

建設・不動産部門 最優秀賞 積水ハウス



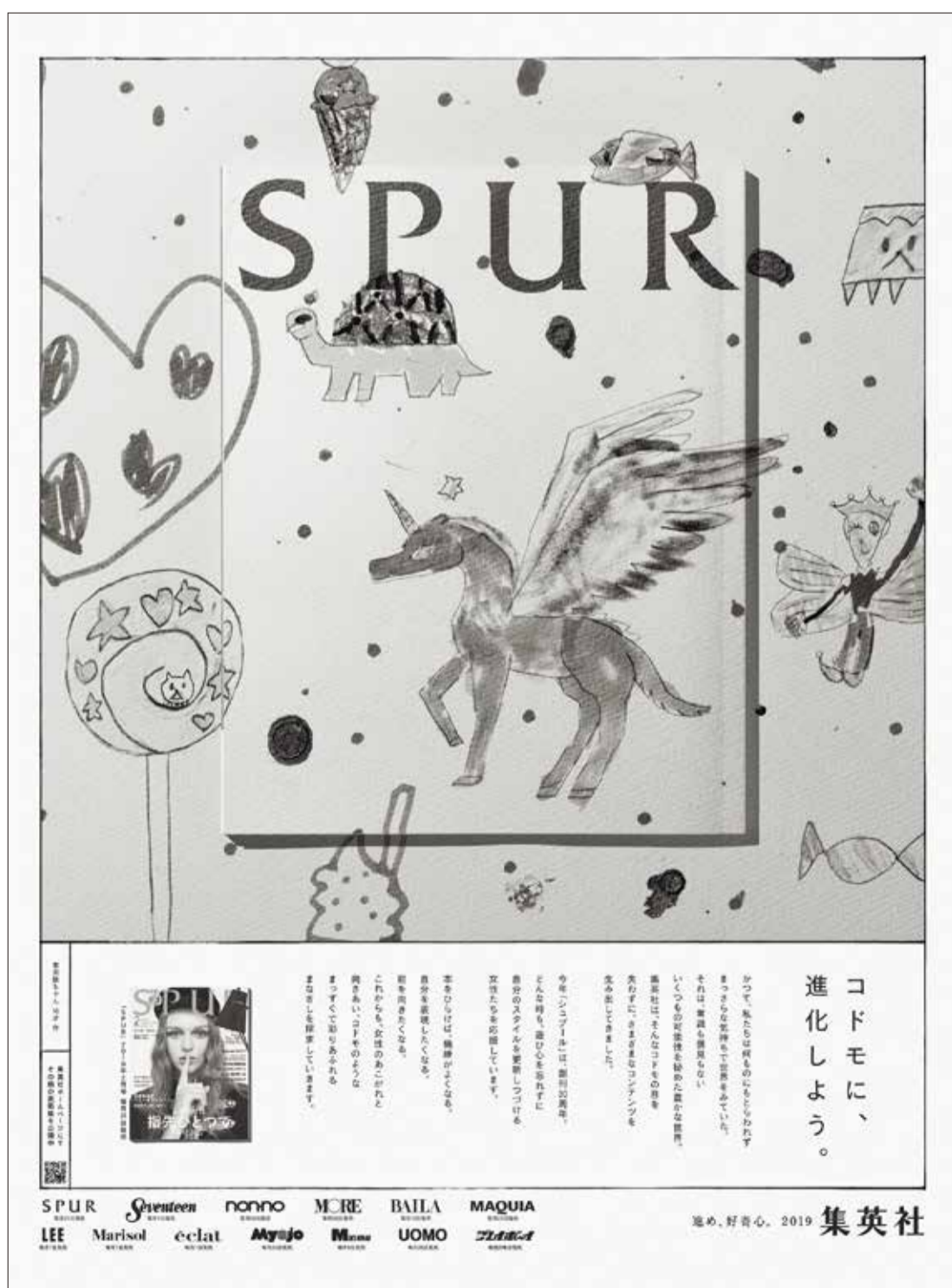
2019年1月14日付 日本経済新聞朝刊 全15段・カラー

2010年、創業50周年を機に作られた積水ハウスのコミュニケーションワード「家に帰れば、積水ハウス」。以来、ポディコピーの最後に入れ、幸せな家づくりに真摯に取り組む企業姿勢をリリース広告で示してきた。受賞作品は、住む人全てに、「世界でいちばん幸福な場所」を約束する企業として、「生涯にわたり家族の幸せな暮らしを支えたい」(朝田氏)ことを表した。家族を取り巻く様々な出来事をテーマに、幸せなストーリーに仕立て、読者の共感を得た。



積水ハウス
広告宣伝部長
朝田 修平氏

出版・コンテンツ・教育部門 最優秀賞 集英社



2019年1月1日付 日本経済新聞朝刊 全15段・モノクロ

「コドモに、進化しよう。——」。「見遊說的だが、今の日本の知的層にはパンクな「ロビー」と評価された。毎年、元日の新聞広告で新年のメッセージを掲載している集英社。紙面をめぐる読者の気持ちを考えながら、「誰もが持っている子どもの心に触れるような広告」(平氏)を目指した。絵はテーマだけを聞いた子どもが自由な発想で描いている。「何ものにもとらわれずまっさらな気持ち」(コドモの巨匠)でコンテンツを生み出す姿勢を伝える広告に、多くの反響があった。



集英社 宣伝部
書籍宣伝課 係長
平 あすか氏