

第50回日経MJ広告賞入賞作品

日経 MJ 広告賞 大賞

日清フーズ



時間が経っても食感が長持ち

イトインでも使える!

調理例



業務用 要冷凍



テイクアウト用 生パスタ 新登場!

Point 1
デュラムセモリナを配合。
風味の良い生パスタです。

Point 2
湯せん解凍30秒で
時短調理が可能。

Point 3
「押し出し製法」により、
歯ごたえのある食感を実現。

テイクアウト需要やデリバリー需要が急速に伸びている今、「テイクアウト用生パスタ スパゲティ」が新登場! 湯せん30秒ですぐ解凍でき、時間が経っても食感が長持ちするので、テイクアウトメニューに最適です。イトインにもお使いいただけるため、イトインとテイクアウトでパスタを使い分ける必要もありません。



「プロの味」をご自宅やお家で新しい食材でした。テイクアウト用生パスタ スパゲティは食感の変化が少なくテイクアウトに最適な生パスタです。この生パスタを使用すれば「プロの味」をテイクアウトでもお家でおいしく楽しむことができます。

片栗粉 醤油
イタリア産乾燥塩、西洋菜に「リノレン酸」アルギニン、亜鉛、ビタミンAと他の重要な成分を含有。酸化、酸化防止剤は不使用です。

日清フーズ株式会社

業務用営業部 〒1103-8544 東京都中央区日本橋小網町119番12号 TEL:03-5641-8115 <https://www.nissin-foods.com/foods/b/2b/>

2021年3月29日・日経MJ全15段

日清フーズ

- 企画 スタンダード通信社
 制作 クリエイティブハウスキューズ
 CD 西村哲矢 (クリエイティブハウスキューズ)
 AD 青柳ゆかり (クリエイティブハウスキューズ)
 D 青柳ゆかり
 C 佐藤和人 (クリエイティブハウスキューズ)
 Ph 栗栖誠紀 (クリエイティブハウスキューズ)

日経 MJ 広告賞 最優秀賞

ニチバン



2021年6月7日・日経MJ全30段二連版

ニチバン

- 企画 YRK and
- 制作 YRK and、THREE
- CD 園田あゆ (YRK and)
- AD 坂下愛美 (YRK and)、伊藤 剛 (THREE)
- D 井坂智穂 (THREE)
- C 園田あゆ
- MPI 秋浦克彦 (YRK and)
- AE 横井礼雄 (YRK and)

日経MJ広告賞

確かなターゲティングが 広告の目的をかなえる

青山学院大学経営学部教授 久保田 進彦

今回の審査を通じて強く感じたことは、広告がその本来の目的をかなえるために必要なターゲティング

について、しっかり考えられた広告が多かったことだ。広告賞では表現のユニークさやインパクトが注目されることも多いが、ターゲットが明確であることは広告として最も重要な部分である。加えて、新しい視点を持った広告や、ブランド力の安定に貢献する定型・定番化された継続的出稿も審査員の評価ポイントとなった。

大賞を受賞した日清フーズは、奇をてらうことなく、効果的な機能訴求に徹している点が高く評価された。コロナ禍における競争の激しいジャンルにあって、現場のベネフィットを第一に考えた訴求は極めてストラテジックである。

日経MJならではの「中身」が受賞のポイントとなった。

最優秀賞に選出されたニチバンは、二連版という新聞らしいスペースを使い、セロテープ®という強力なブランドを生かした、インパクトのあるビジュアルが受賞のポイントとなった。さらにこれまでシリーズで出稿してきた自社のSDGsへの取り組み告知について、その継続性も評価された。

優秀賞の日本製紙クレシアは、消費者だけでなく、物流および売り場へのメリットを記事体広告によって丁寧に伝えたものである。広告の意図が明確な点と、商品を使ったクリエイティブに工夫が見られたことが、高く評価された。

同じく優秀賞のユウキ食品は流

通訴求を継続的に行っている企業だが、今回は特にロングセラー・ブランドのケア（ブランド力の維持）を課題とした点に関心をひいた。マーケティング視点に踏み込んだコラボレーションの展開と、柔らかな印象のビジュアルも評価された。

惜しくも選に漏れた作品にも良いものがあつた。サステナブルをテーマに出稿しているアメリカ大豆輸出協会や、リマインド型の流通広告を定着させているエバラ食品工業は、その継続性が評価される。個人的には米国発の決済サービス会社スクエアによる、ターゲットを徹底的に絞り切った表現に強くひかれた。

日経MJの広告は、さまざまな業務に関わる読者に向けられている。このため真剣に評価をしようとすると、目的や意図の違いや多様性によって、審査委員の意見が割れがちとなった。審査の宿命であり、一つのランキングにまとめるのは大変悩ましいが、今後も「売りにつながる」「マーケティングに資する」などの目的に結びつく、効果的な広告出稿を各社に期待したい。

