

日経電子版広告賞 大賞

ユニクロ

日本経済新聞 PR

僕らが着たい、ニューノーマルの仕事服 ▼ 1 Pants ▼ 2 Shirt ▼ 3 Polo Shirt ユニクロ UNIQLO



UNIQLO × BUSINESS

これからのワークスタイルを考える
僕らが着たい、ニューノーマルの仕事服

テレワークにシフトし、満員電車から解放された。
社内の会議はパソコン上で。取引先には家から直行。
活動的であれ。そして清潔感にも気を配って。
新しい日常「ニューノーマル」が、初夏の訪れとともに始まった。
私たちのワークスタイルも、鮮やかに変化を遂げる。
ほんとうに必要なモノやコトを選び、アイデアが膨らむ環境を創る。
窮屈だった何かを捨てて、新しい装いを身につける。
在宅でもオフィスでも、きちんと、快適に、かっこよく。
ユニクロと、知性を、思考を磨こう。

フォーカス・ポイント

日経読者はビジネスシーンでユニクロをどのくらい着ているのか。1300人を超すビジネスパーソンのユニクロ着用実態を調査・反映させたコンテンツで、ニューノーマル時代に求められる、リアルな仕事の装いを提案し、大きな反響を得た。

ユニクロ

掲載期間 '20.6/19～7/19

企画 ユニクロ、日本経済新聞社 デジタル事業 Nブランドスタジオ
メディアビジネス クロスメディアユニット

制作 日本経済新聞社 デジタル事業 Nブランドスタジオ、メディアビジネス クロスメディアユニット

CD 日本経済新聞社 デジタル事業 Nブランドスタジオ

AD 長谷川純也 (船李花)、浮貝泰介 (フォトデザインスタジオ)

D 浮貝泰介

C 松本和佳 (日本経済新聞社 デジタル事業 Nブランドスタジオ)

調査設計・実施 菅野裕美、遠藤雅子 (日経リサーチ)
Ph 長山一樹 (S-14)
Sty 壽村太一
HM 和田 良 (S-14)
モデル 萩原真一

