



明日を描く



フジサンケイグループ
広告大賞

明日を描く



第52回

フジサンケイグループ
広告大賞

報告書

総 評 ・ 贈 賞 式	4
賞 牌	6
審 査 講 評	7
●メディアミックス部門	
グ ラ ン プ リ	8
優 秀 賞	12
●メ デ ィ ア 部 門	
テレビ (60秒以上部門) 最優秀賞	24
優 秀 賞	26
テレビ (60秒未満部門) 最優秀賞	27
優 秀 賞	29
新 聞 最 優 秀 賞	30
新 聞 優 秀 賞	32
新聞デジタルプロモーション賞	33
ラジオ (40秒以上部門) 最優秀賞	34
優 秀 賞	36
ラジオ (40秒未満部門) 最優秀賞	37
優 秀 賞	39
雑 誌 最 優 秀 賞	40
雑 誌 優 秀 賞	42
雑誌デジタルプロモーション賞	43
●クリエイティブ部門	
テ レ ビ 優 秀 賞	44
新 聞 優 秀 賞	45
ラ ジ オ 優 秀 賞	46
雑 誌 優 秀 賞	47
●パブリック部門	
テ レ ビ 優 秀 賞	48
新 聞 優 秀 賞	49
ラ ジ オ 優 秀 賞	50
雑 誌 優 秀 賞	51
●審査委員長特別賞	52
●特 別 部 門	54
●ソーシャルインパクト賞	59
審 査 委 員 一 覧	61
受 賞 作 品 一 覧	63

日頃はフジサンケイグループへのご支援誠にありがとうございます。

「第52回フジサンケイグループ広告大賞」は、2022年1月1日から12月31日までの間に、フジサンケイグループなどの各媒体で使用された広告を審査対象としています。メディアミックス部門11作品、各メディア部門にはテレビ58作品、ラジオ58作品、新聞71作品、雑誌87作品、計285作品の応募がありました。

広告とSNSなどのウェブ媒体と連動したプロモーションがますます広がりを見せるなか、今回、メディア部門（新聞・雑誌）に「デジタルプロモーション賞」が新設され、多くのエントリーをいただき選考の幅が拡大しました。

新型コロナ感染症拡大予防のため審査会はオンラインで行い、厳正なる審査の結果「メディアミックス部門グランプリ」など各賞が決定しました。

4月11日に東京都港区のグランドプリンスホテル新高輪で贈賞式を執り行い、全33賞を発表しました。この報告書をもって、受賞作品紹介にかえさせていただきます。

受賞各社・各団体のみなさまをはじめ、審査に携わっていただいた審査委員のみなさまに、この場を借りて心より厚く御礼を申し上げますとともに、今後ともフジサンケイグループをご支援くださいますよう、何卒よろしくお願い申し上げます。



フジサンケイグループの日枝久代表より記念のトロフィーを受け取る
サントリーホールディングス株式会社
水谷徹 常務執行役員 コミュニケーションデザイン本部長
(メディアミックス部門グランプリ)



株式会社フジテレビジョンの港浩一代表取締役社長より記念のトロフィーを受け取る
日本マクドナルド株式会社
大山翔 マーケティング本部ナショナルマーケティング部 コンサルタント
(メディア部門テレビ60秒以上部門最優秀賞)



受賞社を代表して挨拶をする
サントリーホールディングス株式会社
水谷徹 常務執行役員 コミュニケーションデザイン本部長
(メディアミックス部門グランプリ)



株式会社BSフジの亀山千広代表取締役社長より記念のトロフィーを受け取る
アサヒビール株式会社
望月省二 理事 マーケティング本部 宣伝部長
(メディア部門テレビ60秒未満部門最優秀賞)



株式会社産業経済新聞社の近藤哲司代表取締役社長より記念のトロフィーを受け取る
牛乳石鹸共進社株式会社
宮崎侑二 代表取締役社長
(メディア部門新聞最優秀賞)



株式会社ニッポン放送の檜原麻希代表取締役社長より記念のトロフィーを受け取る
パナソニック株式会社
井上和 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
(メディア部門ラジオ40秒以上部門最優秀賞)



株式会社文化放送の齋藤清人代表取締役社長より記念のトロフィーを受け取る
パナソニック株式会社
谷口泰星 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
(メディア部門ラジオ40秒未満部門最優秀賞)



株式会社扶桑社の小池英彦代表取締役社長より記念のトロフィーを受け取る
パナソニック株式会社
谷口泰星 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
(メディア部門雑誌最優秀賞)



宮田亮平審査委員長より記念の楯を受け取る
日産自動車株式会社
神田昌明 常務執行役員
(審査委員長特別賞)



記念の楯を受け取る
公益社団法人ACジャパン 宮永洋 専務理事
(ソーシャル インパクト賞)



司会を務めた
フジテレビ・佐野瑞樹アナ(写真左)、遠藤玲子アナ

贈賞式日時：2023年4月11日

会 場：グランドプリンスホテル新高輪 国際館パミール



第52回フジサンケイグループ広告大賞・賞牌

第52回フジサンケイグループ広告大賞では、関正司氏のトロフィー・楯「Aria (アリア)」が贈られました。

関正司氏 略歴

1976年 東京藝術大学 大学院修了
 1977年 第7、8、9、10回 現代日本彫刻展 観光課買上げ
 1980年 第1、2回 高村光太郎大賞展 優秀賞
 第7回 現代彫刻展 神戸・NTT買上げ
 1981年 第2、3回 ヘンリームーア大賞展 佳作賞
 第9回 長野市野外彫刻賞
 1987年 第2回 現代日本具象彫刻展 大賞
 1990年 東京オブジェコンペティション 佳作賞
 1993年 北海道 とうや湖ぐるっと彫刻公園
 1995年 千葉市平和都市宣言記念像デザインコンペ 最優秀賞
 1996年 TUES展 美ヶ原高原美術館 TUES賞
 1997年 八千代緑が丘駅前モニュメント
 2000年 さいたま新都心ラフレさいたまアートワーク15F担当
 2001年 三重県伊賀市ゆめぼりす伊賀 上野新都市サインモニュメント
 2004年 祐天寺附属幼稚園門扉・祐天寺附属幼稚園50周年記念レリーフ
 2005年 アトリエを千葉県富津市に移す
 2016年 「羽衣天女」鳥取県湯梨浜町東郷湖畔

審査講評

3年目となったコロナ禍に加え、ウクライナ情勢等による社会や生活への不安が人々を覆い続けた2022年だったが、各部門とも、そうした不安や停滞感と向き合いながらも、未来を見据えて日常を取り戻していこうという前向きなメッセージを訴える広告が多かった。商品やブランドの魅力、企業姿勢を積極的に伝える広告も増えたことに、経済活動が回復しつつある期待を感じた。

そして、SDGsや環境問題等の社会課題解決への取り組みをわかりやすく伝えようとする姿勢も目立った。

「メディアミックス部門グランプリ」のサントリーホールディングス「素晴らしい過去になろう」は、環境問題という大きなテーマを、消費者が身近に感じて実際の行動に繋げてもらいやすいよう、ペットボトルのリサイクルを通じて効果的に訴えていた。また、審査委員長特別賞の日産自動車「日産サクラ」は、電気自動車への需要が益々高まるであろう中、今までなかった軽の電気自動車を運転するワクワク感を明るく軽快に伝えていた。

テレビは作品の傾向は幅広かったが、総じて企業が消費者に伝えたいことをストレートに表現する広告が多かった。

新聞も、未来に向けて前向きに課題を克服しようという意欲溢れる広告が多く、企業の思いが迫力をもって伝わってきた。今回、新聞・雑誌部門に「デジタルプロモーション賞」を新設したのは、デジタル技術の進化やSNSの普及を踏まえた、企画性が高く、読み手が参加・体験できるような立体的な広告コミュニケーションが増えたからだ。

ラジオは、明るいトーンで日常に寄り添う作品が目立ち、歌、ドラマ風、会話など音声表現に幅広い工夫が見られた。短尺（20秒）に力作が多かったのも特徴。

雑誌は、シリーズもののタイアップ広告にパワーがあり、コロナ禍を受け、「在宅時間を手軽に楽しむ方法」の提案も多かった。

ACジャパン「寛容ラップ」は、異なる立場や考え方に対する不寛容さが問題になっている中、相手を尊重し認め合うことの大切さを描いて大きな反響を呼んだので、「ソーシャル インパクト賞」とした。

広告が「時代を映す鏡」と言われて久しいが、人々の生活向上や社会課題解決、経済活動の復活に向けて、果たすべき役割は大きい。今後も優れた広告との出会いを大いに楽しみにしている。

審査委員長
前文化庁長官、金工作家
宮田 亮平



グランプリ サントリーホールディングス株式会社 企業広告 素晴らしい過去になろう

このたびは、歴史と伝統のある「第52回フジサンケイグループ広告大賞」におきまして、栄えあるグランプリを頂戴し、誠にありがとうございます。フジサンケイグループの皆さまをはじめ、関係者の皆さまに厚く御礼申し上げます。

サントリーグループでは、2012年に国内清涼飲料業界で初めて100%リサイクル素材のペットボトルを導入したことを皮切りに、長年にわたって技術革新を進め、積極的に「ボトルtoボトル」水平リサイクルを実用化・推進してきました。

飲料会社として、「ペットボトルは適切に分別されることによって、何度も循環する資源である」ことを知ってもらい、一人でも多くの方に行動を起こすきっかけにしてほしい。その思いから、飲み終わった後の場面からストーリーが始まるCMにしました。“ペットボトルはゴミではなく資源”と意識を変えたい。飲み切って、キャップを外して、ラベルをはがして、回収ボックスへ。

それが、その先の良き未来につながる行動だと感じていただきたい。この思いを世の中の皆さまに届けるにはどうしたらいいかと考え、たどり着いたコミュニケーションです。

今回このような素晴らしい賞をいただくことができたのは、この思いが世の中の皆さまに届き、認めていただけたからではないかと思います。この場を借りて、素晴らしい表現をしてくれたチームに感謝と敬意を表したいと思います。

最後になりますが、フジサンケイグループ広告大賞のますますのご発展を心より祈念いたしまして、受賞の御礼とさせていただきます。

サントリーホールディングス株式会社
常務執行役員
コミュニケーションデザイン本部長

水谷 徹



メディアミックス部門グランプリ

サントリーホールディングス株式会社 企業広告 素晴らしい過去になろう

TV



フジテレビ 60秒×1

香取: ごちそうさま!

稲垣: ごちそうさま!

稲垣: 今日は、そのあとの話をします。

香取: 飲み終えた後のボトル、正しく捨てれば、
何度でも何度でも蘇る。

稲垣: 君たちは、ゴミじゃない。

香取: 資源だもんね。また会おうね。

T: 家でもね。

稲垣: また会おうね。

T: 外出先でもね。

稲垣&香取: おっ。

T: #素晴らしい過去になろう

稲垣・香取のOFF NA: 素晴らしい過去になろう。

T: ボトルは資源! サステナブルボトルへ

草薨: 助かるわ〜。

稲垣・草薨・香取のOFF NA:

ずっとずっと、水と生きる。サントリー。

T: ずっとずっと、水と生きる SUNTORY

正しく戻して
素晴らしい過去になろう。

ペット
ボトルは
ゴミじゃない。
資源なんだ。

いま、日本全国にいる
すべてのペットボトルたちへ。
カラになったら、また戻って、
新しいペットボトルに
生まれ変わるんだ、
なんでもなんでも。
そう、きみたちはゴミじゃない、
未来に必要な資源なんだ。

飲み水 → リサイクル → 再利用

ボトルは資源! サステナブルボトルへ

ずっとずっと、
水と生きる **SUNTORY**

日本経済新聞 10月20日 15段

正しく戻して
#素晴らしい過去になろう

ずっとずっと、
水と生きる **SUNTORY**

TikTok

制作者のこぼれ



(つづく)
クリエイティブディレクター
東畑 幸多

いい未来を作ろう、では、正しいけど共感できない。

「#素晴らしい過去になろう」シリーズは、その壁を越えるための挑戦です。

今回のテーマは、水平リサイクル。正しく回収すれば、ペットボトルは、何度でもペットボトルに生まれ変わる。“ペットボトルは資源であって、ゴミではない”という認識に変えること。飲み切って、キャップを外して、ラベルをはがして、回収ボックスへ。それが、良き未来につながる行動だと感じてもらうこと。日常と“良き未来”をどう繋げるか、その難問を解く鍵がキャスティングでした。新しい地図の3人の強いタレント性と日常性の共存を起点に、TVCM・新聞・SNS・PR・イベントを駆使して、伝えるための「広告」ではなく、ささやかでも行動したくなる「運動」を作ることを目指しました。

使用媒体 ● フジテレビ

企画制作＝サントリーホールディングス株式会社、株式会社電通、(つづく)、MR DESIGN、株式会社サン・アド／クリエイティブ・ディレクター＝岡ゆかり(株式会社サン・アド)／クリエイティブ・ディレクター＆プランナー＝東畑幸多((つづく))／アートディレクター＆プランナー＝佐野研二郎(MR DESIGN)／コピーライター＆プランナー＝太田恵美(太田恵美事務所)／プランナー＝水本晋平(株式会社電通)／アートディレクター＝香取有美(MR DESIGN)／プロデューサー＝松本隆・野口要平・小島和俊(株式会社サン・アド)／プロダクションマネージャー＝片山安弘・吉野勝・秋山日南子(株式会社サン・アド)／監督＝牧鉄馬(株式会社ファンタジスタ)／撮影＝内田将二(内田将二写真事務所)／照明＝米井章文(フリーランス)／DIT＝加地淳真(フリーランス)／美術＝櫻田高史(フリーランス)／ロケコーディネート＝及川勇樹(有限会社チャンネル5)／シズル＝埴日沙世(株式会社topup)／スタイリスト＝細見佳代(ZEN creative)／ヘアメイク＝金田朋子(STRIPE inc)・荒川英亮(ing)・石崎達也(june)／音楽＝山田勝也(株式会社愛印)／カラリスト＝ブランドン・チャベス(フリーランス)／オフライン編集＝阿部直子(TIDE)／オンライン編集＝清水六郎太(フリーランス)／ミキサー＝増富和音(フリーランス)／アカウント・エグゼクティブ＝水上悟志・阿部耕一郎・来栖由惟(株式会社電通)／キャスティング＝切明畑力(株式会社電通キャスティングアンドエンタテインメント)／タレント＝稲垣吾郎・草薨剛・香取慎吾(株式会社CULEN)／使用楽曲＝曲名：また逢う日まで・作曲：筒美京平・作詞：阿久悠

使用媒体 ● 日本経済新聞

企画制作＝サントリーホールディングス株式会社、株式会社電通、(つづく)、MR DESIGN、株式会社サン・アド／クリエイティブ・ディレクター＝岡ゆかり(株式会社サン・アド)／クリエイティブ・ディレクター＆プランナー＝東畑幸多((つづく))／アートディレクター＆プランナー＝佐野研二郎(MR DESIGN)／コピーライター＆プランナー＝太田恵美(太田恵美事務所)／プランナー＝水本晋平(株式会社電通)／アートディレクター＝香取有美(MR DESIGN)／撮影＝市橋織江(市橋織江写真事務所)／撮影(キャップ)＝星野尚彦(ホシノカメラ)／照明＝崎本拓哉(フリーランス)／美術＝長谷川功(株式会社Sequel)／レタッチャー＝村山輝代(foton inc.)／プロデューサー＝丸山博之(株式会社サン・アド)／スタイリスト＝細見佳代(ZEN creative)／ヘアメイク＝金田朋子(STRIPE inc)・荒川英亮(ing)・石崎達也(june)／アカウント・エグゼクティブ＝水上悟志・阿部耕一郎・来栖由惟(株式会社電通)／キャスティング＝切明畑力(株式会社電通キャスティングアンドエンタテインメント)／タレント＝稲垣吾郎・草薨剛・香取慎吾(株式会社CULEN)

使用媒体 ● TikTok

企画制作＝サントリーホールディングス株式会社、株式会社電通、(つづく)、MR DESIGN、株式会社サン・アド／クリエイティブ・ディレクター＝岡ゆかり(株式会社サン・アド)／クリエイティブ・ディレクター＆プランナー＝東畑幸多((つづく))／アートディレクター＆プランナー＝佐野研二郎(MR DESIGN)／コピーライター＆プランナー＝太田恵美(太田恵美事務所)／プランナー＝水本晋平(株式会社電通)／アートディレクター＝香取有美(MR DESIGN)／プロデューサー＝松本隆・野口要平・小島和俊(株式会社サン・アド)／プロダクションマネージャー＝片山安弘・吉野勝・秋山日南子(株式会社サン・アド)／監督＝牧鉄馬(株式会社ファンタジスタ)／撮影＝内田将二(内田将二写真事務所)／照明＝米井章文(フリーランス)／DIT＝加地淳真(フリーランス)／美術＝櫻田高史(フリーランス)／シズル＝埴日沙世(株式会社topup)／スタイリスト＝細見佳代(ZEN creative)／ヘアメイク＝金田朋子(STRIPE inc)・荒川英亮(ing)・石崎達也(june)／音楽＝山田勝也(株式会社愛印)／カラリスト＝ブランドン・チャベス(フリーランス)／オフライン編集＝阿部直子(TIDE)／オンライン編集＝清水六郎太(フリーランス)／ミキサー＝増富和音(フリーランス)／振り付け＝BOW(フリーランス)／アカウント・エグゼクティブ＝水上悟志・阿部耕一郎・来栖由惟(株式会社電通)／キャスティング＝切明畑力(株式会社電通キャスティングアンドエンタテインメント)／タレント＝稲垣吾郎・草薨剛・香取慎吾(株式会社CULEN)

メディアミックス部門優秀賞

アサヒビール株式会社 アサヒスーパードライ アサヒスーパードライ メディアミックス

TV



フジテレビ・関西テレビ 30秒×5、毎日放送 90秒×1

「新スーパードライ、辛口カーブ」篇

NA: 発売36年目、
T: 発売36年目、

NA: 新スーパードライ、始まる！
T: 新スーパードライ、始まる！

NA: 飲んだ瞬間の飲みごたえ。
T: 飲みごたえ。

NA: 瞬時に感じるキレのよさ。
T: キレのよさ。

NA: それが、辛口カーブが生み出す
躍動感あるうまさ。
NA: この味、新・辛口<生>

T: 新・辛口<生>

CI: アサヒスーパードライ

「気持ち高まる瞬間を あなたとともに」篇

CI: アサヒスーパードライ

T: 総飛行距離 8,002km
NA: 総飛行距離 8,002km

T: 61日間に渡る日本列島飛行の旅
NA: 61日間に渡る日本列島飛行の旅

♪ ONE OK ROCK/Wonder

NA: 空から見た日本は、
たくさんの笑顔と希望に満ち
溢れていた。

T: LOOK UP! JAPAN
#空飛ぶスーパードライ

(T: 埼玉 / 越谷市)
(T: 兵庫 / 神戸空港)
(T: 福岡 / 福岡であい橋)
(T: 愛知 / 久屋大通公園)
(T: 東京 / 東京スカイツリー)

(T: 埼玉 / POSSIBILITY PARK)
(T: 山口 / 瀬戸内海)
(T: 東京 / 浅草)
(T: 神奈川 / 横浜中華街)

NA: 「空を見上げる。」
そんな小さなきっかけひとつで、
人は、上向きな気持ちになれる
のかもしれない。
(T: 愛媛 / 松山城)
(T: 埼玉 / 彩湖)
(T: 愛媛 / 伊予鉄道)

NA: あの日、
見上げてくれてありがとう。
(T: 兵庫 / 阪神甲子園球場)

NA: 前へと踏み出すすべての人に、
笑顔と勇気を。
(T: 静岡 / 岩本山の茶畑)
(T: 京都 / 行者橋)
(T: 東京 / 豊洲大橋)

(T: 千葉 / 野田市)
(T: 千葉 / 利根川河川敷)
(T: 京都 / 渡月橋)
(T: 大阪 / 淀川河川敷)

(T: 大阪 / 新世界)

(T: 愛知 / 名古屋港水族館)

NA: いまでも、これからも。
気持ち高まる、
最高の瞬間を、あなたとともに。
T: 最高の瞬間を、あなたとともに。

CI: アサヒスーパードライ

「最高の渇きに。イチロー」篇

CI: アサヒスーパードライ

T: アスリート イチロー

イチローOFF: 今が一番、野球が好き
なんですよね。

イチロー: さあ、行こう。

イチローOFF: もっともっと、夢中になり
たいんです。

イチローOFF: 最高の渇きに、DRY。
T: 最高の渇きに、DRY。

イチローOFF: この味、新・辛口<生>
T: 新・辛口<生>

T: 新スーパードライ、始まる。

「最高の渇きに。上原ひろみ」篇

CI: アサヒスーパードライ

T: ピアニスト 上原ひろみ

上原ひろみOFF: ピアノってやればやる
ほど面白いんです。

上原ひろみOFF: ライブのたびに、今の自分
をとにかく超えていきたい。

NA: 最高の渇きに、DRY。
T: 最高の渇きに、DRY。

NA: この味、新・辛口<生>
T: 新・辛口<生>

T: 新スーパードライ、始まる。

「最高の渇きに。姫野和樹」篇

CI: アサヒスーパードライ

T: ラグビー代表選手
姫野和樹

姫野和樹OFF: もっと上手になりたい。

姫野和樹OFF: ラグビーで、世界最高の
舞台に、トライする。

姫野和樹OFF: 僕は今、夢を追っている
最中だ。

NA: 最高の渇きに、DRY。
T: 最高の渇きに、DRY。

NA: この味、新・辛口<生>
T: 新・辛口<生>

T: 新スーパードライ、始まる。

Asahi

発売36年目、 新スーパードライ、始まる。

35年前の今日、
私たちは持てる技術と情熱のすべてを注ぎ込んだ
新しいビールを世に送り出しました。
スーパードライ。
それは、辛口という今までにないビールの味への挑戦でした。
そして今。時を経て、人々の暮らしや価値観は大きく変化しました。
肩書きや世間体よりも、自分らしさを大事にする世の中へ。
一人ひとりが好きなことに夢中になって、
自由に新しい一歩を踏み出していく時代へ。
そんな今を生きる人々をうまさで応援したい。
新しい時代にふさわしいビールの味にあらためてチャレンジしたい。
35年前に勝るとも劣らぬ情熱と私たちの最高の技術を投入して、
ついにスーパードライ初のリニューアルに踏み切りました。
新・辛口〈生〉。
生まれ変わったこの躍動感あるうまさを、
あなたもぜひ体験してください。

Asahi
SUPER
"DRY"
生
スーパードライ

Asahi SUPER DRY IS BREWED WITH PRECISE, TO HIGH
QUALITY STANDARDS. UNDER THE SUPER
VISION OF JAPANESE MASTER BREWERS,
OUR ADVANCED BREWING TECHNIQUES
DELIVER A DRY, CRISP TASTE AND QUICK CLEANSING FEEL.

新・辛口〈生〉 "DRY"

※(株)アサヒビール20年度決算報告書「飲料事業」経常中や税引後の数値は、胎児・乳児の発育に影響を与えるおそれがあります。ほどよく楽しくおいしく飲む、のんだあとにはリサイクリム。

産経新聞 3月17日 30段

Asahi

新スーパードライ、 早くも2億本突破！

新・辛口〈生〉のうまさをご評価いただき、
お客さまの満足度92.8%。^{※1}

飲んだ瞬間の飲みごたえと、瞬時に感じるキレのよさ。
辛口カーブが生み出す躍動感あるうまさに、
「新」になってもやはり間違いないうまさ」「1口目から強烈に感じるキレの良さにビックリ」
「間違いないリニューアル後のほうが好きです」「缶のグラフィックが辛口!! この事なのか」
「飲みごたえ抜群でした」「飲んだ瞬間これぞビールと思う」^{※2}
などなど、うれしい声が続々届いています。

Asahi
SUPER
"DRY"
生
スーパードライ

Asahi SUPER DRY IS BREWED WITH PRECISE, TO HIGH
QUALITY STANDARDS. UNDER THE SUPER
VISION OF JAPANESE MASTER BREWERS,
OUR ADVANCED BREWING TECHNIQUES
DELIVER A DRY, CRISP TASTE AND QUICK CLEANSING FEEL.

新・辛口〈生〉 "DRY"

※(株)アサヒビール20年度決算報告書「飲料事業」経常中や税引後の数値は、胎児・乳児の発育に影響を与えるおそれがあります。ほどよく楽しくおいしく飲む、のんだあとにはリサイクリム。

産経新聞 4月14日 15段

RADIO

「社員の気持ち」篇 vol.1

NA: これはアサヒビール社員、一人一人の物語である。

男: それは、発売から36年目の決断だった。

アサヒスーパードライ、初のフルリニューアル。

変化しつづける社会。多様性が叫ばれる世の中。

人の夢や価値観は、かつての常識を超えていくはずだ。

時代の閉塞感に負けずに、心の底から好きなこと、やりたかったことに全力で取り組む。そんな人を応援したい。

生まれ変わったスーパードライが、誰かを元気づけたり、誰かの力になれば嬉しい。

社員の一人として、そう思うんだ。

女: 母から聞いたことがある。

1980年代後半、スーパードライの誕生と共に飛行船スーパードライ号が大空を舞い、日本中で話題になったそうだ。

当時のことを愛おしそうに語る母の顔が、わたしは大好きだ。だから、わたしは信じている。

2022年春。あの飛行船を、ふたたび日本の空へ。

空を見上げると、人は上向きな気持ちになれる。

この思いがひとりでも多くの人に、届きますように。

社員の一人として、そう思うんです。

男女: LOOK UP! JAPAN

男: 新しいことを始めようとする人、何かに夢中になっている人、

女: 日本中に溢れる希望のまなざしを、飛行船 新・スーパードライ号でつなごう！

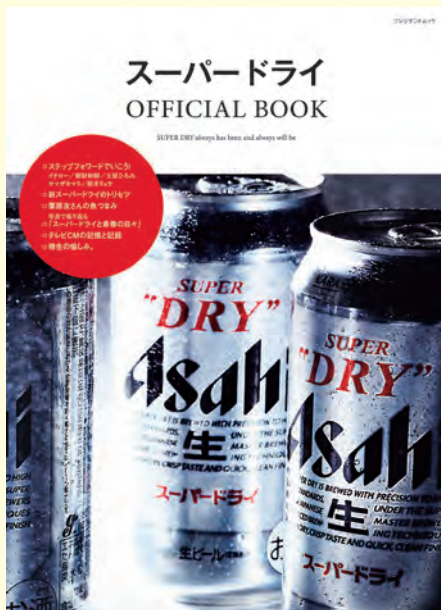
男: さあ、空を見上げよう。

SL: アサヒスーパードライ

男: 飲酒は二十歳になってから。

ニッポン放送 120秒×1

雑誌



プレジデントムック スーパードライ OFFICIAL BOOK 108頁

デジタルメディア



「潜入!! 辛口カーブ② 研究所潜入」篇



HIKAKIN タイアップ動画



イチロー ビールとは篇



上原ひろみ ライブで一体になる感覚とは篇



姫野和樹 仲間と飲むこと篇

使用媒体 ● フジテレビ・関西テレビ 「新スーパードライ、辛口カーブ」篇

企画制作＝株式会社博報堂／クリエイティブ・ディレクター＝篠原直樹・石井寛・木原龍太郎・中野仁嘉(株式会社博報堂)／コピーライター＝木村透(株式会社博報堂)／アートディレクター＝藤田誠(株式会社藤田誠デザイン)／プロデューサー＝中嶋秀明・勝野恵子・木村一貴・柳沼裕樹・秋場盛・藤原拓海(株式会社TYO)／監督＝伊東玄己(CONNECTION Inc.)／撮影＝小竹康方(スタジオ)・蓑田圭介(フリーランス・シズル担当)／オフライン編集＝蛭原大和(フリーランス)／オンライン編集＝格内俊輔(フリーランス)／タレント＝岸田タツヤ(イトーカンパニー)／アカウント・エグゼクティブ＝齋藤一寿・加藤慎平・羽田健太郎・中山洋一・笹原拓真・立石雄太(株式会社博報堂)／使用楽曲＝曲名：Wonder・ONE OK ROCK

使用媒体 ● フジテレビ・関西テレビ 「最高の湯きに。イチロー」篇

企画制作＝株式会社博報堂／クリエイティブ・ディレクター＝篠原直樹・石井寛・木原龍太郎・中野仁嘉(株式会社博報堂)／コピーライター＝木村透(株式会社博報堂)／アートディレクター＝藤田誠(株式会社藤田誠デザイン)／プロデューサー＝中嶋秀明・勝野恵子・木村一貴・柳沼裕樹・秋場盛・藤原拓海(株式会社TYO)／監督＝北村拓司(xpd)／撮影＝神戸千木(フリーランス)／オフライン編集＝山梨雄大(マックレイ)／オンライン編集＝清塚陸(マックレイ)／タレント＝イチロー／アカウント・エグゼクティブ＝齋藤一寿・加藤慎平・羽田健太郎・中山洋一・笹原拓真・立石雄太(株式会社博報堂)／使用楽曲＝曲名：Wonder・ONE OK ROCK

使用媒体 ● フジテレビ・関西テレビ 「最高の湯きに。上原ひろみ」篇

企画制作＝株式会社博報堂／クリエイティブ・ディレクター＝篠原直樹・石井寛・木原龍太郎・中野仁嘉(株式会社博報堂)／コピーライター＝木村透(株式会社博報堂)／アートディレクター＝藤田誠(株式会社藤田誠デザイン)／プロデューサー＝中嶋秀明・勝野恵子・木村一貴・柳沼裕樹・秋場盛・藤原拓海(株式会社TYO)／監督＝北村拓司(xpd)／撮影＝KIYO(フリーランス)／オフライン編集＝山岡大起(CONNECTION Inc.)／タレント＝上原ひろみ／アカウント・エグゼクティブ＝齋藤一寿・加藤慎平・羽田健太郎・中山洋一・笹原拓真・立石雄太(株式会社博報堂)／使用楽曲＝曲名：Wonder・ONE OK ROCK

使用媒体 ● フジテレビ・関西テレビ 「最高の湯きに。姫野和樹」篇

企画制作＝株式会社博報堂／クリエイティブ・ディレクター＝篠原直樹・石井寛・木原龍太郎・中野仁嘉(株式会社博報堂)／コピーライター＝木村透(株式会社博報堂)／アートディレクター＝藤田誠(株式会社藤田誠デザイン)／プロデューサー＝中嶋秀明・勝野恵子・木村一貴・柳沼裕樹・秋場盛・藤原拓海(株式会社TYO)／監督＝村山和也(フリーランス)／撮影＝木津俊彦(CONNECTION Inc.)／オフライン編集＝入澤大志郎(redhill)／オンライン編集＝糸山健二(マックレイ)／タレント＝姫野和樹・加藤一希・Matthys Basson・Dawid Kellerman／アカウント・エグゼクティブ＝齋藤一寿・加藤慎平・羽田健太郎・中山洋一・笹原拓真・立石雄太(株式会社博報堂)／使用楽曲＝曲名：Wonder・ONE OK ROCK

使用媒体 ● 毎日放送 「気持ち高まる瞬間を あなたとともに」篇

企画制作＝株式会社博報堂／クリエイティブ・ディレクター＝木原龍太郎・竹内雅人(株式会社博報堂)／プロデューサー＝中嶋秀明・勝野恵子・木村一貴・柳沼裕樹・秋場盛・藤原拓海(株式会社TYO)／監督＝赤松享(フリーランス)／撮影＝西岡徹(フリーランス)／アカウント・エグゼクティブ＝齋藤一寿・羽田健太郎(株式会社博報堂)／使用楽曲＝曲名：Wonder・ONE OK ROCK

使用媒体 ● 産経新聞 「発売36日目、新スーパードライ、始まる。」篇・「新スーパードライ、早くも2億本突破！」篇

企画制作＝株式会社博報堂／クリエイティブ・ディレクター＝篠原直樹・木原龍太郎・竹内雅人(株式会社博報堂)／コピーライター＝木村透(株式会社博報堂)／アートディレクター＝藤田誠(株式会社藤田誠デザイン)／デザイナー＝奥世原邦治(株式会社MILK)／アートディレクター＝佐藤誠(株式会社博報堂プロダクツ)／デザイナー＝木島まゆみ・吉田彩(株式会社博報堂プロダクツ)／製版＝青地豊(株式会社第一製版)／アカウント・エグゼクティブ＝齋藤一寿・羽田健太郎(株式会社博報堂)・薬師寺万里(株式会社博報堂プロダクツ)

使用媒体 ● ニッポン放送 「社員の気持ち」篇 vol.1

企画制作＝株式会社博報堂／クリエイティブ・ディレクター＝竹内雅人(株式会社博報堂)

使用媒体 ● プレジデントムック スーパードライ OFFICIAL BOOK

企画制作＝株式会社プレジデント社／編集長＝江部拓弥(株式会社プレジデント社)／編集＝赤池淳一・沼由美子(株式会社プレジデント社)・関明彦(株式会社まわりとしん)・渡辺敬子(フリーランス)／アートディレクター＝中村圭介(株式会社ナカムラグラフ)／デザイナー＝藤田佳奈・伊藤永祐・野澤香枝・鈴木茉弓・平田貴・鳥居百恵(株式会社ナカムラグラフ)

使用媒体 ● YouTube・Twitter・Instagram・TikTok・Yahoo! など 「潜入!! 辛口カーブ② 研究所潜入」篇

企画制作＝株式会社博報堂／クリエイティブ・ディレクター＝篠原直樹・石井寛・西尾奏(株式会社博報堂)／コピーライター＝木村透(株式会社博報堂)／アートディレクター＝藤田誠(株式会社藤田誠デザイン)／プロデューサー＝中嶋秀明・勝野恵子・柳沼裕樹・秋場盛・藤原拓海(株式会社TYO)・上村紘平・須貝優斗(株式会社シースリーフィルム)／監督＆オフライン編集＝野村篤史(株式会社 館岡事務所)／撮影＝松井ノブユキ(株式会社 館岡事務所)／タレント＝阿部祐二／アカウント・エグゼクティブ＝齋藤一寿・加藤慎平・羽田健太郎・中山洋一・笹原拓真・立石雄太(株式会社博報堂)

使用媒体 ● YouTube・Twitter・Instagram・TikTok・Yahoo! など イチロー ビールとは篇

企画制作＝株式会社博報堂／クリエイティブ・ディレクター＝篠原直樹・石井寛・西尾奏(株式会社博報堂)／コピーライター＝木村透(株式会社博報堂)／アートディレクター＝藤田誠(株式会社藤田誠デザイン)／プロデューサー＝中嶋秀明・勝野恵子・柳沼裕樹・秋場盛・藤原拓海(株式会社TYO)・上村紘平・須貝優斗(株式会社シースリーフィルム)／監督＝北村拓司(xpd)／撮影＝神戸千木(フリーランス)／オフライン編集＝渋谷あゆみ(フリーランス)／タレント＝イチロー／アカウント・エグゼクティブ＝齋藤一寿・加藤慎平・羽田健太郎・中山洋一・笹原拓真・立石雄太(株式会社博報堂)

使用媒体 ● YouTube・Twitter・Instagram・TikTok・Yahoo! など 上原ひろみ ライブで一体になる感覚とは？篇

企画制作＝株式会社博報堂／クリエイティブ・ディレクター＝篠原直樹・石井寛・西尾奏(株式会社博報堂)／コピーライター＝木村透(株式会社博報堂)／アートディレクター＝藤田誠(株式会社藤田誠デザイン)／プロデューサー＝中嶋秀明・勝野恵子・柳沼裕樹・秋場盛・藤原拓海(株式会社TYO)・上村紘平・須貝優斗(株式会社シースリーフィルム)／監督＝北村拓司(xpd)／撮影＝KIYO(フリーランス)／オフライン編集＝渋谷あゆみ(フリーランス)／タレント＝上原ひろみ／アカウント・エグゼクティブ＝齋藤一寿・加藤慎平・羽田健太郎・中山洋一・笹原拓真・立石雄太(株式会社博報堂)

使用媒体 ● YouTube・Twitter・Instagram・TikTok・Yahoo! など 姫野和樹 仲間と飲むこと篇

企画制作＝株式会社博報堂／クリエイティブ・ディレクター＝篠原直樹・石井寛・西尾奏(株式会社博報堂)／コピーライター＝木村透(株式会社博報堂)／アートディレクター＝藤田誠(株式会社藤田誠デザイン)／プロデューサー＝中嶋秀明・勝野恵子・柳沼裕樹・秋場盛・藤原拓海(株式会社TYO)・上村紘平・須貝優斗(株式会社シースリーフィルム)／監督＝村山和也(フリーランス)／撮影＝木津俊彦(CONNECTION Inc.)／オフライン編集＝渋谷あゆみ(フリーランス)／タレント＝姫野和樹／アカウント・エグゼクティブ＝齋藤一寿・加藤慎平・羽田健太郎・中山洋一・笹原拓真・立石雄太(株式会社博報堂)

使用媒体 ● YouTube・Twitter・Instagram・TikTok・Yahoo! など HIKAKIN タイアップ動画

企画制作＝株式会社博報堂／クリエイティブ・ディレクター＆監督＆撮影＆オフライン編集＆タレント＝HikakinTV(UUUM)／アカウント・エグゼクティブ＝HikakinTV(UUUM)・齋藤一寿・加藤慎平・羽田健太郎・中山洋一・平田瑞樹・笹原拓真・立石雄太(株式会社博報堂)

メディアミックス部門優秀賞

サントリーホールディングス株式会社 BOSS 宇宙人ジョーンズ・禁じられた惑星

TV



フジテレビ 30秒×3

宇宙人ジョーンズ・禁じられた惑星／前編

中島：ジョーンズさん、ちょっといい？

T：宇宙人ジョーンズ 地球調査中

中島：あたしのこと覚えてる？

中島：地球へ行きなさい。

T：宇宙大統領みゆき

中島：この惑星の住人、なんでこんな働くの？

ジョーンズ：ワカリマセン。

中島：じゃあ働くの禁止！

女性：働いちゃだめらしいよ？

男性：仕事行こ。ウワッ。

T：1ヶ月後

杉咲：働きます。

神木：あ、ちょっと待って。またビリビリするっ。

杉咲：ウッ。

神木：ウッ。

役所：人はなぜ働くのか…。

T：このろくでもない、すばらしき世界。

NA：BOSS

宇宙人ジョーンズ・禁じられた惑星／後編

中島：働くの禁止！

T：宇宙大統領みゆき

NA：この惑星は宇宙大統領のせいで盛り下がっていた。

神木：最初は嬉しかったけど…。

役所：これ作るために働いてきたんだよな。

野口：そうですよ。

野口：宇宙飛行士だって感謝してたはずですよ！

杉咲：野口さん！

役所：なんで働けないんだ。

T：宇宙人ジョーンズ 地球調査中

ジョーンズ：フン！

男性：かかった！

男性：よし！

杉咲：やっと働けます！

中島：ま、そんなに働きたいなら、ファイト！

NA：この惑星には宇宙大統領はもう二度と来ないでほしい。

T：このろくでもない、すばらしき世界。

NA：BOSS



朝日新聞 9月1日 30段

この本は、**「お金の勉強」**がテーマです。



読売新聞 9月1日 30段



Netflix ポスフリ「僕とクルマのひとやすみ」



Netflix ポスフリ「ウシゲーム」



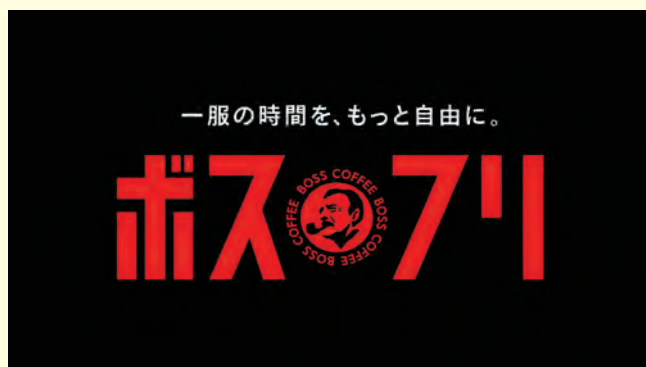
Netflix ポスフリ「とくおのサバイバー」



Netflix ポスフリ「ストレンジャーオフィス」



Netflix ポスフリ「現場監督」



Netflix ポスフリ「告知動画」

使用媒体 ● フジテレビ 宇宙人ジョーンズ・禁じられた惑星／前編・後編・CP 篇

企画制作＝サントリーホールディングス株式会社・連株式会社・株式会社ワンスカイ・株式会社電通／クリエイティブ・ディレクター＝高上晋(サントリーホールディングス株式会社)・佐々木宏(連株式会社)／プランナー＆コピーライター＝福里真一(株式会社ワンスカイ)／コピーライター＝照井品博(株式会社照井品博)／アートディレクター＝浜辺明弘(WATCH inc.)／プロデューサー＝若生秀人(株式会社ギークピクチャーズ)／監督＝八木敏幸(八木敏幸演出事務所)／撮影＝秋田浩司(フリーランス)／照明＝松本栄治(フリーランス)／美術＝高瀬勇人(株式会社サンク・アール)／スタイリスト＝牧野克哉・藤井牧子(オムライス)／ヘアメイク＝泉沢紀子・勇見勝彦・宮本愛・MIZUHO・長谷川由加子(フリーランス)／タレント＝Tommy Lee Jones・中島みゆき・役所広司・杉咲花・神木隆之介・野口聡一／ナレーター＝菅生隆之・大黒和広／オフライン編集＝市川渉(フリーランス)／オンライン編集＝神田剛志(株式会社++)／ミキサー＝田岡政文(フリーランス)／サウンドエフェクト＝中野豊久(有限会社仕事屋)／プロダクションマネージャー＝井上架音(株式会社ギークピクチャーズ)／アカウント・エグゼクティブ＝岩橋應・山本和毅・森田直幸・中島詩織(株式会社電通)／使用楽曲＝曲名：ヘッドライト・テールライト・作曲＆作詞＝中島みゆき、曲名：ファイト！・作曲＆作詞＝中島みゆき

使用媒体 ● 朝日新聞・読売新聞

企画制作＝サントリーホールディングス株式会社・株式会社電通・連株式会社・WATCH inc.／クリエイティブ・ディレクター＝高上晋(サントリーホールディングス株式会社)・佐々木宏(連株式会社)／コピーライター＝照井品博(株式会社照井品博)／アートディレクター＝浜辺明弘(WATCH inc.)／デザイナー＝松崎貴史(WATCH inc.)／プロデューサー＝西澤恵子(株式会社TRADEMARK)／撮影＝上田義彦(有限会社上田義彦写真事務所)／美術＝有限会社ピアード／スタイリスト(TLJ)＝Shinko Iura(フリーランス)／スタイリスト(中島みゆき)＝藤井牧子(オムライス)／ヘアメイク(TLJ)＝佐々木恵枝(シルフ)／ヘアメイク(中島みゆき)＝泉沢紀子(フリーランス)／アカウント・エグゼクティブ＝岩橋應・山本和毅・森田直幸・中島詩織(株式会社電通)

使用媒体 ● Netflix ボスフリ「僕とクルマのひとやすみ」

企画制作＝サントリーホールディングス株式会社・株式会社電通・株式会社ギークピクチャーズ／クリエイティブ・ディレクター＝高上晋(サントリーホールディングス株式会社)・水本晋平(株式会社電通)／プランナー＆コピーライター＝岩田泰河・澤本あかり・宮田和弥(株式会社電通)／アートディレクター＝齋藤俊一郎(株式会社アドブレン)／プロデューサー＝若生秀人(株式会社ギークピクチャーズ)／監督＝平田大輔(OND[®])／撮影＝儀間眞悟(株式会社ダイヤモンドスナップ)／照明＝月岡知和(フリーランス)／美術＝栗林由紀子(クジラ)／スタイリスト＝森川雅代(FACTORY 1994)／ヘアメイク＝平野朱音(有限会社オティエ)／タレント＝神木隆之介／音楽＝緑川徹(株式会社メロディ・パンチ)／ナレーター＝杉咲花／オフライン編集＝明石風太(株式会社スタッド)／オンライン編集＝三浦義弘(フリーランス)／カラコレ＝倉森武(フリーランス)／録音＝大久保重樹(フリーランス)／ミキサー＝安達謙(株式会社オムニバスジャパン)／サウンドエフェクト＝高橋直樹(フリーランス)／プロダクションマネージャー＝平野優士・佐山史夏(株式会社ギークピクチャーズ)／アカウント・エグゼクティブ＝山本和毅(株式会社電通)

使用媒体 ● Netflix ボスフリ「ウシゲーム」

企画制作＝サントリーホールディングス株式会社・株式会社電通・株式会社ギークピクチャーズ／クリエイティブ・ディレクター＝高上晋(サントリーホールディングス株式会社)・水本晋平(株式会社電通)／プランナー＆コピーライター＝岩田泰河・澤本あかり・宮田和弥(株式会社電通)／アートディレクター＝齋藤俊一郎(株式会社アドブレン)／プロデューサー＝若生秀人(株式会社ギークピクチャーズ)／監督＝平田大輔(OND[®])／撮影＝儀間眞悟(株式会社ダイヤモンドスナップ)／スタイリスト＝森川雅代(FACTORY 1994)／音楽＝緑川徹(株式会社メロディ・パンチ)／ナレーター＝杉咲花／オフライン編集＝明石風太(株式会社スタッド)／オンライン編集＝三浦義弘(フリーランス)／カラコレ＝倉森武(フリーランス)／録音＝大久保重樹(フリーランス)／ミキサー＝安達謙(株式会社オムニバスジャパン)／サウンドエフェクト＝高橋直樹(フリーランス)／プロダクションマネージャー＝平野優士・佐山史夏(株式会社ギークピクチャーズ)／アカウント・エグゼクティブ＝山本和毅(株式会社電通)

使用媒体 ● Netflix ボスフリ「とくくのサバイバー」

企画制作＝サントリーホールディングス株式会社・株式会社電通・株式会社ギークピクチャーズ／クリエイティブ・ディレクター＝高上晋(サントリーホールディングス株式会社)・水本晋平(株式会社電通)／プランナー＆コピーライター＝岩田泰河・澤本あかり・宮田和弥(株式会社電通)／アートディレクター＝齋藤俊一郎(株式会社アドブレン)／プロデューサー＝若生秀人(株式会社ギークピクチャーズ)／監督＝平田大輔(OND[®])／音楽＝緑川徹(株式会社メロディ・パンチ)／ナレーター＝杉咲花／オフライン編集＝明石風太(株式会社スタッド)／オンライン編集＝三浦義弘(フリーランス)／カラコレ＝倉森武(フリーランス)／録音＝大久保重樹(フリーランス)／ミキサー＝安達謙(株式会社オムニバスジャパン)／サウンドエフェクト＝高橋直樹(フリーランス)／プロダクションマネージャー＝平野優士・佐山史夏(株式会社ギークピクチャーズ)／アカウント・エグゼクティブ＝山本和毅(株式会社電通)

使用媒体 ● Netflix ボスフリ「ストレンジャーオフィス」

企画制作＝サントリーホールディングス株式会社・株式会社電通・株式会社ギークピクチャーズ／クリエイティブ・ディレクター＝高上晋(サントリーホールディングス株式会社)・水本晋平(株式会社電通)／プランナー＆コピーライター＝岩田泰河・澤本あかり・宮田和弥(株式会社電通)／アートディレクター＝齋藤俊一郎(株式会社アドブレン)／プロデューサー＝若生秀人(株式会社ギークピクチャーズ)／監督＝平田大輔(OND[®])／撮影＝儀間眞悟(株式会社ダイヤモンドスナップ)／照明＝月岡知和(フリーランス)／美術＝栗林由紀子(クジラ)／スタイリスト＝森川雅代(FACTORY 1994)／ヘアメイク＝平野朱音(有限会社オティエ)／タレント＝神木隆之介／音楽＝緑川徹(株式会社メロディ・パンチ)／ナレーター＝杉咲花／オフライン編集＝明石風太(株式会社スタッド)／オンライン編集＝三浦義弘(フリーランス)／録音＝大久保重樹(フリーランス)／ミキサー＝安達謙(株式会社オムニバスジャパン)／サウンドエフェクト＝高橋直樹(フリーランス)／プロダクションマネージャー＝平野優士・佐山史夏(株式会社ギークピクチャーズ)／アカウント・エグゼクティブ＝山本和毅(株式会社電通)

使用媒体 ● Netflix ボスフリ「現場監督」

企画制作＝サントリーホールディングス株式会社・株式会社電通・株式会社ギークピクチャーズ／クリエイティブ・ディレクター＝高上晋(サントリーホールディングス株式会社)・水本晋平(株式会社電通)／プランナー＆コピーライター＝岩田泰河・澤本あかり・宮田和弥(株式会社電通)／アートディレクター＝齋藤俊一郎(株式会社アドブレン)／プロデューサー＝若生秀人(株式会社ギークピクチャーズ)／監督＝平田大輔(OND[®])／撮影＝儀間眞悟(株式会社ダイヤモンドスナップ)／照明＝月岡知和(フリーランス)／美術＝栗林由紀子(クジラ)／スタイリスト＝森川雅代(FACTORY 1994)／ヘアメイク＝平野朱音(有限会社オティエ)／タレント＝ダウ900000／音楽＝緑川徹(株式会社メロディ・パンチ)／ナレーター＝杉咲花／オフライン編集＝明石風太(株式会社スタッド)／オンライン編集＝三浦義弘(フリーランス)／カラコレ＝倉森武(フリーランス)／録音＝大久保重樹(フリーランス)／ミキサー＝安達謙(株式会社オムニバスジャパン)／サウンドエフェクト＝高橋直樹(フリーランス)／プロダクションマネージャー＝平野優士・佐山史夏(株式会社ギークピクチャーズ)／アカウント・エグゼクティブ＝山本和毅(株式会社電通)

使用媒体 ● Netflix ボスフリ「告知動画」

企画制作＝サントリーホールディングス株式会社・株式会社電通・株式会社ギークピクチャーズ／クリエイティブ・ディレクター＝高上晋(サントリーホールディングス株式会社)・水本晋平(株式会社電通)／プランナー＆コピーライター＝岩田泰河・澤本あかり・宮田和弥(株式会社電通)／アートディレクター＝齋藤俊一郎(株式会社アドブレン)／プロデューサー＝若生秀人(株式会社ギークピクチャーズ)／監督＝平田大輔(OND[®])／撮影＝儀間眞悟(株式会社ダイヤモンドスナップ)／照明＝月岡知和(フリーランス)／美術＝栗林由紀子(クジラ)／スタイリスト＝森川雅代(FACTORY 1994)／ヘアメイク＝平野朱音(有限会社オティエ)／タレント＝神木隆之介／音楽＝緑川徹(株式会社メロディ・パンチ)／ナレーター＝杉咲花／オフライン編集＝明石風太(株式会社スタッド)／オンライン編集＝三浦義弘(フリーランス)／録音＝大久保重樹(フリーランス)／ミキサー＝安達謙(株式会社オムニバスジャパン)／サウンドエフェクト＝高橋直樹(フリーランス)／プロダクションマネージャー＝平野優士・佐山史夏(株式会社ギークピクチャーズ)／アカウント・エグゼクティブ＝山本和毅(株式会社電通)

メディアミックス部門優秀賞

大日本除虫菊株式会社 虫コナース TVCM「無防備」篇、ラジオCM：虫コナースプレミアム「棒シリーズ」、デジタル等

TV



フジテレビ 30秒×1

TVCM「無防備」篇

長澤：あんた、その虫コナース、
まさか去年のとちゃうやろね。

仲野：え、なんで？

長澤：虫よけしてるつもりでも、
期限の切れた去年の虫コナースでは、無防備やねん。

仲野：うん。

長澤：人間でいうたら…。

仲野：うん。

長澤：おでこにパスワード書いて歩いてるようなもんで。

仲野：…そりゃ無防備やな。

NA：取り替えましたか？
金鳥虫コナース。



RADIO**「棒シリーズ 棒夫婦」篇**

(いっさいの感情を排除した棒読みの会話劇)

夫・妻:「棒夫婦」

M: ♪ (抽象的な音楽) ~

夫: ガチャ。ただいま。

虫コナーズを買いに行ったら、
蚊に効く虫コナーズプレミアムというのが出ていて
思わず買ってしまったよ。

妻: プレミアム?

あなたって、ちょっといいのが出たって聞くと、
買わずにはいられない人ね。

夫: おかしいかな。そういう人、多いと思うぜ。
ぶら下げるだけで半径1メートル、蚊を寄せつけないんだ。
買ってしまっただろ?

妻: わたしには理解できないけど。

わたしはわたしで、
コロナコロナでずっと家にいたもんだから、
なんだかむしゃくしゃしちゃって、
ものすごく高いハンドバッグを買ってしまったのよ。

夫: え……。

妻: 結局わたしたち、似た者夫婦ね。

夫: …ああ。キンチョウ虫コナーズプレミアム。

妻: 使用上の注意をよく読んで正しくお使いください。

「棒シリーズ 棒親子」篇

(いっさいの感情を排除した棒読みの会話劇)

妻・娘:「棒親子」

M: ♪ (抽象的な音楽) ~

妻: お父さんのお葬式なんだけど、
できるだけ簡素なものがいいかなと思って。
あの人、ケチだったから。

娘: え、お父さん、そんなにケチだったかな。

妻: ケチよ。ケチが服を着て歩いてたような人よ。

娘: でも、ほら、ちょっといい虫コナーズが出たって、
早速買ってきたの覚えてる。

妻: ああ。キンチョウの蚊に効く虫コナーズプレミアムね。
「ぶら下げるだけで半径1メートル、蚊を寄せつけないんだ。」
とかなんとか言ってる。

娘: ちゃんと付加価値のあるものには
お金を払うタイプのケチだったんじゃない?

夫: ガラガラ。誰がケチだ。しかもわたしはまだ生きている。

妻: あらやだケチ男さんが起きてきた。

夫: こらこら。キンチョウ虫コナーズプレミアム。

娘: 使用上の注意をよく読んで正しくお使いください。

「棒シリーズ 隣の棒夫婦」篇

(いっさいの感情を排除した棒読みの会話劇)

隣の夫・隣の妻:「隣の棒夫婦」

M: ♪ (抽象的な音楽) ~

隣の夫: お隣さんのあれ、虫コナーズかな。
ちょっとちがって見えるんだけど。

隣の妻: ああ、あれは蚊に効く虫コナーズ「プレミアム」といって
虫コナーズのちょっといいやつ、
ダンナさんが見つけて買ってきたんだって。

隣の夫: あのケチのダンナがプレミアム?
何がいいんだろうか。

隣の妻: ぶら下げるだけで半径1メートル、蚊を寄せつけないん
だって。

隣の夫: それは聞き捨てならないな。

隣の妻: あなたはいつもそうやって人と比べてムキになる。
誰かと比べないことが幸せのコツらしいわよ。

隣の夫: いや、お隣の蚊がこっちにやってくるんじゃないかと
思ってる。

隣の妻: 他人の幸せが、こちらの不幸に繋がるのは許せないわね。
いますぐ買ってきてキンチョウ虫コナーズプレミアム。

隣の夫: 使用上の注意をよく読んで正しくお使いください。

隣の妻: わたしはハンドバッグを買ってきます。

隣の夫: え……。

「棒シリーズ 棒店員」篇

(いっさいの感情を排除した棒読みの会話劇)

店員女・隣の夫:「棒店員」

M: ♪ (抽象的な音楽) ~

店員女: いらっしゃいませ。いらっしゃいませ。

隣の夫: キンチョウ虫コナーズの「プレミアム」というのは置いて
ますか。
ぶら下げるだけで半径1メートル、
蚊を寄せつけないって宣伝しているやつなんだけど。

店員女: ああ、棚になかったらいいですね。

隣の夫: 棚に…なかったら、ない。

店員女: はい、なかったら、ないです。

隣の夫: ないのは仕方ないけれど、その対応には前からひとこと
言いたかった。

なかったら、ない。これ以上の関係を断絶する言葉だ。
無理だったら無理。行けたら行くわ。みたいな。
そんな風に、人との関わりを身勝手に一方通行にして
あなたはどうやって人とわかり合うんだい?

店員女: わかる人には、わかります。

隣の夫: そうですか。キンチョウ蚊に効く虫コナーズプレミアム。

店員女: 使用上の注意をよく読んで正しくお使いください。

隣の夫: ないの?

「棒シリーズ 棒隣人」篇

(いっさいの感情を排除した棒読みの会話劇)

夫・隣の夫：「棒隣人」

M: ♪ (抽象的な音楽)～

夫：ガサガサ。これどうぞ。

いやなに、妻から聞いたんです。

お隣さんが蚊に効く虫コナーズプレミアムを探しているって。

隣の夫：ほおこれがプレミアム。

ぶら下げるだけで半径1メートル、蚊を寄せつけないという。

夫：キャンプとかにもいいですよ。だから…

その棚にある高そうなワインと交換してくれませんか。

隣の夫：それはできないよ。妻と記念日に飲もうと思って

大事にとってあるやつだから。

夫：じゃあわたしの年収教えるから交換してくださいよ。

隣の夫：わたしは人の年収には興味がないタイプです。

夫：へえ。そういう人もいるんだ。変わってますね。

隣の夫：もう帰ってくれませんか。

夫：帰るよ。返せよキンチョウ虫コナーズプレミアム。

隣の夫：返すよ。使用上の注意をよく読んで正しくお使いください。

「棒シリーズ 二組の棒夫婦」篇

(いっさいの感情を排除した棒読みの会話劇)

みな：「二組の棒夫婦」

M: ♪ (抽象的な音楽)～

夫：そんなこんなで男たちは

それぞれに蚊に効く虫コナーズプレミアムを買い

夫・隣の夫：それぞれの家にぶら下げた。

隣の夫：そして家に蚊が侵入するのを防いだ。

妻：わたしたちは、コロナに打ち勝つべく

妻・隣の妻：とても高いハンドバッグを買った。

夫：ちょっといい虫コナーズ。

隣の夫：ちょっといいものは、

夫・隣の夫：うれしいものだ。

妻：とても高いハンドバッグは、

隣の妻：とても

妻・隣の妻：うれしい。

夫：ちょっといい夏になるといいですね。

隣の夫:そうですね。うちはおたくよりもう少しだけ、いい夏にしたいです。

隣の妻：あらあら、誰かと比べないことが幸せのコツですよ。

妻：さすが奥さん、いいこと言うわ。

わたしのハンドバッグの方がちょっと高いけど。

みな：あはははは　あはははは

隣の夫・隣の妻: ちょっといい夏

夫・妻：キンチョウ中コナーズプレミアム。

隣の妻：使用上の注意をよく読んで正しくお使いください。

デジタルメディア

蚊に効く 虫コナースプレミアム「聞いてへんで」篇、「いい夏」篇

KINCHO

製品情報CM情報書生大百科工場見学

ホーム・CM情報・CMライブラリ・KINCHOに関するニュース・お問い合わせ先「聞いてへんで」篇「いい夏」篇

蚊に効く虫コナースプレミアム
「聞いてへんで」篇「いい夏」篇

CM Detail

古書ぶらり屋BURARI DO

KINCHO

「聞いてへんで」篇

「いい夏」篇

企画図説

見るだけの簡単見わけのバイオニア「虫コナース」。3D立体構造メッシュに作りこまれた裏面が徐々に広がることで、最後まで安定した虫よけ効果を発揮します。そして今回登場の「蚊に効く虫コナースプレミアム」、屋外との項目に用いることで屋内への蚊の侵入を阻止するはもちろん、屋外では半径1m以内を寄せつけない効果も。今回のCMは、この新しい「製品」を皆様に見えていただくべく企画しました。

かどころ

「聞いてへんで」篇での長澤さんの鬼気迫る演技、「いい夏」篇でのお二人の微笑ましい会話、どちらも見ていただきたいと思います。

エピソード

出演は前回引き続き長澤まさみさん。お相手は今回初登場のシンジタのじろうさん。じろうさんには女優役のご主人を演じていただきました。撮影は実際にある会館で撮影を行いました。ただし陣列や夜間はと付間に変更しています。当日は真暑のかなり暑い日。そんな中で夏の夜の涼しさというかなんともない条件でしたが、秋風からそれを全く感じさせないお二人の微笑ましい会話、進行量の多い場所での撮影で、ご進行的な皆様にはご迷惑をおかけしたかもしれませんが、その際は皆様ありがとうございます。

出演者

長澤まさみ
じろう（シンジタ）

ストーリー

「聞いてへんで」篇

「いい夏」篇

1人?

関連商品

蚊に効く虫コナースプレミアム

使用媒体 ● フジテレビ

広告会社＝株式会社電通・株式会社ワトソン・クリック／制作会社＝株式会社電通クリエイティブX／クリエイティブ・ディレクター＝中治信博(株式会社ワトソン・クリック)／企画 プランナー＝中治信博(株式会社ワトソン・クリック)・古川雅之・直川隆久(株式会社電通(Creative KANSAI))／制作会社プロデューサー＝五十嵐一敏・市橋弘子(株式会社電通クリエイティブX)／監督＝大森立嗣(フリーランス)／撮影＝横憲治(フリーランス)／プロダクションマネージャー＝坂本祐紀子・柳沢諒(株式会社電通クリエイティブX)／照明＝水野研一(フリーランス)／美術＆フォント作成＝堀明元紀(株式会社ヌーヴェルヴァーグ)／ヘアメイク＝スズキミナコ・高橋将氣(フリーランス)／スタイリスト＝藤井牧子(オムライス)・石井大(フリーランス)／キャスティング＝津田優子(株式会社電通キャスティングアンドエンタテインメント)／オフラインポストプロダクション＝石橋秀幸(株式会社デジタルエッグ)／オフラインエディター＝早野亮(フリーランス)／オンラインポストプロダクション＝石橋秀幸(株式会社デジタルエッグ)／オンラインエディター＝米田知世(株式会社デジタルエッグ)／カラリスト＝北山夢人(株式会社MAGICA Lab.)／サウンド(ミキサー／SE等)＝島津未来介(フリーランス)／ロケコーディネーター＝櫻井慧(株式会社HIGH TIDE)／出演者＝長澤まさみ(東宝芸能株式会社)・仲野太賀(株式会社スターダストプロモーション)／広告会社 営業担当＝新宅慶之・寺門康徳・辻田基明・藤島雄輔(株式会社電通)

使用媒体 ● ニッポン放送・文化放送

広告会社＝株式会社電通／制作会社＝株式会社ヒッツコーポレーション／クリエイティブ・ディレクター＆企画 プランナー＆コピー＝古川雅之(株式会社電通(Creative KANSAI))／制作会社プロデューサー＝谷道忠(株式会社ヒッツコーポレーション)／演出 ディレクター＝古川雅之(株式会社電通(Creative KANSAI))／音楽制作会社＝株式会社ヒッツコーポレーション／音楽制作会社プロデューサー＝谷道忠(株式会社ヒッツコーポレーション)／プロダクションマネージャー＝林貫志(株式会社ヒッツコーポレーション)／サウンド(ミキサー／SE等)＝前田剛(株式会社ヒッツコーポレーション)／ナレーター＝三坂賢二郎・内山純貴(有限会社ライターズ・カンパニー)・りん(UUUM株式会社)・安富史郎(有限会社ワイワイワイ)・春木真里奈(フリーランス)・アッテンベルジェ北田あやめ(株式会社エーライツ)／作曲＝渡邊崇(フリーランス)／広告会社 営業担当＝新宅慶之・山本哲徳・多嶋田雅司(株式会社電通)／使用楽曲＝曲名：「棒夫婦」「棒親子」「隣の棒夫婦」「棒店員」「棒隣人」「二組の棒夫婦」・作曲：渡邊崇

使用媒体 ● デジタルメディア

広告会社＝株式会社電通／制作会社＝株式会社電通クリエイティブX／クリエイティブ・ディレクター＆企画 プランナー＆コピー＝古川雅之・直川隆久(株式会社電通(Creative KANSAI))／制作会社プロデューサー＝五十嵐一敏・市橋弘子(株式会社電通クリエイティブX)／演出 ディレクター＝大森立嗣(フリーランス)／撮影＝横憲治(フリーランス)／プロダクションマネージャー＝小林繁昭・牧村薫(株式会社電通クリエイティブX)／照明＝渡邊孝一(フリーランス)／美術＝堀明元紀(フリーランス)／コーディネーター＝櫻井慧(株式会社HIGH TIDE)／ポストプロダクション＝株式会社MAGICA Lab.大阪プロダクションセンター／オンラインエディター＝山崎忠幸(株式会社MAGICA Lab.大阪プロダクションセンター)／オフラインエディター＝早野亮(フリーランス)／サウンド(ミキサー／SE等)＝吉田憲義(シネマサウンドワークス株式会社)／キャスト＝長澤まさみ(東宝芸能株式会社)・シソンヌ じろう(吉本興業株式会社)／スタイリスト＝藤井牧子・額縁春樹(フリーランス)／ヘアメイク＝スズキミナコ・根本茉波(フリーランス)／キャスティング＝津田優子(株式会社電通キャスティングアンドエンタテインメント)／広告会社 営業担当＝新宅慶之・藤島雄輔・多嶋田雅司(株式会社電通)

メディア部門テレビ（60秒以上部門）最優秀賞

日本マクドナルド株式会社 月見バーガーシリーズ
月見ファミリー 父と娘「いま気づいたよ」篇

この度は、栄えある「メディア部門テレビ最優秀賞」をいただき、誠にありがとうございます。
審査に携わられた皆さまをはじめ、関係各位に厚く御礼を申し上げます。

月見バーガーは、1991年の登場から30年以上の長きにわたって、多くのお客様にご愛顧いただいております。4年前からは、「月を見る。心が上を向く。」というテーマのもと、月を見上げることで大切な人と心を通わせる人々を描いてきました。

今回受賞いたしましたテレビCMは、前年まで以上に共感いただけるように、以前からご担当いただいているクリエイティブチームと何度も議論を重ねたものです。親子の間にある「いっしょにいることがどんなに幸せなことか、いっしょにいるときはなかなか気づかない。」という普遍的なインサイトを元に、ひとり暮らしを始めた日の父娘の姿と一緒に暮らした日々を、それぞれ思い起こしながら月見シリーズの商品を味わい、満月を眺める姿を描きました。

これからもマクドナルドは、変化する社会やお客様のニーズに柔軟に対応し、進化を続けます。そして、持続可能な社会の実現に向けて取り組みながら、「おいしさと笑顔を地域の皆さまに」ご提供してまいります。

改めまして、今回の企画にご尽力いただきました皆さまに心から感謝申し上げますとともに、フジサンケイグループ広告大賞のますますのご発展をお祈り申し上げます。

日本マクドナルド株式会社
マーケティング本部
ナショナルマーケティング部
上席部長

西田 瑛太郎



日本マクドナルド株式会社 月見バーガーシリーズ 月見ファミリー 父と娘「いま気づいたよ」篇



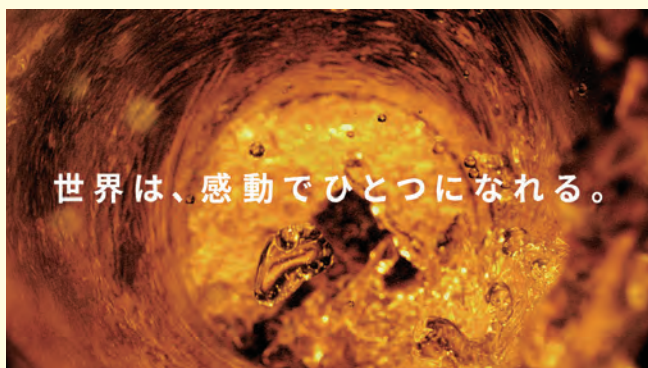
CI: 5 notes

コロナであろうとなかろうと、父と娘にはいつしか心の距離が生まれてしまうものです。応援していること、感謝していることをうまく伝えられない父と娘。でも秋の夜、月を見あげるときだけでも、おたがいのことにおもいを馳せてくれたら。娘を持つ父としての願望をこめて、毎年月見バーガーを味わっています。

企画制作＝株式会社電通・株式会社二番工房／クリエイティブ・ディレクター＝宮本貴司(株式会社電通)／コピーライター＆プランナー＝真子千絵美(株式会社電通)／アートディレクター＝高瀬能道(ビーコンコミュニケーションズ株式会社)／ストラテジックプランナー＝林宏樹(株式会社電通)／アカウントエグゼクティブ＝國政裕子・十塚玲美・高崎祥子・木賀奈保子(株式会社電通)／クリエイティブ・プロデューサー＝石崎智子(株式会社電通クリエイティブフォース)／プロデューサー＝徳植篤史・鳥香論(株式会社二番工房)／プロダクション・マネージャー＝伊藤風太(株式会社二番工房)／監督＝箱田優子(CluB_A)／撮影＝高木風太(フリーランス)／特機＝石塚新(有限会社グラフィス)／DIT＝大多和侑二(レスパシビジョン株式会社)／照明＝藤井勇(株式会社照太郎)／美術＝枝廣淳良(株式会社エダヒロ)／コーディネーター＝市川清治(有限会社チャンネル5)／ヘアメイク＝林裕子(フリーランス)・高橋幸一(株式会社Nestation)／スタイリスト＝増井芳江(フリーランス)・立花文乃(コイルマネジメント)／フードスタイリスト＝せんるいのりこ(株式会社ダイヤモンドスナップ)・國分真(株式会社カンミ)／カリスト＝石山将弘(アートンフィルム株式会社)／ミキサー＝倉田昌治(フリーランス)／SE＝磯村享平(株式会社録音処)／オフライン編集＝二宮卓(株式会社メガネフィルム)／オンライン編集＝高木陽平(株式会社IMAGICA Lab.)／タレント＝松重豊(有限会社ザズウ)・藤野涼子(株式会社ケイファクトリー)／使用楽曲＝曲名：三日月・作曲：麿香・西尾彦彦・作詞：麿香

メディア部門テレビ(60秒以上部門)優秀賞

アサヒビール株式会社 アサヒスーパードライ アサヒスーパードライ「ラグビーワールドカップ」あの興奮が再び篇



BSフジ 120秒×1

SE: 試合開始前の実況アナウンスと歓声

T: GO FOR 2023

ラグビーワールドカップ2023フランス大会 エンドースメントマーク

T: Asahi SUPER "DRY"

T: Both since 1987

T: ラグビーワールドカップ2023フランス大会 コンボジットマーク

SE: 優勝セレモニー スパーク音

T: 世界最高峰の舞台

T: 世界最高峰の興奮

T: 世界最高峰の感動

T: いかなる困難が立ちはだかろうとも

T: 立ち向かい

T: 前を向いて進んでいこう

SE: オールブラックス HAKA

T: お互いを認め合い

T: ひとつになり

T: みんなで歓喜を分かち合おう

T: 世界中の仲間とともに

T: 興奮と感動のパスをつないでいこう

T: 最高の明日へ

T: 世界は、感動でひとつになれる。

T: 最高の渇きに、DRY。

T: ラグビーワールドカップ2023フランス大会 エンドースメントマーク

T: Asahi SUPER "DRY"

ラグビーワールドカップ2023オフィシャルビール

使用媒体 ● BSフジ

企画制作＝株式会社電通／アカウントリード＝三田耕太郎・鈴木文彦・横野智洋(株式会社電通)／クリエイティブ・ディレクター＝神山浩之・森田章夫(株式会社電通)／プランナー＆コピーライター＝下倉一真(株式会社電通)／プランナー＝茂木彩海(株式会社電通)／クリエイティブ・プロデューサー＝宮崎剛・松田美加(株式会社電通クリエイティブフォース)／プロデューサー＝末田大輔(株式会社Tower Film)／プロダクションマネージャー＝梅内匡・押田歩・崔雪梅・土肥汀(株式会社Tower Film)／ディレクター＆オフライン編集＝中村優斗(フリーランス)／オンライン編集＝吉田宏治・平田憲三(株式会社ピラミッドフィルム PTHREE事業本部)／MA＝由井昌宏(株式会社ピラミッドフィルム PTHREE事業本部)／SE＝入江幸生(株式会社エアーサウンド)

メディア部門テレビ（60秒未満部門）最優秀賞

アサヒビール株式会社 アサヒ生ビール
「2022年もおつかれ生です」篇「黒生でおつかれ生です」篇「横丁とおつかれ生です」篇

この度は、第52回フジサンケイグループ広告大賞におきまして、「メディア部門テレビ最優秀賞」をいただき、誠にありがとうございます。審査に携わられた皆さまをはじめ、関係者各位に厚く御礼を申し上げます。

2022年は、いまだCovid-19の収束が見えぬままスタートしました。そんな状況下、少しでもお客さまに「いい1年になりそうだな」という期待感を抱いていただきたいという想いから放映した素材が、「2022年もおつかれ生です」篇でした。

また、2月からは「アサヒ生ビール黒生」の復活発売に合わせて「黒生でおつかれ生です」篇を、7月からは「横丁とおつかれ生です」篇を放映し、より癒やされる世界観の訴求を継続しています。

私たちがアサヒ生ビールブランドを通じて、お客さまへ感じていただきたいこと。それは“心のゆとり”から生まれる「ぬくもり」や「優しさ」は、なくしてはいけないのではないかということです。

昨年に引き続き、アサヒ生ビールブランドでこの栄えある賞をいただけたのは、この想いにお客さまが共感をしていただけたからではないかと考えております。

「日本のみなさん、おつかれ生です。」

引き続き、アサヒ生ビールブランドを通じて、少しでも「ぬくもり」や「優しさ」をお届けできたら幸いです。

最後になりますが、今回の広告制作にご尽力いただきました皆さまに心から感謝申し上げますとともに、フジサンケイグループ広告大賞のますますのご発展をお祈り申し上げます。

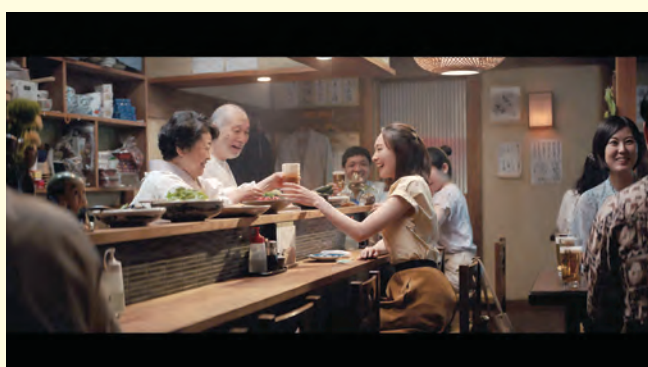
アサヒビール株式会社
理事 マーケティング本部 宣伝部長

望月 省二



メディア部門テレビ(60秒未満部門)最優秀賞

アサヒビール株式会社 アサヒ生ビール 「2022年もおつかれ生です」篇「黒生でおつかれ生です」篇「横丁とおつかれ生です」篇



フジテレビ・関西テレビ 30秒×3

「2022年もおつかれ生です」篇

S: アサヒ生ビール

♪～(竹内まりや「元気を出して」)

新垣: 新しい年です。
特別な日もいいけど
何気ない日を大事にできたなら……。

新垣: だから、お店で愛され続けてきた
このまろやかなアサヒ生ビールで

新垣: 日本のみなさん、おつかれ生です。

S: おつかれ生です。

新垣: アサヒ生ビール

S: まろやかなうまみ
“復活の生”
since1986

「黒生でおつかれ生です」篇

S: アサヒ生ビール

♪～(竹内まりや「元気を出して」)

新垣: あしたも世界がやさしくありますよ
うに……とか、思ったりして。
だから、ずっと前からお店で愛され
てきた、このまろやかな黒生ビ
ールで。

新垣: 今日の自分に、おつかれ生です。

S: おつかれ生です。

新垣: アサヒ生ビール、黒生、復活。

S: まろやかなうまみ
“復活の黒生”

「横丁とおつかれ生です」篇

S: アサヒ生ビール

♪～(竹内まりや「元気を出して」)

新垣: 人と人が集まるぬくもりって
やっぱりいいあって。
だから、お店で愛され続けてきた
このまろやかなアサヒ生ビールで。

新垣: 日本のみなさん、おつかれ生です。

S: おつかれ生です。

新垣: アサヒ生ビール

S: まろやかなうまみ
“復活の生”
since1986

制作者のことば



株式会社電通
クリエイティブディレクター／コピーライター
郡司 音

流行が変わり続ける慌ただしい世の中で、ずっと変わることなくお店で愛されてきたアサヒ生ビール(通称マルエフ)のまろやかな味わい。CMにおいても、そんなマルエフらしいゆったりとした「変わらない大切な時間」を描こうと心がけています。商品性とコミュニケーションは相似関係であるべきだし、それゆえに、良い商品だからこそ良いコミュニケーションが生まれる。もしかして当たり前かもしれませんが、このシリーズはそんな当たり前のことを改めて思い出させてくれました。僕の頭の中のイメージを、いつも想像を超えるクオリティで具現化してくれる優秀なスタッフに感謝します。この度は素敵な賞をありがとうございました。そして、おつかれ生です。

使用媒体 ● フジテレビ・関西テレビ

企画制作＝株式会社電通／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＝郡司音(株式会社電通)／アートディレクター＝勝村秀樹(株式会社電通)／アカウント・エグゼクティブ＝三田耕太郎・鈴木文彦・榎本圭太・久保信聡・森祥子・市村悟志(株式会社電通)／エージェンシープロデューサー＝岩佐遼太郎(株式会社電通)／プロデューサー＝高橋伸也(株式会社AOI Pro.)／プロダクションマネージャー＝鈴木彩花・松本有加(株式会社AOI Pro.)／ディレクター＝山本昌弘(Club_A)／カメラマン＝近藤哲也(株式会社THE OCTOPUS)／照明技師＝溝口知(フリーランス)／美術デザイナー＝小島伸介・藤枝智美(フリーランス)／スタイリスト＝長瀬哲朗(長瀬哲朗事務所)／ヘアメイク＝小西紳士(株式会社band)／サブキャストスタイリスト＝皆川美絵(株式会社 the few)／サブキャストヘアメイク＝スズキミナコ(フリーランス)／オンラインエディター＝瀬谷さくら(株式会社THE OCTOPUS)／オンラインエディター＝山本堅司(株式会社TREE Digital Studio DIGITAL GARDEN)／ミキサー＝石村高明(株式会社TREE Digital Studio DIGITAL GARDEN)／シズル＝秋山友世(株式会社topup)／フードスタイリスト＝中野鷹里(フリーランス)／ロケーションコーディネーター＝細谷法彦(株式会社BEAVERS)／キャスティング＝百武恵美子(フリーランス)／使用楽曲＝曲名: 元気を出して・作曲&作詞: 竹内まりや

メディア部門テレビ(60秒未満部門)優秀賞

日本マクドナルド株式会社 夜マック 夜マック店長シリーズ



フジテレビ・関西テレビ 30秒×6

「夜マック店長／登場」篇

M: ♪～夜想曲
NA(妻夫木): 私は夜をこよなく愛している。この世界がずっと夜だったらいいのに。
妻夫木: あー、よく寝た。
堀: ウー。
妻夫木: 今日はマントいらないや、仕事行くから。
堀: ウー、ウー? (仕事?)
妻夫木: そう、夜だけの仕事。
M: ♪～ムーンライト・セレナーデ
妻夫木: いらっしゃいませ。
お待たせしました。持てる?
ごゆっくりどうぞ。
伊藤: おなかへこべこ。
妻夫木: いらっしゃいませ。
伊藤: あれ、新しい店長さん?
妻夫木: はい。夜だけの夜マック店長です。
伊藤: 夜マック店長?
NA: 夜マックで何かが始まる。
T: おなかすいたね。
M: ♪～タラッタッタッタ～

「夜マック店長／倍バーガー」篇

M: ♪～夜想曲
NA: 夜マック店長
伊藤: 迷ったら…攻める! 攻める! 攻める!
青木: 攻めすぎて僕らプロジェクト外されたじゃないですか。
伊藤: ウリヤー!
妻夫木: おなかすいたでしょ?
伊藤: すいた…
M: ♪～ムーンライト・セレナーデ
妻夫木: 倍バーガーお待たせしました。
伊藤: 店長はスポーツやらないの?
妻夫木: スポーツはちょっと…
がんばれば空は飛べるんですけどね、
ゴウモリみたいに。
ハハハハハハハハ!
伊藤: なんか変、夜マック店長。
T: おなかすいたね。
NA: 夜マックの倍バーガー。
M: ♪～タラッタッタッタ～

「夜マック店長／ごはんバーガー(6月)」篇

M: ♪～夜想曲
NA: 夜マック店長
M: ♪～ムーンライト・セレナーデ
妻夫木: 新しいごはんバーガー出ますよ。
伊藤: またふるさとの味するかなあ…
伊藤: 私さ、周りと合わすってことができないんだよね。
堀: 協調性は大事だよ。
伊藤: ていうか周りが私に合わせればよくない?
堀: わりと女王様キャラ…
妻夫木: そのチキンガーリックベーコン、コシヒカリに合わせた味になっております。
伊藤: 女王様に合わせてきたか。
妻夫木: 女王様!!
T: おなかすいたね。
NA: 夜マックのごはんバーガー。チキンガーリックベーコン登場。
伊藤: 店長も今度田植えやってみない?
妻夫木: そんなことしたら溶けちゃいます。
M: ♪～タラッタッタッタ～

「夜マック店長／ボテナゲ」篇

M: ♪～夜想曲
NA: 夜マック店長
妻夫木: あー。
青木: すみません、僕の力不足で…
伊藤: 君だけのせいじゃないよ。
泣くかなー? 仕事でミスったぐらいで落ち込みすぎ。
妻夫木: おなかすいたでしょ?
伊藤: すいた。え、誰?
M: ♪～ムーンライト・セレナーデ
妻夫木: ボテナゲ、おトクですよ。
伊藤: じゃあそれ。
伊藤: 夜マック店長はさ、昼間何してるの?
妻夫木: 寝てます! 狭い箱の中で。
伊藤: アハハ…そうなんだ。
T: おなかすいたね。
NA: 夜マックはボテナゲがおトク。
スパイシーなボテナゲも。
M: ♪～タラッタッタッタ～

「夜マック店長／ごはんバーガー(4月)」篇

M: ♪～夜想曲
妻夫木: あーよく寝た。
堀: ウー。
妻夫木: あれ、また人間だったころを思い出してるのか。
じゃ、仕事行ってくる。
M: ♪～ムーンライト・セレナーデ
妻夫木: いかがですか? 新しいごはんバーガー。
伊藤: なんかふるさとの味する…
堀: 米作りはいいだろ、ヒカリちゃん。
東京なんか行かないでくれよ、ヒカリちゃん。
妻夫木: ヒカリさんっていうんですか。
伊藤: そう、私の名前はコシ・ヒカリ。
T: おなかすいたね。
NA: 新潟県産コシヒカリ使用。夜マックのごはんチキンタツタ。
伊藤: そういや堀のおじさん連絡取れないらしい…
堀: ウー。
M: ♪～タラッタッタッタ～

「夜マック／家族でボテナゲ」篇

M: ♪～夜想曲
T: 夜マック店長
妻夫木: あー、よく寝た。
仕事行ってくる…、ん?
子供: バイするーい!
妻夫木: おまえ家族いたの?
堀: はい。
T: はい…
妻夫木: いつのまに…
M: ♪～ムーンライト・セレナーデ
伊藤: おなかすいたー!
妻夫木: ボテナゲおトクですよ。
伊藤: じゃあそれ!
伊藤: これ家族と食べるのとまたおいしいんだよね。
T: おなかすいたね。
NA: 家族にもおすすめ。おトクなボテナゲ。
妻夫木: ほら、ボテナゲ。
子供: おじさんもアーン。
M: ♪～タラッタッタッタ～

使用媒体 ● フジテレビ・関西テレビ

企画制作＝連株式会社・株式会社ワンスカイ・株式会社電通・ビーコンコミュニケーションズ株式会社・株式会社tRADEMARK・株式会社ギークビジュアルズ/クリエイティブ・ディレクター＝佐々木宏(連株式会社)/プランナー＆コピーライター＝福里真一(株式会社ワンスカイ)/コピーライター＝照井晶博(株式会社照井晶博)/アートディレクター＝浜辺明弘(株式会社WATCH)・高瀬能道(ビーコンコミュニケーションズ株式会社)/アカウント・エグゼクティブ＝辻崎英介・清野絢・高崎祥子(株式会社電通)/プロデューサー＝谷村直泰(株式会社ギークビジュアルズ)/ディレクター＝八木敏幸(フリーランス)/カメラマン＝宝智陽志郎(株式会社電通クリエイティブキューブ)/照明技師＝山崎公彦(株式会社電通クリエイティブキューブ)/美術デザイナー＝高瀬勇人(株式会社サンク・アール)/プロダクション・マネージャー＝沖鷹信(フリーランス)/ヘアメイク＝勇見勝彦(株式会社サイモン)・岡澤愛子(フリーランス)/スタイリスト＝伊藤佐智子(株式会社ブリュック)/キャスティング＝植芝禎子(株式会社電通キャスティングアンドエンタテインメント)/オフライン編集＝市川渉(フリーランス)/オンライン編集＝神田剛志(株式会社十十)/CG＝宮武泰明(株式会社フランク)/ミキサー＝田岡政文(フリーランス)/効果音＝中野豊(仕事屋)/フードスタイリスト＝左近充英子(フリーランス)/音楽プロデューサー＝緑川徹(株式会社メロディー・パンチ)/特殊メイク＝江川悦子(株式会社メイクアップディメンションズ)

メディア部門新聞最優秀賞

牛乳石鹼共進社株式会社 カウブランド赤箱 洗う門には福来る

この度は、フジサンケイグループさまより、昨年に引き続きこのような栄誉ある賞をいただき誠に光栄に存じます。今回の受賞作品である「洗う門には福来る」は、新型コロナウイルス禍の中、緊急事態宣言が解除されても“手洗いの重要性を伝えていきたい”という想いで、お正月に広告を掲載いたしました。ビジュアルの制作では、石けんをお正月のシンボルである鏡餅にみたてることで、年末年始に久しぶりに家族や友人と会えるおめでたい雰囲気と、手洗いの啓発を両立できるように工夫をしました。

お正月という誰もが気になる時期と、大きな赤い牛のインパクトも相まって、たくさんの方から反響をいただきました。ご尽力いただいた制作関係者の方々に感謝を申し上げます。この賞を励みとして、今後もたくさんの方に意味あるメッセージを届けられるように、引き続き業界活動及び広告活動にも注力してまいります。

新型コロナウイルスへの緊急事態宣言は解除されましたが、手洗いに解除はありません。正しい手洗いの重要性が増えている今、みなさんがより安心して生活できるよう、これからも商品やサービスだけでなく、様々な活動を通して「美と清潔と健康にお役立ち」できる牛乳石鹼を目指してまいります。今後さらに社会不安が一日でも早く解消されて平穏な日々が取り戻されることを切に願い、皆さまのご健康とご多幸を心よりお祈り申し上げ、受賞のご挨拶とさせていただきます。

牛乳石鹼共進社株式会社
コーポレートコミュニケーション室室長

宮崎 清伍



メディア部門新聞最優秀賞

牛乳石鹸共進社株式会社 カウブランド赤箱 洗う門には福来る



産経新聞 1月1日 15段

制作者のこぼ



産経新聞大阪本社
メディア営業局
アカウント・エグゼクティブ
阪井 干城

コロナ禍の元旦広告ということで、「お正月」、「手洗い」、牛乳石鹸を象徴する「赤箱」をテーマに制作しました。石けんを鏡餅に見立てたビジュアルは、実物で作ったものです。何時間もかけて撮影した、選りすぐりの1枚です。「洗う門には福来る」というコピーには、元旦に広告を見た方が良い新年を迎えられますようにという思いが込められています。牛乳石鹸共進社様の商品および企業姿勢や思いが伝わればと考え、インパクトのある広告を制作できたことが、結果として受賞につながったと思っています。ひとえに、制作を託してくださった広告主様のご理解、思いと意図を具現化してくださった優秀な制作スタッフの皆様あってこそ。深く感謝しております。

使用媒体 ● 産経新聞

企画制作＝産経新聞社・株式会社MAQ／アカウント・エグゼクティブ＝阪井干城(産経新聞社)／クリエイティブ・ディレクター＝北 茂(株式会社MAQ)／アートディレクター & デザイナー＝谷垣穂咲菜(株式会社MAQ)／コピーライター＝田中陽太(株式会社MAQ)／撮影＝寺田智也(3S)／レタッチャー＝山田和史(へそ)

メディア部門新聞優秀賞

大日本除虫菊株式会社 お風呂の防カビムエンダー ダウンサイズ新聞広告



産経新聞 6月10日 15段



産経新聞 6月11日 5段



一面フロントアド

使用媒体 ● 産経新聞

企画制作＝株式会社電通(Creative KANSAI)/広告会社＝株式会社電通/制作会社＝株式会社モノリス・株式会社電通クリエイティブX・株式会社YONDE/クリエイティブ・ディレクター＝古川雅之(株式会社電通(Creative KANSAI))/企画 プランナー＝古川雅之・直川隆久・茗荷恭平(株式会社電通(Creative KANSAI))/コピー＝古川雅之(株式会社電通(Creative KANSAI))/アートディレクター＝茗荷恭平(株式会社電通(Creative KANSAI))・大松敬和(株式会社モノリス)/デザイナー＝水江隆・玉井智子(株式会社モノリス)/制作会社プロデューサー＝市橋弘子(株式会社電通クリエイティブX)/web制作ディレクター＝米田英史(株式会社電通クリエイティブX)/ARクリエイター＝田坂加純(株式会社YONDE)/プロダクションマネージャー＝田中亜樹(株式会社電通クリエイティブX)/製版＝株式会社トーン・アップ/広告会社 営業担当＝新宅慶之・山本哲徳・多嶋田雅司(株式会社電通)



産経新聞 6月12日 一面フロントアド

メディア部門新聞デジタルプロモーション賞

日本ハム株式会社 シャウエッセン シャウエッセン断髪式

第52回より、本部門において「デジタルプロモーション賞」を新設しました。新聞広告およびデジタル媒体・SNSなどを効果的に活用したマーケティング活動が審査対象です。

今回は、企業の本気度と強いメッセージを新聞広告で表現だけでなく、その広告を掲載したというニュースを含めてSNSで幅広いユーザーに同時発信・拡散した本作品が受賞となりました。また、原稿内に公式YouTubeのリンクを記載することで、読者にムービー施策と新聞との連動を体感してもらうことを意識した点も評価されました。

新聞



産経新聞 2月1日 15版

デジタルメディア



公式Twitter



YouTube



HP

使用媒体 ● 産経新聞

企画制作＝株式会社電通・たき工房／クリエイティブ・ディレクター＝高柳謙介(株式会社電通)／プランナー・コピーライター＝早坂尚樹(株式会社電通)／アートディレクター＝上田美緒(株式会社電通)／クリエイティブ・プロデューサー＝草刈裕子・中谷瑞希・宮内七海(株式会社電通クリエイティブフォース)／アカウント・エグゼクティブ＝藤原英正・川中増久・中尾洋平・田中智之・池田圭介(株式会社電通)／カメラマン＝芦埜翔太(株式会社アン)／レタッチャー＝青柳圭介(株式会社アン)／フォトプロデューサー＝里見勇人(株式会社WOIL)／美術＝名嘉真秀(SUI)／デザイナー＝岩立葉々恵(たき工房)／製版・印刷＝松本麻希(株式会社日庄)

メディア部門ラジオ（40 秒以上部門）最優秀賞
パナソニック株式会社 VIOフェリエ 「VIOのうた はみ出る」篇

この度はこのような名誉ある賞をいただき、ありがとうございます。

日本ではまだまだタブー視されがちなデリケートゾーンの話。VIOケアについても御多分に漏れず、話題にしにくい風潮がゆえに正しいケアの方法がわからずに不安を感じているかたや、誤った方法でお手入れをしてしまい肌にダメージを負ってしまうかたは少なくありません。このような状況に対して、少しでもポジティブな働きかけができないかと思ったのが制作のきっかけです。

VIO専用シェーバーを販売しているパナソニックだからこそ、そして音声のみのラジオCMだからこそ伝えられることがあるはず…！と考え、踏み込んだ内容での制作にトライしました。

VIOケアとの付き合い方に苦闘する人物の等身大の様子を、おなじみの童謡の軽快なメロディーにのせて歌うことで、ユーモアのあるラジオCMにできたのではないかと思います。

VIOのあれこれを明るくポップに、あっけらかんと扱うことで、「VIOってこんなテンションでオープンに話題にしていいいんだ」と認識が変わったり、身近な方とVIOケアについて話すきっかけとなることを願っています。VIOケアは恥ずかしい話題でも特別なことでもないということ、そして心地よい状態であるために自由に・簡単にお手入れができる「VIOフェリエ」という選択肢があるということをお伝えできれば幸いです。

最後に、本ラジオCMを選んでくださった審査員のみなさま、サポートしてくださった関係者のみなさまに心より感謝を申し上げます。誠にありがとうございました。

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

井上 和



メディア部門ラジオ (40秒以上部門) 最優秀賞

パナソニック株式会社 VIO フェリエ 「VIOのうた はみ出る」篇

♪～

M: ムダ毛がボーボー生い茂る V-I-V-I-O

Oh 映像では見せられない V-I-V-I-O

脱衣所で チラ見する あの子は チョビチョコビ 私はモリモリ

カミソリで 剃ってみる チクチク ジョリジョリ 想定外

下着の端から こんにちは わんぱく V-I-O

NA: しぶとい毛も自由自在に整える。
デリケートゾーン専用シェーバー「VIOフェリエ」。

M: ツルツル チョビチョコビ 長さも形も自由に V-I-O

CI: Panasonic

ラジオ大阪 40秒×1



制作者のことば



P34掲載

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

井上 和

使用媒体 ● ラジオ大阪

企画制作＝パナソニック株式会社・株式会社大広WEDO・エイトビート株式会社／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＝吉岡由祐・畠山侑子（株式会社大広WEDO）／プランナー＆コピーライター＆ディレクター＝井上和（パナソニック株式会社）／プロデューサー＝宮伸聡（エイトビート株式会社）／オーディオエンジニア＝堀修生（フリーランス）・太田友基（株式会社音響ハウス）／音楽（作詞）＝井上和（パナソニック株式会社）／音楽（編曲）＝山口高始（フリーランス）／ナレーター＝神由紀子（豪勢堂 GLove）／音楽（歌）＝ENA（フリーランス）／使用楽曲＝曲名：OLD MACDONALD HAD A FARM（ゆかいな牧場）・作曲＆作詞：Traditional

メディア部門ラジオ(40秒以上部門)優秀賞

パナソニック株式会社 パナソニック補聴器 「わたしの勇気」篇

女性：私は、耳が聞こえづらいです。

難聴のこと、普段はあまり言いたくないけど、
今日は勇気を出してラジオCMに出ています。

NA：彼女は、パナソニックの社員。情熱のある若手だ。

女性：みなさんは、友達とご飯に行く時、何を基準にお店を決めますか？

…私は、「静か」なお店かどうかです。

賑やかな場所だと、他の音に埋もれて、
相手の声がうまく聞き取れないから。

でも、友達に我慢させたくなくて、賑やかなお店を選んだ時には、
聞こえてなくても「へえ〜」って、聞こえたフリをすることもあります。

ほんとうは賑やかな居酒屋で、友達と会話を楽しみたい。

人の溢れる街を歩きたい。

どんな場所でも、大切なひとの声を聞きたい。

想いを込めて今、
一番伝えたいことをナレーションにしてみました。

パナソニックのデジタル補聴器は、
賑やかな場所では騒音を抑えつつ、
話し手の声を集中的に拾う設定に自動で切替えます。

聞こえる幸せを増やしたいです！

NA：うーん、やっぱり情熱家だ。

CI：Panasonic



ラジオ大阪 90秒×1

使用媒体 ● ラジオ大阪

企画制作＝パナソニック株式会社・株式会社大広WEDO・エイトビート株式会社／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＝吉岡由祐・畠山侑子(株式会社大広WEDO)／プランナー＆コピーライター＆ディレクター＝田中さくら(パナソニック株式会社)／
プロデューサー＝一宮伸聡(エイトビート株式会社)／オーディオエンジニア＝堀修生(フリーランス)・太田友基(株式会社音響ハウス)／ナレーター＝池田優里(パナソニック
オペレーションエクセレンス株式会社)・葉月チョビ(豪勢堂 GLove)

メディア部門ラジオ（40秒未満部門）最優秀賞

パナソニック株式会社 VIOフェリエ 「ジャングル」篇

この度は、メディア部門のラジオ（40秒未満部門）最優秀賞の受賞、誠にありがとうございます。

剃るか？ 剃らないか？ 価値観や美意識が刻々と変化している昨今。すべての人にとって、手入れするという選択肢が正解なわけではありません。ですが、手入れをしたいというお客さまには、便利で快適な商品をお届けしたい。わたしたちの提供する「VIOフェリエ」は、誰でもかんたんに、デリケートゾーンをやさしくお手入れできる商品です。

ある日、通販サイトやSNSで口コミを眺めていると、自身のVIOをジャングルや盆栽などに例え、商品価値をユニークに表現している方を発見。これは、ラジオCMにすると面白くなりそうだ！ということで、すぐに企画を考え始めました。制作にあたって大切にしたのは、音を活かすこと。そして、説明をしすぎないこと。ラジオという音声メディアは、映像がない分、想像の余白があるメディアだと思います。映像では見せられないVIOの変化を音で表現することで、20秒らしい、楽しいラジオCMにすることができました。

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まいります。そして、多くの人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います。

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



メディア部門ラジオ(40秒未満部門)最優秀賞

パナソニック株式会社 VIOフェリエ 「ジャングル」篇

女: 私のVIO事情。

昨日までは…

SE: (ジャングルの音)

女: でも、今日からは…

SE: (静かな庭園の音)

女: 騒がしいジャングルに、さようなら。

デリケートゾーン専用シェーバー「VIOフェリエ」。

CI: Panasonic

ラジオ大阪 20秒×1



制作者のことば



P37掲載

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

使用媒体 ● ラジオ大阪

企画制作＝パナソニック株式会社・株式会社大広WEDO・エイトビート株式会社／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＝吉岡由祐・畠山侑子(株式会社大広WEDO)／プランナー&コピーライター&ディレクター＝谷口泰星(パナソニック株式会社)／プロデューサー＝一宮伸聡(エイトビート株式会社)／オーディオエンジニア＝堀修生(フリーランス)・太田友基(株式会社音響ハウス)／ナレーター＝雪乃さやか(懸樋プロダクション)

メディア部門ラジオ(40秒未満部門)優秀賞

味の素株式会社 企業広告 変化 「電車」篇、「革靴」篇、「シャワー」篇

変化 「電車」篇

SE: (「ガタンゴトン」という電車の音)

女: 在宅ワークで通勤時間がなくなったので…

SE: (電車の音が「グツグツ」という煮える音に乗り替わる)

女: 牛すじの煮込み、つくってみました。

NA: 時短もいいけど、ときには時間をたっぷりかける。

そんなメニュー、レシピ大百科で公開中。

SL: ♪ AJINOMOTO

変化 「革靴」篇

SE: (「コツコツコツ」という革靴の音)

男: リモートワークで外回りが減ったので…

SE: (革靴の音が「トントン」と叩く音に乗り替わる)

男: 豚肉を叩いて、ポークソテーつくってます。

NA: 時短もいいけど、ときには時間をたっぷりかける。

そんなメニュー、レシピ大百科で公開中。

SL: ♪ AJINOMOTO

変化 「シャワー」篇

SE: (シャワーの音)

女: 在宅勤務で、朝シャンしなくていいので…

SE: (シャワーの音が「サーッ」と炒める音に乗り替わる)

女: 玉ねぎが餡色になるまで炒めて、オニオンスープつくってます。

NA: 時短もいいけど、ときには時間をたっぷりかける。

そんなメニュー、レシピ大百科で公開中。

SL: ♪ AJINOMOTO

ラジオ大阪 20秒×3

使用媒体 ● ラジオ大阪
企画制作＝株式会社電通・株式会社大日・株式会社トビラ／クリエイティブ・ディレクター＝玉山貴康(株式会社電通)／プランナー&コピーライター&ディレクター＝佐藤延夫(株式会社トビラ)／プロデューサー＝鳥海義輝(株式会社大日)／プロダクションマネージャー＝小林邦啓(株式会社大日)／ナレーター＝中尾衣里(株式会社大沢事務所)・岡本マミ(有限会社TruthJapan)・名倉右喬(株式会社豪勢堂)／音響効果＝鈴木隆弘(フリーランス)／ミキサー＝藤田ルリ子(株式会社大日)／アカウント・エグゼクティブ＝小野瀬麻斗(株式会社電通)

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まいりました。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まいります。そして、多くの人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えます。

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。



Panasonic

実家にかえる。
電球をかえる。
そんな、親孝行がある。

2022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すように。

長寿命・省エネのあかり
「パルックLED電球」

●パナソニックは2000種類、1500種類以上の電球の取り扱い、約10年保証です。点灯寿命は設計値であり保証値ではありません。

SPA ! 2頁

制作者のこぼ



株式会社ヒルズ
アートディレクター

河野 誉通

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＝河野誉通（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）

ユウキ食品株式会社 世界の調味料・食材 シリーズ連載「旅する“世界のグルメ”手帖」



メディア部門雑誌デジタルプロモーション賞

電気事業連合会 企業広告 「電力の安定供給について考える企業広告シリーズ」

第52回より、本部門において「デジタルプロモーション賞」を新設しました。雑誌広告およびデジタル媒体・SNSなどを効果的に活用したマーケティング活動が審査対象です。

「電力の安定供給の重要性」をテーマに長期展開した本作品では、女性読者に向けて、電柱や電線の保守・点検に携わる、配電部門の第一線で活躍する電力会社社員の訓練風景や節電方法について各雑誌記事で紹介。同コンテンツをデジタル媒体でも掲載し、広く拡散を図りました。また本プロモーションはInstagramフォトコンテスト「日常の風景にある電力」とも連動しており、一般生活者が写真撮影やSNS投稿という体験を通して同テーマについて考えるという機会を創出した点も評価されました。

雑誌



ESSE 8月号 2頁

デジタルメディア



ESSEonline

女子SPA!



ESSE 新年号 3頁

使用媒体 ● ESSE・SPA！

企画制作＝電気事業連合会／株式会社扶桑社／撮影＝山川修一（ESSE8月号／扶桑社所属）・我妻慶一（女子SPA!）・落合隆仁（ESSE新年号）／スタイリスト＝高橋美帆（ESSE8月号、新年号）／ヘアメイク＝イワタユイナ（ESSE8月号）・yumi（ESSE新年号／ThreePEACE所属）／ライター＝平川恵（ESSE8月号、新年号）・関由佳（女子SPA!）／デザイン＝山下可絵（ESSE8月号、新年号）／タレント＝辻元舞（ESSE8月号、新年号）・丸山晴美（女子SPA!）

クリエイティブ部門テレビ優秀賞

日本ハム株式会社 シャウエッセン シャウエッセン断髪式



フジテレビ 30秒×1

司会: 37年間、見事な横綱相撲を見せてくれたシャウエッセン。
プラスチック使用量を28%カット。
エコなシャウへと生まれ変わろうとしています。
決してさよならではありません。
ここから、始まっていくのです。

観客: シャウ! シャウ~!
少女: エコー!

司会: ついに時代が動きました!
改めまして。初めまして、シャウエッセン!

S: シャウ、断髪。

NA: 新しいパッケージへ。

使用媒体 ● フジテレビ

企画制作=株式会社電通・株式会社二番工房/クリエイティブ・ディレクター=高柳謙介(株式会社電通)/プランナー・コピーライター=早坂尚樹(株式会社電通)/アートディレクター=上田美緒(株式会社電通)/クリエイティブ・プロデューサー=草薙裕子・中谷瑞希・宮内七海(株式会社電通クリエイティブフォース)/アカウント・エグゼクティブ=藤原英正・川中増久・中尾洋平・田中智之・池田圭介(株式会社電通)/プロデューサー=久代真司(株式会社二番工房)/プロダクションマネージャー=市倉大輔(株式会社二番工房)/演出=岩崎裕介(OND°)/撮影=湯越慶太(OND°)/照明=深谷笑平(フリーランス)/美術=吉嶺直樹(SUI)/スタイリスト=野中沙織(フリーランス)/ヘアメイク=舟崎彩乃(UpperCrust)/オフラインオンライン編集=大森優希(オフライン)(OND°)・緑川和志/ミキサー=福森彩奈/ナレーター=鍛冶本大樹・石山蓮華/キャストिंग=山内知一(コセイ)

クリエイティブ部門新聞優秀賞

大日本除虫菊株式会社 お風呂の防カビムエンダー ダウンサイズ新聞広告



産経新聞 6月10日 15段



産経新聞 6月11日 5段



一面フロントアド

使用媒体 ● 産経新聞

企画制作＝株式会社電通(Creative KANSAI)/広告会社＝株式会社電通/
制作会社＝株式会社モノリス・株式会社電通クリエイティブX・株式会社YONDE
/クリエイティブ・ディレクター＝古川雅之(株式会社電通(Creative KANSAI))
/企画 プランナー＝古川雅之・直川隆久・茗荷恭平(株式会社電通(Creative KANSAI))
/コピー＝古川雅之(株式会社電通(Creative KANSAI))/アート
ディレクター＝茗荷恭平(株式会社電通(Creative KANSAI))・大松敬和(株
式会社モノリス)/デザイナー＝水江隆・玉井智子(株式会社モノリス)/制作
会社プロデューサー＝市橋弘子(株式会社電通クリエイティブX)/web制作
ディレクター＝米田英史(株式会社電通クリエイティブX)/ARクリエイター＝
田坂加純(株式会社YONDE)/プロダクションマネージャー＝田中亜樹(株
式会社電通クリエイティブX)/製版＝株式会社トーン・アップ/広告会社 営業
担当＝新宅慶之・山本哲徳・多嶋田雅司(株式会社電通)



産経新聞 6月12日 一面フロントアド

クリエイティブ部門ラジオ優秀賞

パナソニック株式会社 VIO フェリエ 「ジャングル」篇

女：私のVIO事情。

昨日までは…

SE：(ジャングルの音)

女：でも、今日からは…

SE：(静かな庭園の音)

女：騒がしいジャングルに、さようなら。

デリケートゾーン専用シェーバー「VIO フェリエ」。

CI：Panasonic

ラジオ大阪 20秒×1



使用媒体 ● ラジオ大阪

企画制作＝パナソニック株式会社・株式会社大広WEDO・エイトビート株式会社／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＝吉岡由祐・畠山侑子(株式会社大広WEDO)／プランナー＆コピーライター＆ディレクター＝谷口泰星(パナソニック株式会社)／プロデューサー＝一宮伸聡(エイトビート株式会社)／オーディオエンジニア＝堀修生(フリーランス)・太田友基(株式会社音響ハウス)／ナレーター＝雪乃さやか(懸樋プロダクション)

クリエイティブ部門雑誌優秀賞

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。

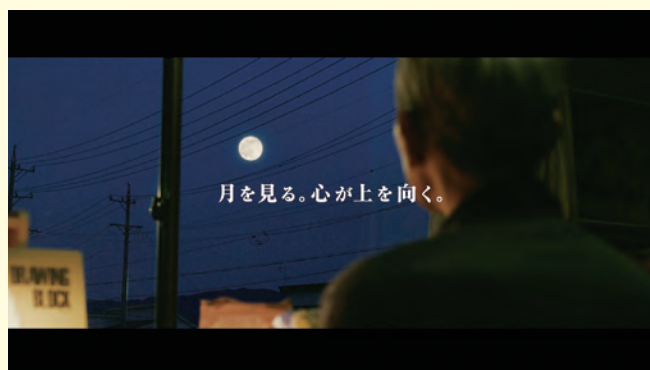
SPA ! 2頁

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＝河野善通(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＝笹崎彩(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)

パブリック部門テレビ優秀賞

日本マクドナルド株式会社 月見バーガーシリーズ 月見ファミリー 父と娘「いま気づいたよ」篇



フジテレビ 60秒×1

M: ♪『三日月』(絢香)

娘(藤野涼子): 私の部屋使っていいから。

父(松重豊): ああ。

娘(藤野涼子): じゃ。

父(松重豊) OFF: いま気づいたよ。騒がしいってのも、楽しかったこと。

父(松重豊): 遅いな。

娘(藤野涼子) OFF: いま気づいたよ。待っててくれるって、嬉しいこと。

父(松重豊): おい、おいっ! …ちゃんと食べよ。

娘(藤野涼子) OFF: お節介って、あったかいこと。

父(松重豊) OFF: 思ってる以上に、成長してたこと。

T: 月を見る。心が上を向く。

NA: 月見バーガー。月見パイ。
今年は、こく旨すき焼き月見と、栗のモンブランの
月見マックフルーリーも。

CI: 5 notes

使用媒体 ● フジテレビ

企画制作=株式会社電通・株式会社二番工房/クリエイティブ・ディレクター=宮本貴司(株式会社電通)/コピーライター&プランナー=真子千絵美(株式会社電通)/アートディレクター=高瀬能道(ビーコンコミュニケーションズ株式会社)/ストラテジックプランナー=林宏樹(株式会社電通)/アカウント・エグゼクティブ=國政裕子・十塚玲美・高崎祥子・木賀奈保子(株式会社電通)/クリエイティブ・プロデューサー=石崎智子(株式会社電通クリエイティブフォース)/プロデューサー=徳植篤史・島香論(株式会社二番工房)/プロダクション・マネージャー=伊藤風太(株式会社二番工房)/監督=箱田優子(Club_A)/撮影=高木風太(フリーランス)/特機=石塚新(有限会社グリフィス)/DIT=大多和侑二(レスパシジョン株式会社)/照明=藤井勇(株式会社照太郎)/美術=枝廣淳良(株式会社エダヒロ)/コーディネーター=市川清治(有限会社チャンネル5)/ヘアメイク=林裕子(フリーランス)・高橋幸一(株式会社Nestation)/スタイリスト=増井芳江(フリーランス)・立花文乃(コイルマネジメント)/フードスタイリスト=せんるいのりこ(株式会社ダイヤモンドスナップ)・國分真(株式会社カンミ)/カラリスト=石山将弘(アートンフィルム株式会社)/ミキサー=倉田昌治(フリーランス)/SE=磯村享平(株式会社録音処)/オフライン編集=二宮卓(株式会社メガネフィルム)/オンライン編集=高木陽平(株式会社IMAGICA Lab.)/タレント=松重豊(有限会社ザズウ)・藤野涼子(株式会社ケイファクトリー)/使用楽曲=曲名: 三日月・作曲: 絢香、西尾芳彦・作詞: 絢香

パブリック部門新聞優秀賞

牛乳石鹸共進社株式会社 企業広告 来年も、いい湯になりますように。



産経新聞 12月31日 テレビ面逆T字変形広告

使用媒体 ● 産経新聞

企画制作＝産経新聞社・株式会社MAQ／アカウント・エグゼクティブ＝阪井干城(産経新聞社)／クリエイティブ・ディレクター＝北 茂(株式会社MAQ)／アートディレクター
& デザイナー＝谷垣穂咲菜(株式会社MAQ)／コピーライター＝田中陽太(株式会社MAQ)／撮影＝寺田智也(3S)／レタッチャー＝山田和史(へそ)

パブリック部門ラジオ優秀賞

大塚製薬株式会社 カロリーメイト 「リスニングテスト」篇

Na: リスニングテスト。次の英語を聞いて、問いに答えなさい。

英語: BALANCED FOOD Calorie Mate BLOCK.

受験生: (心の声、以下同じ) え? いまカロリーメイトって言った?

英語: CALORIE MATE BLOCK contains a nutritionally balanced source of the energy needed for daily activities.

受験生: これ、カロリーメイトのパッケージに書いてあるやつじゃない?

英語: CALORIE MATE BLOCK is great for people who are always on-the-go, needing an easy way of consuming energy...

受験生: 普通これ試験に出す?

うわあ、ちゃんと一回読んでけばよかった。

何言ってるか1ミリもわかんねえ...

英語: ...and nutrition whether it is for breakfast, work, sports, study, or any busy time.

受験生: お! ビジータン、忙しいときにぴったりってことか。

英語: Product: Balanced nutrition food (solid type).

受験生: バランス栄養食だ! だんだんわかってきたぞ!

英語: Nutrition information per serving (80g): Energy 400kcal.

受験生: 一箱、400kcalか。

英語: Note: To insure freshness, please eat as soon as possible after opening the package.

受験生: ASAP! パッケージを開けたらすぐ食べる!

SE: ガサガサガサ (パッケージを開ける音)

英語: Uhhh, yummy.

受験生: 食べてる!! すぐ食べてる!!!

英語: Ganbaru jukensei no soba ni. (頑張る受験生のそばに)

受験生: 突然の日本語!

英語・受験生: Calorie Mate. (カロリーメイト)



ラジオ大阪 60秒×1

使用媒体 ● ラジオ大阪

企画制作＝株式会社電通・株式会社古川裕也事務所／エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター＝古川裕也(株式会社古川裕也事務所)／クリエイティブ・ディレクター＝山本渉(株式会社電通)／コピーライター＝山本修(株式会社電通)／プロデューサー＝森田一成・東竜太(株式会社ビッグフェイス)／ディレクター＝森田一成(株式会社ビッグフェイス)／ミキサー＝犬丸正弘(株式会社ステップ)・清水勇輝(株式会社音響ハウス)／タレント＝伊藤えりこ、アナンダ・ジェイコブズ、大政凜／キャスティング＝森田一成・東竜太・中川蓉(株式会社ビッグフェイス)／プロダクションマネージャー＝中川蓉(株式会社ビッグフェイス)



屋台で出合った「ケフタ」はハリッサが味のアクセント

調味料界の新星「ハリッサ」をご存じですか？ チュニジアやモロッコなどで使われている辛味調味料で、わかりやすく説明すると北アフリカ版の豆板醤のようなもの。日本でこそ数年前、雑誌やテレビなどで取り上げられ、じわじわと人気急上昇中。辛さのなかにまじりこみ、スパイスの清涼感が絶妙なバランスで溢れ、料理や食材の味を引き立ててくれるのが魅力なんですよ。本場モロッコではどこかのスーパーでも売っていて、家庭でも手づくりされるほか、青唐辛子でつくった緑のハリッサもあります。使い方は、クスクスを食べるときにスープに溶かして辛味をつけるのが定番の食べ方のひとつ。タジン鍋に添えたり、オリーブのマリネにプラスしたり、肉や魚の下味としても活用されます。私がモロッコを訪れたときには、リーズナブルなグルメが食べられることで有名な「ジャマ・エル・フナ広場」の屋台群でも、ハリッサがパツパツ焼いた「ケフタ」というミートボー

ルにありついた思い出があります。

フレッシュな野菜と一緒にいただくのがおすすめ

夕刻になると、広場にはどこからともなくたくさんの屋台が現れて、あちこちから立ち上る煙とともに、スパイスでいい香りが漂います。現地では、焼き網の間に肉ダネを焼き、炭火で焼いたものが提供されるので、香ばしさもひとしお。それをフレッシュなトマトのソースにつけて食べるのですが、これがさっぱりしていくらでもいただけるおいしさです。今回はそれをアレンジして、フライパンで焼いたケフタをモロッコカンサダと合わせました。手軽に楽しめるエスニック料理として、ぜひ魅惑の味を体験してみてください！



使った調味料はコレ

ハリッサ
110g X300 (税込Y24)
※希釈・希釈後使用

皮をチーペーストをベースに複数のスパイスを組み合わせる辛味調味料。和洋中どんな料理にも万能に使って、味にアクセントもつ、深みのある味わい。

ケフタ モロッコ風ミートボール

材料(2人分)

牛ひき肉……………250g
A[タマネギ(みじん切り)1個 オリーブオイル大さじ2 イタリアンパセリ、香葉(各約10枚)大さじ1 ハリッサ小さじ1 塩、パプリカパウダー各小さじ1]
B[オリーブオイル大さじ1 レモン汁大さじ1 塩小さじ1 イタリアンパセリ、香葉(各約10枚) 各適量]

作り方

①ボウルにひき肉とAを入れてよく練り混ぜる。10等分して小判形にまとめる。
②フライパンにオリーブオイルを中火で熱し、①を焼く。焼き色がついたら上下を返し、少しずらしてフタをし、2-3分焼く。
③ケフタはヘタと縁を除いて5mm角に切る。キュウリ、紫タマネギを5mm角に切る。ボウルにすべてを入れ、Bを加えてよく混ぜ合わせる。
④③に②を敷いて②を盛り、レモンを添える。

肉ダネの味づくりにハリッサを加えるだけで、ピリっとした辛味とスパイスな香りがついてエスニックな味に仕上がります。



問い合わせ先/ユウキ食品 お客様相談センター☎0120-69-5321 (9:00~17:00 土・日・祝日を除く) 4

(撮影/横山久子 イラスト/森 千章 取材・文/城石真紀子 デザイン/宮島信太郎(SHIRT))



審査委員長特別賞

日産自動車株式会社 日産サクラ TVCM「サクラ 電気自動車になった軽」篇、雑誌「モーターファン」掲載広告、デジタル等

電気自動車（EV）の需要がますます高まるなか、日本を象徴する花である桜のように日本の代表的な電気で走る軽自動車になろうという商品名に相応しく、「マカロニえんぴつ」のポップな曲に乗って松たか子さんが軽快に運転する走行シーンに桜吹雪が舞うCM映像はとても明るく楽しい。雑誌広告、Web展開との統一感ある連動とも相まって、ワクワクする運転気分がよく伝わってくる。人々の行動範囲がより広がっていく期待感を抱かせてくれる広告だった。

（宮田亮平・審査委員長）

TV



T: NISSAN SAKURA

松たか子: 私の軽は 充電100%から始まる

さあ いこう

日産サクラ

音楽: ♪マカロニえんぴつ×松たか子 (NISSAN SAKURA ver)

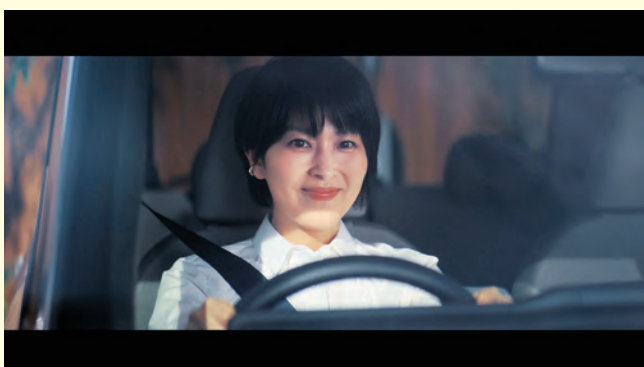
松たか子: 電気自動車になった日産の軽 サクラ ついに登場

電気の時代だね



T: やっちゃえNISSAN

CI: NISSAN



フジテレビ・関西テレビ 30秒×1



モーターファン 1頁

デジタルメディア



Google・Yahoo!・LINE・facebook その他

使用媒体 ● フジテレビ・関西テレビ

企画制作＝TBWA\HAKUHODO・AOI Pro./クリエイティブ・ディレクター＝高橋律仁(TBWA\HAKUHODO)/アートディレクター＝伊藤裕平・松田健志(TBWA\HAKUHODO)/コピーライター＝内田翔子(TBWA\HAKUHODO)/アカウント・エグゼクティブ＝藤井拓真・濱橋潤・鈴木啓介(TBWA\HAKUHODO)/エージェンシープロデューサー＝長井千佳子(TBWA\HAKUHODO)/プロデューサー＝水迫恵介・岩間徹郎・井上俊輝(AOI Pro.)/プロダクションマネージャー＝小辻博也・砂川絃一(AOI Pro.)/監督＝田中裕介(CAVIAR)/撮影＝岡村良憲(STURGEON)/照明＝高倉進/デザイン＝ENZO(R.mond inc.)/スタイリスト＝杉本学子(WHITNEY)/ヘアメイク＝中野明海(AIR NOTES)/使用楽曲＝曲名：たましいの居場所・作曲＆作詞：はっとり(マカロニえんぴつ)

使用媒体 ● モーターファン

企画制作＝TBWA\HAKUHODO・AOI Pro./クリエイティブ・ディレクター＝高橋律仁(TBWA\HAKUHODO)/アートディレクター＝伊藤裕平・松田健志(TBWA\HAKUHODO)/コピーライター＝内田翔子(TBWA\HAKUHODO)/アカウント・エグゼクティブ＝藤井拓真・濱橋潤・鈴木啓介・齊藤剛(TBWA\HAKUHODO)/エージェンシープロデューサー＝長井千佳子(TBWA\HAKUHODO)/プロデューサー＝水迫恵介・岩間徹郎・井上俊輝(AOI Pro.)/プロダクションマネージャー＝小辻博也・砂川絃一(AOI Pro.)/カメラマン＝片村文人(片村文人写真事務所)/美術＝Enzo(R.mond inc.)/照明＝高倉進/スタイリスト＝杉本学子(WHITNEY)/ヘアメイク＝中野明海(AIR NOTES)/レタチャー＝畠山祐二(博報堂プロダクツ)/レタチャープロデューサー＝前川早苗(博報堂プロダクツ)

特別部門

大塚製薬株式会社

すっかり受験シーズンの風物詩となりつつあるのがバランス栄養食「カロリーメイト」が受験生を応援する大塚製薬のCMです。今回の作品は、入学以来3年間“非日常”な学生生活を送ってきた今の受験生のリアルな姿を、彼らの最もそばにいるスマホの視点から描くことで、より高い共感性や同時代性を生み出しました。また、Mrs. GREEN APPLE「僕のこと」をオーケストラアレンジで楽曲起用。メンバー自身がCMにこっそり出演！という点でも話題性のある作品となりました。

そんな120秒バージョンのCMが地上波ではたった一度、「FNS歌謡祭」でオンエアされました。放送直後、“泣いた”“感動した”などの声がTwitterトレンド入りして大きな反響をよびました。

「進もう、すべてを栄養にして。」というメッセージを込めて、頑張る受験生へエールを贈り続ける同社に特別部門賞を贈呈します。

(フジテレビ)



特別部門

貝印株式会社

高校生のスイーツ日本一を決定する「スイーツ甲子園」。「スイーツを通じて、全国の高校生たちに自己表現や、夢の実現のチャンスを提供したい」との思いから2008年に第1回大会としてスタートしたこの事業は、貝印株式会社から立ち上げ時から主催社として参画し、大会を大きく育ててくれました。

2020年の第13回大会から主催が産経新聞社に移管された後も、特別協賛社として貝印株式会社から継続的にサポートしていただいております。このイベントを通じてお菓子作りが大好きな高校生の「夢」を応援し、第一線で活躍するシェフやパティシエと触れ合う貴重な機会を提供するという成果に結びついています。

「顧客のよこび 社員のほこり 社会のしあわせ パートナーとともに学びつづける企業」という企業理念を、この「スイーツ甲子園」においても真摯に体现し続ける姿勢に深く敬意を表し、特別部門賞を贈呈します。

(産経新聞社)



アサヒスーパードライの36年目のフルリニューアルを記念して、スーパードライ誕生の際に広告塔として飛ばした飛行船「スーパードライ号」が復活。「新スーパードライ号」として全国を巡回するPR企画を実施。その飛行船の係留地（千葉県野田市）のイベント会場から、2022年5月5日（木・祝）に公開生放送を実施しました。

コロナ禍で行動が制限され、気持ちも晴れない日々が続く中、「新スーパードライ号」を“見上げる（＝LOOK UP）”ことで、心が上向きになり、日本中が晴れやかな気持ちになってほしい、という思いで始まった本キャンペーン。

ニッポン放送では「LOOK UP! JAPAN ～みんなで空を見上げよう～」として、リスナーが前向きになる「夢」を番組中にTwitterで募集。ラジオでも一部のコメントを紹介したのち、その夢をニッポン放送スタッフが責任をもってステッカーに代筆し、来場者が夢を記入した横断幕に、リスナー皆さんの夢を追加しました。

皆さんの夢を乗せた「新スーパードライ号」は、番組終了後に次の目的地へと飛び立つという、ラジオ（放送）、Twitter、そしてリアル（イベント会場）を融合させた特別番組です。

番組の中では前向きになれる楽曲紹介や、ビールに合うおつまみの簡単クッキングコーナー（試食あり）など、コロナ前の当たり前を少し取り戻すきっかけとなりました。リスナーはもちろん、係留地のイベント会場への来場者、番組出演者、スタッフの気分も上向きになった企画になりました。

（ニッポン放送）



特別部門

株式会社明治

明治は、2022年4月より文化放送の番組「花澤香菜のひとりできるかな？」に提供し、2022年に発売60周年を迎えた「明治アーモンドチョコレート」や、発売30周年を迎えた「メルティーキッス」などを中心とした数々のロングセラー商品と、パーソナリティの人気声優・花澤香菜さんのファンとの間に、強い絆を育てる展開を行いました。

同社はラジオリスナーの熱量、とりわけ声優ファンのコミュニティ性の高さに注目し、ファンが集う「場」であるラジオ番組や番組公式SNSを通じて各商品を自然な形で露出するだけでなく、ラジオ企画としては珍しい、商品レシピの実食やリスナー参加型の電話企画など、常に話題を提供することでブランドへの親近感を高めることに成功しました。

番組は文化放送のインターネットラジオ「超！A & G+」での放送を含め番組開始から15年を数えます。長年の放送を通して培われてきたリスナーの持つコミュニティ性、及びラジオ自体が持つ「場」の構築力を巧みに活用したコミュニケーションの成功例として、特別部門賞を贈呈します。

(文化放送)

健康にアイデアを
meiji
「カリッ」と香ばしい
明治アーモンドチョコレート

ALMOND
meiji
CHOCOLATE

60TH
ANNIVERSARY

おめでとうございます!

明治 presents
Kana Hanazawa
花澤香菜の
ひとりで
できるかな?

文化放送 毎週日曜日午後10時30分～11時00分放送
文化放送アニラジ専門ストリーミング配信チャンネル「超！A&G+」でも放送中！ 株式会社明治



山崎製パン株式会社

おなじみの食パン「ロイヤルブレッド」をはじめ、「ランチパック」「具たっぷり中華まん」「カレーパン」「アップルパイ」といった総菜パンや菓子パンなどさまざまなヤマザキパンを使って、〈ちょい足し〉や〈リベイク〉などのアレンジレシピを提案し、毎日の食卓に“背伸びしすぎない、けれど新しいパンの楽しみ方”を届け続けています。

季節やトレンドだけではなく、コロナ禍によって制限されたライフスタイルまでもが考慮されたESSEならではの等身大のレシピの数々は、「すぐにできそう」「子どもと作ってみたい」「こんなアレンジがあったんだ」といった反響を呼び、多くの読者の心をとらえ、支持されていることに対して特別部門賞を贈呈します。

今日のパン
はちまぐブレッド

食卓に彩り豊かなお料理を添えて
提供。一食全体のカロリーをさらに
1食も上げない。このお料理
1つで1人1食分のカロリーが摂れます

甘いポウチ皿で、
いつもの食卓に
さわやかさをプラス

ちよど
いい暮らし
ヤマザキパン
Vol.11

100%ポテトサラダ

料理が映える白と
ちやうどいいサイズ感が
使いたい手づかみパン♪

盛り合わせのうちは、カボチャを
フルーツにもするん。鶏肉の塩を
よくこねたらいいそう！ ほどう
塩が足りるから、汁の味は砂糖も
別に。漬けるのうらやま、砂糖も

**パンと一緒に！
優秀ポテト皿で
盛りつけラクチン♪**

どんな料理を盛りつけてもおいしそうに見える、それでいて
使いやすくて楽なこのこと。そんなカボチャまな板をす
て「ポテト皿」で、「白とちやうどいいサイズ感」です。たとえ
は気持ちいい。このフルーツと鶏肉のサラダが食べたくな
って、とってもおしに決まりました。使ったポテトのうま
みは、食味が映える白と白と、絶妙な50%の塩で、この
深さが、コロっとおんなじの料理をうらに盛りつけてもまな
板になること。塩味はややゆめめの15%で、サラダなら〜2人
分の量がたっぷり入ります。サラダスープののびに、取り
入れても汁気は足りて使え。使った分おさられば、毎日の
食卓で活躍すること間違いなし！

**「白とちやうどいいサイズ感」が
お品数28種28点分までみずらえる！**

今年度は、贈りものへ大さなご賞をいただけるポテト皿。
お品数28種28点分まで使えるポテト皿（お品数28種28点分）
※お品数28種28点分（お品数28種28点分）
※お品数28種28点分（お品数28種28点分）
※お品数28種28点分（お品数28種28点分）



「まよひ」のメニュー

**お弁当にも
便利!**

「ランチパック・ピーナツ」
お弁当に使いやすいパック
裏面に定食・レシピ付
「ランチパックお弁当」が
お弁当の定番



今日のパン

ランチパック まなご

優しい味わいのまなごフィリングと
もっちりパンでサンド、大人にも子ども
にも愛される定番商品



**ボリュームも見ためも
満点なサンドイッチを
手軽につくろう!**

見ためも華やかなサンドイッチは、お弁当に使うのスイー
プと違って、家族たがりの立派なランチにも、と。具
材はいろいろと揃ったのが大変、そんなときに頼り
に「ランチパック」なとほ、常備の「まなご」や焼
き、漬物や卵やツクリやカレーと。さらに組み合わせ
り決まるから、生野菜や市販のサラダチキンを挟むだけ
ツクリや肉類、賞味じゃがいもや、餅のイモローケー
がいたは見てもいいサンドイッチであらうという完成
品です。種類が豊富で「ランチパック」は、お弁当ほ
うでもスイープもあつた。組み合わせたアイデアは
「ランチパック」のボリュームサンド、ぜひ試みて!

ヤマザキパンの「まなご」のイメージ 期間中
「白米」が「白米」のイメージがもたらせる

メニューが豊富で「まなご」は、お弁当に使うのスイー
プと違って、家族たがりの立派なランチにも、と。具
材はいろいろと揃ったのが大変、そんなときに頼り
に「ランチパック」なとほ、常備の「まなご」や焼
き、漬物や卵やツクリやカレーと。さらに組み合わせ
り決まるから、生野菜や市販のサラダチキンを挟むだけ
ツクリや肉類、賞味じゃがいもや、餅のイモローケー
がいたは見てもいいサンドイッチであらうという完成
品です。種類が豊富で「ランチパック」は、お弁当ほ
うでもスイープもあつた。組み合わせたアイデアは
「ランチパック」のボリュームサンド、ぜひ試みて!



ソーシャル インパクト賞

公益社団法人ACジャパン 2022 AC全国キャンペーンA 「寛容ラップ」篇

現代社会ではますます多様性が求められる一方で、異なる立場や考え方に対する不寛容な行動も問題になっているといえます。そんななか、「不寛容な時代～現代社会の公共マナーとは」をテーマとするこの作品では、ラップのバトルを通じて「たたくより、たたえ合おう」というメッセージを発信。お互いに相手を尊重し認め合うことの大切さと、そこから生まれる交流を明快かつ印象深く伝えました。本作品の放送以来、社会的に大きな反響を呼び、人々の行動や意識にも影響を与えたことを評価してソーシャル インパクト賞を贈呈します。

TV



フジテレビ・関西テレビ 60秒×1

お婆さん：ろっぴやくと…?

レジ店員：639円です

お婆さん：さんじゅう…ごえん…

ごめんなさいね 遅くてね… 5円がちょっと… あれ…

SE: (靴音)

お婆さん：ごめんなさい…

SE: (靴音)

呂布さん：♪ Yo! もしかして焦ってんのか おばーさん

♪ 誰も怒ってなんかない

♪ アンタのペースでいいんだ 何も気にすんな

♪ 自分らしく 堂々と生きるんだ

お婆さん：♪ 迷惑かけてしまってるなって

♪ 焦ったらまさかの 優しい発言

♪ アタシも反省 見た目で判断

♪ もう要らないわ 色眼鏡なんか

呂布さん：♪ みんな違うの 当たり前

お婆さん：♪ アタシはアタシで アナタはアナタ

呂布さん：♪ 誰もが出来る

お婆さん：♪ みんな持つてる

2人：♪ ひとり一人に リスペクト!

レジ店員：♪ たたくより たたえ合おう～それが 優しい世界～

NA/T: たたくより、たたえ合おう。

CI: ACジャパン

RADIO

レジ店員：639円です

お婆さん：お財布どこだったかしら…え～とあら…

呂布さん：なに会計でもたついてんだあのばあさん

ひとこと言ってやるか…

SE: (靴音)

呂布さん：♪ Yo! もしかして焦ってんのか おばーさん

♪ 誰も怒ってなんかない

♪ アンタのペースでいいんだ 何も気にすんな

♪ 自分らしく 堂々と生きるんだ

お婆さん：♪ 迷惑かけてしまってるなって

♪ 焦ったらまさかの 優しい発言

♪ アタシも反省 見た目で判断

♪ もう要らないわ 色眼鏡なんか

呂布さん：♪ みんな違うの 当たり前

2人：♪ ひとり一人に リスペクト!

2人：イエーッ!

NA: たたくより、たたえ合おう。

CI: ACジャパン

ニッポン放送・文化放送 40秒×1



気づきを、動きへ。

[illegible]

産経新聞 7月1日 15段

使用媒体 ● フジテレビ・関西テレビ

企画制作＝株式会社 東急エージェンシー(関西支社・株式会社 高映企画・株式会社 アンクル／クリエイティブディレクター＆コピーライター＝森井聖浩(株式会社 東急エージェンシー(関西支社)／プランナー＝辻菜穂子・泉谷智規・森井聖浩・植木沙織・川上毅・湊佑樹／プロデューサー＝森浩介・泉谷智規(株式会社 高映企画)／プロダクションマネージャー＝山本紋香・小田渉(株式会社 高映企画)／ディレクター＝小林達行／カメラマン＝古賀康隆／ライトマン＝東岡充／美術＝西川泰弘／ヘアメイク＝赤澤洋平／スタイリスト＝川崎祐美／キャスティング＝久保ゆき乃／音楽プロデューサー＝榎裕一(株式会社 ステップ)／タレント＝呂布カルマ・小田原さち・蘭／編集＝(オフライン・オンライン) 大西正人(現場オフライン) 山崎忠幸／録音＝中村将人／MAミキサー＝山下卓哉(株式会社 ステップ)／使用楽曲＝曲名：オリジナル・作曲：TAKU(韻シスト)・作詞：小林達行・呂布カルマ

使用媒体 ● ニッポン放送・文化放送

企画制作＝株式会社 東急エージェンシー・関西支社・株式会社 高映企画・株式会社 アンクル／クリエイティブディレクター＆コピーライター＝森井聖浩（株式会社 東急エージェンシー・関西支社）／プロデューサー＝森浩介・泉谷智規（株式会社 高映企画）／ディレクター＝小林達行／MAミキサー＝山下卓哉（株式会社 ステップ）／タレント＝呂布カルマ・小田原さち・蘭／使用楽曲＝曲名：オリジナル・作曲：TAKU（韻シスト）・作詞：小林達行・呂布カルマ

使用媒体 ● 産経新聞

企画制作＝株式会社 東急エージェンシー関西支社・株式会社 アンクル・株式会社 高映企画／クリエイティブディレクター＆コピーライター＝森井聖浩（株式会社 東急エージェンシー関西支社）／アートディレクター＝湊佑樹（株式会社 アンクル）／デザイナー＝辻菜穂子・小川真季・西原美羽（株式会社 アンクル）／制作会社プロデューサー＝岡信明宏（株式会社 アンクル）／フォトグラファー＝島田洋平

審査委員長（敬称略）

宮田 亮平 前文化庁長官、金工作家

メディアミックス部門 審査委員一覧

●広告主（社名五十音順・敬称略・2023年1月時点）

楠神 輝美	旭化成株式会社	広報部長
片上 崇	味の素株式会社	理事 食品事業本部 広告部長
鹿毛 康司	エステー株式会社	株式会社かげこうじ事務所 代表取締役
坂本 秀治	株式会社NTTドコモ	ブランドコミュニケーション部長
大塚 宗太郎	キリンビール株式会社	マーケティング部 メディアグループ統括マネージャー 主幹
馬場 剛史	KDDI株式会社	ブランド・コミュニケーション本部長
堀田 晶子	サントリーホールディングス株式会社	宣伝部 部長
高橋 満	資生堂ジャパン株式会社	メディア戦略部長
辻本 聡	トヨタ・コニック・プロ株式会社	メディアコミュニケーション担当部長
島田 敬太	日産自動車株式会社	日本マーケティング本部ブランド&メディア戦略部 主管
今西 周	日本コカ・コーラ株式会社	ジャパン&コリアオペレーティングユニット マーケティング本部 IMX事業本部長
三宅 英貴	ハウス食品グループ本社株式会社	広告統括部長
相川 貴之	パナソニックオペレーションズ株式会社	コーポレート・コミュニケーションセンター所長
松山 健児	株式会社明治	宣伝部長
猪瀬 剛宏	森永製菓株式会社	広告部長
熊切 淳	株式会社リクルート	プロダクトデザイン・マーケティング総括室付 デイビジョンオフィサー

●各界（氏名五十音順・敬称略）

秋元 康	作詞家
稲増 龍夫	法政大学 社会学部教授
太田 麻衣子	株式会社博報堂 執行役員エグゼクティブクリエイティブディレクター
嶋村 和恵	早稲田大学 商学部教授
西橋 佐知子	株式会社電通 クリエーティブ&ナレッジ推進センター MD

メディア部門(活字) 審査委員一覧 (社名五十音順・敬称略・2023年1月時点)

石谷 和佳子	あいおいニッセイ同和損害保険株式会社 広報部長
森本 潤一	エースコック株式会社 マーケティング部広告宣伝グループ 課長
鈴木 曜	貝印株式会社 執行役員 CMO
田辺 義晴	鹿島建設株式会社 広報室長
多胡 賢之	月桂冠株式会社 専務取締役 営業本部長
織田 浩行	株式会社コーセー 宣伝部 部長
隅野 叙雄	株式会社集英社 専務取締役
小島 敦	株式会社SUBARU マーケティング推進部長
泉本 圭介	大和ハウス工業株式会社 執行役員 経営管理本部 総合宣伝部長
塚本 英邦	学校法人塚本学院 副理事長
大橋 太郎	東京ガス株式会社 執行役員広報部長
田原 光晃	日本たばこ産業株式会社 パブリックリレーション部長
谷垣 浩司	野村ホールディングス株式会社 執行役員
土澤 壇	東日本旅客鉄道株式会社 コーポレート・コミュニケーション部門長

メディア部門(電波) 審査委員一覧 (社名五十音順・敬称略・2023年1月時点)

望月 省二	アサヒビール株式会社 理事 宣伝部長
今井 陽子	アマゾンジャパン合同会社 シニア・コンテンツ・アクイゾン・マネージャー アマゾンミュージック
熊谷 知未	SBSホールディングス株式会社 IR・広報部長
緑川 美津雄	株式会社崎陽軒 専務取締役
横井 仁和	サッポロビール株式会社 ビール&RTD事業部メディア統括グループリーダー
杉野 潤子	株式会社集英社 宣伝部部長
伊藤 幸民	大正製薬株式会社 メディア推進部長
伊賀 耕介	太陽生命保険株式会社 広報部長
石塚 康貴	久光エージェンシー株式会社 広告部 部長
佐藤 理奈	フランスベッド株式会社 宣伝広告課課長
香川 洋一	一般財団法人BOATRACE振興会 常務理事
阿部 敬人	三菱電機株式会社 執行役員宣伝部長

クリエイティブ部門 審査委員一覧 (氏名五十音順・敬称略・2023年1月時点)

座長 稲増 龍夫	法政大学 社会学部教授		
犬童 一心	C&Iエンタテインメント株式会社 映画監督・CMディレクター	残間 里江子	株式会社キャンディッドプロデュース プロデューサー
井上 由美子	脚本家	田中 里沙	株式会社宣伝会議 取締役 事業構想大学院大学学長
大友 啓史	株式会社大友啓史事務所 映画監督	谷山 雅計	コピーライター
加納 典明	株式会社イシ 写真家	中島 信也	CMディレクター
栗栖 良依	ミラクル株式会社 アートプロデューサー	箭内 道彦	風とロック有限公司 クリエイティブディレクター 東京藝術大学 美術学部 デザイン科 教授
鴻上 尚史	株式会社サードステージ 劇作家／演出家	山田 美保子	放送作家・コラムニスト

「第52回フジサンケイグループ広告大賞」受賞作品一覧（計33賞）

	賞		受賞	商品名	作品名
メディアミックス部門	グランプリ		サントリーホールディングス株式会社	企業広告	素晴らしい過去になろう
	優 秀 賞		アサヒビール株式会社	アサヒスーパードライ	アサヒスーパードライ メディアミックス
			サントリーホールディングス株式会社	BOSS	宇宙人ジョーンズ・禁じられた惑星
			大日本除虫菊株式会社	虫コナーズ	TVCM「無防備」篇、ラジオCM: 虫コナーズプレミアム「棒シリーズ」、デジタル等
メディア部門	テレビ (60秒以上部門)	最優秀賞	日本マクドナルド株式会社	月見バーガーシリーズ	月見ファミリー 父と娘「いま気づいたよ」 篇
		優秀賞	アサヒビール株式会社	アサヒスーパードライ	アサヒスーパードライ「ラグビーワールドカップ」あの興奮が再び篇
	テレビ (60秒未満部門)	最優秀賞	アサヒビール株式会社	アサヒ生ビール	「2022年もおつかれ生です」篇「黒生でおつかれ生です」 篇 「横丁とおつかれ生です」 篇
		優秀賞	日本マクドナルド株式会社	夜マック	夜マック店長シリーズ
	新 聞	最優秀賞	牛乳石鹼共進社株式会社	カウブランド赤箱	洗う門には福来る
		優秀賞	大日本除虫菊株式会社	お風呂の防カビムエンダー	ダウンサイズ新聞広告
		デジタル プロモーション賞	日本ハム株式会社	シャウエッセン	シャウエッセン断髪式
	ラジオ (40秒以上部門)	最優秀賞	パナソニック株式会社	VIOフェリエ	「VIOのうた はみ出る」 篇
		優秀賞	パナソニック株式会社	パナソニック補聴器	「わたしの勇氣」 篇
	ラジオ (40秒未満部門)	最優秀賞	パナソニック株式会社	VIOフェリエ	「ジャングル」 篇
		優秀賞	味の素株式会社	企業広告	変化 「電車」 篇、「革靴」 篇、「シャワー」 篇
	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。
		優秀賞	ユウキ食品株式会社	世界の調味料・食材	シリーズ連載「旅する“世界のグルメ”手帖」
		デジタル プロモーション賞	電気事業連合会	企業広告	「電力の安定供給について考える企業広告シリーズ」
クリエイティブ部門	テ レ ビ	優秀賞	日本ハム株式会社	シャウエッセン	シャウエッセン断髪式
	新 聞		大日本除虫菊株式会社	お風呂の防カビムエンダー	ダウンサイズ新聞広告
	ラ ジ オ		パナソニック株式会社	VIOフェリエ	「ジャングル」 篇
	雑 誌		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。
パブリック部門	テ レ ビ	優秀賞	日本マクドナルド株式会社	月見バーガーシリーズ	月見ファミリー 父と娘「いま気づいたよ」 篇
	新 聞		牛乳石鹼共進社株式会社	企業広告	来年も、いい湯になりますように。
	ラ ジ オ		大塚製薬株式会社	カロリーメイト	「リスニングテスト」 篇
	雑 誌		ユウキ食品株式会社	世界の調味料・食材	シリーズ連載「旅する“世界のグルメ”手帖」
審査委員長特別賞			日産自動車株式会社	日産サクラ	TVCM「サクラ 電気自動車になった軽」 篇、雑誌「モーターファン」掲載広告、デジタル等
特 別 部 門			大塚製薬株式会社		
			貝印株式会社		
			アサヒビール株式会社		
			株式会社明治		
			山崎製パン株式会社		
ソーシャル インパクト賞			公益社団法人ACジャパン	2022AC全国キャンペーンA	「寛容ラップ」 篇

第52回フジサンケイグループ広告大賞
〔非売品〕

発 行 日：2023年4月11日（火）
発 行 者：フジサンケイグループ広告大賞運営委員会
編 集：フジサンケイグループ広告大賞審査部会
制 作・印 刷：サンケイ総合印刷
表 紙・扉：金田有記、石嶋将光
フジサンケイグループ広告大賞ホームページ：<https://www.fujisankei-g.co.jp/koukoku-taisho/>
※本書の無断転載を禁じます。



主催：フジテレビ 8カンテレ BSフジ

産経新聞 サンケイスポーツ タリフジ 文化放送

ニッポン放送 ラジオ大阪 扶桑社