2014年（第49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			
	富士通株式会社	9月19日	全30段
第１部			
第１席	富士通株式会社	9月19日	全30段
第２席	三菱電機株式会社	9月17日	全30段
第３席	パナソニック株式会社	3月28日	全30段
佳　作	株式会社東芝	9月12日	全30段
佳　作	富士通エフ・アイ・ピー株式会社	8月 8日	全30段
佳　作	東日本旅客鉄道株式会社	2月27日	30段（全15段×2）
第２部			
第１席	三菱電機株式会社	9月18日	全15段
第２席	パナソニック株式会社	9月18日	全20段
第３席	鹿島建設株式会社	3月27日	全15段
佳　作	東日本旅客鉄道株式会社	3月27日	全15段
佳　作	コマツ	3月25日	全15段
佳　作	富士ゼロックス株式会社	2月 6日	全15段
第３部			
第１席	三菱電機株式会社	9月19日	14段（全7段×2）
第２席	三木プーリ株式会社	9月 4日	全10段
第３席	株式会社富士通エフサス	9月11日	全7段
佳　作	東日本旅客鉄道株式会社	3月14日	全7段
第４部			
第１席	三木プーリ株式会社	9月12日	7段1/2
第２席	日立建機株式会社	9月19日	全5段
第３席	株式会社不二越	6月 2日	全3段
佳　作	コマツリフト株式会社	8月29日	全5段
佳　作	横浜ゴム株式会社	9月 8日	全5段
佳　作	株式会社富士通エフサス	2月 5日	全5段
シリーズ第１部			
第１席	パナソニック株式会社	3月25日他	全15段×3
第２席	株式会社東芝	10月30日他	全15段×3
第３席	富士通株式会社	9月17日	全15段×3
佳　作	鹿島建設株式会社	11月27日他	全15段×3
佳　作	株式会社日立製作所	3月18日	全15段×3
佳　作	東日本旅客鉄道株式会社	10月29日他	全15段×3
シリーズ第２部			
第１席	株式会社富士通エフサス	11月 6日他	全7段×3
第２席	TDK株式会社	3月31日他	全5段×3
第３席	株式会社富士通ビー・エス・シー	10月24日他	全7段×6
佳　作	株式会社堀場製作所	2月28日他	全3段×4
佳　作	ベルギー王国ワロン地域政府 貿易・外国投資振興庁	9月23日他	全5段×5
佳　作	株式会社富士通マーケティング	4月16日他	全5段×4
モノクローム広告賞			
第１席	株式会社スギノマシン	7月31日	全14段
第２席	株式会社明電舎	3月31日	全7段
第３席	倉敷紡績株式会社	10月28日他	全5段×5
佳　作	株式会社安川電機	7月24日	全7段
佳　作	株式会社小糸製作所	11月20日	全5段
佳　作	株式会社富士通エフサス	11月19日他	全5段×7
生活産業広告賞			
第１席	旭化成株式会社	9月10日	45段（全30段＋全15段）
第２席	東日本旅客鉄道株式会社	8月 1日	全15段
第３席	株式会社資生堂	1月 6日	全15段
佳　作	株式会社富士通エフサス	9月10日	全15段
＜雑誌部門＞			
第１席	株式会社安川電機	機械設計	9月号
第２席	三木プーリ株式会社	機械技術	9月号
第３席	株式会社エイチアンドエフ	プレス技術	4月号
佳　作	株式会社本山合金製作所	型技術	7月号
佳　作	トーカロ株式会社	機械設計	9月号
佳　作	株式会社ティアンドデイ	工場管理	5月号
＜情報誌部門＞			
第１席	富士電機株式会社	新製品情報	9月号
第２席	株式会社昭和トレーディング	新製品情報	3月号
第３席	株式会社安川電機	新製品情報	9月号
佳　作	株式会社エム・システム技研	新製品情報	2・3・4月号
佳　作	多摩川精機株式会社	新製品情報	3月号

2015年（第50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、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　2014年9月22日～2015年9月18日
雑誌部門　2014年10月号～2015年9月号
情報誌部門　2014年10月号～2015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
2015年11月上旬に日刊工業新聞紙上

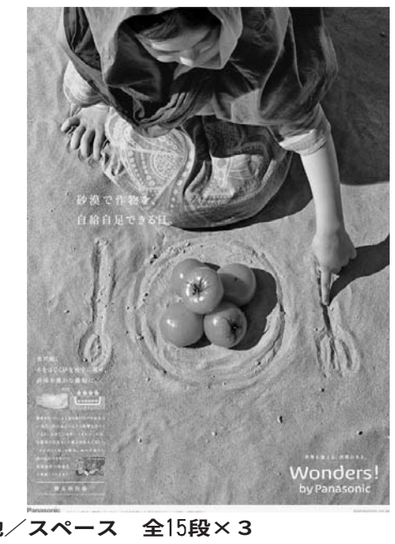
●表彰式
2015年11月中旬

※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。

新聞部門

シリーズ第1部

第1席　パナソニック



掲載日３月25日他／スペース　全15段×３

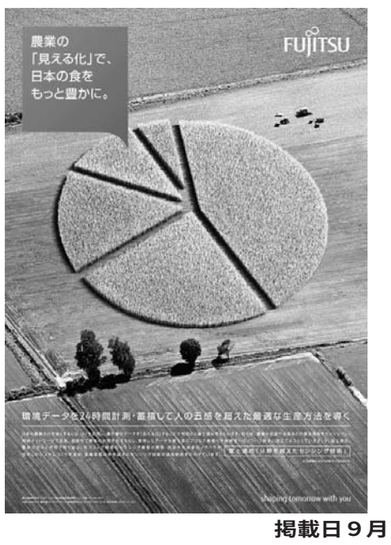
人類がかかえている、食糧問題、水問題、地球温暖化とエネルギー枯渇の問題、この大きな問題に取り組み解決するための画期的な提案は、世界中がその日を待つうれしいニュースです。「砂漠で作物を、自給自足できる日。」夢のような話ですが、炊飯器の撥水技術を応用した「水をはじく砂」で砂漠を農地にするという想像もつかない技術の力にビックリです。長い間培われた研究開発と技術があってこそ可能な提案は、社会に貢献する使命感が伝わってきます。新しく生まれ変わるパナソニックの企業姿勢です。

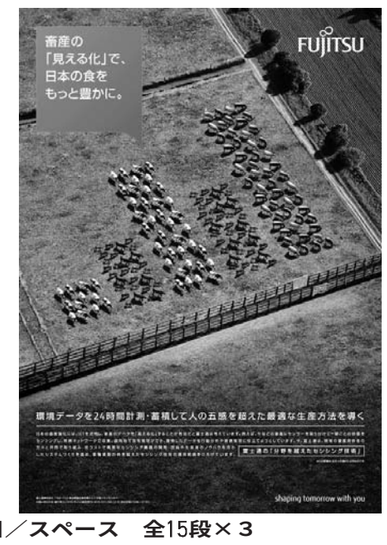
第2席　東　芝

掲載日10月30日他／スペース　全15段×３

空から眺める地上の風景は見飽きることのないほど楽しい地上のアートです。牧場で草を食（は）む動物たちの姿。人間の営みが伝わってくる家並み。幹線道路を点のように走る自動車。網の目を張りめぐらしたような道路は人間の毛細血管にも見える。地上の道路が老朽化による予測しない事故は、人間の脳の血管の異常で起こる脳卒中か。都市と人間の共通点を見事に視覚化し造形された、青い頭脳、ミドリの心臓、オレンジの血管は大変興味深く関心を高め、人にやさしく進化したＭＲＩ技術を伝え説得力がある。

第3席　富 士 通





掲載日９月17日／スペース　全15段×３

俯瞰（ふかん）で見る風景はのどかですが今、鳥の目で注目した風景はどこかが違う。秩序正しく管理された牛は整然と並んで、大小のクラス分けも徹底して数も数えやすい。行儀の良い牛たちはまさに富士通のセンシング技術のなせる技。ミドリの牧場の牛は棒グラフで。黄金色の農場の農作物は円グラフ。青空に舞うタンチョウヅルは折れ線グラフでと３本のシリーズが色別化され図形化され、共通のキャッチフレーズで束ねられ、まさにシリーズ広告のお手本。「分野を越えたセンシング技術」を分かりやすく伝えることに成功しました。

選評

工夫された出稿計画

繰り返しの優位性を実証

今年のシリーズ第1部は、燃えています。活気に溢（あふ）れています。シリーズ広告の基本である統一のコンセプト、統一のイメージを大切に、累積効果を高め水準の高い作品が揃い、参加点数も例年以上、見応えのある部門となりました。

中でも見逃せないのはシリーズ広告の達成度を高めるために工夫された出稿計画、手を抜かない広告にかける企業の熱い意気込みが窺（うかが）えます。第1席のパナソニックと第2席の東芝は三日連続で掲載。読者は毎日繰り返し登場するクオリティーの高い広告に企業の強い信念を感じ取ったに違いありません。第3席の富士通は一日に一挙3作品掲載。シリーズ広告だからこそできる有効な出稿計画の成功例です。

佳作の鹿島建設は、世界遺産の国宝・姫路城の平成の保存修理を、困難を極める作業の進行状況にあわせて掲載。2015年の春のオープンまで期待をつなぐスケールの大きな広告を。佳作の日立製作所は一日の紙面に3作品を、ページをめくるごとに奇数ページに登場。子どもを主役に健康から街づくり、電力に取り組む社会イノベーションの物語を展開。佳作の東日本旅客鉄道は大人の休日倶楽部をテーマに地方の行事や文化を訪ねる旅を、季節に合わせ旅に合わせて掲載。

広告の繰り返すことの優位性、効果的に伝えるためのタイミングも工夫できるシリーズ広告は、目的を達成するために最も確率の高い方法であることを実証しました。

東京アートディレクターズクラブ会員
中森 陽三