雑誌部門

第1席
三木プーリ

掲載誌　機械設計９月号

まず目を引くのが木彫りの面。上下どちらから見ても顔に見えるその面の横に配された「２つの面を持つ。」というヘッドラインを見ただけで、従来両立させるのが難しかった製品特性を見事に両立させたことをアピールしているのだろうと想像させる。ここまで来れば、超高剛性と高フレキシブル性という相反する性能を両立させたという説明を読まずにはいられない。紙面の左から右へと自然に視線を移動させるレイアウトも見事であるし、金属製品の特徴を木製の面で表現するというアイデアも秀逸な作品である。

第2席
安川電機

掲載誌　機械設計９月号

深い森のなかで、苔生（こけむ）した木の幹にぶら下がり、木の実をつまもうとしているロボットのビジュアルだが、「新種を発見」というコピーと相まってか、そのメカニカルなロボットと原始林を思わせる背景に違和感はない。むしろロボットがあたかも新種の昆虫（あるいは未確認生物？）にも見えてくる。生物のような滑らかで繊細な動きを思わず想像してしまう。

第3席
図研

掲載誌　機械設計７月号

解析ソフトを設計者が使いこなせるようになるための講習プログラムの広告。いつごろの写真だろうか。木製の机、椅子に裸足の児童たちというビジュアルが、鉛筆を片手に勉強したころを懐かしく思い出させる。次々と登場する新技術を使いこなさなければならない現在だからこそ、幅広く応用可能な基礎知識をきちんと身につけることが重要であるという主張に共感する設計者は少なくないだろう。

選評

目を引くビジュアル
説明に引き込む力に

青山学院大学教授　芳賀　康浩

雑誌部門は、日刊工業新聞社発行の『プレス技術』『機械設計』『機械技術』『工業材料』『型技術』『工場管理』『原子力eye』『ISOマネジメント』の8誌に掲載された広告のうち、1ページ（挿込みを含む）以上の広告を対象とするもので、本年は17社、20件の参加があった。テーマの異なる八つの専門誌から集められただけあり、その広告の対象となっているのは、機械部品、工具からソフトウエア、ソリューションシステム、果ては工業団地まで極めてバラエティーに富んでいた。

技術系の専門誌という媒体の読者の多くは高度な専門知識をもつエンジニアであり、彼らは日々の業務のなかで直面している課題解決の糸口を求めてこうした専門誌を読むのだろう。そのような読者に、広告主は自社の製品やサービスが優れた課題解決策であることをアピールしなければならない。そして、その広告される製品・サービスが採用されるためには、なぜその製品・サービスでなければならないのかを論理的に説得する必要がある。それは、最新であったり、最速であったり、低コストであったりといった製品・サービスの特性を客観的に示すことを要求する。

しかし、入賞作品を見てみると、それが「優れた広告」であるためには、いかに分かりやすく説得力に富むものであろうと、説明的な表現だけでは不十分であるということがよく分かる。入賞作品に共通するのは、製品以外のビジュアル表現である。そのビジュアルを見ただけでは、それが何の広告なのか分からない。しかし、それに興味をひかれ説明を読んでみると、製品の特徴を端的に示したものであることが分かり、思わず「なるほど」と納得させられる。産業広告であっても、それが広告である以上、注目され、興味を引き、記憶に残すための感性的な表現が重要であることを改めて実感させられた。

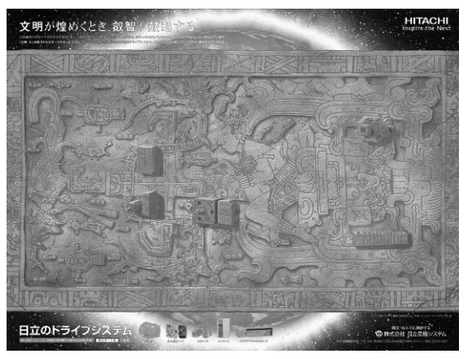
情報誌部門

第1席
富士通エフサス

暗がりの中にライトアップされた土俵の中央に立つ紅色の着物の呼出の凛（りん）とした姿はまさに日本の精神文化の象徴に見える。土俵はまさに相撲のインフラ。そのインフラを支えているのは人であるということが改めて思い出される。技術、ものづくりで日本企業がグローバルなビジネス環境で躍動するためには、信頼できるITインフラは不可欠である。歴史のなかで継承され培われてきた呼出をモチーフにすることで、同社のITインフラ・サービスの信頼性や誠実さを見事に表現している。

掲載誌　新製品情報９月号

第2席
日立産機システム



掲載誌　新製品情報３月号

マヤ文明パレンケ遺跡のパイロット彫絵をイメージしたビジュアル。そのロケットのパーツとして、モーターやインバーターなど同社のドライブシステムを構成する製品が違和感なく配されている。彫絵のなかでは石板と調和する色で描かれているが、下の写真のような実際の製品がこのロケットに実装されたら、と思わず時空を超えた想像をしてしまう。技術の可能性を期待させる作品である。

第3席
文化シヤッター

掲載誌　新製品情報９月号

18カラムの大スペースを大胆に黒地の背景として使うことで、中央の襖（ふすま）の意匠や「千年の系譜。」というヘッドラインを格調高く際立たせることに成功している。また、左奥から、障子、襖、同社の広告製品を同じ廊下に面しているかのように配することで、その技術と機能の連続性を巧みに表現している。医療施設や老人保健施設で使用される製品だけに、日本の伝統技術が与える安心感、信頼感は重要だろう。

選評

主役を製品以外に
3作品とも興味呼ぶ構成

情報誌部門は『新製品情報』誌に掲載された広告のうち、3／9カラム以上（挿込みを含む）のものを対象としている。参加作品は8社8件であった。製品あるいは技術に関する専門知識と関心を有する専門家を読者とする媒体に出稿される広告だけあって、独自技術に基づくユニークな製品やサービスの広告が並んだ。

1席から3席までの3作品は、いずれも18カラムと大きなスペースを使ったものであったが、それ以外にも共通する特徴がある。ひとつは表現の主役が製品・サービスではないということである。いずれも一見しただけでは何をアピールしているのかは分からない。しかし何をアピールしているのか知りたくなる。そうさせるのが、もうひとつの共通点である。それは、いずれも大きなスペースを有効に使ったビジュアルで「歴史」あるいは「伝統」を表現しているという点である。ついつい、じっくり見て、読んでしまうのは歴史ロマンに知識欲が刺激されるからだろう。黒地の背景に白抜きのヘッドラインという配色もその歴史と伝統に格調を与えている。産業広告の典型が集まるべきこの部門において、このような感性的な訴求に優れた作品が高い評価を得たことは、今後の産業広告の針路を考える手がかりになるように思われる。（芳賀　康浩）

2011年（第46回）日本産業広告賞　入賞会社一覧

＜新聞部門＞		掲載日	スペース
日刊工業新聞広告大賞			
	三菱電機株式会社	9月14日	30段(全15段×2)
第１部			
第１席	三菱電機株式会社	9月14日	30段(全15段×2)
第２席	パナソニック株式会社	9月9日	全30段
第３席	株式会社東芝	9月16日	全30段
第２部			
第１席	パナソニック電工株式会社	9月13日	全20段
第２席	三菱電機株式会社	9月15日	全24段
第３席	コマツ	9月16日	全15段
佳　作	東日本旅客鉄道株式会社	1月4日	全15段
佳　作	日本アイ・ビー・エム株式会社	6月16日	全15段
佳　作	東京ガス株式会社	1月4日	全15段
第３部			
第１席	株式会社クボタ	3月3日	全14段
第２席	株式会社富士通エフサス	9月28日	全7段
第３席	三木プーリ株式会社	9月15日	全10段
佳　作	日立金属株式会社	9月15日	全10段
佳　作	TDK株式会社	1月12日	全7段
佳　作	キヤノン株式会社	2月28日	全7段

第４部			
第１席	株式会社富士通エフサス	8月31日	全6段
第２席	日立建機株式会社	9月15日	全5段
第３席	三木プーリ株式会社	8月30日	全5段
佳　作	メタウォーター株式会社	5月30日	全5段
佳　作	TDK株式会社	9月7日	全5段
佳　作	文化シヤッター株式会社	9月5日	全6段
シリーズ第１部			
第１席	旭化成株式会社	11月4日他	45段(全30段+全15段)×3
第２席	パナソニック株式会社	9月14日他	全15段×3
第３席	日本アイ・ビー・エム株式会社	12月8日他	全15段×3
佳　作	株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ	2月28日他	全15段×6
シリーズ第２部			
第１席	文化シヤッター株式会社	9月6日他	全7段×4
第２席	株式会社富士通エフサス	11月9日他	全7段×3
佳　作	株式会社不二越	12月1日他	全3段×5
モノクローム広告賞			
第１席	富士電機株式会社	12月9日	全15段
第２席	東日本旅客鉄道株式会社	4月15日	全15段
第３席	株式会社スギノマシン	7月29日	全14段
佳　作	株式会社富士通エフサス	1月24日他	全10段×5
佳　作	クラボウ	11月29日他	全5段×6
佳　作	日立金属株式会社	12月9日	全15段

生活産業広告賞			
第１席	株式会社富士通エフサス	9月 8日	全15段
第２席	旭化成株式会社	6月27日	全15段
第３席	東日本旅客鉄道株式会社	3月7日	全15段
佳　作	キヤノン株式会社	8月26日	全15段
佳　作	株式会社資生堂	1月5日	全15段
佳　作	富士ゼロックス株式会社	1月21日	全15段

＜雑誌部門＞		掲載誌	
第１席	三木プーリ株式会社	機械設計	9月号
第２席	株式会社安川電機	機械設計	9月号
第３席	株式会社図研	機械設計	7月号
佳　作	トーカロ株式会社	機械設計	9月号
佳　作	THK株式会社	工場管理	9月号
佳　作	文化シヤッター株式会社	工場管理	4月号
奨励賞	ケーエス産業株式会社	機械設計	9月号

＜情報誌部門＞		掲載誌	
第１席	株式会社富士通エフサス	新製品情報	9月号
第２席	株式会社日立産機システム	新製品情報	3月号
第３席	文化シヤッター株式会社	新製品情報	9月号
佳　作	株式会社昭和トレーディング	新製品情報	3月号
佳　作	多摩川精機株式会社	新製品情報	9月号

2012年（第47回）日本産業広告賞
参加作品募集

日刊工業新聞社は日本産業広告賞への参加作品を募集しています。日刊工業新聞、本社発行月刊雑誌7誌、新製品情報誌に所定の期間中掲載された広告の中から優秀作品を選び、表彰します。優秀作品には本社賞、産業団体賞を贈ります。また各賞の上位入席広告主の担当者を対象にした産業広告海外研修を実施します。

●掲載期間
新聞部門　2011年9月19日～2012年9月18日
雑誌部門　2011年10月号～2012年9月号
情報誌部門　2011年10月号～2012年9月号

●審査方法
審査規定に基づき本賞審査委員会（委員長：嶋村和恵早稲田大学教授）が行います。

●入賞発表
2012年11月上旬に日刊工業新聞紙上

●表彰式
2012年11月中旬

※参加要項は本社、支社、支局にご請求ください。
お問い合わせは日本産業広告賞事務局（03-5644-7310）まで。