

電機・通信・IT部門 最優秀賞 明電舎

電気よ、
勤怠になれ。 MEIDEN
Quality connecting the next

病院にいるとき、
家にいるときよりも、
家族になつている。

308 | 「電気か」って
それはこっちのセブだよ、
母ちゃん。

601 | 僕はもう
君の顔をしてる。

205 | 病気がアンの仕事復帰を、
助してくれたんですよ。

910 | 俺が投げなくても、
試合、勝っちゃうのかな。

212 | あの父と俺が、
リハビリで手を握っている。

307 | すっぴんの君は、
すこしおぼあちゃんに
なっていた。

止めてはいけない電気を守るのも、
明電舎の仕事のひとつです。

電気よ、守れ。明電舎

2019年7月2日付 日本経済新聞朝刊 全15段・カラー

2017年度から継続中の「電気と暮らしのつながり」を伝えるシリーズ広告。「すっきりしたイラストで理念が伝わる」と評価された。「貫して込めるのは、同社グループの「人」への思い。「人と技術」のクオリティで社会インフラ、そしてその先にある人々のかけがえない暮らしを支えたいとの願いだ。19年度は具体的な事業にも焦点を当て、理解促進と使命感を訴求した。好意的な反響も届き、「今後もつづけることなぐブランドディング活動にまい進したい」（小室氏）という。



明電舎
営業企画グループ
グループ長
小室 直人氏

生産財・産業部門 最優秀賞 クボタ

「誰がある。だから、行く。」

「誰かが宇宙を飛ぶ。その思想が、地球を救う。」

2017年から始めたブランド強化プロジェクトの一環となるシリーズ広告。今回の主人公は、クボタのスマート農業の象徴的存在である無人自動運転「アグリロボトラクタ」。星空の下、無人のトラクタが作業する姿は、日本の農業をスマートで魅力的な先端産業へと導き、地球規模の食料難への救世主にもなり得ることを想起させる。「コヒー」とともに迫力あるクリエイティブで表現した（細谷氏）。「技術とグローバルな事業展開を写真で訴えている」と審査委員に評された。

株式会社クボタ

For Earth, For Life
Kubota



クボタ コーポレート・
コミュニケーション部長
細谷 祥久氏

2019年1月3日付 日本経済新聞朝刊 全30段・カラー