

日本経済新聞社は先ごろ、第68回日経広告賞(2019年)の大賞をはじめ受賞作品60点を発表した。大賞はコマツに決定。最優秀賞はプロクター・アンド・ギャンブル(P&G)ジャパンとオリエンタルランドが選ばれた。審査対象は広告主、広告会社から応募のあった1094点。クリエイティブの独創性や新規性、広告展開の工夫などを基準に各審査委員会で選考した。主な受賞作品を紹介する。

# 「生の現場伝える」広告 大賞に

日経広告賞 大賞  
コマツ



人間の道をつくるなら、  
動物の道もつくれ。

ドイツの森が、そう語りかけている気がした。

ドイツの高速道路  
「アウトバーン」の建設現場が、  
森のなかで展開する「アウトバーン」の  
建設現場の様子が、このCMの  
主眼点となっている。

「アウトバーン」は、ドイツの高速道路の総称で、  
世界でもっとも長い道路網を誇る。このCMは、  
ドイツの森の中で展開する「アウトバーン」の  
建設現場の様子が、このCMの主眼点となっ  
ている。このCMは、ドイツの森の中で展開  
する「アウトバーン」の建設現場の様子が、  
このCMの主眼点となっている。

「アウトバーン」は、ドイツの高速道路の総称で、  
世界でもっとも長い道路網を誇る。このCMは、  
ドイツの森の中で展開する「アウトバーン」の  
建設現場の様子が、このCMの主眼点となっ  
ている。このCMは、ドイツの森の中で展開  
する「アウトバーン」の建設現場の様子が、  
このCMの主眼点となっている。

「アウトバーン」は、ドイツの高速道路の総称で、  
世界でもっとも長い道路網を誇る。このCMは、  
ドイツの森の中で展開する「アウトバーン」の  
建設現場の様子が、このCMの主眼点となっ  
ている。このCMは、ドイツの森の中で展開  
する「アウトバーン」の建設現場の様子が、  
このCMの主眼点となっている。

「アウトバーン」は、ドイツの高速道路の総称で、  
世界でもっとも長い道路網を誇る。このCMは、  
ドイツの森の中で展開する「アウトバーン」の  
建設現場の様子が、このCMの主眼点となっ  
ている。このCMは、ドイツの森の中で展開  
する「アウトバーン」の建設現場の様子が、  
このCMの主眼点となっている。

Global Teamwork  
KOMATSU

〒100-8555 東京都千代田区千代田1-3-1  
KOMATSU BUILDING 5F  
TEL: 03-6342-1111 FAX: 03-6342-1112  
http://www.komatsu.jp/

2019年6月17日付 日本経済新聞 朝刊 全30段・カラー



コマツ  
コーポレート  
コミュニケーション部長  
渡辺 見利氏

1995年から24年続く、「生の現場を報道  
する」ように伝える「企業広告シリーズ」。現場  
で機械が稼働する様子を通じて、コマツの企  
業姿勢や技術革新への取り組みを紹介してい  
る。今回はドイツの高速道路「アウトバーン」  
の建設現場から、動物との共生や環境技術の  
在り方を問う内容。「企業活動を「アート」と融合  
して美しく表現した」と高く評価された。  
ヨーロッパの広大な森林風景の写真と「人  
間の道をつくるなら、動物の道もつくれ。」と  
いうキャッチコピーが目玉を引く。読ませるポ  
スター「コピー」に加え、動画へ誘導するQRコー  
ドをあえて自立つ位置に掲載。ICT(情報通  
信技術)・建機やドローンなどのデジタル技術  
を駆使して建設現場を効率化する「スマート  
コンストラクション」の工程と生態系保護の  
ための「アニマルフリス」(動物のための橋)の  
意義をわかりやすく説明している。掲載後、  
「キャッチコピーに打たれた」など前向きな反  
響が数多く届いた。

大賞受賞に渡辺氏は、「グローバルなチーム  
ワークで作り上げた。社内外のスタッフに感謝  
したい」と語る。今後も広告スタイルの大  
枠は変えずに、現場の事実を発信し続けてい  
くという。