

2025年日本産業広告賞 入賞作品

日本産業広告賞は、日刊工業新聞社が産業広告の健全な発展と質的向上を図る目的で1966年に制定したものである。10月6日に嶋村和恵早稲田大学教授を委員長とする審査委員会が開かれ、BツーB広告としての明確なコンセプトやメッセージ性、紙媒体としての表現方法やデザインなどを総合的に審査し、各部門の入賞作品を選定した。

日刊工業新聞広告大賞



1951年に誕生したパナソニックの一般照明用蛍光灯は、2022年9月までにすべての生産を終了しました。これからは、人にも環境にもやさしいLEDが、あなたと共に未来を照らし続けます。

蛍光灯の生産終了のお知らせを、つくりてではなく「使って」である個人店主さんの視点から描くことで、多くのひとの共感を得られる表現に高めていると思う。後継であるLEDのアピールにつなげるやり方は、表現の質がともなわない



1951年に誕生したパナソニックの一般照明用蛍光灯は、2022年9月までにすべての生産を終了しました。これからは、人にも環境にもやさしいLEDが、あなたと共に未来を照らし続けます。

と手前勝手と思われるおそれもあるが、コピー・ビジュアルなど総合的な完成度によって好感をもって受け入れられるメッセージになっているのでは。まさにこの一年を代表する「産業広告」であると感じいった。



1951年に誕生したパナソニックの一般照明用蛍光灯は、2022年9月までにすべての生産を終了しました。これからは、人にも環境にもやさしいLEDが、あなたと共に未来を照らし続けます。

新聞部門 シリーズ広告賞第1席
パナソニック

掲載日 3月24日他／スペース 全15段×3回

総 評



第60回日本産業広告賞審査会は、10月6日、ANAインターコンチネンタルホテル東京で開催された。今回の応募点数は延べ53社、73作品でほぼ前年同様であったが、第1部の応募数が増えていたのは、ありがたいことであった。審査会では、まず各部門の入賞作品をポイント投票で決定する。ポイント投票で決点、あるいは僅差の作品について、審査員が議論することもあるし、再投票で決定することもある。そして日刊工業新聞広告大賞を各部門で第1席に選ばれた作品の中から選考する。

審査委員長 嶋村 和恵

（早稲田大学 商学大学院 教授）

蛍光灯からLEDへ 働く人たちの笑顔に心引かれる

今回は、審査員が議論することもあるし、再投票で決定することもある。そして日刊工業新聞広告大賞を各部門で第1席に選ばれた作品の中から選考する。

たパナソニックの一般照明用蛍光灯が2027年9月までに生産を終了することを伝える。これまで蛍光灯を使っていた文員店、ヘアサロン、食堂の経営者が登場し、気取らない店内と笑顔で働く店の人たちの写真も心を引く。この三つの店は1951年創業で、蛍光灯と同じ年月を過ごしてきたことがドラマのよきに語られる。読者の目を引き、最後まで読ませ、蛍光灯

からLEDへの移行をうまく伝えている。新聞部門第1部第1席は、協和ホールディングスの「ソーラーをさがせ」という広告である。紙面一杯にどこかの町の俯瞰図が、絵本「ウォーリーをさがせ」とそっくりに描かれている。太陽光パネルがいくつあるかがしてみようと、というのを目をこらしてみても、見つからない。正解はQRコードでという

ので読み込んでみるとなんと「この実在する町のイラストには、太陽光パネルは一枚もありません」というのが答え。ソーラーをさがしても見つからない、というゲームが成り立たない日本を作りたいという同社の主張がストーリーに伝わってくる。新聞部門第2部第1席は、三木ブーリの「隔壁を越え、磁石で動力伝達」という広告である。画面左から右へ、

木の棒がドリノ倒しのよきに倒れていくが、中心の棒を指で押さえるとうなるのか。磁力は接触していない隣の棒にも働いて、ドリノ倒しは進んでいく。同社のコンタクトレスカップリングの非接触伝達を視覚的に伝わり、ボディコピーを読むとその効用がさらにしつかりと理解できる。うまく構成された広告である。雑誌部門第1席は、文化シ

ヤッターの大間迅ワイドアラスの広告である。「バーンッ、ビューンッ、シャキーンッ」という文字が画面から飛び出てきて、まるでマンガかアニメのようである。同社の高速シートシャッターの開口の広さ、開閉スピードの速さ、高耐風圧性能を、大胆にも擬音のみで表現してしまう広告である。

情報誌部門第1席の安川電機の広告は、MOTOMAN NEXTという自律ロボットの広告である。左側に防御用のカウチ、キャップ、手袋、マスクを付けて医療器具の状態を確認している人。右側には同じような作業をしているロボットが登場している。かつてなら人にしかできなかった作業を、いまや「考える」「動き」「感じ」「適応する」ロボットが実現していることが明確に伝わってくる。

掲載日 3月31日／スペース 全30段連版

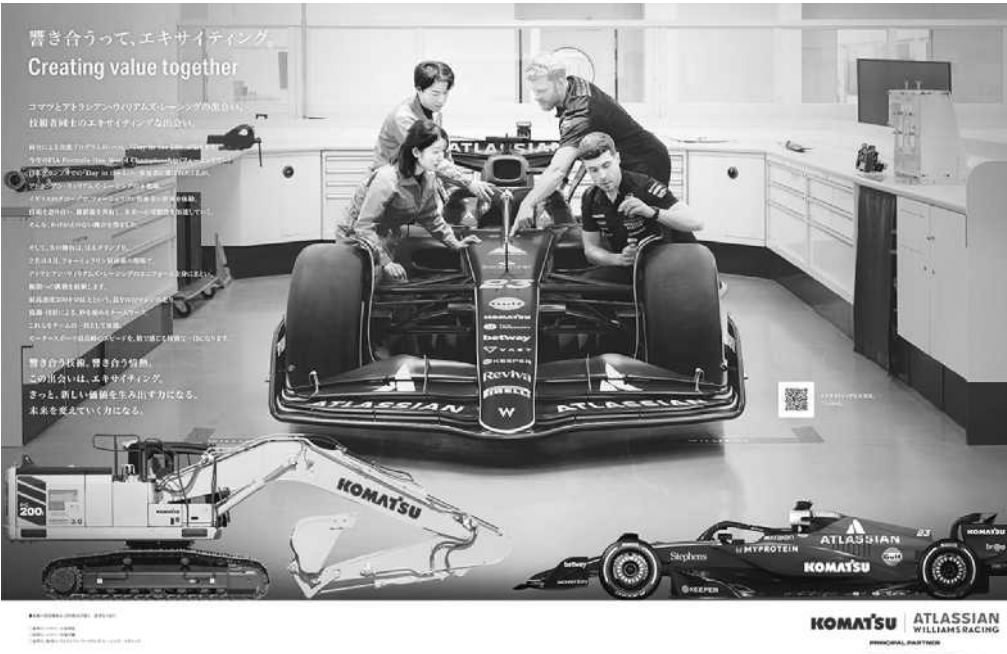
第1席 協和ホールディングス

掲載日 9月17日／スペース 全30段連版

一世を風靡したあのキャラクターを探す絵本を彷彿とさせるヘッドラインとビジュアル。探さずにはいられない。カラフルな屋根の色も楽しく隅々まで視線を走らせてしまう。同社の製品については一切触れずに、日本での太陽光パネルの普及率がまだ低いことを訴えることに絞った潔さがビジュアルのインパクトを際立たせている。また、これによってQRコードを読み込んでWebサイトへのアクセスしたくなる効果も生まれているだろう。

第2席 コマツ

30段の大スペースの中央に配された精悍なフォルムのフォーミュラワンのレーシングカーだけでも十分なインパクト。その影響か、レーシングカーと対峙する同社のショベルカーも精悍に見えるし、黄色い車体が紙面に映える。意外な組み合わせに興味をそそられボディコピーに自然と目が行く。フォーミュラワン日本グランプリの現場に同社の技術者が参加するというニュースに驚かされると同時に、最先端に挑戦する同社の姿勢がしっかり伝わってくる。



選 評 新聞部門 第1部



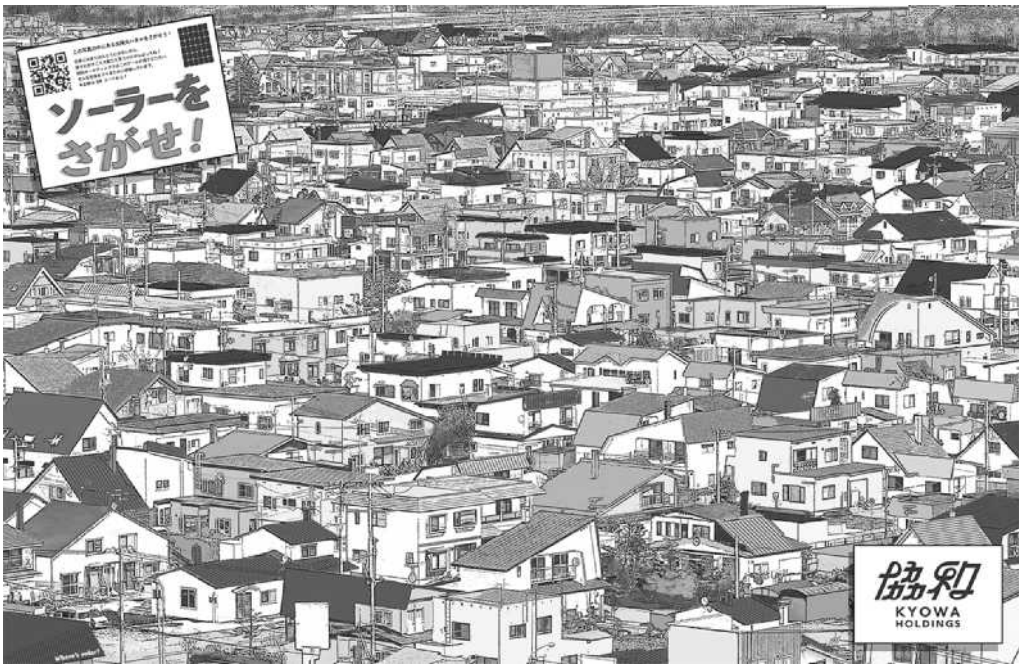
青山学院大学 教授 芳賀 康浩

新聞部門第1部はスペース15段以上の作品を対象としている。本広告賞で最も大型の広告が集められるという点で花形とも言えるこの部門に、今年は19社22件22作品の作品が揃ったことはとても喜ばしい。そのすべてがフルカラー、うち2作品が30段という力作が審査会場を賑わせた。

この部門の作品は、記事と分け合うことなく広告のみで新聞誌面が構成されることになる。このことは一見すると記事に目を奪われるという点で広告と、反対に厄介な面もある。気になる記事があれば、読者はそのページをしばらく開いていくけれど、広告を見るために新聞を開覧する読者がいないことを考えると、記事のないページは即座にスキップされてしまう可能性が高いとも言える。大型の広告にはページをめくる手を止める力が必要なのである。だからこそ、文字よりも迅速に認知されるビジュアルの力が重要であり、大スペースを活かして、いかに大きなインパクトを生み出すかが表現上の第一の鍵だと言えるだろう。30段というスペースを活用した2作品が第1席と第2席を占めたのも頷ける。ただし、大きければそれで良いというわけではないのはいうまでもない。ビジュアルのインパクトの高め方、広告として訴求すべき内容との関連性などの点でクリエイティブ性を発揮した作品が高く評価されていたように思う。

新聞部門

第1部



第3席 パナソニックホームズ

掲載日 9月1日／スペース 全15段



浮世絵風のビジュアルの中央に陣取る巨大なナマズのインパクトは抜群。ボディコピーによれば、江戸時代に地震を起こすナマズを要石（かなめいし）で押さえつける絵が流行したとのこと。ただ、ここでアピールするのは民俗信仰ではなく、同社の技術。この高度で消費者には難解な独自技術の重要性を直感的に理解させてくれる。地震大国日本にあつて地震から身を守る技術は国民共通の関心事。住宅選びの基準として大いにアピールしてほしい。



Panasonic

1951年創業「日進堂文具店」店主

地域を愛し、地域に愛される店でありたい。
そんな思いで、妻と二人三脚でやってきました。
昔は、店の灯りは夜道を照らし防犯にもなると信じて、
遅くまで店を開けていたものです。
その蛍光灯が、もうすぐ卒業。
ちよつと寂しいけど、時代の流れかな。
これからは、新しい灯りと、元気な妻を頼りに
もう一踏ん張りしましょうかね。

ありが灯。



1951年に誕生したパナソニックの一般照明用蛍光灯は、2027年9月までにすべての生産を終了します。^{*}

これからは、人にも環境にも配慮したLEDが、あなたと共に未来を照らし続けます。

※水銀に関する水俣条約第5回締約国会議（COP5）が開催され、よりよい地球環境のために、一般照明用の蛍光灯について、2027年末までに段階的に製造および輸出入を禁止することが合意されました。

パナソニックのLED

オフィス・
施設に
一体型LED ベースライト
iDシリーズ



お住まいの
リビング・
個室に

シーリング
ライト

LED 住宅用照明器具
LED
フラットランプ

詳しくは
こちら



新聞部門

第1席 三木プーリ

掲載日 9月19日／スペース 全14段連版

横長の14段、連版スペースを活用し、背景の人物をぼかして木の棒がドミノ倒しのように倒れていくビジュアルを印象的にしている。真ん中の木の棒は、指で押さえている。ここで止まってしまうと思いきや、前後の棒が磁石になっていて、「隔壁を越え、磁石で動力伝達。」のヘッドライン通り、ドミノ倒しが続いている。同社のマグネットカップリングの非接触伝達をコピーとビジュアルで端的に訴求していて、シンプルだがとても分かりやすい作品となっている。



第2席 不二サッシ

掲載日 9月12日／スペース 全14段連版

同社のリサイクルアルミ100%のアルミ建材「Reサッシ R100」の認知拡大を狙った作品である。「SASH to SASH. 未来へつなぐ、バトン・リレー」のヘッドラインのもと、アルミサッシのバトンが人から手へバトン・リレーのように手渡されているビジュアルにより、アルミ建材がリサイクルされていることを端的に表現している。横長の14段、連版スペースを活用することで、バトン・リレーが続いていくことという強い印象を残すことに貢献している。



第3席 岩崎電気

掲載日 8月18日／スペース 全5段



夜空に浮かぶ、光の柱を幻想的なビジュアルとした作品である。これはイカ釣り漁船などの漁火が上空の氷晶に反射することで現れる「漁火光柱」という現象とのか。この現象を人と自然の共作と呼び、同社の共創の精神と掛け合わせている。「この光。偶然か、発明か。」というヘッドラインの問いかけに、「偶然の産物ではない。ともにつくる、挑戦の光です。」とボディコピーで締めくくり、コピーとビジュアルで同社のパーパスを訴求する作品となっている。

第2部



第3席 日立建機

掲載日 11月18日他／スペース 全5段×3回

「継続は力なり」という言葉をそのまま広告にしたようなシリーズであり、「重機の存在感×ひとの力×国内外への広がり」をスマートな方程式で示しつつつけてくれている。ある意味ひとつの完成形になっているので、「別の広告には変えにくい」という悩みもあるかもしれないと想像するが、個人的には続けられるところまで行ってほしいという気持ちになる。「看板をこころ変えない」こそこそ、こうした業種の企業にはプラスになるのでは。



第2席 リンテック

掲載日 4月16日他／スペース 突出2段5・25cm×6回

この賞ではおなじみのシリーズだが、どんな小さなスペースでもひとめ見て「あ、リンテックだ」と思い起させるクリエイティブは、もっと高い評価を得てもいいのではないかと毎年感じている。シンプルながら研ぎすまして伝えるコピーとデザイン力は、ことしも健在。ちよつと厳しい言い方になるが、「大スペースをわざわざ使っているのに自社オリジナルなものを何も伝えられていない」企業は、このシリーズのあり方から多くを学んでほしい。

シリーズ広告賞

選評

シリーズ広告賞

東京コピーライター スクワフ会長

谷山 雅計



この部門は「シリーズ広告」を評価するための選考だが、実は「意味合いがちよつと違う」表現が混在している。ひとつはあるニュースを平積みし、受け手の記憶により強い印象を残すよう試みる「短期集中シリーズ」。もうひとつは「数年以上のスパンで一定のスタイルを続ける」ことでブランドの価値を積み重ねていく、言わば「長期成熟型シリーズ」。もちろんどちらも値打ちがあるが、評価軸は同じではない。結果としてこの部門の第1席さらには日刊工業新聞広告大賞にも輝いた。

選評

新聞部門 第2部

専修大学 教授

石崎 徹



この部門は、モノクロ・フルカラー、スペース2・5段以上15段未満を対象としている。この部門への応募は2・5段から14段までスペースに幅があり、スペースに応じたクリエイティブを工夫している作品が見られた。また14段の2作品は7段を見開きにした連版によるものであり、横に長いスペースを活用したクリエイティブとなった。こうしたスペースは、一瞥性と表現性のバランスが取りやすい。特に広告テーマとコピー、キービジュアルの連動性、そしてレイアウトやデザインといった総合力が重要だ。第1席の三木プーリの作品は、14段、連版を活用し、背景の人物をぼかして木の棒がドミノ倒しのように倒れていくビジュアルを印象的にしている。磁石の伝達でドミノ倒しが続いているところから、非接触伝達を端的に訴求していて、シンプルだがとても分かりやすい。第2席の不二サッシの作品は、同社の「Reサッシ R100」の認知拡大を狙った作品で、アルミサッシのバトンが人から手へバトン・リレーのように手渡されているビジュアルにより、アルミ建材がリサイクルされていることを端的に表現している。第3席の岩崎電気の作品は、夜空に浮かぶ、漁火光柱という現象を幻想的なビジュアルとしていて、この現象を人と自然の共作と呼び、同社の共創の精神と掛け合わせ、コピーとビジュアルで同社のパーパスを訴求する作品となっている。

Panasonic

ありがバ灯。

戦後、復員した祖父が始めた理容店を、
3代にわたり、受け継いできました。

25年前、店を建て直し、蛍光灯を灯した時の
あの明るさは、今も忘れません。

以来、私の仕事をずっと照らしてくれた蛍光灯。

それが、もうすぐお別れだなんて寂しいね。

これからは、新しい灯りの下で、

お客様の髪と心を、丁寧に整えていきます。

1951年創業「ヘアーサロントヨタ」店主

1951年に誕生したパナソニックの一般照明用蛍光灯は、2027年9月までにすべての生産を終了します。^{*}

これからは、人にも環境にも配慮したLEDが、あなたと共に未来を照らし続けます。

※水銀に関する水俣条約第5回締約国会議（COP5）が開催され、よりよい地球環境のために、一般照明用の蛍光灯について、2027年末までに段階的に製造および輸出入を禁止することが合意されました。

パナソニックのLED

オフィス・
施設に

一体型 LED ベースライト
iDシリーズ



お住まいの
リビング・
個室に

シーリング
ライト



LED 住宅用照明器具

LED
フラットランプ



詳しくは
こちら



雑誌部門

第3席 トーカロ

掲載誌 機械設計 9月号



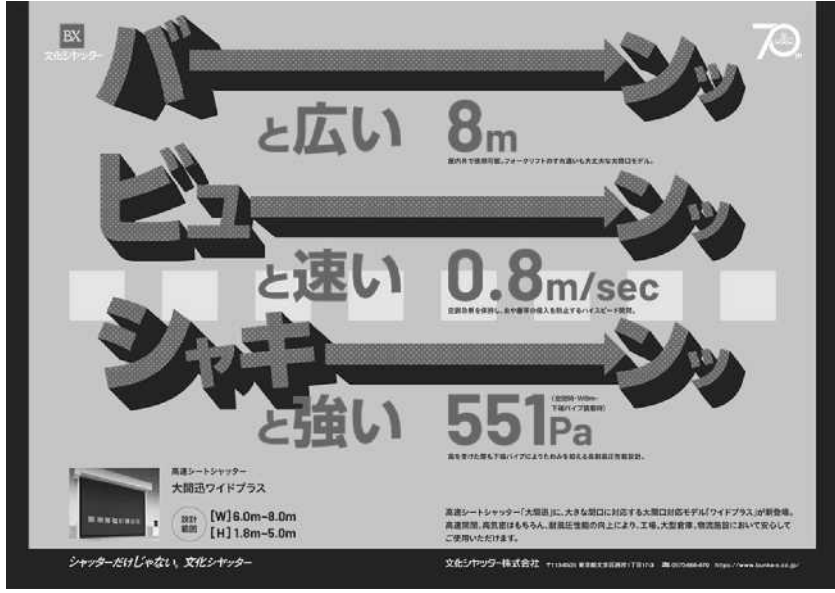
第2席 オカムラ

掲載誌 工場管理 8月号



第1席 文化シャッター

掲載誌 工場管理 9月号



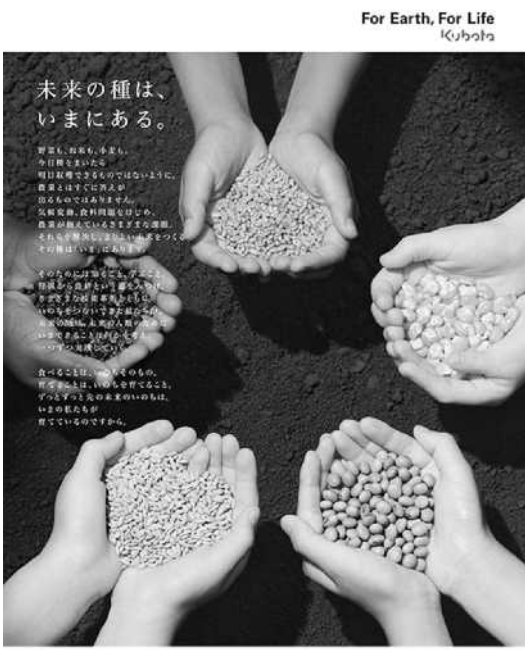
産業広告では、最先端技術を伝えるために未来や進化を感じさせる世界観をデジタル技術を駆使して表現するのが常套手段です。しかし、クリエイターのイメージや技術の未熟さから安っぽく見えることも少なくありません。トーカロは未来を創造するイメージと実装シーン、そして表面改質技術の一つの世界として秀逸に表現しています。目に見えない技術を幾つものイメージで重ねながら高品質な技術を可視化することに成功しています。

日本各地にトリックアート美術館があり、子どもから高齢者まで幅広く親しまれています。広告をつくるクリエイターは人間の脳が好み、反応する要素を常に探し求めています。オカムラはシステムの押し売りではなく、常に顧客の視点に立ち物流システムを提案しています。それをトリックアートとコピーを組み合わせることで、読者の目を止め、オカムラの企業姿勢を心に響くメッセージとして届けていることに感服するばかりです。

自然界の音や声、物事の状態や動きを音で象徴的に表す語を「オノマトペ」と呼びます。子どもはオノマトペを特に好み、優れた小説家も効果的に用います。オノマトペは言葉にならない感覚や情景を直感的に伝え、相手の感情に深く訴えかける力があります。文化シャッターは、オノマトペの持つ力をタイポグラフィと色彩でさらに効果的に引き出し、製品特長を瞬時に伝える表現となっています。伝達力と理解速度の高さに舌を巻きました。

第3席 クボタ

掲載誌 新製品情報 9月号



第2席 文化シャッター

掲載誌 新製品情報 9月号



ノートに手書き風文字で、コピーヘビーな作品だが、思わず読んでしまつて。そして内容が専門的でありながら、とても分かりやすい。シャッターの面端を締めて固定する「カシメ」という作業が「カーリングビット」というアタッチメントを使うことで、人力で行う重労働が軽減され、作業時間が短縮できるというもの。それが社内コンテストで1位を獲得したアイデアであり、「シャッター」だけじゃない。文化シャッター」という同社の取り組みを分かりやすく訴求している。

第1席 安川電機

掲載誌 新製品情報 9月号



テレビドラマでよく見る病院の手術器具を慎重に、丁寧に扱っている人物とロボットのビジュアル。「まだ、人にしかできないと思っていた領域（こと）へ」のヘッドライン。形や状態の異なる医療器具の洗浄は人に委ねられてきたとのこと。一方で人の負担を減らし、感染リスクとヒューマンエラーを防ぐという課題に対して、同社の「MOTOMAN NEXT」が課題解決をしてくれると訴求した作品である。人とロボットの対比を見開きで見せることで、頭の中にすんなりと入ってくる内容となっている。

情報誌部門

選評

情報誌部門

専修大学 教授

石崎 徹

この部門は、4／4頁以上（表紙・挿込みを含む）を対象としている。情報誌という性格上、産業広告らしい専門的なビジネス財のものが多く、製品そのものをストレートに訴求した作品、また、多彩な表現方法を駆使し、コピー、デザイン、レイアウトなど、どれをとってもアイデア豊富なものが多数見られた。表1が広告面になるのも特徴的である。

第1席の安川電機の作品は、手術器具を慎重に、丁寧に扱っている人物とロボットのビジュアル。人の負担を減らし、感染リスクとヒューマンエラーを防ぐという課題に対して、同社の「MOTOMAN NEXT」が課題解決をしてくれると訴求した作品である。

選評

雑誌部門

東京工芸大学

名譽教授

福島 治

前年は、地球温暖化などのサステナビリティに関する取り組みを訴求する表現が多く見受けられました。地球環境に配慮した「モノづくり」は、人間の営みが続く限り、継続的に取り組むべき重要なテーマであることは言うまでもありません。そのような潮流を踏まえつつ、今年は、製品の特長やサービスの独自性を真正面から伝える、広告の基本に立ち返ったような作品が多く見られた印象です。

第1席に選ばれたのは、多くの審査員から高い評価を得た文化シャッターでした。第2席は、

オカムラとトーカロが同票で並ぶ結果となり、決選投票へ。トリックアートを用了たグラフィカルな表現と、クオリティの高いビジュアル表現との接戦となりましたが、わずかな差でオカムラが第2席に選ばれました。ビジュアルに関しては両者ともに素晴らしい、優秀な作品であり、優秀な表現のある優れた表現でしたが、産業広告においては、一般的な広告とは異なり、エモーショナルな表現よりも、いかに強く、速く、明確に製品特性を読者の記憶に植え付けるか」がより重視されました。そうした視点において、文化シャッターのアプローチが、最も高く評価された理由だと感じています。

2025年（第60回）日本産業広告賞
入賞会社一覧

<新聞部門>		掲載年月日	スペース
日刊工業新聞広告大賞			
パナソニック株式会社エレクトリックワークス社			
25年 3月24日他			
全15段×3			
第1部			
第1席	協和ホールディングス株式会社	25年 9月17日	全30段 連版
第2席	コマツ	25年 3月31日	全30段 連版
第3席	パナソニックホームズ株式会社	25年 9月 1日	全15段
佳作	ミドリ安全株式会社	25年 7月23日	全15段

佳作	株式会社石垣	25年 6月26日	全15段
佳作	文化シャッター株式会社	25年 9月19日	全15段
第2部			
第1席	三木プーリ株式会社	25年 9月19日	全14段 連版
第2席	不二サッシ株式会社	25年 9月12日	全14段 連版
第3席	岩崎電気株式会社	25年 8月18日	全5段
佳作	株式会社キトー	24年 9月30日	全5段
佳作	三井不動産株式会社	25年 3月26日	全7段
佳作	株式会社不二越	25年 7月 1日	全3段
シリーズ広告賞			
第1席	パナソニック株式会社エレクトリックワークス社	25年 3月24日他	全15段×3

第2席	リンテック株式会社	25年 4月16日他	突出2段5.25cm×6
第3席	日立建機株式会社	24年11月18日他	全5段×3
佳作	株式会社印南製作所	24年 9月27日他	全7段×3
佳作	倉敷紡績株式会社	25年 2月28日他	全5段×3
佳作	三井物産プロジェクトソリューション株式会社	25年 2月17日他	全5段×3
<雑誌部門>			
第1席	文化シャッター株式会社	工場管理	25年9月号
第2席	株式会社オカムラ	工場管理	25年8月号
第3席	トーカロ株式会社	機械設計	25年9月号
佳作	ケーエス産業株式会社	機械設計	25年9月号

佳作	株式会社エイチアンドエフ	プレス技術	25年7月号
佳作	株式会社日立産機システム	工場管理	25年9月号
<情報誌部門>			
第1席	株式会社安川電機	新製品情報	25年9月号
第2席	文化シャッター株式会社	新製品情報	25年9月号
第3席	株式会社クボタ	新製品情報	25年9月号
佳作	ユニバース株式会社	新製品情報	24年10月号
佳作	株式会社マックエイト	新製品情報	25年5月号
2026年（第61回）日本産業広告賞 参加作品募集			
お問い合わせは 日本産業広告賞事務局（03-5644-7310）まで。			

Panasonic

ありがとうが灯。

青果市場内の父の食堂を受け継ぎ、家族みんなで、切り盛りしてきました。店の歴史を、明るく照らしてくれた蛍光灯。その灯りの下で、たくさんの笑顔と、温かい料理が生まれました。

時代が変わり、新しい灯りに替えましたが、昔ながらの手作りの味、定食の文化は、いつまでも守り続けたいですね。

1951年創業「伊勢屋食堂」店主

1951年に誕生したパナソニックの一般照明用蛍光灯は、2027年9月までにすべての生産を終了します。^{*}

これからは、人にも環境にも配慮したLEDが、あなたと共に未来を照らし続けます。

※水銀に関する水俣条約第5回締約国会議（COP5）が開催され、よりよい地球環境のために、一般照明用の蛍光灯について、2027年末までに段階的に製造および輸出入を禁止することが合意されました。

パナソニックのLED

オフィス・施設に

一体型 LED ベースライト
iDシリーズ



お住まいのリビング・個室に

シーリング
ライト

LED 住宅用照明器具
LED
フラットランプ

