

第12回日経電子版広告賞入賞作品

日経電子版広告賞 大賞

パナソニック

いま考えたい空間のこと
「ナノイー」ってなんだ？

毎日から取り入れる空間の清潔さ。思い込まずもっています。
花粉やホコリ、ウイルス、臭い、カビ、チリ、ウイルス。
目に見えなくても空気中の小さな菌達たち。いま私たちの生活を大きく変えています。
そんな空気中の有害物質を捕え殺菌・分解してくれるのが、
パナソニックが開発している「ナノイー」。
ナノサイズの銀ナノイオンにじんわりパワーが蓄められているのでしょ？
「ナノイー」ってなんだ？

ナノイーX
開発 パナソニック

point 01 目撃にドキッ
空気清浄力アップ

point 02 「ナノイー」
仕様

point 03 「ナノイー」の
仕組み

point 04 「ナノイー」の
効果

point 05 「ナノイー」は
どこでも活躍

point 06 「ナノイー」
歴史的意義

つくりたかったのは、
お客さまと働く人たちが 安心できる空間

業界初*「ナノイーX」搭載スーパーショーケースを導入した生活協同組合コープやまぐち

※生活協同組合の共同出資企業、生活協同組合コープやまぐち（以下「CJ」）は2021年7月、主要店舗の空調・コープごとの空調（以下「空調」）をリニューアルしました。リニューアル後は、大規模店舗の空調の約70%が「ナノイーX」搭載のものが「安心・安全」、清潔で快適な空間を実現する上にも、業務で使ったエアコンの省エネ効果も期待。また「ナノイーX」を搭載したスーパーショーケースや冷蔵ショーケースも導入しました。店舗の空調にあわせてコープやまぐちの店舗では、松本重利さんの生活協同組合コープやまぐちの経営企画担当マナシヤ 長崎美津さん、パナソニック専務システムズの伊藤直樹さん、松本重利さん、松本重利さんに「ナノイーX」導入の経緯についてお話を伺いました。

※店舗の空調や冷蔵ショーケースは、空調・冷蔵ショーケースにおいて、2021年7月以降の、パナソニック製のものを指します。

パナソニック

掲載期間 '21.9/30～

- 企画 パナソニック、日本経済社、日本経済新聞社デジタル事業 Nブランドスタジオ
制作 日本経済新聞社デジタル事業 Nブランドスタジオ、ノーバジェット
EPr 石川隆一（パナソニック）、北村 篤（日本経済社）
CD 日本経済新聞社デジタル事業 Nブランドスタジオ、松浦義幹（ノーバジェット）
AD 日本経済新聞社デジタル事業 Nブランドスタジオ、谷 和也（ノーバジェット）
D 日本経済新聞社デジタル事業 Nブランドスタジオ、岩村 覚（ノーバジェット）
C 藤原仁美（日本経済新聞社デジタル事業 Nブランドスタジオ）、富樫純一（ノーバジェット）
CPr 藤原仁美
Ph 宮腰まみこ（ノーバジェット）、横関一浩（ノーバジェット）

「ナノイー」の健康

つくりたかったのは、お客さまと働く人たちが安心できる空間

競争激化、争められる都市

つくられたのは、お客さまが喜び、働く人たちが気持ちよく働ける空間

業界初のチャレンジ、手探りで課題を解く

店舗で最先端販売大規模

「ナノイー」の健康

「ナノイー」は、ここでも活躍

「ナノイー」の進化

「ナノイー」のしくみ

「ナノイー」の健康

「ナノイー」のしくみ

「ナノイー」の健康

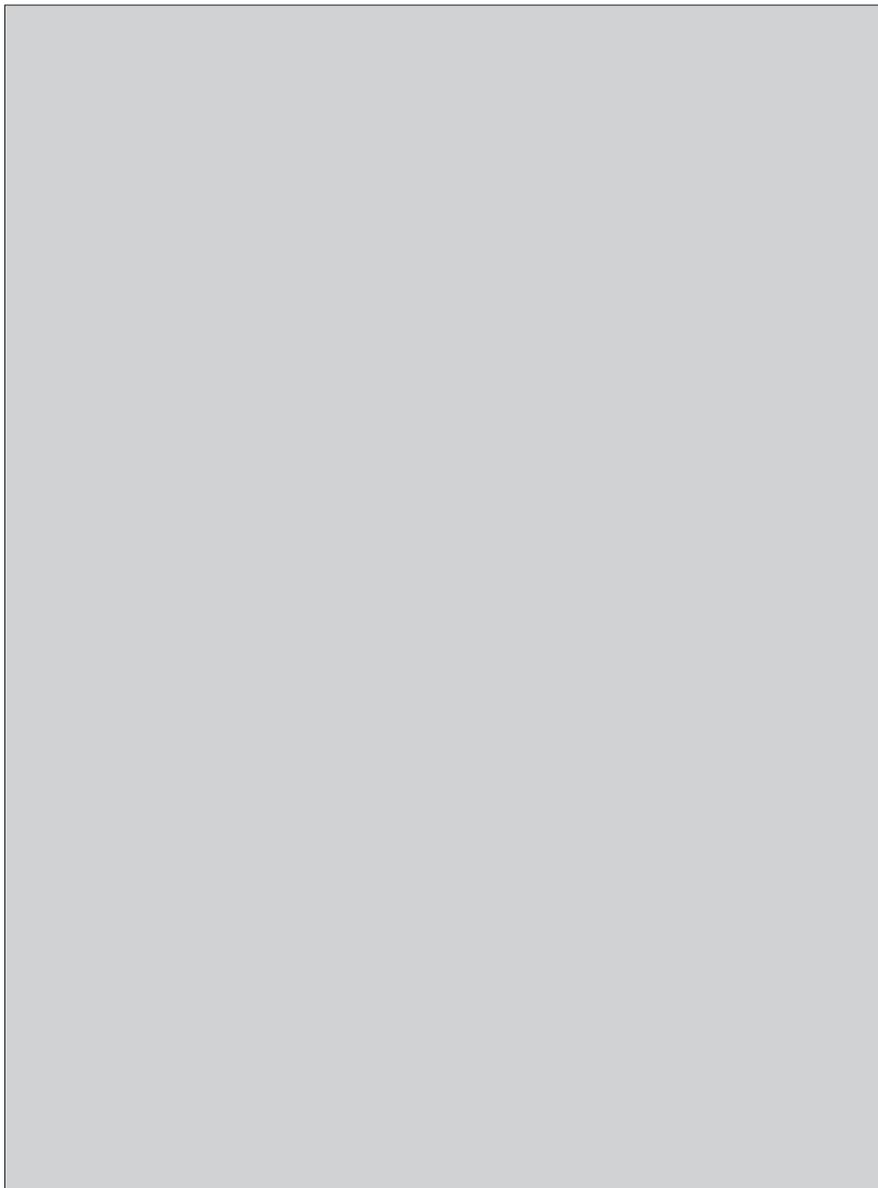
「ナノイー」のしくみ

「ナノイー」の健康

「ナノイー」のしくみ

ディスプレイ部門 最優秀賞

日本アイ・ビー・エム

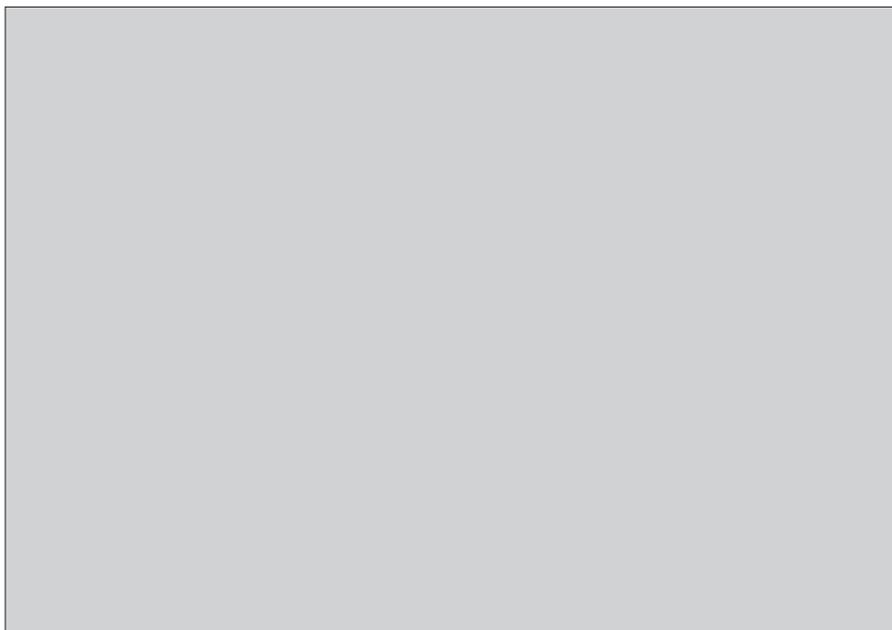
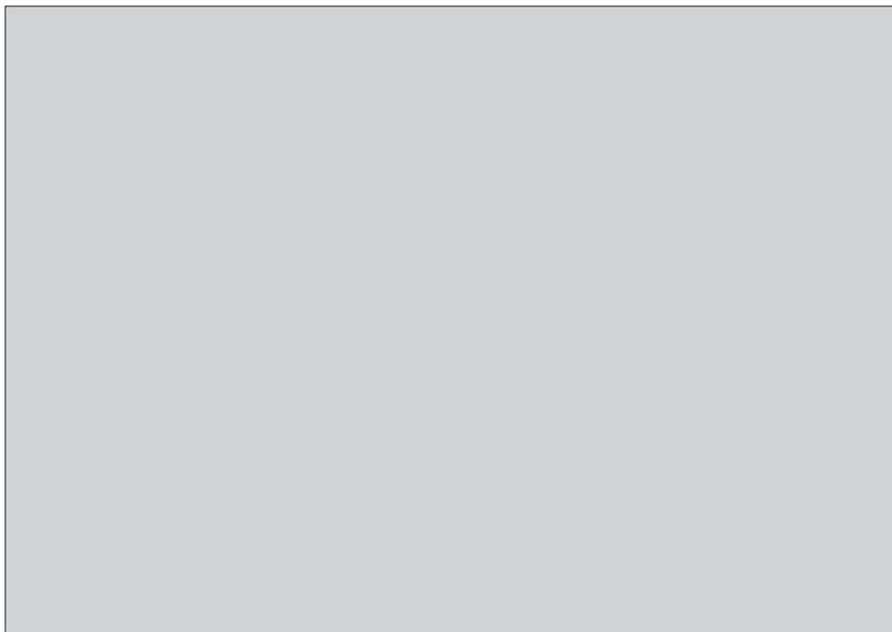


日本アイ・ビー・エム

掲載期間 21.2/15～3/21
企画 ジオメトリー・オグルヴィ・ジャパン
制作 ジオメトリー・オグルヴィ・ジャパン、ホガス
CD 杉友ジョージ (ジオメトリー・オグルヴィ・ジャパン)
AD 橋本慎太郎 (ジオメトリー・オグルヴィ・ジャパン)、塚本 岳 (ジオメトリー・オグルヴィ・ジャパン)、辰巳梨里子 (ジオメトリー・オグルヴィ・ジャパン)
D 辻岡優作 (ホガス)
C 鈴木利和 (ジオメトリー・オグルヴィ・ジャパン)
AM ラファエル・デュボスト (ジオメトリー・オグルヴィ・ジャパン)、林 盈頼 (ジオメトリー・オグルヴィ・ジャパン)、大内勇輝 (ジオメトリー・オグルヴィ・ジャパン)

ディスプレイ部門 優秀賞

ルイ・ヴィトン ジャパン



ルイ・ヴィトン ジャパン

掲載期間 '21.8/4 ~ 8/6
企画・制作 Louis Vuitton Malletier / Be Good Studios
Ph Viviane Sassen
Sty Nancy Rhode

タイアップ部門 最優秀賞

日本アイ・ビー・エム

量子コンピューティングが変えるビジネスの未来
「未来を拓くために」

「5つの重要で固定された4領域での活用」

「期待されることまで、期待されるインフラの姿」

日本初のゲート型超伝導量子コンピューター
IBM Quantum System One 発表
実用化が実現する日本の量子コンピューター産業

日本での実用化がはじまるまで

「期待されることまで、期待されるインフラの姿」

量子コンピューター、始動
新しいコンピューティングの時代がここから始まる

2023年7月、日本初となるゲート型超伝導量子コンピューター「IBM Quantum System One」が発表された。

VM 1 量子コンピューター 始動
新しいコンピューティングの時代がここから始まる

VM 2 日本初のゲート型超伝導量子コンピューター
IBM Quantum System One 発表
実用化が実現する日本の量子コンピューター産業

VM 3 量子コンピューティングが変えるビジネスの未来
「未来を拓くために」

数字の進化が生む新たなパラダイムシフト

人類はこれまで数百年単位で大きな変革を経験してきました。デジタル技術の導入が「第4次産業革命」であり、その影響が深遠という期待が込められてきました。これにより新たな時代の数字が生まれ、ビジネスのあり方も大きく変わりました。また、AIは「汎用人工知能の出現」が期待されています。この期待が実現すれば、その汎用性によりあらゆる産業に波及し、社会の構造を一変させる可能性があります。そして同時に、デジタル技術の導入による「デジタルデバイド」の懸念も強まっています。デジタル技術の導入がもたらす影響は、多くの企業や個人にとって大きな課題となり、その課題を克服することが求められています。

第4次産業革命の進展がもたらす影響は、多くの企業や個人にとって大きな課題となり、その課題を克服することが求められています。

AI、デジタル技術の導入がもたらす影響は、多くの企業や個人にとって大きな課題となり、その課題を克服することが求められています。

従来のコンピューターに困難な領域へ

量子コンピューターの出現は驚異的で、これまでのコンピューターとは異なる能力を備えることが期待されています。

例えば、従来のコンピューターでは困難な領域へ、量子コンピューターは新たな能力を備えることが期待されています。

3,628,800

一足、進めばとて、それより先に、従来のコンピューターで実現できなかった領域へ、量子コンピューターは新たな能力を備えることが期待されています。

日本アイ・ビー・エム

- 掲載・期間 21.9/21 ~
- 企画 日本アイ・ビー・エム、日本経済新聞社デジタル事業Nブランドスタジオ
- 制作 日本経済新聞社デジタル事業Nブランドスタジオ、日経BP コンサルティング
- CD 里見 渉 (日経BP コンサルティング)
- AD 深野美絵 (日経BP コンサルティング)
- D 栗原歩美 (日経BP コンサルティング)
- コーディング マイナビワークス

タイアップ部門 優秀賞

ロンジン



**文字盤に輝く
ファイアスターに表れる自慢**

「文字盤に輝くファイアスター」は、ロンジンの歴史を象徴するデザイン。1906年のロンジン・ワールド・グランド Prix de St. Imierで優勝した時計師、ルイ・コッパの設計に基づいて制作された。この時計は、ロンジンの伝統と技術の結晶であり、現代のファッションに合わせたデザインで、幅広い層に受け入れられている。



**ロンジン スピリットに裏付けられ、
奇を奏すツインタイムス・アップ機能**

「ロンジン スピリット」は、冒険家のバイオニア精神を現代に受け継ぐ時計「ロンジン スピリット」の最新モデル。ツインタイムス・アップ機能により、2つのタイムゾーンを同時に表示できる。また、防水性能も向上し、アウトドア活動にも最適な時計となっている。



LINE UP

「ロンジン スピリット」の最新モデルは、様々なデザインと機能で、幅広い層に受け入れられている。また、防水性能も向上し、アウトドア活動にも最適な時計となっている。



**文字盤に輝く
ファイアスターに表れる自慢**



**冒険精神のバイオニアに
受け継ぐ時計「ロンジン スピリット」**

「ロンジン スピリット」は、冒険家のバイオニア精神を現代に受け継ぐ時計。この時計は、ロンジンの歴史を象徴するデザインであり、現代のファッションに合わせたデザインで、幅広い層に受け入れられている。



**アクション・時代の冒険に
変えるロンジンの航空時計**

「ロンジン スピリット」は、冒険家のバイオニア精神を現代に受け継ぐ時計。この時計は、ロンジンの歴史を象徴するデザインであり、現代のファッションに合わせたデザインで、幅広い層に受け入れられている。



**スタンプ型時を動かす機構が
響いたデザイン進化**

「ロンジン スピリット」は、冒険家のバイオニア精神を現代に受け継ぐ時計。この時計は、ロンジンの歴史を象徴するデザインであり、現代のファッションに合わせたデザインで、幅広い層に受け入れられている。



**文字盤に輝く
ファイアスターに表れる自慢**



**冒険家のバイオニア精神を現代に
受け継ぐ時計「ロンジン スピリット」**

「ロンジン スピリット」は、冒険家のバイオニア精神を現代に受け継ぐ時計。この時計は、ロンジンの歴史を象徴するデザインであり、現代のファッションに合わせたデザインで、幅広い層に受け入れられている。




**あらゆるスポーツ計時に
取り継ぎできたロンジン**

「ロンジン スピリット」は、冒険家のバイオニア精神を現代に受け継ぐ時計。この時計は、ロンジンの歴史を象徴するデザインであり、現代のファッションに合わせたデザインで、幅広い層に受け入れられている。



ロンジン

掲載期間 '20.11/27 ~ 12/26

企画 ロンジン、日本経済新聞社 デジタル事業 Nブランドスタジオ

制作 日本経済新聞社 デジタル事業 Nブランドスタジオ

CD 日本経済新聞社 デジタル事業 Nブランドスタジオ

AD 浮貝泰介 (フォトデザインスタジオ)

D 水野茉莉奈 (フォトデザインスタジオ)

C 土田貴史 (フリー)

日経電子版広告賞

表現力とナラティブで読者に寄り添う

慶應義塾大学総合政策学部教授 桑原 武夫

読者に寄り添い、心をつかむ。

そんな意図を強く感じさせる広告が多かったのが今年の特徴だ。リモートが常態化し人とのつながりが希薄になりがちなか中、「人に優しい分かりやすさ」でアプローチする広告が増えてきたのは非常に興味深い。ここで重要な役割を果たすのが、表現力とナラティブ(物語)だ。

大賞のパナソニックは、今年のトレンドを象徴する作品といえる。ナノイーのしくみを動画やインフォグラフィックで解説したタイアップ広告で、審査委員からは「タイアップでこんなに分かりやすく学べる」と驚きの声があった。インタラクティブな表現で読者の興味を引き付けるなど、

自社の技術を好きになってもらいたいという強い意志を感じた。

技術を伝える構成が秀逸だったのは、タイアップ部門で最優秀賞の日本アイ・ピー・エムも同じだ。分かりやすさと美しさも併せ持った表現で、難解な量子コンピュータの世界に引き込んだ。タイアップ部門ではナラティブを読ませる秀逸な構成の作品が目

立った。優秀賞のセイコーホールディングスは創業者、服部金太郎氏が生涯をかけて国産の時計作りにまい進したストーリーを動画と服部真二会長のインタビューで構成した。

同じく優秀賞のロンジンは、スポーツ計時に多く採用されてきた歴史を、躍動感あふれる競馬シー

ンの写真と、これまでの歴史を振り返るセピア色の写真を組み合わせ、巧みに読ませた。

受賞は逃したが、アルファロメオも富永愛氏のストーリーと同社のコアな価値観をうまく融合させて訴求した。これら3作品は、マーケティングでナラティブがいかに有効かを示した好例といえるだろう。

純広告が対象のデイスプレー部門でも最優秀賞は日本アイ・ピー・エムとなった。同社が提唱する「ハイブリッドクラウド」の世界観を、異質なものを組み合わせたグラフィックで象徴的に表現した。スタイリッシュなバナー動画も組み合わせられた統合的な展開だった。

同部門で優秀賞のルイ・ヴィトンジャパンは創業者ルイ・ヴィトンの生誕200周年記念の広告展開だった。旅行や自然の中での喜びといった象徴的なシーンから、硬質なブランドの物語をハイクオリティに表現した。

選には漏れたが、トヨタ自動車は丁寧な作られたクリエイティブ

が目を引き続いた。よく練られたコピーと、「車のここが知りたい」を網羅したバナー広告シリーズで、広告のプロの評価が高かったことを申し添えたい。

ともすれば目新しい表現方法が目が行きがちだが、本当に大切なのは、企業のストーリーや技術力、伝えたいという気持ちを、広告に「接合」するアイデアと表現力だ。さらなる成熟をみせたと、電子版広告の可能性はさらに広がるだろう。

