

メディア部門雑誌最優秀賞

パナソニック株式会社 パルック LED電球
実家にかえる。電球をかえる。そんな、親孝行がある。

この度は、メディア部門の雑誌最優秀賞の受賞、誠にありがとうございます。

わたしたちパナソニックのあかり事業の歴史は古く、これまで数多くの広告を世に送り出してきました。その中で、今回受賞させていただいたのは、年末年始の帰省をテーマにした広告。2022年は、数年ぶりに新型コロナウイルスによる行動制限のない年末年始でした。きっと、ここしばらく実家に帰れていないという方々も、久しぶりに帰省しようとするはず。このタイミングで、世の中へ発信できるメッセージがあるのではないか。そんな思いが、今回のLED電球の雑誌広告の出発点になりました。

ターゲットにしたのは、高齢の親と離れて暮らしておられる方々。遠まわしな表現はせず、久しぶりの帰省に合わせて実家の電球を取り替える、という親孝行をストレートに提案いたしました。足腰が悪くなると、高所の電球交換は危険をとまなう作業になります。今回の広告によって、ただの「電球をかえる」という行為が、「両親のことを考える」時間へと変わっていれば幸いです。

これからもパナソニックは、さまざまな事業で人や社会に貢献をしております。そして、多くの人々の心に届く広告づくりにも、より一層励んでいきたいと思っております。

最後に、このフジサンケイグループ広告大賞を運営いただいた事務局の皆さま、そして広告づくりに携わっていただいた制作者の皆さまに深く感謝を申し上げます。

パナソニック株式会社
デザイン本部 コミュニケーションデザインセンター
クリエイティブ部

谷口 泰星



メディア部門雑誌最優秀賞

パナソニック株式会社 パルック LED 電球 実家にかえる。電球をかえる。そんな、親孝行がある。



実家にかえる。
電球をかえる。
そんな、親孝行がある。

長寿命・省エネのあかり
「パルックLED電球」



2012年、冬、数年ぶりの帰省だった。
久しぶりに会った両親は、あたりまえだけど、
会えていない間も年をとっていた。
「大掃除のついでに、電球かえとくよ」
今度帰ったらやる、と決めていた電球の交換。
足腰の悪くなった父と母にとっては、
数十回の脚立だって危険な高所になるから。
ふだんは一緒にいられないぶん、
家族として、息子として、できることを、
次に交換するのは、10年後くらいかな。
そのときも、両親が元気でありませうように。

●パナソニックのLED電球は、100時間以上の寿命を誇ります。これは一般的な電球の約10倍です。

SPA ! 2頁

制作者のこぼし



株式会社ヒルズ
アートディレクター

河野 啓通

3年ぶりにやってきた、行動制限のない年末年始。
久々に実家に帰れる。そのとき、親に何をしてあげられるだろう？
誰もが考える、この小さな思いやりに、あかりが応えられるのではないか、
そう思って制作したのが今回の広告です。
両親がやるには少し不安な高所の電球を交換する。
次も自分が電球を取り替えられるように気持ちを込めて。
LEDへの電球交換は、取り替えたら約10年長もち、しかも省エネなので、
家族にも地球にもやさしいハートフルな取り組みだと思います。
年末には、日本中の人々がLED電球を持って帰省するのが当たり前になる。
この広告をきっかけに、そんな明るい未来が広がっていくと素敵だなと思います。

使用媒体 ● SPA !

企画制作＝パナソニック株式会社・株式会社ヒルズ・株式会社アマナ／エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター＝高須泰行(パナソニック株式会社)／クリエイティブ・ディレクター&プランナー&コピーライター＝谷口泰星(パナソニック株式会社)／アートディレクター&デザイナー＝河野啓通(株式会社ヒルズ)／フォトグラファー＝橋本越百(フリーランス)／レタッチャー＝笹崎彰(株式会社アマナ)／プロデューサー＝大倉貴則(株式会社アマナ)／アソシエイトプロデューサー＝高山大(株式会社アマナ)