）の情報。

フィルム・プロダクション・カンパニー

都市名

## 映像制作チームの情報

作品の映像制作に大きく貢献したスタッフの情報。

代表取締役社長

ディレクター

ディレクター・オブ・フォトグラファー

シネマトグラファー

カメラマン

ギャファー

アシスタント・ディレクター

エグゼクティブ・プロデューサー

映像プロデューサー

プロダクション・マネージャー

プロダクション・デザイナー

照明

グレーディング

キャスティング

ヘア&メイクアップ



# Sample Entry Forms

[Back to Content](#)

スタイリスト

衣装

## その他の映画制作スタッフ情報

作品の映像制作に大きく関わった、上記以外のチーム・スタッフの情報（肩書、氏名）を入力して下さい。

### ポストプロダクション・カンパニー

作品のポストプロダクションに大きく貢献した会社（複数も可）の情報。

### ポストプロダクション・カンパニー

都市名

### ポストプロダクション・チームの情報

作品のポストプロダクションに大きく貢献したスタッフの情報。

エディター

カラリスト

フレーム・アーティスト

スペシャル・エフェクト

サウンド・デザイナー

テクニカル・デザイナー

グラフィック・デザイナー

コンポーザー

モーション・グラフィック

ミキサー

ポスト・エグゼクティブ・プロデューサー

ポスト・プロデューサー

### その他ポストプロダクション・スタッフ情報

作品のポストプロダクションに大きく関わった、上記以外のチーム・スタッフの情報（肩書、氏名）を入力して下さい。



# Sample Entry Forms

[Back to Content](#)



スペシャル・エフェクト・プロダクション・カンパニー

作品の特殊効果、視覚効果、アニメーション制作に大きく関わった会社（複数も可）の情報。

スペシャル・エフェクト制作会社

都市名

スペシャル・エフェクト制作スタッフ情報

作品の特殊効果、視覚効果、アニメーションの制作に大きく関わったスタッフの情報。

ビジュアル・エフェクト

スペシャル・エフェクト

CG ディレクター

CG スーパーバイザー

CG デザイナー

デザイナー

コンピューター・アーティスト

アニメーター

イラストレーター

スペシャル・エフェクト・エグゼクティブ・プロデューサー

スペシャル・エフェクト・プロデューサー

コンポーザー

その他スペシャル・エフェクト制作スタッフ情報

作品の特殊効果、視覚効果、アニメーションの制作に大きく関わった、上記以外のチーム・スタッフの情報（肩書、氏名）を入力して下さい。

サウンド・プロダクション・カンパニー

作品のサウンド・プロダクションに大きく関わった会社（複数も可）の情報。

サウンド・プロダクション・カンパニー

都市名



# Sample Entry Forms

[Back to Content](#)

## サウンド・プロダクション・チーム・スタッフ情報

作品のサウンド・プロダクションに大きく関わったスタッフの情報。

サウンド・デザイナー

サウンド・エンジニア

サウンド・エグゼクティブ・プロデューサー

サウンド・プロデューサー

ミキサー

ミュージック・ディレクター

ミュージック・コンポーザー

ミュージック・アレンジャー

## その他サウンド・プロダクション・スタッフ情報

サウンド・プロダクションに大きく関わった、上記以外のチーム・スタッフの情報（肩書、氏名）を入力して下さい。

プリント・プロダクション・カンパニー

作品のプリント・プロダクションに大きく関わった会社（複数も可）の情報。

プリント・プロダクション・カンパニー

都市名

## プリント・プロダクション・チーム情報

作品のプリント・プロダクションに大きく関わったスタッフの情報。

フォトグラファー

タイポグラファー

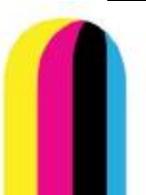
レタッチャー

イラストレーター

デザイナー

グラフィック・デザイナー

プリント・エグゼクティブ・プロデューサー



# Sample Entry Forms

[Back to Content](#)

プリント・プロデューサー

その他プリント・プロダクション・スタッフ情報

作品のプリント・プロダクションに大きく関わった、上記以外のチーム・スタッフの情報（肩書、氏名）を入力して下さい。

## エントリー担当者の連絡先情報

審査の過程で疑問・質問が生じた場合、審査員団に説明するために、ADFEST が作品制作に直接関わったチーム・スタッフに直接連絡する必要が出る場合があります。

氏名

肩書

携帯電話番号

メールアドレス

## クライアント担当者の連絡先

審査の途中で疑問点が生じた場合等に、作品制作に直接関わったクライアントへ、ADFEST から連絡させて頂く場合があります。

ADFEST は、作品の審査に影響を与えると考えられる場合、それが必須だと判断されない限りクライアントへは連絡しません。

氏名

肩書

住所



# Written Submission

[Back to Content](#)



審査員は審査中に作品説明書を確認しますので、できるだけ多くの詳細を提供することをお勧めします。

## ブランド・エクスペリエンス・ロータス

### キャンペーン概要

キャンペーンの目的、創造性、アイデア、インサイト、戦略、実施の概要。エクスペリエンス・デザイン、アクティベーション、没入型体験、リテール、360 度カスタマー・エンゲージメントなどによるブランド構築に焦点を当てたキャンペーンの概要。

応募作品は、コンシューマー・ジャーニー、ブランド体験、全タッチポイントの最適化が、どのようにブランド・アフィニティ（愛着）や商業的成功につながったのかを説明して下さい。（最大 300 ワード）

### クリエイティビティ／アイデア／インサイト：

クリエイティビティ／アイデア／インサイトの説明。（最大 200 ワード）

### 戦略：

ターゲットとする消費者の説明と、戦略がそのターゲットにどのように適しているか。ブランドに対する消費者の現在の関係/認識はどのようなものか？具体的なコンシューマー・ジャーニーやブランド体験に加え、ブランド・アフィニティや商業的成功につなげるため、それぞれのタッチポイントでどのように最適化されているかを含む（最大 200 ワード）

### 実施：

キャンペーン実施内容の時系列順の説明。ターゲットの消費者を惹きつけ引き寄せる、キャンペーンのプレースメントとタイムライン。（最大 200 ワード）

### 結果：

キャンペーンがどのように目標を達成したかについて、ターゲットとなる消費者の意識と行動に関する具体的な結果や統計データを含めて記述して下さい。（最大 200 ワード）



# Written Submission

[Back to Content](#)

## コマース・ロータス

### キャンペーン概要

キャンペーンの目的、創造性、アイデア、インサイト、戦略、実施の概要。オフラインコマースと e コマースの両方で消費者体験を向上させ、ビジネスの売上を促進するコマースソリューションに創造性のある作品に焦点を当てた本キャンペーンの概要を記述。応募作品は、未来を定義するビジネスにおいて、その取り組みの持つ影響がどのようなものであるかを示すものである必要があります。 (最大 300 ワード)

### クリエイティビティ／アイデア／インサイト：

クリエイティビティ／アイデア／インサイトの説明。 (最大 200 ワード)

### 戦略：

キャンペーンの説明と、戦略がいかにこのターゲットに対して適正なのかについての説明。マーケットとオーディエンスに関する具体的なインサイトを含めて記述して下さい。 (最大 200 ワード)

### 実施：

オフラインコマースと e コマースの両方で消費者体験を向上させ、ビジネスの売上を促進するコマースソリューションに創造性のある作品について、アイデアをどのように実施したかを説明。ターゲットの消費者をつなげ引き寄せる、キャンペーンのプレースメントとタイムライン。 (最大 200 ワード)

### 結果：

キャンペーンがどのように目標を達成したかについて、具体的な結果や統計データを含めて記述して下さい。また、キャンペーン結果の詳細と、未来を定義するビジネスにおけるその影響について。 (最大 200 ワード)



# Written Submission

Back to Content

## クリエイティブ・ストラテジー・ロータス

### キャンペーン概要：

キャンペーンの目的、創造性、アイデア、インサイト、戦略、実施の概要。キャンペーンの成功においてストラテジック・プランニングと創造的なソリューションが果たした重要な役割の概要。（最大 300 ワード）

### インサイト：

消費者のインサイト、行動、リサーチ、その他の背景を含む具体的なインサイトの説明。該当する場合、応募作品はまた、キャンペーンの背景を十分に説明するためにブランドが直面した課題の概要を示して下さい。（最大 300 ワード）

### クリエイティブ・ストラテジー：

クリエイティブ・ストラテジーの説明。インサイトを活用し、課題に対処するストラテジック・プランニングが、キャンペーンの成功にどのように重要な役割を果たしたかが評価されます。キャンペーンの目的を達成し、キャンペーンを成功に導くためにその戦略が適切である理由。（最大 300 ワード）

### クリエイティブ・アイデア：

そのクリエイティブ・アイデアは何だったのか？課題に取り組み、キャンペーンの目的を達成する上で、クリエイティブ・ストラテジーとどのように連携しているか。（最大 300 ワード）

### 実施：

キャンペーン実施内容の時系列順の説明。実施内容がクリエイティブ・ストラテジーをいかに高めたのかについて。  
(最大 300 ワード)

### 結果：

キャンペーンがどのように目標を達成したかについて、具体的な結果や統計データを含めて記述して下さい。キャンペーンの結果とクリエイティブ・ストラテジーのインパクトの詳細について。その結果がどの程度キャンペーンによるものであるといえるか。結果に影響を及ぼした可能性のある要因はあったか。

(最大 300 ワード)

CS12 予算内でのブレークスルーに応募する場合、応募者はキャンペーンが課題を克服するために限られた予算とリソースをどのように利用したかを明確に示して下さい。（最大 300 ワード）

CS13 ロング・ターム・ストラテジーに応募する場合、応募者は、長期戦略がどのように長期キャンペーンの一部であったかを示さなければなりません（対象期間：過去 3 年）。



# Written Submission

[Back to Content](#)

## ダイレクト・ロータス

### キャンペーン概要

キャンペーンの目的、創造性、アイデア、インサイト、戦略、実施、技術の概要。創造性に焦点を置いたダイレクト・マーケティング・キャンペーンの概要。応募作品は、いかに適切な戦略がターゲット・オーディエンスに対し実施されたか、そしてその結果を示すものである必要があります。 (最大 300 ワード)

### クリエイティビティ/アイデア/インサイト :

クリエイティビティ/アイデア/インサイトの説明。 (最大 200 ワード)

### 戦略 :

このダイレクト・マーケティング・キャンペーンのターゲット・オーディエンスの説明と、戦略がそのターゲットにどのように適しているか。ブランドに対するターゲットの現在の関係/認識はどのようなものか？マーケットとオーディエンスに関する具体的なインサイトを含めて記述して下さい。 (最大 200 ワード)

### 実施 :

キャンペーン実施内容の時系列順の説明。ターゲットの消費者をつなげ引き寄せる、キャンペーンのプレースメントとタイムライン。 (最大 200 ワード)

### 結果 :

キャンペーンがどのように目標を達成したかについて、キャンペーンに対するターゲット・オーディエンスの反応に関する具体的な結果や統計データを含めて記述して下さい (最大 200 ワード)

DM23 予算内でのブレークスルーに応募する場合、応募者はキャンペーンが課題を克服するために限られた予算とリソースをどのように利用したかを明確に示して下さい。 (最大 300 ワード)



# Written Submission

[Back to Content](#)

## エフェクティブ・ロータス

### キャンペーン概要

キャンペーンの目的、創造性、アイデア、インサイト、戦略、実施の概要。キャンペーンのローンチから終了までのまとめとその結果について（最大 300 ワード）

クリエイティビティ／アイデア／インサイト：

クリエイティビティ／アイデア／インサイトの説明。（最大 300 ワード）

### 戦略：

キャンペーンの説明。選択された各チャネルが、成果を促進し、キャンペーンを効果的にするのに適切である理由。マーケットとオーディエンスに関する具体的なインサイトを含めて記述して下さい（最大 300 ワード）

### 実施：

キャンペーン実施内容の時系列順の説明。実施内容がキャンペーンの効果をいかに高めたのかについて（最大 300 ワード）

### 結果：

キャンペーンがどのように目標を達成したかについて、具体的な結果や統計データを含めて記述して下さい。キャンペーンの結果の詳細と、それが目的（商業、マーケティング、コミュニケーション）にどのように貢献したか。その結果がどの程度キャンペーンによるものであるといえるか。結果に影響を及ぼした可能性のある要因はあったか。（最大 300 ワード）

効果を示す結果はパーセントだけでなく、増分を数・数量で示して下さい。例えば、販売量であれば単に 50% 増えた、とするのではなく、1,000 ユニットが 1,500 ユニットに増えた、として下さい。

EF08 への応募作品については、長期キャンペーン（対象期間：過去 3 年間）の一環としてブランドの持続的効果がどのように達成されたかを明示して下さい

（最大 300 ワード）

EF09 予算内でのブレークスルーに応募する場合、応募者はキャンペーンが課題を克服するために限られた予算とリソースをどのように利用したかを明確に示して下さい。（最大 300 ワード）

EF11 への応募作品については：新規の顧客活動または継続顧客の増加数・量を明示して下さい（最大 300 ワード）

# Written Submission

## エンターテイメント・ロータス

### キャンペーン概要

キャンペーンの目的、創造性、アイデア、インサイト、戦略、実施の概要。キャンペーンのローンチから終了までのまとめ。消費者を惹きつけるプラットフォームとしてシームレスに制作または共同制作された、ブランド出資によるキャンペーンのクリエイティブ・コンテンツやエンターテイメントについて、またオーディエンスがキャンペーンにどのように引き寄せられたかについて説明して下さい。（最大 300 ワード）

### クリエイティビティ／アイデア／インサイト：

クリエイティビティ／アイデア／インサイトの説明。（最大 200 ワード）

### 戦略：

キャンペーンとオーディエンスの説明。コンテンツとオーディエンスに対して、キャンペーンがどのように適しているか。メディアの状況、課題、市場における制約等の背景となる情報や、市場やオーディエンスに関する具体的なインサイトがあれば記載する。（最大 200 ワード）

### 実施：

キャンペーン実施内容の時系列順の説明。ターゲットの消費者を惹きつけ引き寄せる、キャンペーンのプレースメントとタイムライン。（最大 200 ワード）

### 結果：

キャンペーンがどのように目標を達成したかについて、具体的な結果や消費者エンゲージメントへの影響を含めて記述して下さい（最大 200 ワード）



# Written Submission

[Back to Content](#)



## イノーバ・ロータス

### キャンペーン概要

キャンペーンの目的、創造性、アイデア、インサイト、戦略、実施の概要。真の革新性、トークバリュー、成果のレベルに関するキャンペーンの概要。（最大 300 ワード）

### クリエイティビティ／アイデア／インサイト：

クリエイティビティ／アイデア／インサイトの説明。（最大 200 ワード）

### 戦略：

キャンペーンの説明。当該イノベーションの創出にはどのような機会があったのか、またそのイノベーションが目標の達成にどのように貢献するか。マーケットとオーディエンスに関する具体的なインサイトを含めて記述して下さい（最大 200 ワード）

### 実施：

#### イノベーション・イン・クリエイティビティ (IN01)

キャンペーン実施内容の時系列順の説明。ブランドにコミュニケーション上またはビジネス上のソリューションをもたらすクリエイティブなアイデア、実施、またはイノベーションにおいて、当該キャンペーンがどのように画期的なものであったか。（最大 200 ワード）

#### イノベーション・イン・テクノロジー (IN02)

キャンペーン実施内容の時系列順の説明。ビッグデータ、革新的なツール、発明、プラットフォーム、または改善やソリューションにつながるその他の手段を用いて、当該キャンペーンが技術面でどのように革新的なものであったか。（最大 200 ワード）

#### イノベーション・イン・プロトタイプ・テクノロジー (IN03)

キャンペーン実施内容の時系列順の説明。まだ市販または市場公開されていないもので、当該キャンペーンの技術面での革新性はどのようなものであったか。この技術は、プロトタイプ、ベータ版、試作段階のものが想定されます。（最大 200 ワード）

#### スケーラブル・イノベーション (IN04)

キャンペーン実施内容の時系列順の説明。キャンペーンが、いかにイノベーションの拡張性をイノベーションの存在、使用、影響まで拡大したかについて。スケールアップ（効果の拡大またはスケールメリット）、スケールアウト（新しい市場セグメントへの地理的または人口統計的な拡大）、およびスケール・ディープ（イノベーションの影響を最大化）による拡張が含まれます。（最大 200 ワード）



## Written Submission

[Back to Content](#)

### サステナブル・イノベーション (IN05)

キャンペーン実施内容の時系列順の説明。キャンペーンの取り組みは、物理環境にプラスの影響を与える環境の改善と持続可能な開発のためにどのように設計されたか。（最大 200 ワード）

### イノベーション・フォー・ヒューマニティ (IN06)

キャンペーン実施内容の時系列順の説明。キャンペーンが、どのように人々の生活の質を大幅に変化させ向上させる可能性を秘めた革新的な取組みを行ったか。社会または男女の平等、教育、ヘルスケア、人権、その他の社会正義の課題を改善するための取組みが含まれます。（最大 200 ワード）

### イノベーション・イン・ローカル・カルチャー・アプリケーション (IN07)

キャンペーン実施内容の時系列順の説明。文化・宗教・伝統・言語などの面で地域の課題・問題を解決することを通じて、キャンペーンが文化的に重要な革新だったか？（最大 200 ワード）

### 結果：

イノベーションがどのように目標を達成したかについて、具体的な結果や統計データを含めて記述して下さい（最大 200 ワード）



# Written Submission



## メディア・ロータス

### キャンペーン概要

キャンペーンの目的、創造性、アイデア、インサイト、戦略、実施の概要。キャンペーンのまとめを、創造性とインサイトと結果に焦点を置いて記述。応募作品は、いかに適切なメディア戦略がターゲット・オーディエンスに対し実施されたか、そしてその実施内容と結果を示すものである必要があります。（最大 300 ワード）

### クリエイティビティ／アイデア／インサイト：

クリエイティビティ／アイデア／インサイトの説明。（最大 200 ワード）

### 戦略：

メディア戦略とターゲット・オーディエンスの説明。各メディア・チャンネルが、キャンペーンとターゲットに対していかに適切か。マーケットとオーディエンスに関する具体的なインサイトを含めて記述して下さい。（最大 200 ワード）

### 実施：

メディア実施内容の時系列順の説明。メディアの導入により、キャンペーン全体がどのように強化されましたか（最大 200 ワード）

### 結果：

キャンペーンがどのように目標を達成したかについて、具体的な結果や統計データを含めて記述して下さい。

結果としての数字／数量の増分を示して、ブランドが目標を達成したことを説明して下さい。消費者の行動や意識の変化を示すものでも結構です。（最大 200 ワード）

**ME28** 予算内でのブレークスルーに応募する場合、応募者はキャンペーンが課題を克服するために限られた予算とリソースをどのように利用したかを明確に示して下さい。（最大 300 ワード）

# Written Submission

[Back to Content](#)

## PR ロータス

### キャンペーン概要

キャンペーンの目的、創造性、アイデア、インサイト、戦略、実施の概要。ブランドの評価や事業を発展、維持または強化させた戦略およびクリエイティブな実施に対して焦点を置いたキャンペーンの概要。応募作品は、いかにその戦略、インサイト、クリエイティブ・アイデアがブランド認知に良い影響を与え、それが事業、社会、または文化を変えることにつながるかを示すものである必要があります。 (最大 300 ワード)

### クリエイティビティ/アイデア/インサイト :

クリエイティビティ/アイデア/インサイトの説明。 (最大 200 ワード)

### 戦略 :

PR 戦略とターゲット・オーディエンスの説明。創造性コミュニケーションが、キャンペーンとターゲットに対していかに適切か。あらゆる PR プラットフォーム・チャネルまたはメディアを含めて記述して下さい。 (最大 200 ワード)

### 実施 :

PR キャンペーン実施内容の時系列順の説明。いかにその戦略、インサイト、クリエイティブなアイデアがブランド認知に良い影響を与え、それが事業、社会、または文化を変えることにつながったか。 (最大 200 ワード)

### 結果 :

キャンペーンがどのように目標を達成したかについて、ブランド認知の向上が事業、社会または文化を変えることにつながったことを示す具体的な結果や統計データを含めて記述して下さい。消費者の行動または意識の変化や、事業で達成された数・量を示して下さい。 (最大 200 ワード)

**PR17** 予算内でのブレークスルーに応募する場合、応募者はキャンペーンが課題を克服するために限られた予算とリソースをどのように利用したかを明確に示して下さい。 (最大 300 ワード)



# Written Submission

[Back to Content](#)

## プレス・ロータス

P09 予算内でのブレークスルーに応募する場合、応募者はキャンペーンが課題を克服するために限られた予算とリソースをどのように利用したかを明確に示して下さい。 (最大 300 ワード)

## サステナブル・ロータス

### キャンペーン概要

キャンペーンの目的、創造性、アイデア、インサイト、戦略、実施の概要。ブランドが持続可能な開発目標の達成へ向けて努力することで、どのような変革をもたらし、世界と人々にポジティブな影響を与えているかに焦点を当てたキャンペーンの概要。

応募作品は、社会的、環境的、経済的な持続可能性を達成するために、創造性、ノウハウ、技術開発、そして資源がいかに貴重であるかを示すものであること。 (最大 300 ワード)

### クリエイティビティ／アイデア／インサイト：

クリエイティビティ／アイデア／インサイトの説明。 (最大 200 ワード)

### 戦略：

戦略と対象とする目標の説明。物理的環境にプラスの影響を与える社会的、環境的、経済的な持続可能性の達成のために、どのような戦略の取り組みが計画されたか？

(最大 200 ワード)

### 実施：

キャンペーン実施内容の時系列順の説明。持続可能な開発目標を達成し、世界と人々にプラスの影響を与えるために、戦略、インサイト、クリエイティブなアイデアがどのように実施されたか。

(最大 200 ワード)

### 結果：

キャンペーンがどのように目標を達成したかについて、開発目標への貢献やブランド認知の向上が事業、社会または文化を変えることにつながったことを示す具体的な結果や統計データを含めて記述して下さい。 (最大 200 ワード)

作品を ST11 長期ブランド・プラットフォームに応募する場合、応募者は、ブランド・プラットフォームが長期持続キャンペーン（対象期間：過去 3 年間）の一環としてどのように達成されたかを明示して下さい (300 ワード以内)



## Written Submission

[Back to Content](#)

### 創造性を通じたレジリエンス

※クリエイティブ・ソリューションがキャンペーンとターゲットにどのように関連しているか、または適切な説明。（最大 200 ワード）

### ロータス・ルーツ

ロータス・ルーツは、ADFEST 独自の賞として、文化、宗教、信条、伝統、言語、インサイト、コンテキストなど、地域の価値観を体現した作品に贈られます。ロータス・ルーツは、それぞれの地域文化の豊かな遺産と価値を保存し、称賛する作品を表彰します。作品の文化的な重要性についての説明。（最大 200 ワード）

## 現物の作品またはデモビデオ（最長 1 分）

審査のために提出される、パッケージ、プロダクト・デザイン、平面／立面ダイレクト・メール等のサンプル、製品、その他実際の素材や資料。

## 所属機関の証明書

応募者は学生であり、学校のプロジェクトとして提出作品を制作したという、関係教育機関による認証文書。

## クライアントの推薦文（クライアントのレターへッドを使用）

ADFEST に応募する作品の制作を、応募者の会社に依頼したことを証明するクライアントからの正式な文書。注：クライアントのレターへッドが付された推薦文が提出されない場合、エントリー作品は審査されません。

28<sup>th</sup> January 2012

To Whom It May Concern

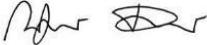
This letter is to confirm that we endorse your interest in entering the Carlton Mid 'Wifemen' campaigns into various advertising awards for 2012.

The campaign launched on 30<sup>th</sup> October 2011.

Should you have any other requests please let me know.

Kind regards

Respectfully,

  
Nathaporn Luevarapong  
Brand Manager  
Plannova Co., Ltd.

PLANNOVA CO., LTD.  
1537 Town in Town 3/1, Srivara Road, Plubpla, Wangthonglang, Bangkok 10310, Thailand.  
Tel: 622-530-9300 Fax: 622-530-9292-3



## 文化的背景の解説

応募作品の文化的な重要性の解説。作品が現地の文化的関連性をどのように反映しているかを説明して下さい。

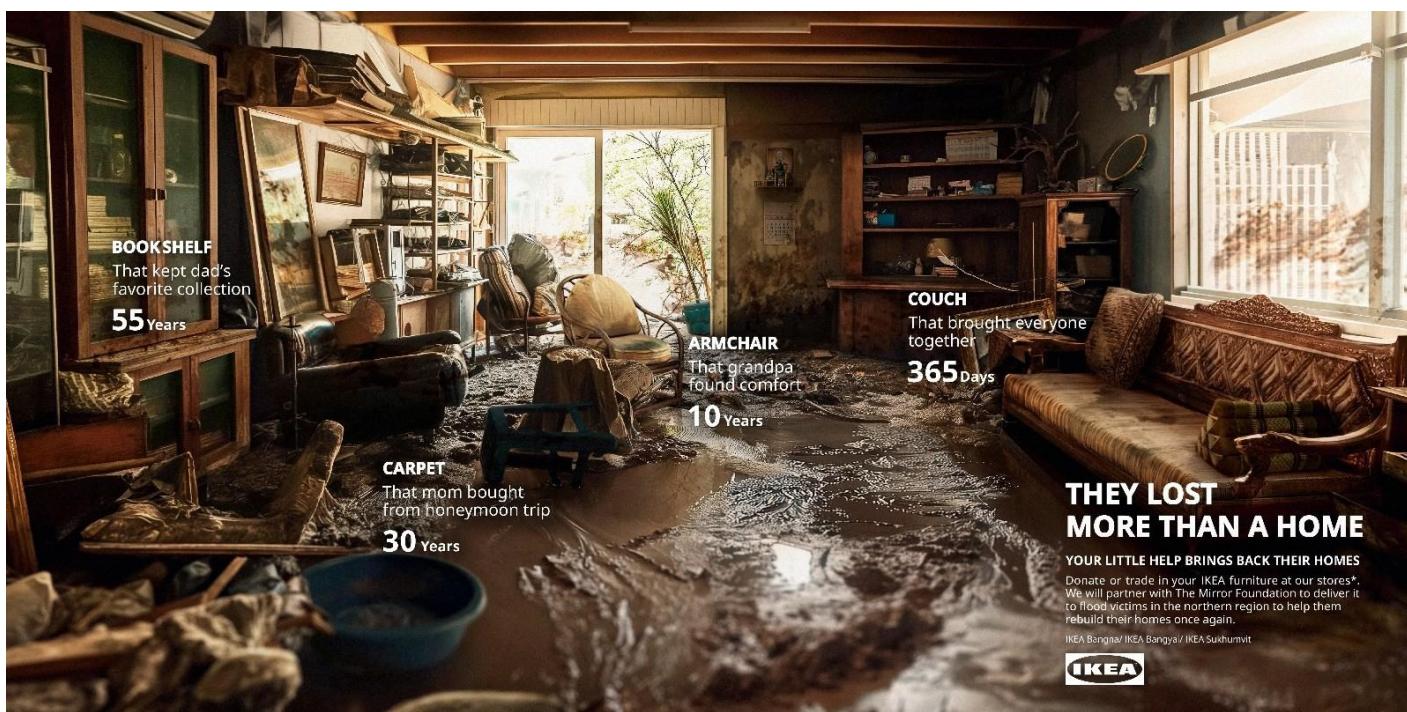
## デジタル・ファイル

掲載・放送されたものと同じオリジナル動画／デジタル・デザインで、モーション・グラフィック、映像、動画、アニメ／静止グラフィック、アイコン等。オリジナル・デジタル・ファイルはオンラインのエントリーフォームにアップロードすることができます。

## デジタル画像 または デジタル・プレゼンテーション画像

- JPEG ファイル
- 解像度 300dpi (CMYK & RGB) 最小 A4 サイズ
- デジタル・ファイルはオンラインのエントリーフォームにアップロードすることができます。

## デジタル画像のサンプル



注：

- 掲載・掲出された広告と同一であること
- エージェンシーのロゴは入れないこと
- 説明文書を追記しないこと



# Material Guideline

[Back to Content](#)

デジタル・プレゼンテーション画像のサンプル

**Scalable technology that can create water from the potatoes and save our dying water resources.**

**Lay's** | **DROPS OF JOY**

**Challenge**

10 billion tons of water is used every day worldwide. Consequently, our water resources, such as rivers, lakes, and underground water, are depleting due to the immense pressure of this water demand. And as a result, our planet is heading towards an inevitable water crisis.

**Solution**

Lay's has found a way to create water from the very core of our process - the potato.

The potato contains 80% water, which is wasted during chip production. We've engineered a method to capture every single drop of it. It's a cost-effective and easily installable mechanism that converts the steam released while cooking chips into 120 million litres of water annually. This technology can create water from potatoes in any food processing industry and ease the pressure on our limited water resources.

**120 MILLION LITRES** of water created per year    **7.7 TRILLION LITRES** of water can be created when implemented industry-wide in the next 50 years.

**Process**

Step 1: Vapour collection  
Vapours from potatoes get collected.

Step 2: Condensation  
These vapours convert into water.

Step 3: 3-step purification  
Water goes through alum treatment, filtration and then UV light.

Step 4: Aeration  
Addition of dissolved oxygen to water.

Natural water  
Pure water with pH of about 7.17.

**CAN FILL 72 OLYMPIC-SIZE SWIMMING POOLS EVERY YEAR**

**PER YEAR WATER REQUIREMENT OF 2800 PEOPLE**

注：

- 掲載・掲出された広告と同一であること
- エージェンシーのロゴは入れないこと
- 明瞭かつ簡潔な文章で、セクションごとに区切られていること（各セクション 100 ワード以内）



# Material Guideline

Back to Content

レイアウト／レイヤー／ステージ画像またはソース写真

最終的な広告への画像加工・3Dの貢献を判断するため、最終的に作品が掲載された広告を添付して下さい。



Great  
Stories  
Stand the  
Test of Time.



注：

- 掲載・掲出された広告と同一であること
- エージェンシーのロゴは入れないこと
- 説明文書を追記しないこと



# Material Guideline

[Back to Content](#)

## メディア・エージェンシー作成のメディア・スケジュール

広告キャンペーンで使用されたメディア・チャンネルが確認でき、放送日、ポジション、秒数が記入されたプログラム／プラン。メディア・スケジュールはオンラインのエントリーフォームにアップロードすることができます。

注：メディア・エージェンシー作成のメディア・スケジュールが提出されない場合は、エントリー作品は審査されません。

FALL/WINTER BROADCAST PRIMETIME SCHEDULE - 2008-09								
	abc	CBS	NBC	FOX	CW	MNT		
<b>MON</b>								
8PM	Dancing with the Stars	Big Bang Theory	Chuck	Terminator: S.C. Chronicles	Gossip Girl	The Twilight Zone		
830PM		How I Met Your Mother				The Twilight Zone		
9PM		Two and a Half Men	Heroes	Prison Break	One Tree Hill	Magic: Secrets		
930PM	Samantha Who?	<b>Worst Week</b>						
10PM	Boston Legal (final season)	CSI Miami	<b>My Own Worst Enemy</b>					
1030PM								
<b>TUE</b>								
8PM	TBA	NCIS	Biggest Loser (2-hrs)	AMERICAN IDOL	11-Jan 00210	Street Patrol		
830PM						Street Patrol [encore]		
9PM	Dancing with the Stars	<b>The Mentalist</b>		Fringe	Privileged	Jail		
930PM						Jail [encore]		
10PM	Eli Stone	Without a Trace	Law & Order: SVU					
1030PM								
<b>WED</b>								
8PM	Pushing Daisies	The New Adv of Old Christine	Knight Rider	Bones	America's Next Top Model	Life's Funniest Moments		
830PM		<b>Gary Unmarried</b>						
9PM	Private Practice	Criminal Minds	Life	House	Stylists	Tony Rock Project		
930PM						Tony Rock Project		
10PM	Dirty Sexy Money	CSI New York	Law & Order					
1030PM								
<b>THU</b>								
8PM	Ugly Betty	Survivor	My Name is Earl	Kitchen Nightmares	Smallville	MyNetwork TV Movie		
830PM			<b>Kath &amp; Kim</b>					
9PM	Grey's Anatomy	CSI	The Office	Hell's Kitchen	29-Jan Supernatural			
930PM								
10PM	Life on Mars	<b>Eleventh Hour</b>	ER					
1030PM								
<b>FRI</b>								
8PM	Wife Swap	Ghost Whisperer	Deal or No Deal	Are You Smarter than a 5th Grader?	Everybody Hates Chris	WWE Smackdown		
830PM								
9PM	Super Nanny	<b>The Ex List</b>	<b>Crusoe</b>	Dollhouse	13-Feb America Next Top Model [r]			
930PM								
10PM	20/20	numb3rs	Life					
1030PM								
<b>SAT</b>								
8PM	ABC College Football	CrimeType Saturday	Knight Rider [encore]	Cops		MyNetworkTV Movies [encores]		
830PM				Cops [r]				
9PM		CrimeType Saturday	Law & Order	America's Most Wanted				
930PM								
10PM		48 Hours Mystery	Lipstick Jungle					
1030PM								
<b>SUN</b>								
7PM	America's Funniest Home Videos	60 Minutes	Football Night in America	The O.T.	In Harm's Way			
730PM								
8PM	Extreme Makeover: Home Edition	Amazing Race	Sunday Night Football	The Simpsons	Valentine, Inc.			
830PM				King of the Hill				
	Desperate Housewives	Cold Case		Family Guy	Easy Money			
930PM				American Dad				
10PM	Brothers & Sisters	The Unit						
1030PM								
	Midseason:	Midseason:	Midseason:	Midseason:	Midseason:			
	Barba/Kutcher Project	Mondays	The Philanthropist	Mondays 24	Mondays			
	The Bachelor	Mondays	Law & Order	Wed	American Idol			
	Scrubs	Tuesdays	Untitled The Office Spinoff	Thurs	House			
	The Goode Family	Tuesdays	The Apprentice	Fri	House			
			Friday Night Lights	Saturday	Secret Millionaire			
			Law & Order [encore]	Sat	Moment of Truth			
			Dateline NBC	Sunday	Bones	TBA		
			Merlin	Sunday	Til Death			
			Medium	Sunday	Do Not Disturb			
			Kings	Sunday	Sit Down Shut Up			
					The Cleveland Show			

## オリジナル動画

放送されたものと同一のオリジナル動画広告。オリジナル動画はオンラインのエントリーフォームにアップロードすることができます。



# Material Guideline

[Back to Content](#)

## オリジナル・ラジオ・スポット

放送脚本を含むオリジナルのラジオ・スポット。オリジナル・ラジオ・スポットはオンラインのエントリーフォームにアップロードすることができます。

## デジタル・ファイル・フォーマット

・ HD 720p : 1280×720	・ フル HD1080p : 1920×1080
・ QuickTime (.mov) H.264	または
・ MP4 H.264	・ QuickTime (.mov) H.264
・ MP4 H.264	

- ・ サウンド：ステレオ
- ・ すべての作品は英語の吹き替えまたは字幕を付けて下さい。 ADFEST は、エントリー作品に英訳が付いていないことにより生じる不利益について責任を負いません。
- ・ オリジナル・ラジオ・スポットの英語字幕は、話者・ナレーター別に色分けし、音声に合わせて表示して下さい。サンプルは[こちら](#)

注：上記サンプルはクイックタイム、MP4 形式ではありませんが（Web サイト上で効率的に動かすため）、エントリー作品はクイックタイムまたは MP4 で制作して下さい。

## 現場に掲出されている作品の写真

応募者は、現場で掲出・実施されている作品の写真を貼付して下さい。

- ・ JPEG ファイル（現場に掲出・実施されている画像）。
- ・ デジタル・ファイルはオンラインのエントリーフォームにアップロードすることができます。





# Material Guideline

Back to Content

## サンプル動画

オリジナルのライブ放送またはライブストリームの短縮版。サンプル動画はオンラインのエントリーフォームにアップロードすることができます。

## 掲載誌からの広告切り抜きページ

印刷広告が掲載されたことを審査員に証明するための、出版物からの切り取りページ。切り取りページが提出されない場合、エントリー作品は審査されません。切り取りページが提出されない場合、エントリー作品は審査されません。

注：校正刷りではなく、切り取りページを提出すること。



## URL

- 有効かつ閲覧可能な URL で、エントリー作品のページに直接アクセスできなければなりません。
- ユーザー名とパスワードを提供して下さい（必要な場合）。
- URL は、2026年4月30日までは有効でなければなりません。

注：ADFEST は、サイトが閲覧できずエントリー作品が審査できなかった場合の責任を負いません。

- サイトの英語版。ADFEST は、英語版の提出がないことでエントリー作品の審査に生じる不利益について責任を負いません。
- ロンチ・ページの提出は可能ですが、エージェンシー名、ロゴ等の表示をしてはいけません。
- エントリー作品の簡潔な概要、タイトル、クライアント名を表示しても構いません。
- エントリー作品のオンライン URL（オンライン URL の期限が切れている場合）。

## アプリへの URL リンク

審査期間全体を通じて、携帯機器へのインストールが可能、またはアップルの App Store かグーグルの Google Play Store からダウンロードが可能な、URL のアプリ。



# Material Guideline

[Back to Content](#)



## プレゼンテーション・ビデオ（最長 2 分）

プレゼンテーション・ビデオはオンラインのエントリーフォームにアップロードすることができます。

### サポート・ビデオ

制作過程で用いられた特定の手法について、審査員の理解を促すための制作風景のサポート・ビデオ。ADFESTは、実際に放送された動画のほかに、2分間のビデオの提出を推奨しています。サポート・ビデオはオンラインのエントリーフォームにアップロードすることができます。

### デジタル・ファイル・フォーマット

・ HD 720p : 1280×720	・ フル HD1080p : 1920×1080
・ QuickTime (.mov) H.264	または
・ MP4 H.264	・ QuickTime (.mov) H.264
・ MP4 H.264	

- ・ サウンド：ステレオ
- ・ すべての作品は英語の吹き替えまたは字幕を付けて下さい。 ADFESTは、エントリー作品に英訳が付いていないことにより生じる不利益について責任を負いません。
- 注：プレゼンテーション・ビデオを提出する場合、**2つのバージョン**の提出が必要です。

#### 1.ロング・バージョン：最長 2 分

審査員団が審査中に見るバージョンであり、応募作が受賞した場合にはフェスティバル後のプロモーション活動においても使用可能です。

注：2分を超える尺のビデオは、2分の時点でカットされます。審査員団は審査時にカットされた部分を見ません。

#### 2.ショート・バージョン：最大 45 秒

表彰式で使う素材です。ショート・バージョン（45秒）の提供がない作品が受賞した場合、ADFESTは表彰式でロング・バージョンを45秒まで使用し、以降をカットします。

**重要：**プレゼンテーション・ビデオの内容に著作権・ライセンスに関する懸念があり、フェスティバル終了後には使用できない場合（Webサイトでの配信、プロモーション活動等）、応募者は作品を提出する時点での旨をお知らせ下さい。



# Sending Material of Entries

[Back to Content](#)

全ロータス・カテゴリーへのエントリー締切日：

2026年1月23日（金）

チェックリスト

以下の指示を厳守して下さい。これを怠ると、資料の紛失のおそれがあります。

すべてのエントリーには以下の書類が同梱されていなければなりません：

- 1) エントリー確認書
- 2) エントリー概要書

注：

- ・ すべての応募素材は、技術要件に明記されたフォーマットにて提出して下さい。
- ・ 応募資料は、応募者の責任において ADFEST 事務局に到着させて下さい。配送費、郵送費、保険料、その他配達までに必要な輸入税等の経費は全額、応募者の責任において負担して下さい。
- ・ ADFEST 主催者は、2026年1月23日（金）以降バンコクで受領した資料については、ADFEST で公開されないことに対する責任を負いません。

## エントリー資料送付先

エントリー資料（パッケージ）は下記宛に郵送してください：

**Plannova Co., Ltd.**

c/o ADFEST

1537 Town in Town 3/1  
Srivara Road, Plubpla,  
Wangthonglang, Bangkok  
10310, Thailand

電話：+662 530 9300

## お問い合わせ

お問い合わせは以下までお願いします：

**Nat Luevarapong**

Entry Manager

電話：+662 530 9300 内線 23

携帯：+6687 711 6903

メールアドレス：[Nat@ADFEST.com](mailto:Nat@ADFEST.com)

# Treatment and Publication of Entries & Miscellaneous

[Back to Content](#)

## エントリー作品の取り扱いと公開

- 1) 提出されたすべてのエントリー作品は ADFEST 主催者にその所有権が属し、返却されません。
- 2) 各応募者は、ADFEST 主催者が ADFEST を宣伝する目的で、主催者として適當と判断した時・場所・頻度で、公開・非公開の場において、応募者のブランド・コミュニケーション資料を無償で紹介することを承認するものとします。さらに、各応募者は、ADFEST 主催者が、ADFEST を宣伝する目的で、直接的または間接的に、関心を示す公的または私的団体に対して応募作品を貸与または販売することを許可するものとします。もし、著作権・ライセンスに関する懸念を有するためにフェスティバル開催後に作品が見せられない場合（例：ウェブサイト上で、プロモーション活動において）、応募者は作品提出時に制約の旨を記載しておかなければなりません。
- 3) さらなるプロモーションのため、各ブランド・コミュニケーションの応募者は、ADFEST 主催者の要請に応じて、最終選考に残った、または受賞した各広告の一連の異なるデジタル・コピーを提供するものとします。また、ADFEST 主催者は、提出された広告を類似の目的で使用する場合があります。
- 4) 受賞作品は、ADFEST 主催者が編纂するコレクションに、受賞作品である旨の記載とともに収録されることがあります。こうした受賞作品のコレクションないしコレクションの抜粋を複製、売買することはできません。各応募者は、本条件の違反を防ぐために ADFEST 主催者が取るあらゆる法的措置を支援すること、および許可されていないコレクションまたは編集物が販売ま各応募者は、この条件の侵害に対する ADFEST 主催者によるあらゆる法的措置を支持すること、また販売・頒布目的の無許可コレクション・コンピレーションの存在を認識した場合は即時 ADFEST 主催者に情報提供することに同意するものとします。は配布用に提供されていることを知った場合は直ちに ADFEST 主催者に情報を提供することに同意します。
- 5) 各応募者は、第 2 条に定めるプレゼンテーション、または第 4 条に定めるコレクションの出版を理由として応募者に対してなされるいかなる請求についても、5) 各応募者は、上記 2 項の紹介または 4 項のコレクション出版を理由として行われたいかなるクレーム・要求についても ADFEST 主催者にその責任を負わせないことに同意するものとします。DFEST 主催者に責任を問わないことに同意するものとします。
- 6) 受賞者は、賞に関する適正な説明を行う条件で、当該賞を自身の宣伝目的で使用する権限を有します。

## その他

- 1) 提出された素材のクオリティについては、各応募者がその全責任を負い、ADFEST 主催者は第三者に関する一切の責任を免除されます。
- 2) すべての応募者には、エントリー規定の厳格な順守が求められます。エントリー概要書への記入完了とともに、応募者は ADFEST の規定を完全に受諾したものとみなされます。エントリー規定のいずれかに違反した場合、応募者は自動的にエントリー資格を失います。

ADFEST ADFEST 2026 に関するすべての事項について、ADFEST 主催者による決定は最終的かつ拘束力を持つものです。26 に関するすべての事項についての ADFEST 主催者の決定は最終的かつ拘束力を持つものとします。