

# 第68回 日経広告賞

## NIKKEI ADVERTISING AWARDS 2019

第68回 日経広告賞の主な受賞作品を紹介しています。

ブランド・ファッション部門 最優秀賞  
伊藤忠商事

### クリスマスって、面倒くさい。

キラキラのイルミネーション、定番のクリスマスソング、  
家族は毎年、動きもせず盛り上がる。  
クリスマスだからって、なんでプレゼントを贈る必要があるんだろう。  
競争の好きな子供たち、喜びそうなものを選んで、  
誰がとまで「本当にこれでよかったかな」とか気にしたり、  
ドキドキする私、面倒くさい。  
嬉しそうあなた、面倒くさい。  
ほっとする私、面倒くさい。  
いつも通りのはずなのに、いつもと違う人になる。  
クリスマスって、面倒くさい。  
だけど、とっても幸せだ。



2018年12月7日付 日本経済新聞夕刊 全15段・カラー

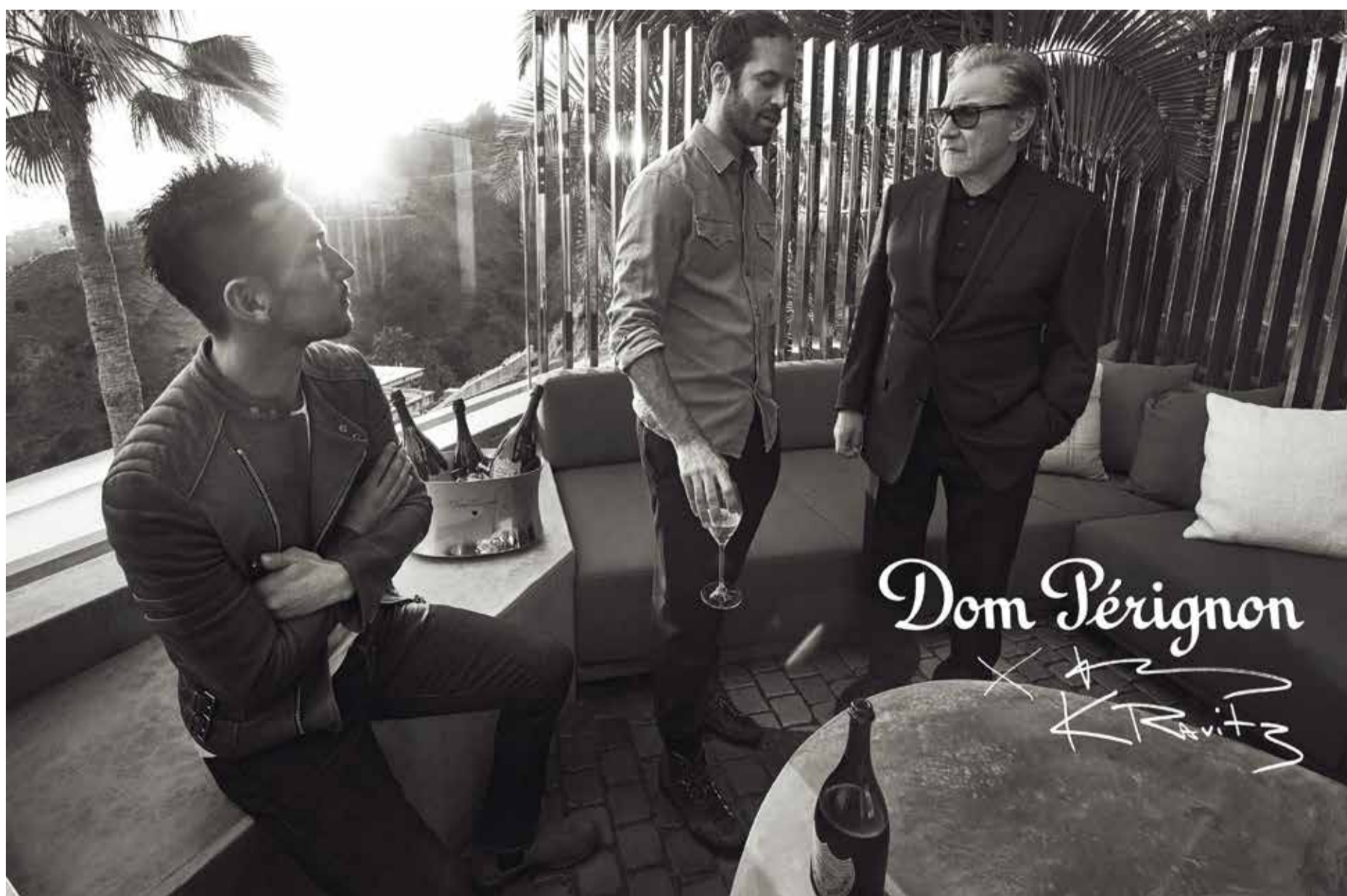
クリスマス商戦の販売促進に向けた夕刊マルチ広告。28年連続して日本経済新聞に掲載してきたクリスマス広告だ。  
「クリスマスプレゼントを訴求するのにマンネリに陥らないよう、ドキッとさせるキャッチコピーを心掛けた（福嶋氏）」  
それが「クリスマスって、面倒くさい」。ポテイコビーに誰もが思い当たるような「面倒くさい」がさらりと並び、ただ、「とっても幸せだ」。ラストのひとこと思わずほっこりし、誰かにプレゼントを贈りたくなる。



伊藤忠商事 執行役員  
ブランドマーケティング  
第二部門長  
福嶋 義弘氏

### 食品・医薬品・生活用品部門 最優秀賞

## MHD モエ ヘネシー ディアジオ



トップミュージシャン、レニー・クラヴィッツとのコラボレーションによる写真展の開催と、同展監修による限定版「ドン・ペリニオン」の販売に合わせて掲載した。  
知的富裕層を主なターゲットに見据え、ブランドイメージを崩さずインパクトのある広告表現（石原氏）に徹した。反響は大きく、「斬新」「大胆」など、クリエイティブが高く評価された。  
今後同社ブランドにふさわしい層に響くメディアを中心に展開していく。



MHD  
モエ ヘネシー ディアジオ  
Marketing  
Head of PR &  
Communication  
石原 七菜子氏

2018年10月18日付 日本経済新聞 朝刊 全30段・カラー