

## 流通・サービス部門 最優秀賞


そごう・西武

なくてもいいと言われるものと、  
私の心は生きていく。




キラキラに胸が躍ったり、フワフワと浮き立ったり。  
そんな、気持ちが満たされる時間が不要不急と呼ばれ、  
必要最小限の生活に取り組みだ2年間。  
去年、百貨店が通常営業できたのは数日でしたが、それでもまた、  
一人ひとりが人生を思い切り楽しめる日常がやって来ると信じてきました。  
今年がどんな年になるかはわかりません。けれど、  
美しいものや、ときめくことを、見たり触れたりできる一年にするために、  
私たちはお客さまをお出迎えいたします。  
人が前に進むには、心にも栄養が必要だから。


わたしは、私。




線の1本1本が人の手で描かれたプレゼントを、どうぞ。



www.seibu.jp



www.sogo-gogo.com

わたしは私。 映像

2022年1月1日・日経朝刊全15段

## そごう・西武

企画 フロンテッジ  
制作 フロンテッジ、オー・サンクス  
ECD 島田浩太郎 (フロンテッジ)  
SCD 上島史朗 (フロンテッジ)  
AD 加納 彰 (フロンテッジ)、岡田邦栄 (オー・サンクス)  
D 遠藤芳紀 (オー・サンクス)  
C 島田浩太郎、上島史朗、山際良子 (フロンテッジ)、宗政朝子 (フロンテッジ)  
Pr 松井 徹 (フロンテッジ)  
PI 宗政朝子  
I 梶原 誠  
AE 河西きよら (フロンテッジ)

## 流通・サービス部門 優秀賞

セブン&amp;アイ・ホールディングス



**Why?**  
セブン&アイグループが、  
社会課題解決に取り組む想い。

セブン&アイグループは、お客様、お取引先様、株主様、  
地域社会、加盟店オーナー、社員を含めたすべてのステークホルダーの皆様から、  
「信頼される、誠実な企業でありたい。」という社是にもとづき、持続可能な社会の実現を目指しています。

2014年、私たちは社会課題の解決のために、  
事業領域の中でできる重点課題を定め、取り組んでまいりました。

時代や環境の変化にともない、社会課題はますます多様化しており、  
私たちの事業領域も拡大していく中で、社会からの要請も加速化しています。  
2022年、このような変化に適切かつ迅速に対応していくため、  
ステークホルダーの皆様との対話を重ね、重点課題を改定しました。

セブン&アイグループは、これからも皆様とご一緒に、サステナブルな社会の実現を目指し、  
事業を通じて社会課題の解決に取り組んでまいります。

株式会社セブン&アイ・ホールディングス 代表取締役社長  
丹波 隆一

**セブン&アイグループの重点課題**

<p>お客様とのあらゆる接点を通じて、 地域・コミュニティとともに 住みやすい社会を実現する</p> <p>お客様に不便を感ずるカーの移動サービスの拡大、 各種移動販売行為、行政サービスの提供など。</p> 	<p>安全・安心で健康に配慮した 商品・サービスを提供する</p> <p>食糧や健康に配慮した商品の開発と販売、 さまざまな品質管理体制の向上など。</p> 	<p>地球環境に配慮し、 製炭業・循環経済・自然と共生する 社会を実現する</p> <p>プラスチック削減削減や再生材の活用、 再生紙や再生インクの使用、食品ロス削減など。</p> 	<p>多様な人々が活躍できる 社会を実現する</p> <p>マタニティ育児支援・有償休暇の提供、 出前授業の提供や、障がい者支援など。</p> 	<p>グループ事業を担う人々の 働きがい・働きやすさを向上する</p> <p>グローバル・インクルージョンの推進、人材育成による エンゲージメント向上、DXによる業務効率改善など。</p> 	<p>お客様との対話と協働を通じて エシカルな社会を実現する</p> <p>非営利団体の寄付活動や環境保全イベントの開催など、 お客様参加型の取り組み。</p> 	<p>パートナーシップを通じて 持続可能な社会を実現する</p> <p>人権や環境保護に配慮したお取引先との協業、 NPO・NGO、NPO・NGO、NPO・NGO、NPO・NGOとの協業など。</p> 
---	--	--	---	--	---	--

明日にいいこと。つなげる、つづける。

株式会社 **セブン&アイ** HDLCS

2022年5月23日・日経朝刊全30段二連版

セブン&amp;アイ・ホールディングス

(シリーズ3点)

掲載日 '21.10/25、'22.5/10、5/23

企画 東急エージェンシー

制作 東急エージェンシー、Depart.

ECD 高橋宏之 (Depart.)

CD 福井 徹 (Depart.)

AD 瀧生勇治 (Depart.)



# ブランド・ファッション部門 最優秀賞

## ポーラ

目 前 を 救 い た い 。 ぜんぶ そ こ から 始 ま る 。

世界を変えるのは、自分や身近なひとだけじゃなく、小さなケアの積み重ねでこそ。自分自身だけでなく、誰かにも助けをほしく、具体的に、目の前を救ってほしい。もっと、よくしたい。その先の世界は、きっと美しいから。

We Care More. **POLA**  
世界を変える。心づかい。

2021年11月5日・日経朝刊全15段

### ポーラ

- 企画 ライトパブリシティ、もり
- 制作 ライトパブリシティ
- ECD 杉山恒太郎 (ライトパブリシティ)
- CD 原野守弘 (もり)
- AD 福永武士 (ライトパブリシティ)
- D 福永武士
- C 山根哲也 (ライトパブリシティ)
- Pr 安田あゆみ (ライトパブリシティ)
- Pr(イラスト部分) 三上太朗 (世界)
- I MACCIU (フリー)
- PrjM 清水素子 (もり)
- AE 上村達也 (電通)、小布施木の実 (電通)



すべてのお母さんに、ありがとう。

<p>お母さん、ありがとう。 今日は、日本中でそんな思いが飛び交う日。</p> <p>子どもを養育から、目の保養心から抱えない。 そんなとこもがいつも一緒にあります。 ごめんませい。それでも、 たった一度だけ伝えたいのです。</p> <p>お母さんの「かたち」は決まっていらない。 血が繋がってあるのがなろうが、 もっと言えば、お母さんが女性である必要もない。</p>	<p>そこに、愛があれば、あつたけの愛を注いでくれる。 すべての人がお母さんだと思えます。</p> <p>POLIAにも、たくさんのお母さんが書いています。 もちろん、お母さんになることを望ばない人も、 選びたくても選べなかった人もいます。 その多岐多岐生き方や価値観こそ、かけがえのない財産。 私たちは、そう強く信じています。</p> <p>POLIAで働くお母さんにはできることは何か。 POLIAが、世の中のお母さんにできることは何か。</p>	<p>シングルマザーなど、 さまざまなお母さんが集まる新しい環境づくり。</p> <p>法律が認めず養育費にたどらざる、 専業主婦や男性パートナーも権利侵害の対策へ。 不妊治療や卵子凍結に関する相談や治療のための 費用補助も始めました。</p> <p>さらに一人一歩、子育てに困難を抱えるお母さんの ために、同じような経験を持つスタッフの中から、 エステセラピスタを始めお母さんもお母さんになりました。</p>	<p>母という文字のなかに、 どれだけのお母さんがあるだろう。 これだけは言い切れる。そのひとつひとつが嬉しいと。</p> <p>今日は、母の日。私に、あなたに代わって伝えてよかったです。 すべてのお母さんに、ありがとう。</p> <p style="text-align: right;"><b>We Care More. POLA</b> 世界を愛する、ひとつの心。</p>
--	---	---	---

2022年5月8日・日経朝刊全15段

# ブランド・ファッション部門 優秀賞

クリスチャン ディオール



2021年10月28日・日経朝刊全30段二連版

クリスチャン ディオール

(シリーズ2点)

掲載日 '21.10/28、'22.3/18  
 AD ROONIE COOKE NEWHOUSE  
 Ph RAFAEL PAVAROTTI  
 FILM MAKER AXEL MORIN  
 Sty MELANIE WARD & ELLIE GRACE  
 HM PETER PHILIPS & GUIDO

# ブランド・ファッション部門 優秀賞

## ユニクロ

### ユニクロのフリースが2990円になる理由。



今から28年前の1994年、私たちは、それまで一部のアウトドアメーカーが扱っていた機能的で高価な素材のフリースを、1900円(税別)という誰もが手に取りやすい価格で発売しました。これまで本当に多くのお客様から支持をいただき、ご要望に応じて進化を繰り返し、「フリースはユニクロそのもの」と言えるほど、大事な定番アイテムに成長してきました。そんなフリースの価格を見直さざるを得ない理由をお伝えします。

価格が上がる大きな要因は、製造コストの変化です。私たちは発売時から、中国を中心とした海外のパートナー工場と一緒に工夫を重ね、価格を変えずに、毎年、素材やデザインを改良してきました。この間、生産や販売に関わる人件費は上昇を続け、その上、近年の急激な原材料費や物流費の高騰に直面しました。あらゆるコストが上がる中、私たちには、価格を維持するために品質を犠牲にするという選択はありませんでした。ユニクロはお客様に長く愛される普段着を作る会社だからです。それが私たちのLifeWearであり、サステナビリティの考え方の基本です。「安かろう、悪かろう」では、ユニクロの服ではありません。今年のフリースフルジップジャケットは、素材に回収ペットボトルから作られた100%リサイクルポリエステル製の生地を使い、ファスナーなどの付属品もできる限りリサイクル素材を使用しています。また、昨年よりも生地の目付けを約50g/m<sup>2</sup>アップし、より暖かいフリースを目指しました。

今期、フリースフルジップジャケットを含む一部商品が新しい価格になりますが、価格の変更を最小限に抑えるために、品番数で全体の約8割にあたる商品の価格は据え置きました。このような決断と努力を重ねることで、私たちは将来にわたってより良い商品を世界中のお客様に提供し続けられると信じています。

長く愛される普段着であるために。



LifeWear

2022年9月5日・日経朝刊全15段

ユニクロ

企画・制作 ユニクロ

## 食品・医薬品・生活用品部門 最優秀賞

## 大日本除虫菊

「お風呂の防カビメンダーを知ってもらうだけのために、  
こんな全面広告する必要あるんか。  
三分の一くらいのスペースでええんとちゃうか」

「明日、やってみます」

お風呂の  
防カビ  
メンダー

お風呂の黒カビ・  
ピンクぬめりを  
プッシュするだけで  
防ぎます。



新発売

効率を考える会社。



2022年6月10日・日経朝刊全15段

## 大日本除虫菊

(シリーズ3点)

企画	電通関西支社	Pr	市橋弘子 (電通クリエイティブ X)
制作	モノリス、電通クリエイティブ X、YONDE	Pl	古川雅之、直川隆久、茗荷恭平
CD	古川雅之 (電通)	WEB-Dr	米田英史 (電通クリエイティブ X)
AD	茗荷恭平 (電通)、大松敬和 (モノリス)	ARクリエイター	田坂加純 (YONDE)
D	水江 隆 (モノリス)、玉井智子 (モノリス)	PM	田中華樹 (電通クリエイティブ X)
C	古川雅之、直川隆久 (電通)	AE	新宅慶之 (電通)、山本哲徳 (電通)、多嶋田雅司 (電通)



「ほら見てみ。  
お風呂の防カビムエンダーを知ってもらっただけの広告やったら、これくらいのスペースで十分やないか。……もっと小さくてもええんとちゃうか」

「明日、やってみます」

# お風呂の防カビムエンダー

お風呂の黒カビ・ピンクめりをブッシュするだけで防ぎます。



新発売

効率を考える会社。  **KINCHO**

2022年6月11日・日経朝刊全5段



「いくらなんでも  
小さすぎる  
でっかくしてくれ」

新発売

お風呂の防カビムエンダー



効率を考える会社。

 **KINCHO**

QRコードを読み込む→Instagramのカメラが起動  
→この広告をかざしてみてください。  
※一部の機種で正しく動作しない場合がございます。

2022年6月12日・日経朝刊突出


## 食品・医薬品・生活用品部門 優秀賞

ロート製薬

巨大QRコードからのお知らせ



目薬はロート 

念のために 

2021年10月10日・日経朝刊全15段

## ロート製薬

- 企画 電通関西支社
- 制作 電通関西支社、電通クリエイティブクロス
- CD 廣瀬泰三（電通関西支社）
- AD 著荷恭平（電通関西支社）、鳥野亮一（電通クリエイティブクロス）
- D 荻田哲平（電通クリエイティブクロス）
- C 廣瀬泰三
- AE 鷺尾尚哉（電通関西支社）

## 食品・医薬品・生活用品部門 優秀賞

大塚食品



**レトルトは、がんばります。**

ひとりで少しずつ食に困って、保存がきいて、お湯で温めるだけで食べられる、だれでも失敗しないカレーをつくれないか、ひとりのアイデアは、大塚が得意としていた、既製品の製造技術と結びつきました。日本でも世界でも初めての挑戦。開発は、けして新編には進みませんでした。たぐさんのハードルを乗り越えて、ようやく発売。それから保存期間が改良され、さらに、海軍調理から「レトルトカレー」へ、「チキンカレー」(社員と心)。日夜つづいた試行錯誤の中で、何度も自分たちを鼓舞して下さった。とごめたのは、はっと安心するおひさす。

#たよれるレトルト 

1968年の今日、レトルトは大塚から生まれた。  
**2月12日はレトルトカレーの日** 

2022年2月12日・日経朝刊6面全15段



**レトルトで、がんばらない。**

ついでに片付けの手間が減るぶん、自分や家族の時間が増える。すでにおなかを満たせるだけで、ゆっくり過ごしたり、話したり、ボンカレーには、申し分ないと思いませんか？。そのために、安心も便利も、誰かがやらせてくれると嬉しい。毎食カレーを使うことで、お湯で温めるだけで、17種類のラインナップでかついつでも好きなペースの割合、具材に合う野菜は同梱だけ、だれでも簡単に美味しく、たまには、おんぼりせずに、ボンカレーでひと息つく時間。小さな朝の中に、そんな思いをこめてます。

#たよれるレトルト 

ずっと世界のみんなに、今日も変わらぬ思いです。  
**2月12日はボンカレーの日** 

2022年2月12日・日経朝刊8面全15段

## 大塚食品

(シリーズ2点)

- 企画 東急エージェンシー  
制作 東急エージェンシー、サブロク  
CD 橘野 準 (東急エージェンシー)  
AD 浅野喬樹 (東急エージェンシー)、金本圭一 (サブロク)  
D キムヨンチョル (サブロク)  
C 阿部玲奈 (東急エージェンシー)  
Pr 武富 誠 (サブロク)、永井一成 (サブロク)  
F-Crd 矢澤史帆 (フリー)  
Ph 難波 亮 (Smooth)  
R 宋 銘沛 (ルクス)  
PM 佐生 佳 (サブロク)、田中千尋 (サブロク)  
AE 矢澤信幸 (東急エージェンシー)、中野賢文 (東急エージェンシー)、藤 航太 (東急エージェンシー)

## 建設・不動産部門 最優秀賞

## 積水ハウス



SEKISUI HOUSE

夏の帰り道

この夏は どこへ行こう 出かけよう  
家族いっしょに 夏らしい夏を 今年こそ

ひさしぶりだね 思いきり 羽をのばして  
おおきく息をして 夏空のもとで

たいせつだよね こういう息抜き 旅の解放感  
私たちは しみじみ思った 出かけたかった

そしてまた 旅から帰って 思うのだろう  
ああ 楽しかった また行こうよ といいながら

ほっとして 日常にもどる そのわが家が  
いちばん 心地よく 大好きだとしたら

こんな場所は 世界にふたつとない  
こんなに不思議な 幸福な場所は  
ほかにない

家に帰れば、積水ハウス。

積水ハウス株式会社  
1931-0076 8288-8282 FAX 03-6623-1151

www.sekisuihouse.co.jp

積水ハウスは、環境大臣認定の「エコファースト企業」です。

2022年7月28日・日経朝刊全15段

## 積水ハウス

(シリーズ5点)

企画 一倉広告制作所、電通関西支社

制作 サン・アド

CD 一倉 宏 (一倉広告制作所)、藤本泰明 (電通)

AD 大森清史 (サン・アド)、島田陽介 (サン・アド)

D 大森清史、島田陽介

C 一倉 宏

Pr 加藤未果 (サン・アド)、塩見絵一郎 (サン・アド)、永井 浩 (サン・アド)

Ph 今城 純 (フリー)

Sty 藤井牧子 (オムライス)

SEKISUI HOUSE

家に帰れば、積水ハウス。

あたりまえじゃない朝  
あたらしい夜の はじまりの朝 家族は寝る  
あけまして おめでとう すこし あらたまって  
その家族は かがやいて 朝のひかりに  
ほころぶ うすべにいろの 花のようだから  
それを新春 あたらしい春と 呼ぶのかもしれない  
まだこんなにも きむいさむい 冬の朝なのに  
あたりまえのように 思っていたことが  
あたりまえじゃないと あらためて 思えてきて  
おめでとう ことじもまた すこやかに  
この家族と この家で暮らす その幸せは  
こんな場所を 世界にふたつとない  
こんなに不思議な 幸福な場所は  
ほかにない

積水ハウス株式会社

SEKISUI HOUSE

2022年1月1日・日経朝刊全15段

SEKISUI HOUSE

家に帰れば、積水ハウス。

食卓に華あれ  
横つかりの美しいお坊で つくものも好きだ  
料理は自分よりうまいと 妻は おだてるのもうまい  
きょうは例にしまよか 考えもの、また楽しく  
自慢じゃないけど 和洋中 なんでもいけます  
フレンチはよくイタリアンは得意とほいえ  
パタージョウ味のバस्ताつて イタリアンのかな？  
思えば 海の幸にも 山の幸にも恵まれて  
ほんとうに 恵まれているよ 私たちの食卓は  
男子が牛タンに立つのは もう普通のことで  
わが家の 食卓にある その幸せは まんかにもある  
こんな場所は 世界にふたつとない  
こんなに不思議な 幸福な場所は  
ほかにない

積水ハウス株式会社

SEKISUI HOUSE

2021年11月4日・日経朝刊全15段

SEKISUI HOUSE

家に帰れば、積水ハウス。

母のいる家  
おがさんは いつまでも おがさんだ  
こどもたちは どこまでも こどもたちだ  
こどもたちは いつか おとなになる けれど  
おとなになった こどもたちは おもいけず  
おがさんの声 おがさんの音 おがさんの背中  
おもいだす そのたびに こどもに帰る  
おとなになっても やっぱり こどもたちは  
いくつになっても あはたのこどもです  
ありがとう 大好きな おがさんがいる  
その場所は いつまでもずっと わが家です  
こんな場所は 世界にふたつとない  
こんなに不思議な 幸福な場所は  
ほかにない

積水ハウス株式会社

SEKISUI HOUSE

2022年5月6日・日経朝刊全15段

## 建設・不動産部門 優秀賞

三井不動産

三井不動産 presents 連続広告小説

# 三井のすずちぶと



三井でふふふ♪

**三井不動産**  
MITSUI FUDOSAN

「ふふふ」  
この時のすずちはまだ自分が三井の  
すずちゃんになるとは思いもしな  
かった。

さく

第一話  
三井不動産にはふふふが似合う  
ある日 すずは気がついた。  
東京ミッドタウンも、コレドも、  
ららぽーとも、ミヤスタパークも、  
自分が笑顔になる場所は、みんな  
三井不動産が手掛けていることに。  
思わず「ふふふ」とすずは笑みが  
こぼれる。そこでまたすずは気がつ  
いた。ふふふ……三つのか……みつ  
いふ……三井不動産！このふふ  
ふ」という笑い方、まるで三井不  
動産のためにあるような笑い方  
ではないか。  
と、そこまで考えたところで、すず  
はまた笑った。誰にも頼まれてい  
ないのになぜか三井不動産のこと  
ばかり考えている自分におかしく  
なったのだ。

2022年7月7日・日経朝刊全15段

## 三井不動産

(シリーズ3点)

掲載日 '22.7/7、7/15、7/23

企画 電通、篠原誠事務所

制作 たき工房

CD 篠原 誠 (篠原誠事務所)

AD 江波戸李生 (電通)

D 森本一平 (たき工房)

C 岩田純平 (電通)

Pr 吉崎千佐子 (JXL)

CPr 中尾綾子 (電通クリエイティブフォース)、

上間 集 (電通クリエイティブフォース)

PI 鈴木晋太郎 (電通)

Ph 福岡秀敏 (WHITNY)

Sty 上杉美雪 (Freelance)

HM 奥平正芳 (Freelance)

AE 河津賢次郎 (電通)、白川葉里 (電通)



## 出版・コンテンツ・教育部門 最優秀賞

## テレビ東京

**おはる丸さん**  
@oharu\_maru

テレ東映らないのにテレビつけて一通り一旦チャンネル確認してみたー

**sho**  
@sho\_jktr

【定期】テレ東映らない

**な〜ん**  
@nann\_nann18

なーんで長崎はテレ東映らないかなあ

**mai**  
@mai\_jktr

はあ〜東京に住みたい(テレ東見れない地方民の嘆き)

**acha**  
@acha\_jktr

東北民はテレ東映らないのでしっかりTwitter漁った(これだから地方民は…)

**あいか**  
@aika\_jktr

テレ東映らない人、この指とまれ!!

**mai**  
@mai\_jktr

テレ東映らない地方民、手を取り合おう

**MOCO**  
@moco\_jktr

テレ東映らないけど、スマホ持って待機(皆さんのレボを待ってます)

**いなか**  
@inaka\_jktr

テレ東の映らない地域にお住まいの民族なので祭りのあとのようなTLを指くわえて見る

**ピクくん**  
@pikukun\_jktr

テレ東が映らないのでテレ東アプリで見えます

**ゆんママ**  
@yunmama\_jktr

テレ東さんの番組は大好きなものが多いです(唯一、住んでいる地域では映らないので再放送、時間がバラバラだったりするのが残念(これからも楽しみにしています)

**ぼみ**  
@bomi\_jktr

テレ東見れない人続出問題

**S**  
@s\_jktr

テレ東?どこそれ(映らない)

**あんだんて**  
@andante\_jktr

テレ東映らない県見たかった。

**ア〜**  
@a\_jktr

助けてよ誰か  
テレ東映らないのにナナ動画だけ溜まってっじゃん

**maru**  
@maru\_jktr

テレ東映らないの辛すぎ(みんなのレボ見て想像しよ…)

**りん**  
@rin\_jktr

テレ東映らない勢だぜ

**じゅりすん**  
@jurisun\_jktr

くやしいなあー!  
くやしいなって言ったら色んなくやしいながあるよな!  
テレ東映らない地域なのくやしい〜

**新瀬 伊ら**  
@ira\_jktr

テレ東見たいんだけど映らないのよねうちの地域県内で映るところと映らないところあるんだけど私は映らん…

**にく**  
@niku\_jktr

わたしナナナ大好きでうちにナナナこんなにいるのでテレ東見れるようにしてくれませんか?(見れない地域)

全国放送っばくふるまっていた件に関しての  
**お詫び**

わたしたちテレビ東京は、一部の地域には放送されていないにも関わらず、あたかも全国放送しているかのようにふるまっていた。親や恋人と仕事の話をするとき、全国放送テレビ局員を取って、他の全国放送と同じような雰囲気を出していました。背伸びをしていました。テレ東は、全国で放送しています。今さらですが、すみません。しかし!ついにこのたびインターネットを通じて全国どこからでもテレビ東京をリアルタイムで視聴いただくことが可能になりました。もう背伸びをしなくていいんだ!全国の皆様リアルタイムでお届けできるんだ!そんな喜びから、こんな豪華な広告枠まで買ってしまった。ついに私たちも全国リアルタイム配信。ここに、より一層楽しんでいただける番組作りをして参ることを誓います。今後とも、テレビ東京をどうか大目に、多めに観ていただけますと幸いです。

2022年4月10日  
株式会社テレビ東京



※これらの文章は、全て実際にSNSに投稿されたものです。長い間、ご不便をおかけして大変申し訳ございませんでした。

2022年4月11日(月)よりテレビ東京の番組が **TVer** にて全国リアルタイム配信されます。



QRコードをスキャンして  
https://www.tv-tokyo.co.jp/ver

2022年4月10日・日経朝刊全15段

テレビ東京

企画 テレビ東京  
制作 CHOCOLATE Inc.  
CD 谷川瑛一 (CHOCOLATE Inc.)  
AD 谷川瑛一  
D 小坂橋瑛斗 (CHOCOLATE Inc.)  
C 石倉一誠 (meme)  
EPr 白石公子 (テレビ東京)  
Pr 明坂貞太郎 (テレビ東京)、藤村香那音 (CHOCOLATE Inc.)、長沼千春 (CHOCOLATE Inc.)  
APr 佐藤 杏 (テレビ東京)、石津早也果 (テレビ東京)

54



## 出版・コンテンツ・教育部門 優秀賞

立命館大学

# Be the first penguin.

挑戦を、失敗を、恐れるな。

ファーストペンギン。それは、何が覆かわからない海の中へ最初に飛び込むペンギンのこと。失敗を恐れず勇気を持って飛び込む人を表す言葉でもある。

この激動の時代に必要なのは、挑戦や失敗を恐れずに最初に飛び込み社会の課題を解決し世界を大きく変えていくファーストペンギンだ。学生の起業を支援するプログラム「創[MIX]」の立ち上げから3年、すでに、新しい常識をつくるファーストペンギンたちが生まれている。

自らの意志で社会への問いを立て、自由に発想する。「こうあるべきだ」「こうでないといけない」という既成概念や天井を壊そう。挑戦をもっと自由に楽しもう。あなたの目の前には、誰も語っていない大海原が広がっている。Be the first penguin. 挑戦を、失敗を、恐れるな。

**Futurize.**  
きみの意志が、未来。

立命館大学

©2022 立命館大学。本広告の著作権は立命館大学に帰属します。本広告の複製・転載を禁じます。立命館大学の名称、ロゴ、デザイン等は立命館大学の登録商標です。本広告の制作は博報堂プロダクツ関西支社によるものです。

2022年3月18日・日経朝刊全30段二連版

## 立命館大学

企画 立命館大学、博報堂関西支社  
 制作 博報堂プロダクツ関西支社  
 CD 大島永裕 (博報堂関西支社)、河西智彦 (博報堂)  
 AD 小野正臣 (博報堂プロダクツ関西支社)  
 C 大島永裕、河西智彦  
 Pr 田代智裕 (博報堂プロダクツ)  
 Ph 百々 新 (博報堂プロダクツ)

## 出版・コンテンツ・教育部門 優秀賞

ハースト婦人画報社

婦人画報のお取り寄せを知らない、  
95%のみなさまへ。



お取り寄せをはじめ10年経った私たちが、できればみなさんに知っていただきたいこと。それは、お取り寄せという事業に込めた想いです。それは単なる商品の提供ではなく、この国のさまざまな人々を想うことから始まっている、ということ。まずはこだわりを持ち本当においしいものをつくる生産者や職人や料理人、その方々との出会い、微力ながらも力になること。そして、おいしいものを食べたいけれど遠くでお店に行けない方や、移動がままならない方々など。そんなみなさんにも「とびきりのおいしいひと時」をお届けすること。そのためこれからは、つくる人と食べる人を地道につなぎつづけたいと思います。おいしい幸せを連鎖させること、それこそが婦人画報ならではの、事業を通じた社会貢献だと思っております。

私と、誰かを幸せにしよう。

**の** 婦人画報  
お取り寄せ

10 YEARS FUJINGAHO-SHOP.JP

2022年1月1日・日経朝刊別刷全15段

## ハースト婦人画報社

企画 ハースト婦人画報社、オカキン、西岡ペンシル  
 制作 オカキン、西岡ペンシル  
 CD 岡本欣也 (オカキン)  
 AD 西岡範敏 (西岡ペンシル)  
 D 西岡範敏  
 C 岡本欣也  
 CPr 高村由紀子 (ハースト婦人画報社)  
 Ph 川上輝明 (bean)

## 環境部門 最優秀賞・環境大臣賞

本田技研工業



HONDA

2050年、Hondaは全活動のCO<sub>2</sub>排出量を実質ゼロにする。

ゴールが変わった。ワールドチャンピオンから、カーボンニュートラルの達成へ。世界最速の次に挑むのは、気候変動。これからのライバルは、CO<sub>2</sub>になる。電気自動車を作って終わりではない。生産工程も、流通も、すべてを根本から考え直す。クリーンエネルギーも、作れるものは、自分たちで。Hondaだけでできることではない。仲間を増やせ。みんなを巻き込め。成功体験を忘れる。世界一、世界初にとことんこだわれ。無理だと言われたら、チャンスだ。手に負えないことにチャレンジしろ。人類のために難しいことをやるのが、Hondaだ。

難問を愛そう。Honda 

2022年2月22日・日経朝刊全15段

## 本田技研工業

企画	電通	CPr	長谷川豊 (電通クリエイティブフォース)、吉井俊太郎 (電通クリエイティブフォース)
制作	P.I.C.S./Fabrica	Pl	鈴木健太 (電通)
ECD	後藤彰久 (電通)、東畑幸多 ((つづく))	Ph	若木信吾 (ヤングトゥリー)、日野敦友 (ヤングトゥリー)
AD	今井祐介 (電通)	R	津金卓也 (フリー)
D	大淵寿徳 (Fabrica)、藤谷力澄 (Fabrica)	PM	永井聖香 (P.I.C.S.)
C	三島邦彦 (電通)	AE	岡見光仁 (電通)、大松邦裕 (電通)、篠木正浩 (電通)、 鍋島洋平 (電通)、江口 匠 (電通アドギア)
Pr	池田 了 (P.I.C.S.)		

## 環境部門 優秀賞

明治

**あの赤いR-1から、ニュースです。**  
ラベルレスの白いR-1  
毎日続けやすい6本入りで新登場！

**はじめよう！  
強さひきだす体調管理習慣！**  
色はちがうけど、中身はいっしょ。  
地球を思って、ラベルを脱いだ白いR-1も、  
よろしくお願ひします。

**これからの地球のために  
一肌、脱ぎました。**

**2022年、R-1からラベルレスが誕生。**  
1本あたり、約8.5%のプラスチック使用量を削減。  
これからは、みんなの強さだけではなく、  
地球の強さもひきだすR-1へ。

※1本あたり約8.5%のプラスチック使用量を削減。これは、ラベルレスの白いR-1と従来の赤いR-1を比較した場合の削減率です。削減率は、ラベルレスの白いR-1のプラスチック使用量が、従来の赤いR-1のプラスチック使用量の約8.5%減少したことに由来します。

※2030年までに、再生プラスチック（バイオマスプラスチック）の使用率を100%にし、化石由来原料の削減使用率をゼロにすることを目標としています。

※本報に掲載された情報は、取材・調査に基づき、正確性を期して掲載しております。ただし、取材・調査の範囲が限られており、掲載された情報が完全な事実を反映しているとは限りません。また、掲載された情報が、第三者の権利を侵害するものではありません。

2022年9月6日・日経朝刊全30段二連版

明治

企画 電通  
 <左ページ R-1 ラベルレスの登場>  
 制作 電通プロモーションプラス、アマナ、アン  
 CD 高橋慧至（電通）  
 AD 國本 翼（電通プロモーションプラス）、  
 乃坂夏美（電通プロモーションプラス）  
 D 勝森彩香（電通プロモーションプラス）  
 C 森岡祐二（電通プロモーションプラス）  
 Pr 海老原康浩（電通プロモーションプラス）、佐藤慎ノ介（アマナ）、  
 大野瑛里加（アマナ）  
 A 森井耕作（モリイ美術）  
 Ph 広光（アン）  
 R 竹内 彰（アン）  
 製版・印刷 鈴木真人（電通プロモーションプラス）  
 AE 藤吉祐輔（電通）、田中盛朗（電通）、根本真澄（電通）、森川敬太（電通）

<右ページ R-1 ラベルレスの宣言>  
 制作 スパイス  
 CD 高橋慧至  
 AD 矢部翔太（電通）  
 D 長岡隼人（スパイス）、竹内芳奈（スパイス）  
 C 高崎紳斗（電通）、下總菜美（電通）  
 Pr 河野 平（スパイス）  
 Ph 宇緑（フリー）  
 AE 藤吉祐輔、田中盛朗、根本真澄、森川敬太

# アニバーサリー部門 最優秀賞

## セイコーグループ

**あなたのために鐘は鳴る。**

銀座の街に正確な時を伝えつづけてきた時計塔は、ことし90周年。  
それは社会から信頼される企業であり続けたいという私たちSEIKOの姿勢そのものでした。  
やがてその鐘の音は時代を超えて人々の心に響き、銀座の街や文化のシンボルとなっていたのだと思います。  
そんな心動かす価値を、未来へとつないでいくための発信拠点として。  
銀座時計塔の建物は「時の記念日」である本日、「SEIKO HOUSE GINZA」に生まれ変わりました。  
それを記念してオープニングイベント「Seiko Harmony」を開催。  
鐘の音やウインドウディスプレイもスペシャルバージョンになっています。  
時が分刻でなくすべての人をつなぎ、ずっと連絡することなくつづいていくように。  
時計塔と和光は、これからもこの街の文化を大切にしながら歩みつづけます。  
あなたの心に響く、美しい鐘の音とともに。

銀座時計塔の建物は、「セイコーハウス銀座」へ。90周年の時計塔と75周年の和光本店は、これからもこの街とともに。

# SEIKO HOUSE GINZA

6.10 Open | 6階 セイコーハウス銀座ホール 開演 19時 Seiko Harmony \*夜の街が奏でる12の音・6,10[金]-19日 | 10時開演(観覧17歳以上) 事前予約はこちら | QR | B1-6階 和光本店 グランドセイコーフラッグシップブティック銀座 6,10[金]オープン(1-2階) ※営業時間10:30-19:00

2022年6月10日・日経朝刊全30段二連版

### セイコーグループ

- 企画 電通
- 制作 UltraBlack、電通ライブ、アドブレン
- CD 塚本哲也 (電通)
- AD 中村直人 (電通)
- D 箕原章一郎 (アドブレン)、並木結花 (アドブレン)、平山弘一郎 (アドブレン)
- C 藤本宗将 (UltraBlack)
- Pr 高橋祥伸 (電通ライブ)、西牟田悠 (電通ライブ)、金城優香 (電通ミュージック・アンド・エンタテインメント)
- PI 藤田卓也 (電通)
- 作曲 江崎文武 (EPISTROPH)
- PM 川島光晶 (アドブレン)
- 製版 二字奈穂美 (ナカチカ)
- AE 丸島一恵 (電通)、古賀明成 (電通)

## アニバーサリー部門 優秀賞

千葉工業大学

世界は急速に、良くない方向へ進んでいる。その真ん中に科学技術が存在していることは、否定のできない事実である。最先端の技術が、他国の軍事力を凌駕するため利用される。命を救うための研究が兵器に応用され、いとも簡単に人命を奪う。戦争によって、技術革新は進んでゆく。その葛藤に我々は苦しみ続けてきた。しかし、科学者たちよ。今こそ声を上げるべきだ。すべての技術は人間を幸福にするため生まれ、世界に平和をもたらすためにのみ生かされるべきだと。本日、創立80周年を迎えました。

**千葉工業大学**  
CHIBA INSTITUTE OF TECHNOLOGY

2022年5月15日・日経朝刊全15段

千葉工業大学

企画・制作 渡辺潤平社、カイブツ  
 CD 渡辺潤平 (渡辺潤平社)  
 AD 木谷友亮 (カイブツ)  
 D 御厨優佑 (カイブツ)  
 C 渡辺潤平 (渡辺潤平社)  
 Pr 古川友梨 (渡辺潤平社)



# PEACE FOR ALL

## UT ユニクロ UNI QLO



**平和を願う  
チャリティTシャツプロジェクト、はじまる。**

星のチカラを、世界が少しでも良くなるために生かしたい。そんな思いとともに、ユニクロはPEACE FOR ALLプロジェクトをスタートします。「世界の平和を願ってアクションする」という趣旨に賛同した著名人が、ボランティアで参加し、平和への願いを込めてデザインしたUTを6月17日より発売。その利益の全額が、貧困、差別、暴力、紛争、戦争によって被害を受けた人々を支援する、国際的な団体へと寄付されます。Tシャツは着る人の想いを表現し、それを分かち合うことができます。すべての人が安全に暮らせる未来と、世界の平和を願って、ユニクロはこの活動を、世界中へとひろげていきます。

プロジェクトにご賛同いただいた方々  
 ジョナサン・アンダーソン / 安藤忠雄 / レイ・イナモト / 河村隆雄  
 国枝慎吾 / 佐藤可士和 / アダム・スコット / ハナ・タジマ / 藤原道子  
 平野夢宇 / イネス・ド・ラ・フレサンジス / 村上春樹 / 山中伸弥  
 ゴードン・リード / クリストファー・ルメル

※ユニクロを親類とする株式会社ファーストアインディングが、利益の全額（税別）を「ユニクロ」を通じて、国際的な団体へと寄付いたします。

**6月17日、世界同日発売。¥1,500**

2022年6月17日・日経朝刊全15段

ECD 佐藤可士和  
 CD 後 智仁 (WHITE DESIGN)  
 AD 後 智仁  
 D 内田 翔 (WHITE DESIGN)  
 C 渡辺潤平 (渡辺潤平社)

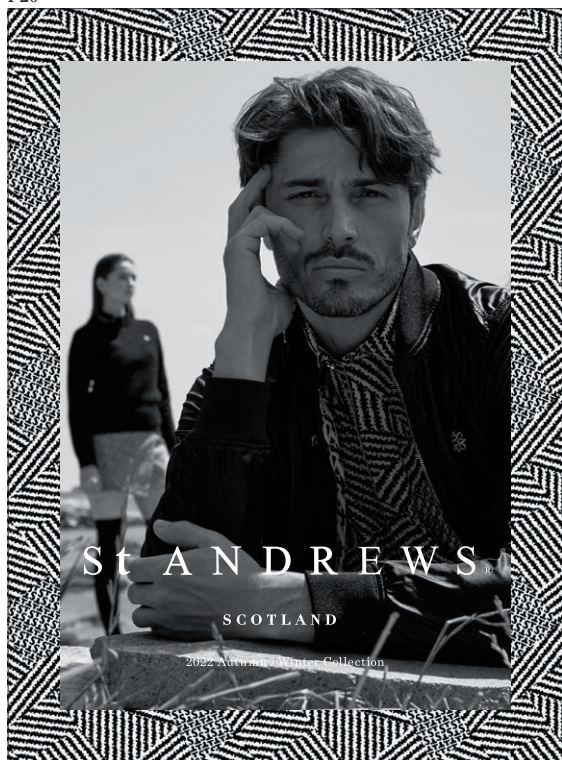




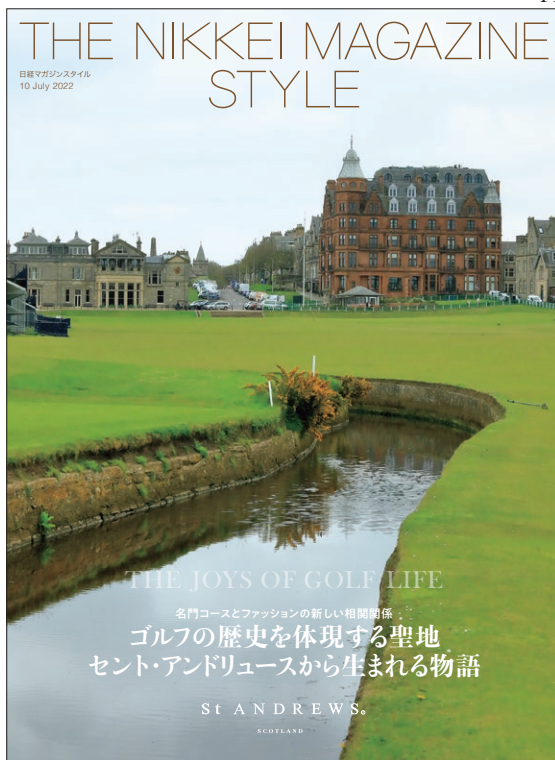
# 日経マガジン部門 最優秀賞

TSI

P20



P1

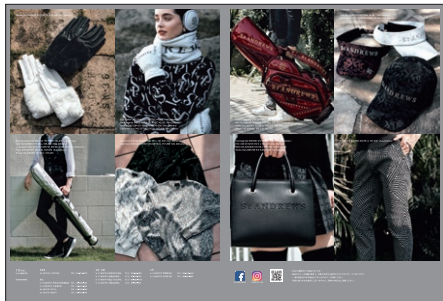


2022年7月10日・THE NIKKEI MAGAZINE STYLE

TSI

企画 博報堂 Gravity  
制作 WAIKIKI・AFFORDANCE  
CD (P11～20) 平野篤史 (AFFORDANCE)  
AD (P11～20) 平野篤史  
D (P1～20) (P1～9) SunShine Graphic (フリー)、(P11～20) 壹沼大喜 (AFFORDANCE)  
W (P8～10) 深谷雅弘 (ブラフマン)  
Pr (P11～20) 稲生敏明 (WAIKIKI)  
Dr (P1～10) 鷺尾顕司 (シンクス)  
Ph (P1～20) (P1～7) 山下郁夫 (フリー)、(P8～9) 川田有二 (フリー)、(P10) 小山淳 (フリー)、(P11～20) 小野慶輔 (フリー)  
Sty (P8～9) 伊藤省吾 (sitor)  
HM (P8～9) MIZUHO (Vitamins)  
AE 濱口敬太 (博報堂 Gravity)、矢賀部南 (博報堂 Gravity)

P13



P12

P3



P2

P15



P14



P5



P4



P17



P16



P7



P6



P19



P18

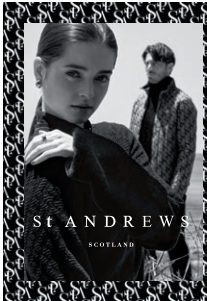


P9



P8

P11



P10



# 日経マガジン部門 優秀賞

ボッテガ・ヴェネタ

## BOTTEGA VENETA

### 大人がときめく! 「イントレチャート」新名品

熟練の職人が手作業でレザーを編み込んでいく「イントレチャート」は、ボッテガ・ヴェネタのシグネチャー・クリエイティブ・ディレクター・ダニエル・リーによって「イントレチャート」をモダンに進化させたアイテムが続々登場し、人気を集めている。爽しに鮮度をもたらしつつ、これから先も長く使える新たな名品がここに。

Photo: Masashi Kutsa(hannah management) Styling: Masami Tanaka Text: Miwako Kuzawa  
\*記事中のバッグや小物のW=横、H=高さ、D=マチを表します。

#### 使い勝手も最高の モードなトート

マキシイントレチャートを使用したモダンなバッグで働く間にスマホを取り出しやすいデザインと機能的なサイズ感で、使い勝手の良さを強調。「ザ・アルコトート」(上) シグナをモスグリーンとライオンツブの鮮やかなグリーンとのコントラストが美しい。(W)41×(H)25×(D)14cm ¥308,000。(下) もこもこのシリンダーグラーが美しいのアップセルトート。ライニングにはアプレザーを使用。(W)30×(H)20×(D)14cm ¥181,000。(ボッテガ・ヴェネタ「ボッテガ・ヴェネタ ジャパン」)



#### ブームを巻き起こした ふっくらイントレチャート

登場と同時に大人気となった、ふかふかのパッド入りのレザーを使用した「パッドカセット」。カセットのふかふかなフォームと、透き通り丸みのある質感との対比がモダンな印象を醸す。滑らかなラムスキンで、使うたびに美しく磨き上げていくのも楽しめるひびと。ビジネスからカジュアルまでどんなスタイルにも馴染む。大人の女性のための新たな定番アイテム。「パッドカセット」(W)26×(H)18×(D)8cm ¥481,000。(ボッテガ・ヴェネタ「ボッテガ・ヴェネタ ジャパン」)



#### 出張先でも気分が上がる リュクスなレザー小物

旅先だけでなくデイリーにも愛用できる上質なレザー小物。こいう小物にこだわる。ライフスタイルの裏返しになる。(左) 持ち歩くのももちろん、部屋に置いておくのにも嬉しいボックスタイプ、オメガポインター。(W)33×(H)8×(D)6cm ¥115,000。(右) ひとつとつが取り外せる3つのポケット。両サイドにくるボートの外側「イントレチャート」が施されている「ポーチ」(W)23×(H)15×(D)2cm ¥187,000。(ボッテガ・ヴェネタ「ボッテガ・ヴェネタ ジャパン」)



#### 毎日使うウォレットこそ 質の良さにこだわって

使うたびに満足感を得られる上質なウォレット。(左) メタリックカラーのレザーを使用したジップアップウォレット (W)19×(H)1.5×(D)2cm ¥104,500。(中) フラップを開くとジッパー付き小銭入れが覗く二つ折りタイプ。フラップウォレット (W)15.5×(H)9×(D)2cm ¥74,800。(下) ニつ折りの小さなサイズ。旅行の必需品バッグに入れるための小銭入れとして重宝が入れたい。ファスターウォレット (W)11×(H)9×(D)1cm ¥68,200。(ボッテガ・ヴェネタ「ボッテガ・ヴェネタ ジャパン」)



※お問い合わせ先: ボッテガ・ヴェネタ ジャパン ☎0120-60-1966

9

2021年12月11日・THE NIKKEI MAGAZINE STYLE Ai

### ボッテガ・ヴェネタ

企画・制作 講談社、THE NIKKEI MAGAZINE Ai 編集部

C 湯澤実和子 (フリー)

Pr 湯澤実和子

Ph 生田昌士 (hannah)

Sty 田中雅美 (フリー)

## 日経メディア・ストラテジー特別賞

トプコン



世界を丸く。  
尖ったDXで、

創業90年の原動力は、あくなき挑戦心。  
目指せ、100歳のベンチャー企業へ。

トプコンは、1932年の創業から90周年を迎えました。  
その歳月は、これまでに様々な逆境に立ち向かい、乗り越えてきた証です。  
失敗することを恐れずに、まずは第一歩を踏み出すこと。90年培ってきた伝統は、磨いてきた技術力や提案力ではなく、挑戦心なのです。  
明日まで存在していなかった「潜在的に必要なこと」を、予期せぬカタチで実現する。  
パワーオーシャンを自ら切り拓くことで、社会に貢献していく。その発想が、世界を豊かにすることだと信じています。  
100周年を迎える時にも同じ志であり続けるために、わたしたちは、これからの10年にも挑戦し続けます。

トプコンは、「医・食・住」の社会的課題をDXソリューションで解決します。

**TOPCON**

株式会社トプコン

※本ページは2022年9月1日現在、掲載の限りとする。掲載内容は随時変更される。掲載内容の正確性を保証するものではありません。掲載内容の正確性を保証するものではありません。



2022年9月1日・日経朝刊全15段

トプコン

(シリーズ6点+電子版タイアップ)

掲載日 '22.3/29、6/22、7/12、7/27、8/16、9/1

&lt;新聞&gt;

企画 日本経済広告社

制作 Zealous

CD 大井直人 (Zealous)

AD 斎藤雄大 (Zealous)

D 大井直人

C 斎藤雄大

AE 土岐正統 (日本経済広告社)

TOPCON 「魂」 「医」「食」「住」

創業90年でも「ベンチャー企業」 独自の技術の開発とグローバル投資で成長

世界を丸く 突ったDXで

1932年～

「東光学機研」として新業 母体は部品供給精工舎

1970年～80年代

先駆者たちの挑戦 海外市場を拓く 総合精密光学機器メーカーとして地位確

1990年代～2000年代

ターニングポイントは1994年のM&A リソリューション提案企業への転換図る

TOPCON 「魂」 「医」「食」「住」

「魂」として、デジタル化・自動化・IT化で 社会課題を解決するDXソリューションを提供

「医」 医療の領域に特化し、 医療従事者の負担を軽減

「食」 農業従事者へ「可能」し、 ジャイブの生産アップ

「住」 建設現場にITソリューションを導入し、 建設従事者の負担を軽減

TOPCON 「魂」 「医」「食」「住」

ベンチャースピリッツを忘れない 経験や固定観念にとらわれず「挑戦。挑戦。挑戦。」

潜在的顧客が抱えているものを 字面をみかたで捉える

ターニングポイントは1994年 海外技術ベンチャー企業を買収

船底に付いたカネを捨て、 イノベーションのジレンマに陥らない

M&Aで、通材産所を世界に求める 重要なのは権限と責任を持たせたこと

「突ったDXで、世界を丸く」 3年連続「日経新聞」に選定

掲載期間 '22/6/21～9/30 <電子版タイアップ>

- 企画 日本経済広告社、日本経済新聞社 メディアビジネス Nブランドスタジオ、クリエイティブシープ
- 制作 日本経済新聞社 メディアビジネス Nブランドスタジオ、クリエイティブシープ
- CD 杉本 大 (クリエイティブシープ)
- AD 杉本 大
- D 杉本 大
- C 日本経済新聞社 メディアビジネス Nブランドスタジオ
- Dr 照喜名重樹 (クリエイティブシープ)
- Ph 長崎昌夫 (長崎写真事務所)
- AE 土岐正統

# 日経ウーマンエンパワーメント広告特別賞

沢井製薬

「なによりも患者さんのために」  
その原点は、小さな薬局を営む  
一人の女性でした。

沢井製薬の創業者である女性は、澤井乃乃。  
創業の地は宇都宮市。結婚して夫にちなみながさの里の街に移り、  
かまはらに引っ越した。地元の薬局へ入社。  
当時はまだなかった女性専用相談室を設けた。  
そして、大膽で、得意で、自信を持って。  
また病院は地域の人がたしなむところ。医療へのフィードバックも、  
乃乃は病院代わり医師代わりとして、  
乃乃は病院代わり医師代わりとして、  
夜中でも駆けつける人があがれば快く応じ、  
地域の人へ寄り添いました。  
地域みんなの顔を見守り、時に苦悩する彼女。は  
近隣の誰からも「乃乃さん」と呼ばれ慕われてきました。

「病院で困っている人が必要としている薬を、必要としている時に提供する」  
という乃乃の信念は、今日の沢井製薬が掲げる  
「なによりも患者さんのために」の理念に通じるところ  
が、この「原点」といえるでしょう。

沢井製薬は、乃乃の志を継いでいるからこそ、  
彼女が「病院代わり医師代わり」とその志を継いでいるからこそ、  
掲げることのできたかたちがある。あたたかみも、  
そんな原動力を保持しただけなら、  
沢井製薬の今を、見守るのです。  
すべての人が「乃乃」と呼ぶことができるまで、  
自分らしく輝ける街にしたい。  
これまでもかかっていた思いが、  
もっとも、もっとも。  
性別にかかわらず、一人ひとりが自分の可能性を信じて、  
あつちまで活躍できる社会にしたい。だから、  
私たちにできることから。この「原点」を継ぐことこそ、  
乃乃にちなんでいきたいと思います。



サワイ  
ジェンダー  
アクション

ジェンダー平等を推進するための社内の活動、社会に向けた活動を  
発信していく場をつくりました。今後のアクションにご期待ください。

澤井乃乃の人生と創業ストーリー  
「乃乃物語」ホームページで公開中

2022年3月8日・日経朝刊全15段

沢井製薬

- 企画 大広、大広 WEDO
- 制作 大広 WEDO
- CD 中牟田佳苗 (大広 WEDO)
- AD 山下修平 (Sherpa Creative Partner)
- D 前地志保 (大広 WEDO)、三宅春音 (Sherpa Creative Partner)
- C 中牟田佳苗、上野紀都美 (大広 WEDO)、松田恵美子 (大広 WEDO)
- Pr 山下修平
- PI 澁谷健奨 (大広 WEDO)
- MPI 田中美沙樹 (大広)
- I 三宅春音
- AE 山内康裕 (大広)、奥村祐貴 (大広)、伏江梨乃 (大広)

## 日経・FT グローバル特別賞

NTT

FINANCIAL TIMES

NTT PARTNER CONTENT FT

## On the road to hyperconnected cars and smart cities

As rapid internet services revolutionise the driving experience, the IT infrastructure to support smart vehicles and roads is racing to keep up.

### Explore our content

#### How 5G is poised to revolutionise driving

IT infrastructure needs to keep up as vehicles join the Internet of Things.

LEARN MORE

#### How hyperconnectivity will drive the car journeys of the future

Thanks to vehicles that communicate with each other and their surroundings via high-speed networks, our cities could soon feature more smart roads and faster red lights.

LEARN MORE

#### How ACES is steering the car into the future

Automated, Connected, Electric and Shared (ACES) vehicles are coming to a road near you – driven by a revolution in the transport infrastructure to support them.

LEARN MORE

Find out more about NTT

LEARN MORE

Follow us

Stay up-to-date with the latest perspectives from NTT.

LinkedIn YouTube

NTT

掲載期間 '22/2/8 ~ 3/21

企画 NTT、The Financial Times Commercial department

制作 The Financial Times Commercial department

企画協力 Vito Mabrucco (NTT)、山下一石 (NTT)、勝田裕史 (NTT)、Sai Sekar (NTT DATA)、Sookyin Chan (NTT DATA)、佐久間唯 (NTT DATA)