



新しいが生まれる。



フジサンケイグループ
広告大賞

総評・贈賞式	2
賞牌	4
審査講評	5
●メディアミックス部門	
グランプリ	6
優秀賞	12
●メディア部門	
テレビ(60秒以上部門) 最優秀賞	22
優秀賞	24
テレビ(60秒未満部門) 最優秀賞	25
優秀賞	27
新聞最優秀賞	28
新聞優秀賞	30
新聞デジタルプロモーション賞	31
ラジオ(40秒以上部門) 最優秀賞	32
優秀賞	34
ラジオ(40秒未満部門) 最優秀賞	35
優秀賞	37
雑誌最優秀賞	38
雑誌優秀賞	40
雑誌デジタルプロモーション賞	41
●クリエイティブ部門	
テレビ優秀賞	42
新聞優秀賞	43
ラジオ優秀賞	44
雑誌優秀賞	45
●パブリック部門	
テレビ優秀賞	46
新聞優秀賞	47
ラジオ優秀賞	48
雑誌優秀賞	49
●審査委員長特別賞	50
●特別部門	52
審査委員一覧	57
受賞作品一覧	59

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53回フジサンケイグループ広告大賞」は、2023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28作品、各メディア部門にはテレビ60作品、ラジオ60作品、新聞60作品、雑誌81作品、計289作品の応募がありました。

約3年にわたるコロナ禍での行動制限から日常生活を取り戻しはじめた今回は、各部門で企業や商品の特色を力強く伝える個性豊かな作品が多くありました。

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9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32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・各団体の皆さまをはじめ、審査に携わっていただいた審査委員の皆さまに、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、何卒よろしくお願ひ申し上げます。



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
大塚製薬株式会社
井上眞 代表取締役社長
(メディアミックス部門グランプリ)



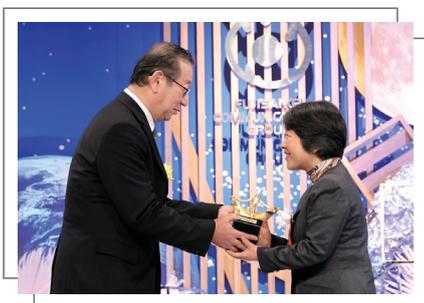
株式会社フジテレビジョンの港浩一代表取締役社長より記念のトロフィーを受け取る
東海旅客鉄道株式会社
糸川浩二 広報部 部長
(メディア部門テレビ60秒以上部門最優秀賞)



受賞社を代表して挨拶をする
大塚製薬株式会社
井上真 代表取締役社長
(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 コミュニケーションデザイン部 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
東日本旅客鉄道株式会社
伊藤敦子 常務取締役
(メディア部門新聞最優秀賞)



株式会社ニッポン放送の榎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
ライオン株式会社
片桐理 ビジネス開発センター クリエイティブデザイン部 部長
(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
高須泰行 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 食領域チーム チームリーダー
(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
貝印株式会社
鈴木曜 上席執行役員 CMO AUGERブランドディレクター
(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
積水ハウス株式会社
足立紀生 常務執行役員 コミュニケーションデザイン部長
(審査委員長特別賞)



司会を務めた
フジテレビ・佐野瑞樹アナ(写真左)、島田彩夏アナ

贈賞式：2024年4月9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53回フジサンケイグループ広告大賞・賞牌

第53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

今回は全体として明るい兆しを感じさせる広告や、ここ数年の何ともいえない抑圧された気分からいよいよ解放されたような空気感を感じさせる広告が多かった。「メディアミックス部門グランプリ」の大塚製菓のポカリスエット「青が舞う」篇はまさにそんな作品で、世の中がコロナ禍から徐々に脱却する中、これまでの重苦しい不安や停滞感を、弾ける躍動感で一気に払拭するような表現が支持を集めたのだと思う。また、企業姿勢や社会課題の解決への取り組みなどを伝える広告に加えて、生活に身近な商品の名前やブランドをよりストレートかつ面白く訴求して、消費に直接的に働きかけるようなインパクトのある広告も増えたと感じた。

テレビでは、多様性をテーマに「消費者」や「ユーザー」側の日常のリアルを軸にした展開や企業のメッセージが強く打ち出された作品が多く、それらが視聴者に寄り添い、共感を得ていたのではないかと思った。

新聞では、閉塞感ある日常を経て、新たな価値観に基づくクリエイティブが増えたように思う。企業や商品ブランドをより丁寧に伝えようとする作品に加え、ビジュアルに生成AIを大胆に活用したり、紙面×SNSを駆使した作品など、情報価値を高める努力を惜しまない広告に目が留まった。

ラジオでは、エントリー各作品とも切り口やアプローチに工夫を凝らしており、作品の質が毎回向上している感があった。今回は明るく自由な本来のラジオクリエイティブに戻ったようなエキサイティングな作品も多かった。

雑誌では、わかりやすく最後まで読ませるテキストで構成も工夫し、印刷技術を駆使して色味にもこだわるなど「雑誌ならではの」を意識した作品が目についた。雑誌とWEBメディアの特性をしっかりとらえ、広告主が最適な広告展開を図っている印象を受けた。

「審査委員長特別賞」の積水ハウスの企業広告「家に帰れば、積水ハウス。」は、好評だったシリーズを踏襲し、何気ない毎日の大切さを噛みしめながら未来に歩むようなしみじみとした描写や、それをより深め広げるような新聞広告が心に残った。

今回の受賞社には新鮮な顔触れも多く、受賞作品や受賞社の幅の広がり、私たちが取り戻しつつある日常を反映したもののようにも思えて感慨深い。「広告は時代を映す鏡」ともいわれるが、次回はどのような広告表現に出会えるか、今から楽しみである。

審査委員長
前文化庁長官、金作家
宮田 亮平



グランプリ

大塚製薬株式会社 ポカリスエット 「青が舞う」篇

この度は、第53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賞をいただき、誠にありがとうございます。関係者の皆さまに厚く御礼申し上げます。

私たち大塚製薬は、人間の心と身体、それを取り巻く健康課題と真摯に向き合い、人々の健康と社会に貢献し続ける事を目指し、日々励んでおります。

この度、賞をいただいたポカリスエットは、人間の身体にとことん向き合い開発された製品であり、水分という生命維持に欠かすことができないものを起源としております。「水より人の身体に近い水」というその製品機能は発売以来変わりませんが、一方で広告分野においては、時代性と掛け合わせたコミュニケーションを行ってまいりました。

2020年以降、著しい外部環境の変化により、多くの人が自身の健康や生き方について改めて考えざるを得ない状況となりました。それらを経て、2023年の春からスタートを切るブランドコミュニケーションはどうあるべきか考えた時、今一度、人間が自分たちの生命力を信じて、一步を踏み出してみようと思う気持ちに寄り添いたい、という結論に至りました。

「生きている味がする。」というコピーは、人間の傍らで、その生命力を引き出せる存在としてポカリスエットが在りたい、という思いを込めております。

CM制作フェスに参加してくださった学生の皆さまや、ご自身が思う“ポカリな青春”に声を寄せてくださった方々など、一緒に広告を作ってくださいました皆さまの「生命力」とその輝きが、様々なメディアを通し多くの生活者の方々に伝わり、このような名誉な賞をいただくことができました。心より御礼申し上げます。

末筆ではございますが、フジサンケイグループ広告大賞の益々の発展を祈念いたします。

大塚製薬株式会社
代表取締役社長

井上 眞



メディアミックス部門グランプリ

大塚製薬株式会社 ポカリスエット 「青が舞う」篇

TV

「青が舞う」篇



「青が舞う」夏篇



フジテレビ・関西テレビ 60秒×2、30秒×2、15秒×4

M: ♪～「青が舞う」

夢が僕らを
追いかけるように
時が僕らを
追いかけるように
走れ走れ
走り続けよう
はじまりの歌が聴こえてくる
雨が降っても
空に歌おう
明日は眩しい晴れ模様
光の中へ

夢が僕らを
追いかけるように
時が僕らを
追いかけるように
走れ走れ
走り続けよう
はじまりの音が響いている
夢が僕らを
追いかけるように
時が僕らを
追いかけるように

ロゴ: ION SUPPLY DRINK POCARI SWEAT

走れ走れ

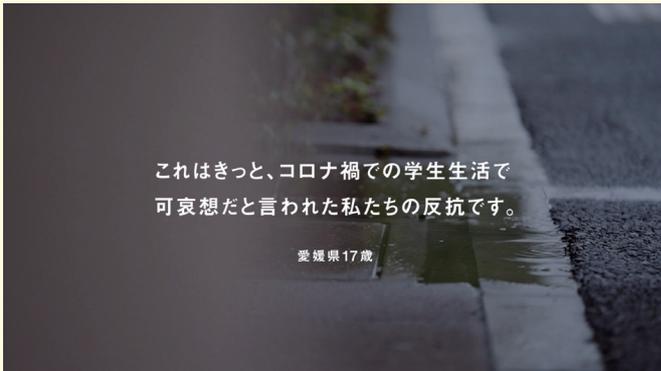
T: 生きている味がする。

生きている味がする。



nicola 1頁

デジタルメディア



YouTube ・ ABEMA ・ TikTok ・ Instagram ・ X

制作者のこぼ



株式会社なかよしデザイン
クリエイティブ・ディレクター
&アートディレクター
&プランナー

正親 篤

毎日いろんなことが起こります。大変なことも楽しいことも。つらかったことをずっと覚えていても疲れ果ててしまうので、人はどんどん忘れていくように出来ているのかもしれませんが。それはとても前向きな能力だとも思うのだけど、大人の世界に巻き込まれた青春の人たちにはやりきれない気持ちがあったらうなどとも思います。コロナが猛威を振るい始めた2020年春、ポカリスエットは若者と共にリモート撮影によるCMを作りました。そして2023年、コロナ後の新たな時代のファンファーレを共に鳴らそうと今回の一連の広告は作られました。制作においてはブランドとして強く何かを主張するのではなく、まずは声を聞く。その上で前向きな明るいメッセージと一緒に発信できたらいいなと思っていました。忘れないでいる、そんなこともまた大切なのだと思います。

使用媒体 ● フジテレビ・関西テレビ 「青が舞う」篇

企画制作＝株式会社電通・株式会社古川裕也事務所・株式会社なかよしデザイン・(つづく)・SPOON/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&コピーライター＝磯島拓矢(株式会社電通)/クリエイティブ・ディレクター&アートディレクター&プランナー＝正親篤(株式会社なかよしデザイン)/プランナー＝保持壮太郎((つづく))/コピーライター＝藤曲旦子(株式会社ドリル)/クリエイティブ・プロデューサー＝豊岡将和(株式会社電通クリエイティブフォース)/PRプランナー＝森野亮・鶴岡大和・横川愛未(株式会社電通PRコンサルティング)/デジタル・プランナー＝伊藤大悟・高橋稜太・井口萌香・佐藤孝平(株式会社D2CR)/ビジネスプロデューサー＝村上大介・福地秀基・小杉和香・清水徹也(株式会社電通)/エグゼクティブ・プロデューサー＝大桑仁(SPOON)/プロデューサー＝佐野大・小林祐介(SPOON)/プロダクションマネージャー＝増田幹・服部亜海・佐藤秋香・掛井南美(SPOON)/海外プロデューサー＝Jeremy Brown(Red sneakers)/海外プロダクションマネージャー＝李桃/演出＝田中嗣久/助監督＝千代谷健史(国内)/KENJI ARAKI(海外)/撮影＝瀧本幹也/照明＝藤井稔恭/特機＝月村恒宣/ドローン＝請川博一・田中道人/DIT＝木村圭/美術＝鍵山清志/操演＝島尻忠次/アクションコーディネーター＝横山誠/シズル＝秋山友世/ロケーションコーディネーター＝高橋亨/スタイリスト＝Remi Takenouchi/ヘアメイク＝古久保英人/振付＝志村知晴/キャストリング＝増田恵子・パスカル ジャン(ギャンビット)・元川益暢・福田エミ・秋山和彦(ラパロ)・永原恵太(イー・スピリット)/タレント＝池端杏慈・椿/オフラインエディター＝今村徳孝/オンラインエディター＝水野正毅(khaki.inc)/オンライン応援＝金園智子(IMAGICA Lab.)/カリリスト＝高橋直孝(Lespace Vision)/CGプロデューサー＝内藤順一(Omnibus Japan)/CGディレクター＝河村有恒(Omnibus Japan)/ミキサー＝清水天務仁/音楽制作会社＝株式会社愛印/音楽制作プロデューサー＝山田勝也(株式会社愛印)/使用楽曲＝曲名：青が舞う・作曲、作詞：飛内将大

使用媒体 ● フジテレビ・関西テレビ 「青が舞う」夏篇

企画制作＝株式会社電通・株式会社古川裕也事務所・株式会社なかよしデザイン・(つづく)・SPOON/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&コピーライター＝磯島拓矢(株式会社電通)/クリエイティブ・ディレクター&アートディレクター&プランナー＝正親篤(株式会社なかよしデザイン)/プランナー＝保持壮太郎((つづく))/コピーライター＝藤曲旦子(株式会社ドリル)/クリエイティブ・プロデューサー＝豊岡将和・堀内里菜・尾形萌衣(株式会社電通クリエイティブフォース)/PRプランナー＝下山亮一・古賀哲夫・鶴岡大和・金山泰我(株式会社電通PRコンサルティング)/デジタル・プランナー＝伊藤大悟・高橋稜太・井口萌香・佐藤孝平(株式会社D2CR)/ビジネスプロデューサー＝村上大介・福地秀基・小杉和香・清水徹也(株式会社電通)/プロデューサー＝佐野大・小林祐介(SPOON)/プロダクションマネージャー＝佐藤秋香・山下真太郎・服部亜海(SPOON)/演出＝田中嗣久/助監督＝千代谷健史/助監督応援＝北村隆浩・八木孝彰・江田剛士・飯田聡一郎/撮影＝瀧本幹也/照明＝藤井稔恭/特機＝月村恒宣/ステディ＝岩田拓磨/ドローン＝磯国敏/マイクロドローン＝岡聖章/DIT＝木村圭/美術＝鍵山清志/操演＝島尻忠次/シズル＝秋山友世/ロケーションコーディネーター＝高橋亨/スタイリスト＝Remi Takenouchi/ヘアメイク＝古久保英人/振付＝志村知晴/歌唱指導＝安倉さやか/キャストリング＝増田恵子・パスカル ジャン(ギャンビット)/オフラインエディター＝今村徳孝/オンラインエディター＝水野正毅(khaki.inc)/オンライン応援＝金園智子(IMAGICA Lab.)/カリリスト＝高橋直孝(Lespace Vision)/CGプロデューサー＝内藤順一(Omnibus Japan)/CGディレクター＝河村有恒(Omnibus Japan)/ミキサー＝清水天務仁/音楽制作会社＝株式会社愛印/音楽制作プロデューサー＝山田勝也(株式会社愛印)/使用楽曲＝曲名：青が舞う・作曲、作詞：飛内将大

使用媒体 ● 日本経済新聞 「生きている味がする。」

企画制作＝株式会社電通・株式会社古川裕也事務所・株式会社なかよしデザイン・(つづく)・SPOON/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&コピーライター＝磯島拓矢(株式会社電通)/クリエイティブ・ディレクター&アートディレクター&プランナー＝正親篤(株式会社なかよしデザイン)/プランナー＝保持壮太郎((つづく))/コピーライター＝藤曲旦子(株式会社ドリル)/クリエイティブ・プロデューサー＝豊岡将和・堀内里菜・尾形萌衣(株式会社電通クリエイティブフォース)/カメラマン＝若木信吾(ヤングトゥリー)/PRカメラマン＝吉村美咲・中島愛梨/PRカメラマンサポート＝溝口裕也/レタチャーター＝津金卓也(newgold)/プロデューサー＝池田了(P.I.C.S.)/アシスタントプロデューサー＝永井聖香(P.I.C.S.)

使用媒体 ● nicola 「生きている味がする。」

企画制作＝株式会社電通・株式会社古川裕也事務所・株式会社なかよしデザイン・SPOON/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&コピーライター＝磯島拓矢(株式会社電通)/クリエイティブ・ディレクター&アートディレクター&プランナー＝正親篤(株式会社なかよしデザイン)/コピーライター＝藤曲旦子(株式会社ドリル)/クリエイティブ・プロデューサー＝豊岡将和(株式会社電通クリエイティブフォース)/エグゼクティブ・プロデューサー＝大桑仁(SPOON)/グラフィックコーディネーター＝池田了(P.I.C.S.)/グラフィックカメラマン＝瀧本幹也/グラフィックレタッチ＝栗山和弥(クリーチャー)/グラフィックデザイン＝小鯛太郎(株式会社ジェ・シー・スパーク)

使用媒体 ● YouTube・ABEMA・TikTok・Instagram・X POCARI SWEAT 2023 Documentary 「生きている味がする。」

企画制作＝株式会社電通・株式会社古川裕也事務所・株式会社なかよしデザイン・(つづく)・SPOON/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&コピーライター＝磯島拓矢(株式会社電通)/クリエイティブ・ディレクター&アートディレクター&プランナー＝正親篤(株式会社なかよしデザイン)/プランナー＝保持壮太郎((つづく))/コピーライター＝藤曲旦子(株式会社ドリル)/クリエイティブ・プロデューサー＝豊岡将和・堀内里菜・尾形萌衣(株式会社電通クリエイティブフォース)/演出＝岩下力/撮影＝山田高弥(360inc.)/撮影応援＝山田英司・篠原裕弥・佐々木勇人・松崎大/オフラインエディター＝岩下力・平賀彩/オンラインエディター＝宮本武瑠(マックレイ)/カリリスト＝田中基(Lespace Vision)/ミキサー＝高橋健(High Bridge Sound)/音楽＝haruka nakamura/プロダクションマネージャー＝谷口晴花・弓削杏佳(SPOON)

メディアミックス部門優秀賞

アサヒビール株式会社 スマートドリンク「スマドリ」 We are 飲みトモ！スマドリでええねん！プロジェクト

TV



フジテレビ・関西テレビ 60秒×1、30秒×1

「スマドリでええねん！」篇

♪:「ええねん〜スマドリバージョン〜」

浜田さん:スマドリで!

全員:ええね〜!

S:飲めなくても飲めなくても、みんな飲みトモ。スマドリでええねん!

S:みんなと飲みたい人

浜田さん:飲めなくてもええねん!

S:パーっと飲みたい気分の人

福田さん:飲むならそれもええねん!

S:あまりお酒を飲まない人

垂生さん:何を飲んでもええねん!

S:控えめに飲みたい人

小杉さん:度数なんかええねん!

♪:何パーでもええねん

小杉さん:何パーでもええねん

♪:100パー笑えばええねん

福田さん&垂生さん:

100パー笑えばええねん

♪:それでええねん

浜田さん:それでええねん

♪:それで

浜田さん:それで

♪:えーえーえー

全員:えーえーえー

♪:ええねん!

全員:ええねん!

S:飲めなくても飲めなくても、みんな飲みトモ。

浜田さん:飲めなくても飲めなくても、みんな飲みトモ。

S:体質や気分に合わせて自由に楽しもう。

浜田さん:スマドリ

「THE MANZAI インフォマ 今年の忘年会はスマドリでええねん！」篇

黒瀬さん:どうもパンクブーブーです

佐藤さん:お願いします

佐藤さん:実は今年の忘年会はやってみたいことがあるんです

黒瀬さん:お、なんですか?

佐藤さん:俺、そんなにお酒飲めないじゃん

だからスマドリ

黒瀬さん:スマドリ?

佐藤さん:体質や気分に合わせて好きなドリンクを自由に選べる新しい飲み方なわけ

黒瀬さん:え〜!?

佐藤さん:だからもしお店がイケてなかったら

ノンアルや微アルがいろいろ選べる店の方がいいじゃねえか!!!

…って言ってやる可能性は0じゃないね

黒瀬さん:あ一言わないね、結局ね

それがスマドリなんだね

佐藤さん:しかも誰かが「とりあえず生!」なんて言おうもんなら

すかさず「おーい、とりあえず生!」なんてもう古いんだよ!!

…って思っちゃうね

黒瀬さん:思うっちゃうんだよな、

言っではないんだ

佐藤さん:だけどさ、次の日朝早いのお酒飲みたそうにしてる人には

気にしないでグイッといっちゃってよ!!

…ってノンアルを差し出すね

黒瀬さん:ノンアルなんだね!

あ、そっか、自分のペースで楽しめるからね

佐藤さん:それで最後はビシッと三本締めで乾杯するね

黒瀬さん:いや、どういう忘年会なんだよ!

2人:今年の忘年会はスマドリでええねん!

飲めなくても飲めなくてもみんな飲みトモ!



スマドリ忘年会四か条

- 一. 飲めなくてもええねん!
- 一. 自分のペースで飲めばええねん!
- 一. 乾杯から何頼んでもええねん!
- 一. 体質や気分に合わせてええねん!

飲める人も飲めない人も、
みんなが楽しめる自由な飲み方。

それがスマドリです。



今日からあなたもスマドリしてみよう!

今年の忘年会はスマドリでええねん!

アサヒビールはスマートドリンク(=スマドリ)を推進しています。



【お酒】ストップ120歳未満飲酒・飲酒運転。妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります。ほどよく、楽しく、いいお酒。



【ビールテイスト飲料(アルコール分0.5%)】この商品は20歳以上の方の飲用を想定して開発しました。この商品には、アルコールが含まれております。20歳未満の方、妊娠・授乳期の方、運転される方などは飲用をおやめください。20歳未満の飲酒・飲酒運転は法律で禁止されております。

【ノンアルコール】この商品は20歳以上の方の飲用を想定して開発しました。

JAMAC A-221432

のんだあとはリサイクル。♻️ すべては、お客様の「うまい」のために。アサヒビール株式会社

RADIO

スマドリ 忘年会博物館シリーズ「ノリ」篇

NA: 忘年会博物館。
 古代には、こんな上司がいました。
 SE: 居酒屋がや
 上司: 新人、ノンアル? ノリ悪くなーい!?
 NA: アルコールへのこの考えは
 進化の過程で、ほぼ絶滅しかけております。
 BGM: ♪～
 NA: 飲めなくても楽しもう!
 飲めても飲めなくても、みんな飲みトモ。
 スマドリ! アサヒビール。

スマドリ 忘年会博物館シリーズ「慣れだから」篇

NA: 忘年会博物館。
 古代には、こんな上司がいました。
 SE: 居酒屋がや
 上司: 大丈夫、慣れだから! 飲んでみ!?
 NA: 現代では、化石のように珍しいです。
 皆さんはマネしないでくださいね。

スマドリ 忘年会博物館シリーズ「乾杯」篇

NA: 忘年会博物館。
 古代には、こんな上司がいました。
 SE: 居酒屋がや
 上司: 乾杯は、みんなビールでいいよねえ! え? だめ?
 NA: ほぼ絶滅しかけておりますので
 安心してノンアルを頼みましょう。
 BGM: ♪～
 NA: 乾杯から好きなものを飲もう!
 飲めても飲めなくても、みんな飲みトモ。
 スマドリ! アサヒビール。

BGM: ♪～
 NA: 体質や気分に合わせて飲もう!
 飲めても飲めなくても、みんな飲みトモ。
 スマドリ! アサヒビール。

ニッポン放送・文化放送・ラジオ大阪 20秒×3

デジタルメディア



YouTube・X・Instagram・TikTok・Yahoo!・TVer・ABEMA

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＝田村直人(株式会社電通)／プランナー&コピーライター＝櫻木浩一郎・當銘啓太(株式会社電通)／アートディレクター＝松下仁美・佐野茜(株式会社電通)／クリエイティブプロデューサー＝野呂昌功(株式会社電通クリエイティブフォース)／プロデューサー＝新澤崇・沓澤肇・星伸之(株式会社FIELD MANAGEMENT EXPAND)／プロダクションマネージャー＝上田恵里(株式会社FIELD MANAGEMENT EXPAND)／アカウントエグゼクティブ＝池田信介・小俣ちはる・坂本瞬介(株式会社電通)／監督＝山口剛平(株式会社春企画東京)／出演＝浜田雅功・小杉竜一・福田麻貴・亜生／カメラマン＝市橋織江(佐藤佳代子事務所)／照明＝崎本拓也(フリーランス)／美術＝荻原麻子(ハタアート)／オフライン編集＝高柳あゆみ・石井沙貴(イメージスタジオ109)／オンライン編集＝佐藤悠太(イメージスタジオ109)／デザイナー＝石塚優子(ブラグ)・三島将志(CREATIVE POWER UNIT)／音楽プロデューサー＝田路明子・竹川ひろみ(ヒッツコーポレーション)／スタイリスト＝(浜田雅功) 利光英治郎・(小杉竜一) 小澤佳夏子・(福田麻貴) 梅津美羽・(亜生) 井村倫子／ヘアメイク＝(浜田雅功) 牧瀬典子・(小杉竜一、福田麻貴、亜生) 根本菜波／使用楽曲＝曲名：ええねん～スマドリバージョン～・作曲：トータス松本・作詞：(原詞) トータス松本、(替え歌詞) 櫻木浩一郎、當銘啓太

使用媒体 ● 産経新聞

企画制作＝株式会社電通／クリエイティブディレクター＝田村直人(株式会社電通)／プランナー&コピーライター＝櫻木浩一郎(株式会社電通)／アートディレクター＝松下仁美・佐野茜(株式会社電通)／デザイナー＝三島将志(CREATIVE POWER UNIT)／プロデューサー＝新澤崇(株式会社TYO)／撮影＝森恒河(WHITNEY)／レタッチャー＝佐藤加奈子(VITA)／製版・印刷＝澤田綱史(株式会社SHIBAURA HOUSE)／出演＝浜田雅功・小杉竜一・福田麻貴・亜生／クリエイティブプロデューサー＝野呂昌功(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＝池田信介・小俣ちはる・坂本瞬介(株式会社電通)

使用媒体 ● ニッポン放送・文化放送・ラジオ大阪

企画制作＝株式会社電通／クリエイティブディレクター＝田村直人(株式会社電通)／プランナー＝櫻木浩一郎・宝田知隼(株式会社電通)・當銘啓太(フリーランス)／コピーライター＝當銘啓太(フリーランス)・宝田知隼(株式会社電通)／クリエイティブプロデューサー＝野呂昌功(株式会社電通クリエイティブフォース)／プロデューサー&ミキサー＝立花隆(株式会社エムアイティギャザリング)／アカウントエグゼクティブ＝池田信介・小俣ちはる・坂本瞬介(株式会社電通)／アシスタントミキサー＝根津菜緒子(株式会社エムアイティギャザリング)／選曲効果音＝廣澤拓郎(株式会社エムアイティギャザリング)／ナレーター＝梶元滋・後東ようこ(株式会社ヘリンボーン)／使用楽曲＝曲名：Gigglin Gig・作曲：シーミュージック

使用媒体 ● YouTube・X・Instagram・TikTok・Yahoo!・TVer・ABEMA 「今年の忘年会はスマドリでええねん!／スマドリ忘年会4箇条」篇

企画制作＝株式会社電通／クリエイティブディレクター＝田村直人(株式会社電通)／プランナー＝櫻木浩一郎・宝田知隼(株式会社電通)・當銘啓太(フリーランス)／コピーライター＝宝田知隼(株式会社電通)・當銘啓太(フリーランス)／アートディレクター＝松下仁美・佐野茜(株式会社電通)／クリエイティブプロデューサー＝野呂昌功(株式会社電通クリエイティブフォース)／プロデューサー＝新澤崇・矢野善裕(株式会社TYO)／アカウントエグゼクティブ＝池田信介・小俣ちはる・坂本瞬介(株式会社電通)／監督＝高間祐兒(株式会社FIELD MANAGEMENT EXPAND)／出演＝浜田雅功・小杉竜一・福田麻貴・亜生／カメラマン＝森恒河(WHITNEY)／プロダクションマネージャー＝倉科雄介・池上祥生(株式会社TYO)／編集＝田上彰浩(キャブラ)・野田紘(フリーランス)

使用媒体 ● YouTube・X・Instagram・TikTok・Yahoo!・TVer・ABEMA 「スマドリでええねん! 飲める人飲めない人あるある」篇

企画制作＝株式会社電通／クリエイティブディレクター＝田村直人(株式会社電通)／プランナー＝櫻木浩一郎・宝田知隼(株式会社電通)・當銘啓太(フリーランス)／コピーライター＝宝田知隼(株式会社電通)・當銘啓太(フリーランス)／アートディレクター＝松下仁美・佐野茜(株式会社電通)／クリエイティブプロデューサー＝野呂昌功(株式会社電通クリエイティブフォース)／プロデューサー＝新澤崇・沓澤肇・星伸之(株式会社FIELD MANAGEMENT EXPAND)／アカウントエグゼクティブ＝池田信介・小俣ちはる・坂本瞬介(株式会社電通)／監督＝原風海也(株式会社FIELD MANAGEMENT EXPAND)／出演＝ニューヨーク・ライセンス・紅しょうが・世間知らず・ネルソンス・CRAZY COCO、スーパーサイズ・ミー／カメラマン＝山岡昌史(CRANK)／プロダクションマネージャー＝上田恵里(株式会社FIELD MANAGEMENT EXPAND)／編集＝野田紘(フリーランス)

メディアミックス部門優秀賞

味の素株式会社 Cook Do[®] オイスターソース Cook Do[®] オイスターソース トータルコミュニケーション “信じるか信じないかはあなた次第です”

TV



奇跡の肉野菜炒め篇

藤原さん：なんか違う

藤原さん：クックドゥオイスターソース!?

T：定番料理が超進化
奇跡の肉野菜炒め

藤原さん：ああ、コクが染み渡ってる～

母：コクが！
娘：強い！

藤原さん：信じるか、信じないかはあなた次第です

T：#レシ秘 信じるか信じないかはあなた次第です。

CI：AJINOMOTO

瞬間消滅レタス篇

藤原さん：レタス!?

藤原さんオフ：クックドゥオイスターソース!?

藤原さん：オイオイ、レタスだぞ

藤原さんオフ：オイオイオイ

T：人類は湯引くか否かで分かれる瞬間消滅レタス

藤原さんオフ：オイオイオイ

T：人類は湯引くか否かで分かれる瞬間消滅レタス

藤原さんオフ：オイオイオイ

藤原さんオフ：オイオイ

藤原さんオフ：オイ

藤原さん：コクが！
母：何よこれ！
娘：止まらない！

藤原さん：信じるか、信じないかはあなた次第です

T：#レシ秘
信じるか信じないかはあなた次第です。

CI：AJINOMOTO

Eat Well, Live Well.
Aji
AJINOMOTO

CookDo
クックドゥ

超絶美味！「瞬間消滅レタス」の作り方↓

オイスターソース×レタス

信州 JA 全農長野
公認レシピ

濃厚コクと甘み味わい
CookDo
オイスターソース

※この新聞でレタスを包んで保存してください。是非やってみてください。

レタス保存用新聞



YouTube

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＝尾上永晃(株式会社電通)／企画＝飛田智史・浦田朋佳・碓井達朗(株式会社電通)／コピー＝飛田智史・浦田朋佳(株式会社電通)／演出＝中島信也(なかじましんやオフィス)／撮影＝阿藤正一(FRE-X)／照明＝木村太郎(フリーランス)／美術＝鈴木一弘(ターゲット)／スタイリスト＝小林新(株式会社ユナイテッドラウンジ アーティストマネジメント部)・福留愛理(フリーランス)／ヘアメイク＝赤塚修二・大渡八千代(フリーランス)／クッキング・スタイリスト＝飯島奈美(飯島奈美事務所)／作曲、編曲＝瀬川英史(株式会社ミラクル・バス)／タレント＝藤原竜也(株式会社ホリプロ)／アカウント・エグゼクティブ＝吉田圭介・永見健太(株式会社電通)

使用媒体 ● 信濃毎日新聞

企画制作＝株式会社電通・株式会社ジェ・シー・スパーク／クリエイティブ・ディレクター＝尾上永晃(株式会社電通)／アートディレクター＝碓井達朗(株式会社電通)／プランナー&コピーライター＝飛田智史・浦田朋佳(株式会社電通)／キャスティング＝足立紗弥香・中尾有希(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)／ディレクター＝株竹成那(株式会社ジェ・シー・スパーク)／撮影＝佐々木慎一(株式会社シグノ)／レタッチャー＝佐藤加奈子(VITA)／クッキング・スタイリスト＝飯島奈美(飯島奈美事務所)／スタイリスト＝小林新(株式会社ユナイテッドラウンジ アーティストマネジメント部)／プロデューサー＝成田雅彦(株式会社HIBI)／プロダクションマネージャー＝永田巨(株式会社HIBI)／クリエイティブ・プロデューサー＝砂井由美(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＝吉田圭介・永見健太(株式会社電通)／ヘアメイク＝赤塚修二(フリーランス)

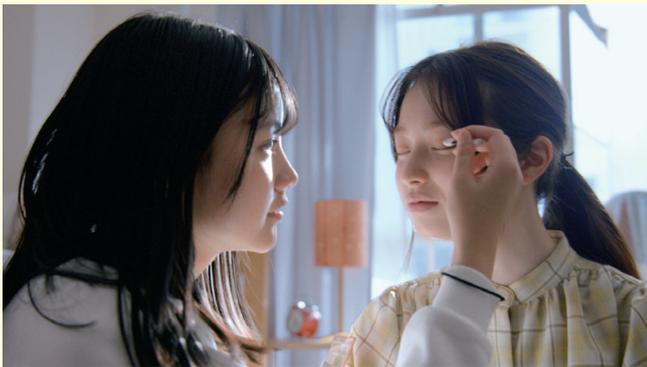
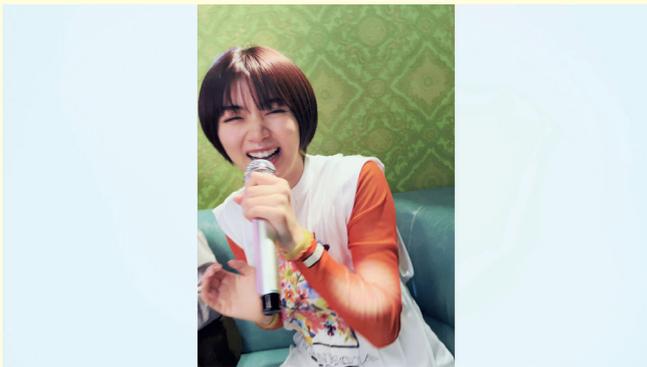
使用媒体 ● YouTube

企画制作＝株式会社電通／クリエイティブ・ディレクター＝尾上永晃(株式会社電通)／企画＝飛田智史・浦田朋佳・碓井達朗(株式会社電通)／コピー＝飛田智史・浦田朋佳(株式会社電通)／演出＝中島信也(なかじましんやオフィス)／撮影＝阿藤正一(FRE-X)／照明＝木村太郎(フリーランス)／美術＝鈴木一弘(ターゲット)／スタイリスト＝小林新(株式会社ユナイテッドラウンジ アーティストマネジメント部)・福留愛理(フリーランス)／ヘアメイク＝赤塚修二・大渡八千代(フリーランス)／クッキング・スタイリスト＝飯島奈美(飯島奈美事務所)／作曲、編曲＝瀬川英史(株式会社ミラクル・バス)／タレント＝藤原竜也(株式会社ホリプロ)／アカウント・エグゼクティブ＝吉田圭介・永見健太(株式会社電通)

メディアミックス部門優秀賞

株式会社資生堂 企業広告 「みんな、いい顔してる。」

TV



30秒

M: ♪～カネコアヤノ「光の方へ」
T: そんなに大口開けて笑うんだ。
Na: そんなに大口開けて笑うんだ。

T: そんなときにへの字になるんだ。
Na: そんなときにへの字になるんだ。

Na: 3年間、様々な制約があったからこそ、少しずつ自由を感じられる日々が、嬉しく思えるのです。

T: ささやかな表情の行き交う毎日は、
Na: ささやかな表情の行き交う毎日は、

T: きっと、美しい。
Na: きっと、美しい。

Na: どんな人も、どんな日も、どんな瞬間も。

T: みんな、いい顔してる。
Na: みんな、いい顔してる。

CI: 資生堂

15秒

M: ♪～カネコアヤノ「光の方へ」

Na: そんなに大口開けて笑うんだ。

Na: そんなときにへの字になるんだ。

Na: ささやかな表情の行き交う毎日は、

Na: きっと、美しい。

Na: どんな人も、どんな日も、どんな瞬間も。

T: みんな、いい顔してる。
Na: みんな、いい顔してる。

CI: 資生堂

フジテレビ・関西テレビ 30秒×1、15秒×1

そんなに大口開けて笑うんだ。
そんなときに頬がゆるむんだ。
そんなときにへの字になるんだ。

いま改めて、

顔全体から伝わってくるものの多さと、
その素晴らしさに気がつくのです。

さらに、誰かの何気ない表情につられて、
つい笑ってしまう自分、一緒に泣きそうになる自分、
思いもよらない自分に出会えたりもする。

3年間、さまざまな制約があったからこそ、
少しずつ自由を感じられる日々が、
嬉しく思えるのです。

春です。

いつもより少しだけ

新しい世界が始まろうとしています。

ささやかな表情の行き交う毎日は
もっと広がっていくでしょう。

その日常はきっと、この上なく美しい。

悩んでいても、前を向いていても、
立ち止まっても、ふみだしていても、

泣きあっても、笑いあっても、

みんな、いい顔してる。

みんな、いい顔してる。

SHISEIDO

資生堂はすべての“いい顔”を応援していきます。
#みんないい顔

デジタルメディア



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＝吉川隼太(株式会社電通)／プランナー＝杉井すみれ(株式会社電通)／コピーライター＝小山佳奈(上田家)／アートディレクター＝高橋万実子(株式会社電通)／アカウント・エグゼクティブ＝西村恵子・川岸真輝子(株式会社電通)／広告会社プロデューサー＝有光孝文(株式会社電通クリエイティブフォース)／制作会社プロデューサー＝柴原大樹・五十嵐英祐(GMO ENGINE)／プロダクションマネージャー＝鳥海優・岩倉美月・高橋孝一(GMO ENGINE)／演出・ディレクター＝大野大樹(Club_A)／撮影＝市原織江

使用媒体 ● 産経新聞

企画制作＝株式会社電通／クリエイティブ・ディレクター＝吉川隼太(株式会社電通)／アートディレクター＝高橋万実子(株式会社電通)／コピーライター＝小山佳奈(上田家)／デザイナー＝柴田胡桃(株式会社ジェ・シー・スパーク)／アカウント・エグゼクティブ＝西村恵子・川岸真輝子(株式会社電通)／プロデューサー＝有光孝文(株式会社電通クリエイティブフォース)

使用媒体 ● X・Facebook・Instagram・YouTube・PremiumView

企画制作＝株式会社電通／クリエイティブ・ディレクター＝吉川隼太(株式会社電通)／プランナー＝杉井すみれ(株式会社電通)／コピーライター＝小山佳奈(上田家)／アートディレクター＝高橋万実子(株式会社電通)／アカウント・エグゼクティブ＝西村恵子・川岸真輝子(株式会社電通)／広告会社プロデューサー＝有光孝文(株式会社電通クリエイティブフォース)／制作会社プロデューサー＝柴原大樹・五十嵐英祐(GMO ENGINE)／プロダクションマネージャー＝鳥海優・岩倉美月・高橋孝一(GMO ENGINE)／演出・ディレクター＝大野大樹(Club_A)／撮影＝市原織江

メディア部門テレビ（60秒以上部門）最優秀賞
東海旅客鉄道株式会社 企業広告 「すべての会いたい人へ」篇

この度は、「メディア部門テレビ（60秒以上部門）最優秀賞」という栄えある賞を頂戴し、光栄に思います。フジサンケイグループをはじめ、ご関係の皆さまに厚く御礼申し上げます。

JR東海では、2023年2月から、「会いにいこう」キャンペーンを展開しています。新型コロナへの社会の対応力が高まり、かつての日常を取り戻そうという社会の動きの中で、実際に会うことを通して人と人がつながりを取り戻し、活力ある経済活動が復活していったほしい。それを私たちが支えていきたい。という思いを込めて、初回の「会いに行く、が今日を変えていく。」篇から順次展開を続けています。

今回受賞しました「すべての会いたい人へ」篇は、コロナ禍の影響が収束したことを受け、一年を振り返るとともに、年末年始を制約なく「会いたい人に会いに行く」機会にさせていただきたいと思い制作しました。CMではさまざまな年代・場所・シチュエーションにおける会いたい人に会えた瞬間の喜びを表現するとともに、「すべての会いたい人が、会いたい人と、会えますように。」という、その喜びを支える一員である私たちからのメッセージを添えました。また、CM制作にあたっては、一般募集した“会いたい人に会えた瞬間”の動画も使用しており、素敵な動画の応募にご協力いただいた方にも、この場を借りて改めて御礼申し上げます。

東海道新幹線は2024年10月に開業60年を迎えます。これからも皆さまの「会いに行く」を支え、「日本の大動脈と社会基盤の発展に貢献する」という使命のもと、走り続けてまいります。

フジサンケイグループ広告大賞の今後ますますのご発展を心より祈念いたしまして、受賞のご挨拶とさせていただきます。誠にありがとうございました。

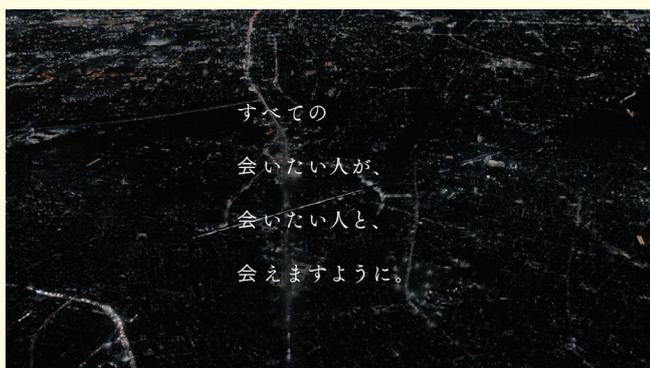
東海旅客鉄道株式会社
広報部 部長

桑川 浩二



メディア部門テレビ(60秒以上部門)最優秀賞

東海旅客鉄道株式会社 企業広告 「すべての会いたい人へ」篇



フジテレビ 60秒×1

SE: 走行音

SE: チャイム♪ 間もなく終点…

♪(UA「会いにいこう」)～歌い出そう 線路の リズムで

♪～会いたい 顔が 目的地

♪～会いにいこう どんなときでも

NA+S: すべての会いたい人が、会いたい人と、会えますように。

♪～Woo

NA+CI: JR東海

制作者のことは



株式会社電通
電通 zero クリエーティブディレクター/CMプランナー

野崎 賢一

新幹線の車内チャイムは、無意識にそれぞれの移動のBGMになっていて、その時々で違って聴こえる。JR東海がずっと大切にしてきた「会う」という価値を、この2023年のクリスマスシーズンならではの表現で伝えたいと考えました。

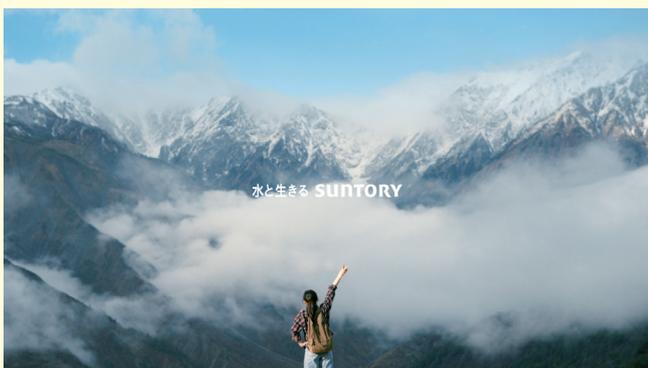
2月に楽曲「会いにいこう」ができて、7月に20年ぶりに車内チャイムが変わって。実際に生まれたたくさんの「会いたい人に会えたとき」の映像と、新たなアレンジのUAさんの歌声と、ホームや車両での困難な撮影を経て、年末にみんなで作り上げたこの映像。このような歴史ある賞をいただき、とても励みになります。ありがとうございました。

使用媒体 ● フジテレビ

企画制作=株式会社電通・株式会社ジェイアール東海エージェンシー/クリエイティブディレクター=野崎賢一(株式会社電通)/プランナー=野崎賢一・荒木雅(株式会社電通)/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=河野智(株式会社電通)/広告会社プロデューサー=野呂昌功(株式会社電通クリエイティブフォース)/制作会社プロデューサー=SUPERMARKET(株式会社SUPERMARKET)/演出ディレクター=大野大樹(Club_A)/撮影=伊藤元・大石健弘/音楽制作会社=株式会社愛印/音楽制作会社プロデューサー=山田勝也/使用楽曲=曲名:会いにいこう・作曲:岩崎太整・作詞:野崎賢一、岩崎太整

メディア部門テレビ(60秒以上部門)優秀賞

サントリーホールディングス株式会社 サントリー天然水 地球と雲との会話



M: ♪～「I Want You Back」

T: 大自然と会話した。

地球: 水の惑星地球って言うけど、飲める水がどれくらいあるか知ってる?

芦田: 考えたことなかった。

地球: 地球の水を集めるとこれくらい。すぐ使える水は、もっと少ないよ。

見えるこれ?

芦田: 少なっ!

地球: 使い続けるだけだと、どうなるか分かるよね?

T: 知らないことだった。

芦田: じゃあ、私たちからも大自然にお返ししないとね。

地球: その通り。

芦田: ヤッホー!

NA: 未来の水をいま、森からつくる。

T: 未来の水をいま、森からつくる。

「サントリー天然水の森」は全国22箇所 1万2000ヘクタール

NA: ウォーターポジティブな天然水

T: Water Positive!

NA: サントリー天然水

CI: 水と生きるSUNTORY

M: ♪～「I Want You Back」

雲: その天然水ってさあ、どうやってできたか知ってた?

T: 大自然と会話した。

芦田: いや、考えたことなかった。

雲: やっぱり…

雲: 山に降った雨や雪を森が20年かけて天然水にしてくれたんだよ。

芦田: おお! 自然のおかげじゃん!

雲: そう!

T: 知らないことだった。

芦田: じゃあ、私たちからも大自然にお返ししないとね。

雲: それぞれ。

芦田: ヤッホー!

NA: 未来の水をいま、森からつくる。

T: 未来の水をいま、森からつくる。

「サントリー天然水の森」は全国22箇所 1万2000ヘクタール

NA: ウォーターポジティブな天然水

T: Water Positive!

NA: サントリー天然水

CI: 水と生きるSUNTORY

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/クリエイティブ・ディレクター=岡ゆかり(サントリーホールディングス株式会社)・東畑幸多((つづく)/プランナー=水本晋平(株式会社電通)/コピーライター=太田恵美(有限会社太田恵美事務所)/アートディレクター=佐野研二郎・香取有美(株式会社MR_DESIGN)/デザイナー=香取有美(株式会社MR_DESIGN)/プロデューサー=吾郷マキ・北原祐二(株式会社blender)/プロダクションマネージャー=岡智也(フリーランス)・松村夏乃(株式会社blender)/監督=井口弘一(株式会社SOURSOX)/撮影=クマダタカキ(フリーランス)/照明=HIGASIX(WHITNEY)/美術=中村桃子(株式会社momonoma)/ロケコーディネーター=高橋亨(株式会社すべ〜す百貨)/スタイリスト=浜松あゆみ(フリーランス)/ヘアメイク=板倉タクマ(ヌーデ)/キャスティング=切明畑力・西郡健太(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=上條孝之(フリーランス)/オンライン編集=吉田雅也(フリーランス)/カラリスト=高橋直孝(レスパシビジョン株式会社)/CG=Mark inc./ミキサー&SE=増富和音(フリーランス)/音楽プロデューサー=富永恵介(株式会社ピアノ)/歌手・演奏=Lake Street Dive/タレント=芦田愛菜(株式会社ジョビィキッズ)/タレント(ナレーター)=飯尾和樹(株式会社浅井企画)・室井滋(株式会社ホットロード)/使用楽曲=曲名:I Want You Back・作曲・作詞:BERRY GORDY、ALPHONSO JAMES MIZELL、FREDERICK JAMES PERREN、DEKE RICHARDS

フジテレビ 60秒×1

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
「はじめてのおつかれ生です」篇、「ただいまとおつかれ生です」篇、「今年も一年、おつかれ生です」篇

この度は、「第53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（60秒未満部門）最優秀賞」をいただき、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を申し上げます。

CMで描きましたアサヒ生ビール（通称マルエフ）は、2021年の再発売以来、「日本に、ぬくもりを。」というパーパスを一貫して掲げています。

2023年、新型コロナウイルス感染症が収束に向かい、閉塞感に包まれた状況から、社会活動や経済活動が活性化していきました。そんな中で、「時代が変わっても、“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」という私たちの想いを、どの様にお客さまにお伝えしたら良いかと考え、たどり着いたのが、2023年のクリエイティブとなります。

芳根京子さんには、緊張しながら一人でお店に入り、マルエフを注文し、ホッとする初々しい女性を。松下洸平さんには、行きつけのお店で、ただいま、おかえり、と言葉を交わしホッとする男性を。それぞれ等身大の姿を演じていただきました。

「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（通称マルエフ）のコミュニケーションを通じて“ぬくもり”や“やさしさ”をお届けできたら幸いです。

最後になりますが、素晴らしい広告制作を行っていただいたチームの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
コミュニケーションデザイン部 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 「はじめてのおつかれ生です」篇、「ただいまとおつかれ生です」篇、「今年も一年、おつかれ生です」篇



フジテレビ・関西テレビ 30秒×3

「はじめてのおつかれ生です」篇

CI: アサヒ生ビール
 芳根さんNA: どんなに忙しくたって
 ゆったりとした気持ちは
 忘れないようにって。
 芳根さん: 「一人です」
 芳根さん: 「ありがとうございます」
 芳根さん: 「美味しそー」
 芳根さんNA: 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
 日本のみなさん
 おつかれ生です。
 T: おつかれ生です。
 芳根さんNA: アサヒ生ビール
 T: まろやかなうまみ
 芳根さん: ほっ

「ただいまとおつかれ生です」篇

CI: アサヒ生ビール
 松下さんNA: 人生はあなたが思うほど
 悪くない
 松下さん: 「こんばんは」
 大将: 「久しぶり」
 松下さん: 「ただいま」
 女将: 「おかえりなさい」
 松下さん: 「いただきます」
 松下さんNA: 慌ただしかった日は
 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
 日本のみなさん
 おつかれ生です。
 T: おつかれ生です。
 松下さんNA: アサヒ生ビール
 T: まろやかなうまみ
 松下さん: ほっ

「今年も一年、おつかれ生です」篇

芳根さんNA: 大変なこともあった一年、
 松下さんNA: ちょっと嬉しいこともあった
 一年、
 芳根さんNA: 色々あった一年ですが
 松下さんNA: 年末はゆったりと
 芳根さんNA: お店で愛され続けてきた
 松下さんNA: このまろやかな
 アサヒ生ビールで

松下さん&芳根さんNA:
 日本のみなさん、今年も一年、
 おつかれ生です。
 T: おつかれ生です。
 芳根さんNA: アサヒ生ビール
 通称マルエフ
 芳根さん: ほっ
 松下さん: ほっ

制作者のことは



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

また日常が戻ってきて嬉しいのだけれど、やっぱり毎日は忙しかったり、「なんだかなあ」と感じることもあったり…。そういつかの時代に暮らすみんなの心の機微のようなものを捉えて描きたいと思っていて、だからコンテは毎回あえて僕の手書きの絵でプレゼンしています。人物を描く一本一本の線にマルエフらしい、生きている人間の「ぬくもり」を込めたいと願うからです。その絵コンテをもとに、アサヒビールのみなさんと打ち合わせを重ね、世界観やメッセージを研ぎ澄ましていきます。今日と明日は空気感が違うし、数時間先ですら今とはまったく違ってしまいかもしれない。これからも変わりゆく時代と並走していくブランドであってほしいと願っています。

使用媒体 ● フジテレビ・関西テレビ

企画制作=株式会社電通・株式会社AOI Pro./クリエイティブディレクター=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)/統合マーケティング
 プロデューサー=森祥子(株式会社電通)/アカウントリード=三田耕太郎・鈴木文彦・
 池田信介・榎本圭太・市村悟志(株式会社電通)/クリエイティブプロデューサー=
 岩佐遼太郎(株式会社電通クリエイティブフォース)/プロデューサー=高橋伸也・
 合津さき(株式会社AOI Pro.)/プロダクションマネージャー=山本廉・佐藤奈緒
 (株式会社AOI Pro.)/監督=山本昌弘(Club A)/カメラマン=近藤哲也(株式会社
 THE OCTOPUS)・近藤直幸(フリーランス)/照明技師=溝口知(フリーランス)/
 美術デザイナー=小島伸介(フリーランス)/スタイリスト(芳根さん)=道端亜未(フ
 リーランス)/ヘアメイク(芳根さん)=尾曲いずみ(storm)/スタイリスト(松下
 さん)=丸本達彦(UNIFORM)/ヘアメイク(松下さん)=古久保英人(Otie)/オフ
 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)/ロケーションコーディネーター=細谷法彦(株式会社BEAVERS)
 /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

株式会社さとふる 企業広告 「ご当地醤油」篇、「さとふる倍増」篇、「ワンストップ申請」篇、「真似されてる」篇、「お隣さん、登場」篇、「お隣さん、来訪」篇、「お隣さん、お名前」篇、「ならべ方」篇、「それはなし(冬)」篇、「ぐるぐる」篇、「ふるさとの味」篇、「届け先」篇



「ご当地醤油」篇

飯塚：品のいい醤油
麻生：醤油は、いろんなところから“さとふる”してます
豊本：うまい楽しいし
角田：醤油って個性でよね
飯塚：この醤油の個性は、一言で言うത്？
角田：無骨大名
Na：ふるさと納税はさとふるで。
T：さとふるロゴ+アプリでも！

「さとふる倍増」篇

豊本：ふるさと納税してる人、5年前から倍に増えたんだって
飯塚：へー、すごいねー
角田：すごいね、じゃないだろ
お前は“さとふる”をやらない最後の1人を目指しているのか？
そうじゃないだろ！
Na：ふるさと納税はさとふるで。
角田：食べんなよ
T：さとふるロゴ+アプリでも！



「ワンストップ申請」篇

飯塚：ふるさと納税って、確定申告とか面倒じゃないの？
麻生：“さとふる”は簡単よね
豊本：アプリでワンストップだから
飯塚：へー
豊本：角田でもできてるんだから
飯塚：じゃ、簡単なんだ
Na：ふるさと納税はさとふるで。
T：さとふるロゴ+さとふるアプリdeワンストップ申請

「真似されてる」篇

飯塚：何してんの？
角田：あ、いや…
飯塚：あ！ きさま、豊本たちが見つけた“さとふる”を！
角田：美味しかったからオレも…
飯塚：豊本“さとふる”パクられてるよー！
Na：ふるさと納税はさとふるで。
T：さとふるロゴ+アプリでも！



「お隣さん、登場」篇

松重：もしかして“さとふる”ですか？
豊本：わかります？
松重：何というか、食卓に…違和感が
豊本：違和感、感じるって！
松重：いや、すごい違和感だ
Na：ふるさと納税はさとふるで。
T：さとふるロゴ+アプリでも！

「お隣さん、来訪」篇

松重：すいません、お呼ばれて
豊本：ご名算！
角田：なにに？
松重：およその寄付金額をね
Na：ふるさと納税はさとふるで。
T：さとふるロゴ+アプリでも！



「お隣さん、お名前」篇

角田：お隣さん、あ、お名前は？
松重：あ、ですからオトナリです
飯塚：オトナリ！ あ、苗字が！
松重：変ですか？
豊本：お隣さんがオトナリ
松重：ふるさと納税は“さとふる”みたいなもんです
Na：ふるさと納税はさとふるで。
T：さとふるロゴ+アプリでも！

「ならべ方」篇

飯塚：それ、皿ごとこっちもらえる？
角田：わかんないのか！
奥さんは“さとふる”を日本に見立てて置いてくれたんだよ！
飯塚：あ！
麻生：どうぞ…
Na：ふるさと納税はさとふるで。
T：さとふるロゴ+アプリでも！



「それはなし(冬)」篇

麻生：ふるさと納税、と書いて
角田：あ！ “さとふる”と読む、はなしで
麻生：どうして？
角田：いや、いくらなんでも、ねえ？
飯塚：オレはそれくらい言い切っついでと思う！
Na：ふるさと納税はさとふるで。
T：さとふるロゴ+アプリでも！

「ぐるぐる」篇

角田：いや、だから、日本中が“さとふる”して もう、ふるさとがぐるぐるさ
飯塚：ふるさとがぐるぐる？
角田：ふるさとが…
豊本：もうぐるぐるグルメだね
飯塚・角田：…
麻生：おもしろーい！
Na：ふるさと納税はさとふるで。
T：さとふるロゴ+アプリでも！

さとふる



アプリでも！

使用媒体 ● フジテレビ・関西テレビ

企画制作=TUGBOAT・株式会社電通/クリエイティブ・ディレクター=麻生哲朗(TUGBOAT)/アカウント・エグゼクティブ=光武孝明(株式会社電通)/プロデューサー=家山景介・春田寛子・村島匠(株式会社電通クリエイティブX)/プロダクション・マネージャー=上杉優貴・青木萌葉(株式会社電通クリエイティブX)/監督=川西純(TRAVOLTA)/撮影=長谷川圭二(株式会社電通クリエイティブキューブ)/照明=磯崎貢(フリーランス)/DIT=中村貴志(フリーランス)/録音=山脇一樹(フリーランス)/スタイリスト(東京03)=宇都宮いく子・松森美恵(メイドレンレピュール)/スタイリスト(麻生久美子)=井阪恵(dynamic)/スタイリスト(松重豊)=増井芳江(フリーランス)/ヘアメイク(東京03)=山崎聡(シルフィ)/ヘアメイク(麻生久美子)=ナライユミ(フリーランス)/ヘアメイク(松重豊)=林裕子(フリーランス)/フードスタイリスト=飯島奈美・吉川由以(7days kitchen)/ローションコーディネーター=國ヒロ(株式会社MELLOW)/オフラインエディター=今村徳孝(フリーランス)/オンラインエディター=石川誠司(デジタルエッグ)/MAミキサー=稲村和己(フリーランス)/SE=島崎早月(アングル・エム・エス)/カラリスト=大角綾子(フリーランス)/キャスティング=園田真吾(ライノ)/キャスト=飯塚悟志・角田晃広・豊本明長(東京03:プロダクション人力舎)・松重豊(ザズウ)/キャスト&ナレーター=麻生久美子(プレス)

フジテレビ・関西テレビ 15秒×12

メディア部門新聞最優秀賞

東日本旅客鉄道株式会社 ああ、来てよかった。TOHOKU Relax 東北の四季篇

この度は、フジサンケイグループ様よりこのような栄誉ある賞をいただき大変光栄に存じております。関係する皆さまに厚く御礼申し上げます。

弊社は会社発足以来、東北の観光振興を大きなテーマとして取り組んでおり、直近では、2011年に発生した東日本大震災によって大きな被害を受けた東北の復興を「観光の力」で共に成し遂げたいとの気持ちで、「行くぜ、東北。」キャンペーンを10年にわたり実施してまいりました。

その東北への強い想いを引き継ぐ形で、私たちは地域の皆さまとともに東北の未来づくりに取り組むため、2023年7月に「東北の宝ものプロジェクト」を始動し、その新たなブランドとして、今回の受賞作品である「ああ、来てよかった。TOHOKU Relax」を立ち上げました。

東北で得られるもの、それは心と体が整う感覚、つまりは“ほんとうの”リラックスであり、コロナ禍を経た今の時代が必要としているものだと考えます。東北にはまだまだ知られていない資源＝「宝もの」が多くあります。その「宝もの」を地域の皆さまとともに探し、磨き、つくりあげ、多くのお客さまに知って、来て、そして東北を好きになっていただくために、JR東日本グループは今後もさまざまな資源を活用して、長期的に交流人口・関係人口の創出に挑戦してまいります。

この広告が、東北の「宝もの」に触れ、感じ、リラックスする旅へ一人でも多くの方をいざなうことを心より願っております。

最後になりますが、フジサンケイグループ広告大賞がますますご発展されますことをお祈りし、受賞のご挨拶に代えさせていただきます。

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

塩原 敬



メディア部門新聞最優秀賞

東日本旅客鉄道株式会社 ああ、来てよかった。TOHOKU Relax 東北の四季篇



どうして自然を前にすると、深呼吸するんだろう。
どうしてきれいな水の音に、落ち着くんだろう。
どうして日々のなかでそれを、忘れてしまうんだろう。
東北には私たちの心が欲しがっているものがたくさんある。
そういうものと出会うとき、私たちはこうつぶやいている。
「ああ、来てよかった。」
それは、何かが整ったサインかもしれない。

ああ、
来てよかった。

TOHOKU
Relax



tohokurelax_official



産経新聞 7月24日 15段

制作者のことは



株式会社電通
エグゼクティブクリエイティブディレクター

高崎 卓馬

ここ数年、東北がますます魅力的になってきている。コロナの影響で私たちの価値観が少し変わったせいだろうか。記憶のなかにある原風景を心が求めているようにも思う。昔、聞いた自然の大きくて遠い音や、雲を眺めている時の風の匂いに、もう一度出会いたいという気持ちが強くなっている。そこに安らぎがあることを私たちは知っている。SNSに載せる写真や動画にそれは残念ながら写らない。写らないから共有できない。自分の体で体験することでしか得られない。旅とはそういうものだ。今私たちに必要なものが東北にはある。そんな思いでキャンペーンを始めました。大きなものに抱かれたいと思ったらぜひ東北へ。

使用媒体 ● 産経新聞

企画制作＝株式会社電通・ルル株式会社・有限会社CPU direct・株式会社ジェイアール東日本企画／エグゼクティブクリエイティブディレクター＆コピーライター＝高崎卓馬(株式会社電通)／クリエイティブディレクター＆アートディレクター＝八木義博(株式会社電通)／デザイナー＝畠山大介(ルル株式会社)・藤田将史(有限会社CPU direct)／製版・印刷＝田村慎也(株式会社電通プロモーションエグゼ)／アカウント・エグゼクティブ＝池上直人・梅沢真実(株式会社電通)・豊田和希・井上祐恵・那須田彩(株式会社ジェイアール東日本企画)



上品な大学 ランク外。

明けましておめでとうございます。毎度お騒がせ、近畿大学です。古今東西、大学界は偏差値など常にランキングに晒されています。有難いことに「THE世界大学ランキング」での日本の私立総合大学「トップ」は“近・慶”！なのに！日本で調査された「上品な大学ランキング」ってのでは、近大まさかの、ランク外……？え……めっちゃうれしいやん！なぜなら近大は、「学びたい者に学ばせたい」という想いで創設された“大衆大学”。お上品限定に見えないなら、むしろ本望！なのです。しかも！他のランキングでは「エネルギーギッシュである」1位、「チャレンジ精神がある」1位、「コミュニケーション能力が高い」1位。どや！です。近大は「実学教育」と「人格の陶冶」が建学の精神。研究資金を自ら稼ぎながら挑戦し続けて成功させたクロマグロの完全養殖をはじめ、不可能を可能にするDNAをもつ近大だからこそ、エネルギーギッシュでチャレンジ精神があり、コミュカの高い人材が育つのです。2023年も、近大クオリティの人材育成に磨きをかけていきます！ちなみに、企業が求める人材像の1位は「コミュニケーション能力が高い」、2位は「意欲的」。あ……それ、近大ですよん！

 **近畿大学**
KINDAI UNIVERSITY

この人物画像は、情報学部のすっげー1年生“コードネームK”が、最近流行りのDiffusion Model (拡散モデル) を使い、AIに実在する近大生の顔写真200枚を学習させて生成した“近大生”です。AI制作の裏側はこちら▶ 

1月3日から一般入試(前期)出願受付開始 【医学部は受付中】 情報学部/法学部/経済学部/経営学部/理工学部/造形学部/文学部/総合社会学部/国際学部/農学部/医学部/生物工学部/工学部/産業理工学部/近畿大学 〒517-8502 大阪府東大阪市北3-1-1 http://kindai.jp

産経新聞 1月3日 15段

使用媒体 ● 産経新聞

企画制作＝学校法人近畿大学・株式会社電通・株式会社大阪宣伝研究所・グラフテクノ株式会社/クリエイティブ・ディレクター&コピーライター＝佐藤朝子(株式会社電通)/コピーライター＝世耕石弘・稲葉美香(学校法人近畿大学)・福居亜耶(株式会社電通)/アートディレクター＝佐々木楓(株式会社電通)・小村純太(株式会社大阪宣伝研究所)/プロデューサー＝今泉拓也(株式会社大阪宣伝研究所)/デザイナー＝山本将平(株式会社大阪宣伝研究所)/画像生成＝コードネームK(近畿大学情報学部生)/製版＝上坂誠(グラフテクノ株式会社)/ビジネスプロデューサー＝大西和博(株式会社電通)

メディア部門ラジオ（40 秒以上部門）最優秀賞
ライオン株式会社 アクロンスマートケア 「干すか干されるか」篇

この度は、名誉ある賞をいただきありがとうございます。

アクロンスマートケアは、洗濯工程の約7割を占めていた「すすぎ工程」をなくす新技術「すすぎゼロ洗浄」を実現した、柔軟成分入り洗濯用洗剤です。

一般的に洗剤は、汚れを落とすために界面活性剤（洗浄成分）が必要で、脱水後も衣類に界面活性剤が残るため、すすぎが必要でした。しかし本製品は、新配合「アクロンスマートケア成分」が界面活性剤の働きをサポートし、洗浄力を増強してくれるため、少ない界面活性剤でも汚れをスッキリ落として、脱水後も衣類への界面活性剤残りが気にならないので、すすぎ工程が不要になりました。

企画に関して、アクロンスマートケアは生活習慣に欠かせない「洗濯」において、朝出かける前の慌ただしいシーンを描き、洗濯時間が長いことで遅刻しても「洗濯」をするのか、「洗濯」自体を諦めるのか、「選択」に悩む生活者のインサイトを捉えつつもユーモアに仕立てられている点が、「すすぎゼロ洗浄」で“キレイ”と“時短”を実現した商品特徴を分かりやすくお伝えできると思いました。

このCMを聴いて、時短で洗濯できるのなら使ってみようと思っていただけで幸いです。

最後になりましたが、ご制作いただきました電通の皆さま並びに、一緒に制作を進めてくださった関係者の皆さま、本当にありがとうございました。皆さまのおかげでこのような素晴らしい賞を受賞できたことをうれしく思います。

ライオン株式会社
ビジネス開発センター
クリエイティブデザイン部 部長

片桐 理



メディア部門ラジオ (40秒以上部門) 最優秀賞

ライオン株式会社 アクロンスマートケア 「干すか干されるか」篇

SE: ゴウンゴウン (洗濯機が回る音)

男 NA: 残り30分。

1週間分の溜まった洗濯を
朝にしようとした自分が間違っていた。
干してから出社したら確実に遅刻して仕事を干される。
だが干さねば、明日履くパンツがない。

M: ♪～ (壮大な曲)

男 NA: 明日はプレゼンだ。お得意先でノーパンも干されかねん。
干すか、干されるか、
僕は今、
洗濯で人生の選択を迫られている。

NA: アクロンスマートケアならすすぎ0回だから、
洗濯時間がすすぎ2回に比べて、半分になります。
朝の時間を有意義に。
ライオン



文化放送 40秒×1

制作者のことは



株式会社電通
プランナー&コピーライター
大庭 万季

最優秀賞をいただきましたこと、とてもうれしく思います。
すすぎ0回でいいから時短になる、アクロンスマートケアという新しい洗剤が画期的で、ラジオCMの題材としてもとても楽しく考えられました。
洗濯って意外と時間かかりますよね。明日着るものがなくなるから今干したい、でも家を出なくてはならない。そんな私自身の失敗が元になっています。
深刻に語ってるけど、よくよく聴くとダジャレやパンツの話をしている。原稿はシンプルな独白ですが、演者さんの声の渋さやシリアスに全振りした音楽のおかげで、思わず笑ってしまうものができたと思います。制作の機会をくださったライオンさん、協力いただいたすべての方に感謝申し上げます。

使用媒体 ● 文化放送

企画制作=株式会社電通/クリエイティブ・ディレクター=佐藤仁・山本渉(株式会社電通)/プランナー&コピーライター=大庭万季(株式会社電通)/アカウント・エグゼクティブ=松岡拓也・石塚朋大(株式会社電通)/プロデューサー&ミキサー=立花隆(株式会社エムアイティギャザリング)/アシスタントミキサー=安居翔貴(株式会社エムアイティギャザリング)/タレント=龍坐(フリーランス)/ナレーター=藤沢実徳(MIT Artists)/キャスティング=立花隆・齋藤亮(株式会社エムアイティギャザリング)/選曲効果音=廣澤拓郎(株式会社エムアイティギャザリング)/使用楽曲=曲名: End of Destiny・作曲: 北川翔也

メディア部門ラジオ(40秒以上部門)優秀賞

味の素株式会社 企業広告 「倍速生活」篇

女性: みなさんこんにちは!

しゃべりが速くておどろきました?

最近映画でもドラマでも倍速で見る人が増えているそうですね。

これは便利だということで、今日は生活をいろいろ倍速にしてみようと思います。

SE: (スタートのホーン)

女性: まずは、朝起きて倍速ドライヤー。

SE: ヴィーン(ドライヤー)

女性: はいおっけー! 長〜い髪の毛が、すぐキマる!

いってきまーす。

お次は、倍速通勤。

SE: ザッザッザッザッ(歩行)

女性: あっという間に、会社です。

イヤ〜な上司からの、倍速説教。

上司: お客さんからクレーム来てたぞ! 報告は早めにしろっていつも言ってるだろ!!

女性: お説教も、倍速ならすぐ終わってラッキー!

SE: ダダダダダダダダダダ

女性: 倍速タイピングで、仕事も早く終わってハッピー!

おうちに帰って、倍速ごはん!!

SE: ポリポリポリポリポリポリ(きゅうりをかむ)

SE: チャチャチャチャチャチャ(お箸が茶碗に当たる)

SE: ゴクゴクゴクゴクゴクゴク(味噌汁を一気飲みする)

夫: どう? おいしい?

女性: オイシイオイシイ

返事も倍速で。

NA: 1日3回のご飯にかかる時間、およそ90分。

食事も倍速にできたらかなり便利そうですが…

これは危険です。(通常スピード)

早食いは、万病のもと。

だから、普通のスピード…

より、もっとゆっくりゆっくり(0.8倍速)

かみましよう(0.5倍速)

便利な倍速。でも食べることだけは、ゆっくりで。(通常スピード)

女性: おいしいね(0.5倍速)

夫: おいしいね(0.5倍速)

女性: でも洗い物は倍速で!

SE: ジャー————

CI: Eat Well.Live Well. ♪ AJINOMOTO. (倍速)

女性: おっと、ここはちゃんと言わなくちゃ

CI: Eat Well.Live Well. ♪ AJINOMOTO. (通常スピード)

ラジオ大阪 60秒×1

使用媒体 ● ラジオ大阪

企画制作=株式会社博報堂・株式会社ヒッツコーポレーション/エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター=福島和人(株式会社博報堂)/クリエイティブ・ディレクター=山崎博司(株式会社博報堂)/プランナー=大野真子(株式会社博報堂)/コピーライター=山崎博司・大野真子・堀池駿介(株式会社博報堂)/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)/ディレクター=大野真子(株式会社博報堂)/ミキサー=前田剛(株式会社ヒッツコーポレーション)/音響効果=林貫志(株式会社ヒッツコーポレーション)/タレント=asmi(株式会社ROOFTOP)・為房大輔(有限会社ビックワンウエスト)・杉本優太(株式会社舞夢プロ)/レーター=高倉大輝(株式会社キャラ)/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)

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 音声プッシュ通知
「話しかけられない」篇、「素直になってしまう」篇、「褒められたい」篇

この度はこのような名誉ある賞をいただけて、とても光栄に思います。

くらしに役立つ情報や家電の動作状況などを音声でお知らせしてくれる「音声プッシュ通知」。その魅力を実際の音声機能を活用して伝えられないかと思ったのが、この企画のはじまりでした。家電同士が連携して動作状況をお知らせしてくれるだけでなく、天気やゴミの日を教えてくれたり、メッセージを自由にカスタマイズできるなどその使い方は様々。自分だったらどんな風に使いたいのか、新しい使い方はないか、どんな風に紹介したら「使ってみたい!」と共感していただけるのか。あらゆる角度から訴求点を考察する中、当時の「音声プッシュ通知」開発プロジェクトリーダー・占部裕樹さんへのヒアリングをとおして、日本人ならではの特性を考慮した機能であることを発見。日本人だからこそ共感できるインサイトにフォーカスした、シリーズ広告を仕上げることができました。またご出演いただいたナレーターの皆様も自分が思い描いていたイメージにぴったり。プロデューサーの一宮さんのおかげです。

皆さまのくらしが、パナソニックの家電や「音声プッシュ通知」とおして、忙しい日々がより便利になり、笑顔になるきっかけになったら幸いです。

最後に、このラジオCMを選んでくださった審査員の皆さま、いつもご指導いただき私が大尊敬する大広WEDOの吉岡さん、頭の中の世界観をそのまま形にできるようサポートいただいたエイトビートの一宮さん、オーディオエンジニアの堀さん・太田さん、出演いただいたナレーターの皆様、企画段階でヒアリング・ご相談させていただいた占部さん、家電の音声を制作いただいた浅井さん、本当にありがとうございました。そしてこのような広告を制作する機会を与えてくれ応援してくれた上司の高須、パナソニックにも大変感謝しております。

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

松野 文香



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 音声プッシュ通知 「話しかけられない」篇、「素直になってしまう」篇、「褒められたい」篇

「話しかけられない」篇

男性: He, Hey.

あれ、聞こえなかったかな？

オホン！

Hey. (イケボ風)

ちょっと恥ずかしいな…。

えー、今日の天気教えていただけたりしますか…？

NA: 機械に話しかけるのが苦手なあなたに。

パナソニックなら

テレビ: 「ピコン♪ 今日の天気は『晴れ』の予報です」

家電の方から話しかけてくれる。

パナソニックの音声プッシュ通知。

CI: Panasonic ♪

「素直になってしまう」篇

お母さん: あ、もうこんな時間。早く寝なさい。

子ども: やだ、まだ寝たくない。

お母さん: もー、早く寝ないと朝起きられなくなっちゃうよ？

子ども: まだテレビ見たい。

お母さん: もう寝なさい！

子ども: やだ！

テレビ: 「ピコン♪ そろそろ、寝る時間になりました」

子ども: …はーい。

NA: 家電に言われると、なぜか素直になってしまう。

パナソニックの音声プッシュ通知。

CI: Panasonic ♪

「褒められたい」篇

テレビ: 「ピコン♪ 美恵子さん、今日もキレイですね」

ラジオ大阪 30秒×3

美恵子: えー、ほんとに？ そうですかー？

あ、もう一回！ もう一回ちょうだい！

NA: 誰も褒めてくれない時は

家電に褒めてもらおう。

テレビ: 「ピコン♪ 美恵子さん、今日もキレイですね」

美恵子: そんなことないですー！ そうですかー？

あ、ほんとだ！ ちょっとキレイかも。

ありがとー♡

NA: メッセージを自由にカスタマイズできる。

パナソニックの音声プッシュ通知。

CI: Panasonic ♪

制作者のことば



P35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

松野 文香

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(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＝松野文香(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(自在音響株式会社)・太田友基(株式会社音響ハウス)／ナレーター＝亀岡孝洋(ACROSS ENTERTAINMENT)・楳山さと美(株式会社豪勢堂)・市原功基(株式会社NEWSエンターテインメント)・天野弘愛(株式会社ヘリンボン)・出口沙樹(株式会社アクセント)／家電の音声制作＝浅井沙良(パナソニック株式会社)

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 「おふくろの味、だけじゃない。」「親父の味」篇・「おばあちゃんの味」篇・「元カレの味」篇

「親父の味」篇

私オフ: あれは、はじめてお父さんと留守番した日――。
父(若い頃): 野菜炒めだよ。うまいか…?
私(子どもの頃): うまーい!
私オフ: あれから、今もお父さんったら
SE: ジュワー!
父: 野菜炒め、うまいぞ!!
私: うん(笑)
私オフ: 本当はちょっとしょっぱいけど…
NA: おふくろの味、だけじゃない。人を育てるすべての料理に。
SL: 味の素

「おばあちゃんの味」篇

私オフ: あれは、家出をした日――。
SE: ガラガラ
私(子ども): ばあちゃん…
おばあちゃん: あら… ご飯つくろか。
SE: ジュー!
私(子ども): えー、きんぴらー?
おばあちゃん: あんたのとちがう。あんたのお母ちゃんの大好物や。
おみやにして伸直りしい。
NA: おふくろの味、だけじゃない。人を育てるすべての料理に。
SL: 味の素

「元カレの味」篇

私オフ: あれは、初めての彼と喧嘩した日――。
彼: 遅いし、食べて帰れば
SE: ジャ! ジャ! (米を炒める音)
彼: はい、いつものチャーハンだけど。
SE: カチャ、カチャ(食器の音)
私: …ムかつく
彼: なんで?
私: おいしいから
NA: おふくろの味だけじゃない。
人を育てるすべての料理に。
SL: 味の素

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ADKマーケティング・ソリューションズ/シニア・クリエイティブ・ディレクター=藤井徹(株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ)/クリエイティブ・ディレクター=新村夏絵(株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ)/プランナー&コピーライター=川瀬真由(株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ)/プロデューサー=藤本祥和(株式会社ランダムハウス)/サウンドエフェクト=鈴木隆弘/ミキサー=越川雅博(株式会社サウンズネクストエフエムサウンズスタジオ)/キャスト=田中佳人・小園優・五十嵐雄介・松尾玲香・相沢まさき・下川江那・浅川暦

メディア部門雑誌最優秀賞

貝印株式会社 AUGER マルチユーズブラシ 心に触れて“整える”時間

この度は、メディア部門雑誌最優秀賞の受賞、誠にありがとうございます。

貝印は、身だしなみを整えるグルーミングツールブランドとして、AUGERを2022年にローンチしました。

同ブランドのコンセプトは「Kiss our humanity 心に触れて“整える”時間」です。例えば髭剃りは、毎日行うものです。その時間は、1日たった1分だとしても、生涯積み重ねれば大きなものになる。だから私たちは、そのわずか1分間の濃度を上げ、豊かな時間に変えていきたい。自分自身と向き合い、慈しむ時間にしてもらえればと思っています。そうすれば、身なりだけでなく心も整い、その後の行動や思考も整えることにつながっていくはずだと考えています。

AUGERが提供したいのは、暮らしを「整える」心地よい豊かな時間です。

「身だしなみ」は一個人としての行動ではある反面、社会的な営みと併存していると感じることもあります。

今は男性でもメイクをし、女性でも脇毛は剃らないなど、それぞれ社会の写し鏡として、男女問わずよりポジティブで自由度の高い「身だしなみ」を選択できる時代になってきています。

今回の企画でピックアップしたのは、AUGERのブランドアンバサダーも担っていただいている俳優の板垣李光人さんにプロデュースいただいた「マルチユーズブラシ」です。メインクリエイティブにも板垣さんを起用させていただいています。

ジェンダーニュートラルな魅力を持つ板垣さん自身も、本誌のインタビューで「僕はメイクをすることで、解毒しているんです。メイクをすることによって、自分の心を整えているのかもしれない。」と話していますが、そもそも、自分以外の人や社会の存在がないと自分の身だしなみを整えようと思わない、自分以外の誰もいない場合、服すらも着る必要がないのでは?とも思います。その意味では社会の写し鏡として自分をどう捉えるのが「身だしなみ」や「心」を「整える」ことではないでしょうか。

今後も貝印は、広告に限らず、様々なスタイルのコミュニケーションで、人や社会に貢献をして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。

貝印株式会社
上席執行役員 CMO
AUGERブランドディレクター

鈴木 曜



メディア部門雑誌最優秀賞

貝印株式会社 AUGER マルチユーズブラシ 心に触れて“整える”時間

Special Issue

metropolitana

[メトロポリターナ]

Special Interview

板垣李光人

「整える時間」

CONTENTS

- ・巻頭インタビュー 板垣李光人
- ・AUGER全アイテムリスト
- ・東京メトロ沿線ガイドショップスタッフおすすめ
阪急メンズ東京(東京メトロ日比谷駅・銀座駅)
日本橋高島屋S.C.(東京メトロ日本橋駅)
- ・レインボー池田直人の“整える”時間
- ・髭・爪・眉、基本の整え方

AUGER Grooming tool for new world.

How to use make up brushes

Special Interview

板垣李光人

「整える時間」

髭剃り李光人×AUGER
「マルチユーズブラシ」

Special Interview

整える道具

AUGER

全カタログ

One more action
Kiss our humanity

Shop Staff Recommend

東京メトロ日本橋駅
日本橋高島屋S.C.

東京メトロ日比谷駅・銀座駅
阪急メンズ東京

心ゆくまで整える時間へ

髭・爪・眉 整え方の基本

髭の整え方

爪の切り方

眉の剃り方

AUGER

心に触れて“整える”時間
Kiss our humanity

metropolitana 10頁

制作者のことは

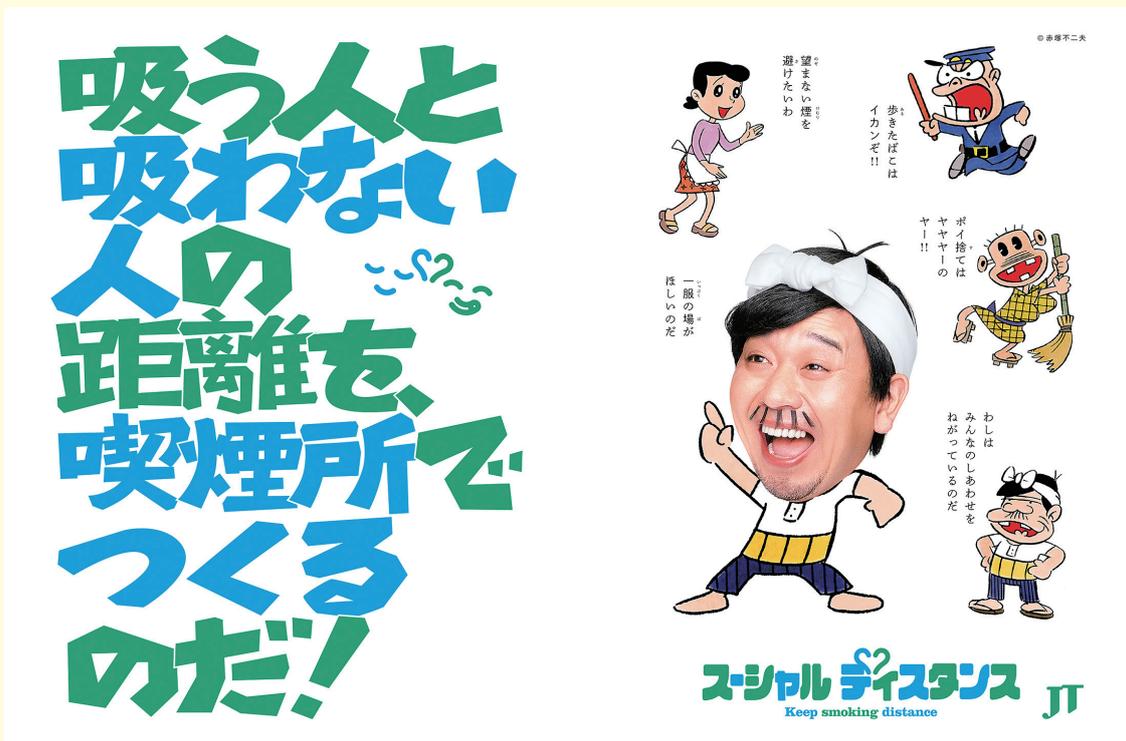
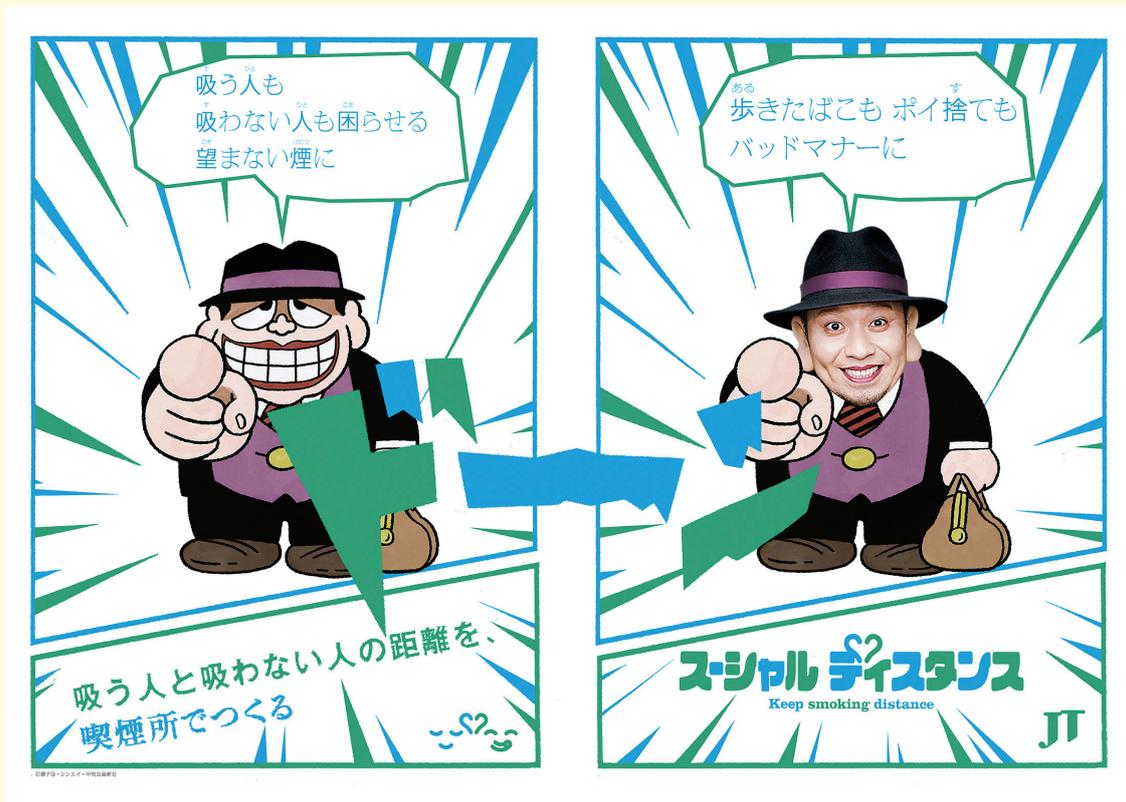


株式会社イーター
ディレクター
西原 幸平

リモートワークの普及で、オンライン会議が増えました。そこで見せつけられる自分の顔面……、男性も美容に無関心ではられません。そんななか2022年に貝印が世に送り出したのが、AUGERです。身だしなみを「整える」という行為の心地よさ。高い機能性とシンプルなデザインを兼ね備えたツールは、そんなことに気づかせてくれます。そして、このAUGERが2023年に発売したアイテムが、今回の臨時増刊号で紹介したメイクブラシです。巻頭企画に登場するのは、ブラシを監修した俳優・板垣李光人さん。「メイクで整える」、その喜びについて語っていただきました。整える心地よさと楽しさ。そんなことを読者に感じてもらえればと思い、制作した誌面です。

使用媒体 ● metropolitana

企画制作＝株式会社イーター／ディレクション＝西原幸平(株式会社イーター)／アートディレクター＝タキ加奈子(soda design)／デザイン＝北英理香(soda design)／撮影＝今江寿之・小坂茂雄・ITCHY／ライター＝佐藤有紗・揚石圭子／スタイリスト＝伊藤省吾(sitor)／ヘアメイク＝KATO(TRON)



SPA! 2頁×2

使用媒体 ● SPA! 笑わせえるすまん篇

企画制作=カゼプロ株式会社・株式会社TYO/クリエイティブ・プロデューサー=神田亮・磐井寛・秦彩香・齋藤はなえ・友常凌太郎(カゼプロ株式会社)/クリエイティブ・ディレクター=横澤宏一郎(BORDER inc.)/アートディレクター=小杉幸一(株式会社onehappy)/コピーライター&プランナー=松田正志(文と絵)/カメラマン=岡祐介(株式会社博報堂プロダクツ)/プロデューサー=瀬能正行(株式会社TYO)/プロダクション・マネージャー=飯田暲・菅原唯(株式会社TYO)

使用媒体 ● SPA! スモカボン篇

企画制作=カゼプロ株式会社・株式会社TYO/クリエイティブ・プロデューサー=神田亮・磐井寛・秦彩香・齋藤はなえ・友常凌太郎(カゼプロ株式会社)/クリエイティブ・ディレクター=横澤宏一郎(BORDER inc.)/アートディレクター=小杉幸一(株式会社onehappy)/コピーライター&プランナー=松田正志(文と絵)/カメラマン=岡祐介(株式会社博報堂プロダクツ)/プロデューサー=瀬能正行(株式会社TYO)/プロダクション・マネージャー=飯田暲・藤井りくり(株式会社TYO)

クリエイティブ部門テレビ優秀賞

日本マクドナルド株式会社 夜マック 「夜マック店長／新しい友達」篇「夜マック店長／おなががすいた日」篇
「夜マック店長／夕焼けの歌(帰り道)」篇「夜マック店長／夕焼けの歌(アニメ)」篇



フジテレビ・関西テレビ 30秒×2、15秒×2

「夜マック店長／新しい友達」篇

M: ♪～夜想曲
LiLiCo+塙:
うー!
伊藤: えっ! どうしたの?大丈夫?
LiLiCo: 腹減ってもうだめだ…
伊藤: じゃあ、うちくる?
M: ♪～ムーンライト・セレナーデ
伊藤: よし、スマホでモバイルオーダー。
NA: 夜マック店長
妻夫木: パーティーですか?
伊藤: なんか友達できちゃって。
店長も来ない?
妻夫木: いいんですか…?
妻夫木: こんばんは。
伊藤: いらっしゃい。入って入って。
妻夫木: あっ、なんているんだお前ら。
LiLiCo+塙:
いえーい!
NA: みんなで食べようおトクなポテナゲ。スパイシーなポテナゲも。
伊藤: 友達だったの?
LiLiCo: そう。あーん…ふいっ!
伊藤+LiLiCo+塙:
あはははは
M: ♪～タラッタッタッタ～

「夜マック店長／おなががすいた日」篇

M: ♪～夜想曲
伊藤: こっちじゃない、あっち、壁の方!
そこ、そこ、そこそこそこ!
重いよ。頑張ってる。
LiLiCo+塙:
うー…
伊藤: ほんと助かるー! あ、それあっちね。
伊藤: よし、ご飯にしよう。
モバイルオーダーなら、あとは受け取るだけ。
M: ♪～ムーンライト・セレナーデ
NA: 夜マック店長
妻夫木: ご注文の倍バーガーです。
またパーティーですか?
伊藤: 今日、引越して大変なの。
NA: がっつり食べたい日は倍バーガー
伊藤: 食べたらまた作業再開!
LiLiCo+塙:
ウィーっす!
妻夫木: あいつら、いいように使われてるな…
伊藤: あっ! 夜マック店長?
なんかいたような気がしたんだけど…
あっ! いた!
M: ♪～タラッタッタッタ～

「夜マック店長／夕焼けの歌(帰り道)」篇

M: ♪～赤とんぼ
伊藤+LiLiCo+塙:
♪夕焼け小焼けで腹へった～
S: おなかすいたね。
妻夫木: ♪5時からポテナゲ売ってます～
S: 夜マック店長
伊藤: ♪お得です～
NA: プリプリエビプリオも
M: ♪～かえるがなくなから
伊藤+妻夫木:
♪夕焼けポテナゲおいしいね
妻夫木: あーん…ふいっ!
伊藤+妻夫木:
あっはははは
M: ♪～タラッタッタッタ～

「夜マック店長／夕焼けの歌(アニメ)」篇

M: ♪～赤とんぼ
妻夫木+伊藤+LiLiCo+塙:
♪夕焼け小焼けで腹へった～
S: おなかすいたね。
妻夫木+伊藤+LiLiCo+塙:
♪5時からポテナゲ売ってます～
お得です～
NA: マック THE チキンも
M: ♪～かえるがなくなから
妻夫木+伊藤+LiLiCo+塙:
♪夕焼けポテナゲおいしいね
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・株式会社ギークビクチュアズ／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(株式会社ギークビクチュアズ)／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)・小和田司(株式会社ギークビクチュアズ)／ヘアメイク＝勇児勝彦(株式会社サイモン)・岡澤愛子(株式会社an)／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(株式会社フラックス)／アニメーション＝松浦泰仁(フリーランス)／ミキサー＝田岡政文(フリーランス)／効果音＝中野豊久(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・丸橋光太郎(株式会社メロディー・パンチ)／特殊メイク＝Amazing JIRO・小松義夫(有限会社自由廊)／使用楽曲＝①曲名: 夜想曲・作曲: フレデリック・ショパン ②曲名: ムーンライト・セレナーデ、作曲: グレン・ミラー ③曲名: 赤とんぼ・作曲: 山田耕祥・作詞: 三木露風 ④かえるがなくなから

クリエイティブ部門新聞優秀賞

大日本除虫菊株式会社 ムカデムエンダー LOVEメディア広告

金鳥新聞					
1 KNCテレビ	2 KNCアテレ	3 MKDテレビ	4 キンテレ	5 ムカデテレビ	6 金鳥テレビ
6:00 朝あはれムカデ 全国にムカデの季節到来! 全編10分! 全編10分! 全編10分! 全編10分! 全編10分! 全編10分!	5:00 百鬼夜行 百鬼夜行 百鬼夜行 百鬼夜行 百鬼夜行 百鬼夜行	6:00 朝あはれムカデ 全国にムカデの季節到来! 全編10分! 全編10分! 全編10分! 全編10分! 全編10分! 全編10分!	6:00 朝あはれムカデ 全国にムカデの季節到来! 全編10分! 全編10分! 全編10分! 全編10分! 全編10分! 全編10分!	6:00 朝あはれムカデ 全国にムカデの季節到来! 全編10分! 全編10分! 全編10分! 全編10分! 全編10分! 全編10分!	6:00 朝あはれムカデ 全国にムカデの季節到来! 全編10分! 全編10分! 全編10分! 全編10分! 全編10分! 全編10分!

金鳥新聞

広告

KINCHO

ITAI

新聞読んで、テレビを見よう!

インターネット調べよう!

キンチョウ ムカデ

新ムカデムエンダー

夜にだけ! ムカデムエンダー

おとわり

放送時間、出演者、番組名など一切事実と関係ありません。あくまでも広告です。モノを売ることでしか考えないのです。

ムカデムエンダー

ホームページを見よう!

www.kincho.co.jp

なによりも、**フォーマーシャル**を見よう!

四国、九州、中国地方で絶賛放送中

テレビじゃなくても、ここから見られる!

見放題 無料!

キンチョウのムカデ番組長CM

使用媒体 ● 産経新聞
 企画制作=株式会社電通 Creative KANSAI・株式会社モノリス/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)/プランナー&コピーライター=古川雅之・直川隆久・茗荷恭平(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)

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 ホームネットワーク商品 「家族旅行」篇

NA: 再び、旅行する人たちが増えてきた今、
家族のこんな会話が聞こえてきます。

男性A: いよいよ明日から、家族旅行だな。

女性: ちゃんと計画どおり行動してよ。

男性B: 心配性だな、わかってるよ。

それより、クルマは…?

男性A: 手配してるから安心しろ。

男性B: ああ、興奮してきた。

女性: 長い休みなんて滅多にないチャンスだからね。

男性A: さっ、今日は早めに休んで、明日に備えよう。

NA: では、今の会話を、
空き巣を企む泥棒たちだと想像しながら、もう一度。

男性A: いよいよ明日から、家族旅行だな。

女性: ちゃんと計画どおり行動してよ。

男性B: 心配性だな、わかってるよ。

それより、クルマは…?

男性A: 手配してるから安心しろ。

男性B: ああ、興奮してきた。

女性: 長い休みなんて滅多にないチャンスだからね。

男性A: さっ、今日は早めに休んで、明日に備えよう。

NA: 旅行を待ち望むのは、家族も、泥棒も同じ。

M: ♪～

NA: そこでパナソニックは、
外出先から自宅の様子をスマホで確認できる「屋外カメラ」をはじめ、
留守中でも、おうちを見守るホームネットワーク商品をラインナップ。

もうすぐゴールデンウィーク。

ご旅行前の防犯対策、お忘れなく!

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＝谷口泰星(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&ディレクター＝吉岡由祐(株式会社
大広WEDO)／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(自在音響株式会社)・太田友基(株式会社音響ハウス)／ナレ
ーター＝梶本滋・九里みほ(株式会社ヘリンボーン)・五十嵐誠仁(株式会社豪勢堂)・出口沙樹(株式会社アクセント)

色が変わるのって、 自然なことなのかも。

自然のリンゴは時間が経つと茶色く色が変わるのに、石けんは白いままのイメージがありませんか？
シャボン玉の無添加石けんは、袋から出したままにしておくとしずつつ色が変わってしまいます。
色が変わるのは「酸化」が理由のひとつ。これは自然のリンゴと同じ現象です。
エドト塩酸のような酸化防止剤や、酸化チタンなどの着色料などが入っていない、シャボン玉の無添加石けん。
肌に触れる洗浄剤も食べ物と同じように使用成分を気にしてみませんか。



香料、着色料、酸化防止剤、合成界面活性剤、不使用。

シャボン玉浴用は、良質な天然油脂を原料に釜炊き職人が1週間から10日間かけて丁寧に作っており、その出来具合は舌でなめてチェックしています。きめ細かく弾力性のある泡が特長で、さっぱり洗えるのに、天然油脂に含まれる天然のうるおい成分(グリセリン)で洗い上がりはしっとり。赤ちゃんからご年配の方まで家族みんなで使える石けん、ぜひ一度お試しください。

無添加



0120-4800-95
www.shabon.com



シャボン玉浴用3個入りの売上の1%を
人と自然にやさしい活動に寄付しています。



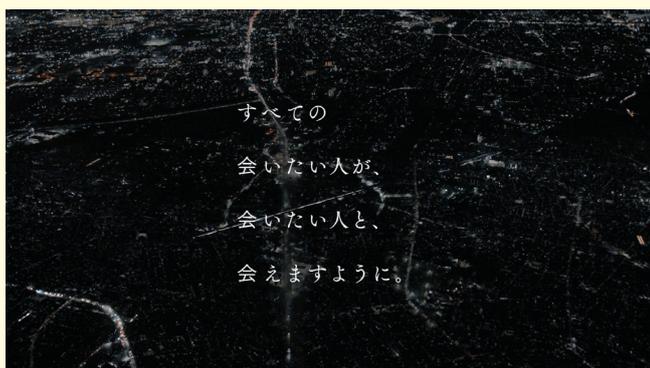
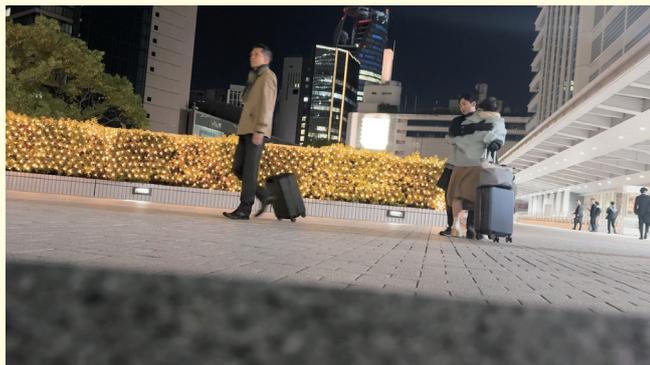
天然生活 1頁

使用媒体 ● 天然生活

企画制作=株式会社BBDO J WEST/アカウントエグゼクティブ=池内道広(株式会社BBDO J WEST)/クリエイティブディレクター&コピーライター=今井美緒(株式会社BBDO J WEST)/アートディレクター=山口哲也(広告制作ALUCARD)/撮影=山田圭(フタバスタジオ)

パブリック部門テレビ優秀賞

東海旅客鉄道株式会社 企業広告 「すべての会いたい人へ」篇



フジテレビ 60秒×1

SE: 走行音

SE: チャイム♪ 間もなく終点…

♪(UA「会いにいこう」)～歌い出そう 線路の リズムで

♪～会いたい 顔が 目的地

♪～会いにいこう どんなときでも

NA+S: すべての会いたい人が、会いたい人と、会えますように。

♪～Woo

NA+CI: JR東海

使用媒体 ● フジテレビ

企画制作＝株式会社電通・株式会社ジェイアール東海エージェンシー／クリエイティブディレクター＝野崎賢一(株式会社電通)／プランナー＝野崎賢一・荒木雅(株式会社電通)／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＝河野智(株式会社電通)／広告会社プロデューサー＝野呂昌功(株式会社電通クリエイティブフォース)／制作会社プロデューサー＝SUPERMARKET(株式会社SUPERMARKET)／演出ディレクター＝大野大樹(Club_A)／撮影＝伊藤元・大石健弘／音楽制作会社＝株式会社愛印／音楽制作会社プロデューサー＝山田勝也／使用楽曲＝曲名：会いにいこう・作曲：岩崎太整・作詞：野崎賢一、岩崎太整

パブリック部門新聞優秀賞

牛乳石鹼共進社株式会社 カウブランド赤箱 赤富士、赤箱、初風呂で。



産経新聞 1月1日 15段

使用媒体 ● 産経新聞

企画制作＝株式会社産業経済新聞社・株式会社MAQ／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)／アカウント・エグゼクティブ＝阪井干城(株式会社産業経済新聞社大阪本社)

パブリック部門ラジオ優秀賞

パナソニック株式会社 ホームネットワーク商品 「家族旅行」篇

NA:再び、旅行する人たちが増えてきた今、
家族のこんな会話が聞こえてきます。

男性A:いよいよ明日から、家族旅行だな。

女性:ちゃんと計画どおり行動してよ。

男性B:心配性だな、わかってるよ。

それより、クルマは…?

男性A:手配してるから安心しろ。

男性B:あぁ、興奮してきた。

女性:長い休みなんて滅多にないチャンスだからね。

男性A:さっ、今日は早めに休んで、明日に備えよう。

NA:では、今の会話を、
空き巣を企む泥棒たちだと想像しながら、もう一度。

男性A:いよいよ明日から、家族旅行だな。

女性:ちゃんと計画どおり行動してよ。

男性B:心配性だな、わかってるよ。

それより、クルマは…?

男性A:手配してるから安心しろ。

男性B:あぁ、興奮してきた。

女性:長い休みなんて滅多にないチャンスだからね。

男性A:さっ、今日は早めに休んで、明日に備えよう。

NA:旅行を待ち望むのは、家族も、泥棒も同じ。

M:♪～

NA:そこでパナソニックは、
外出先から自宅の様子をスマホで確認できる「屋外カメラ」をはじめ、
留守中でも、おうちを見守るホームネットワーク商品をラインナップ。

もうすぐゴールデンウィーク。

ご旅行前の防犯対策、お忘れなく!

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＝谷口泰星(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&ディレクター＝吉岡由祐(株式会社
大広WEDO)／プロデューサー＝宮仲聡(エイトビート株式会社)／オーディオエンジニア＝堀修生(自在音響株式会社)・太田友基(株式会社音響ハウス)／ナレ
ーター＝梶本滋・丸里みほ(株式会社ヘリンボーン)・五十嵐誠仁(株式会社豪勢堂)・出口沙樹(株式会社アクセント)

審査委員長特別賞

積水ハウス株式会社 企業広告 「家に帰れば、積水ハウス。」

穏やかな光と風の中で、柔らかな雲の浮かぶ空をさりげなく見上げる安藤サクラさん。変わらぬメロディーに乗せて、新たな歌詞により「幸せ」が謳われる。新聞広告やWEBには同じ空気感を纏って綴られる何気ない毎日を背景としたメッセージ。明るい未来を感じながら、やっと戻って来たかけがえのない日常をあらためてかみしめるかのような彼女の表情に、以前は当たり前感じていた日々の尊さや、気がつけばいつもそこにあった「幸福」に、思いをはせる人もきっと多いことだろう。しみじみと余韻の残る広告だった。

(審査委員長・宮田亮平)

TV



フジテレビ・関西テレビ 30秒×1

「幸せって」篇

M: ♪～

安藤さん：なんだろうね。
幸せって。

T: 家に帰れば、積水ハウス。

デジタルメディア



「家に帰れば、積水ハウス。」に
込めた想い。

小林重星さん作曲による「積水ハウスの歌」は1970年に誕生しました。
2010年、創立50周年の機に新しい歌詞に改め、
その後のTVCM等で使用しています。

今回の企業CMは「幸せ」という普遍的なテーマを取り上げ、
「誰でも願う幸せ」を綴った2番の歌詞が歌われています。

いまの時代、いまの世界、かけがえない「幸せ」について、また「家」について、
多くの人々が、その想いを深くされているのではないのでしょうか。

TV-CM60秒



WEBサイト

SEKISUI HOUSE

未来につなぐ歌

ふと きこえてくる 歌がある
そんなときが だれにでも きつとある

はるかな空 ながれる雲 家へと帰る道
なつかしい故郷 光と風と ひとと自然と

その歌は 何世代も 歌いつがれてきた
世界中の どここの国にも きつとある

ほんとうに たいせつなものが そこにある
未来へと バトンをつなぐ 約束の歌だ

いとしの故郷 そして わが家は
いつもある いつまでも ころのなかに

こんな場所は 世界にふたつとない
こんなに不思議な 幸福な場所は
ほかにない

家に帰れば、積水ハウス。

積水ハウス株式会社
〒531-8576 大阪府東淀川区大田1-1-88 積水ハウスビル

www.sekishuhouse.co.jp

産経新聞 1月1日 15段

使用媒体 ● フジテレビ・関西テレビ 「幸せって」篇

企画制作＝株式会社電通・一倉広告制作所・株式会社東北新社／クリエイティブ・ディレクター＝一倉宏（一倉広告制作所）・並河進・藤本泰明（株式会社電通）／クリエイティブ・プロデューサー＝仁科紀子（株式会社電通クリエイティブフォース）／プロデューサー＝井上みち子・高木美歩（株式会社東北新社）／プロダクション・マネージャー＝春日大輝（株式会社東北新社）／監督＝中島信也（株式会社東北新社）／撮影＝瀧本幹也（瀧本幹也写真事務所）／照明＝藤井稔恭（フリーランス）／美術デザイナー＝鈴木一弘（target）／スタイリスト＝白山春久（白山事務所）／ヘア＝ASASHI（太田事務所）／メイクアップ＝村松朋弘（関川事務所）／オフライン編集＝宮崎努（株式会社東北新社）／オンライン編集＝太田勝也（オムニバス・ジャパン）／ミキサー＝切金潤（フリーランス）／サウンドエフェクト＝宮良明彦（ONPa）／音楽＝緑川徹・原口友也（メロディー・パンチ）／歌＝森山直太郎／タレント＝安藤サクラ／アカウント・エグゼクティブ＝加納康男・小松健二（株式会社ICE）・梅澤健司・田淵帝次（株式会社電通）／使用楽曲＝曲名：積水ハウスの歌・作曲：小林亜星・作詞：一倉宏

使用媒体 ● 産経新聞 「未来につなぐ歌」篇

企画制作＝株式会社電通・一倉広告制作所・株式会社サン・アド／クリエイティブ・ディレクター＝一倉宏（一倉広告制作所）・藤本泰明（株式会社電通）／アートディレクター＆デザイナー＝大森清史・島田陽介（株式会社サン・アド）／コピーライター＝一倉宏（一倉広告制作所）／撮影＝瀧本幹也（瀧本幹也写真事務所）／プロデューサー＝加藤実果・永井浩（株式会社サン・アド）／タレント＝安藤サクラ／アカウント・エグゼクティブ＝梅澤健司・田淵帝次（株式会社電通）

使用媒体 ● WEB サイト

企画制作＝株式会社電通・一倉広告制作所・株式会社D2C ID・株式会社FARO・CK／クリエイティブ・ディレクター＝一倉宏（一倉広告制作所）・並河進・藤本泰明（株式会社電通）／クリエイティブ・プロデューサー＝仁科紀子（株式会社電通クリエイティブフォース）／プロデューサー＝高橋大輔（株式会社D2C ID）／プロジェクトマネージャー＝池田雄輔（株式会社D2C ID）／デザイナー＝武田怜子（株式会社D2C ID）／フロントエンドエンジニア＝緑川正樹（株式会社FARO・CK）／タレント＝安藤サクラ／アカウント・エグゼクティブ＝加納康男・小松健二（株式会社ICE）・梅澤健司・田淵帝次（株式会社電通）

特別部門

大塚製薬株式会社

バランス栄養食「カロリーメイト」が受験生を応援するシリーズCM。その10作目では、美大を目指す受験生を描きました。理系学部を目指す同級生と共に、切磋琢磨し合い、励まし合いながら「光」を求めて進む物語です。多様化した受験スタイルを描きつつも、まわりを見て焦る姿や、仲間と励まし合いながらひたすら進む様子など、どんなに環境が変わっても、なりたい自分になるために努力をする高校生の普遍的な姿が、受験生はもちろん、夢に向かって努力を続けるすべての人たちへ、勇気を与えました。楽曲には「Let's go! スマイルプリキュア!」をピアノアレンジで起用。今年の受験生たちが幼少期に流れていた耳なじみのある曲で応援しています。

そんな「光も影も」篇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、SNSなどでも大きな反響をよびました。頑張る受験生へエールを送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

一般社団法人全国農業協同組合中央会

私たちの国で消費する食べものは、できるだけその国で生産するという考え方「国消国産」を多くの国民に醸成するために産経新聞が運営するファンコミュニティ「きっかけ」を活用し、さまざまな取り組みを実施しました。コミュニティには開設1年半で2万人以上のユーザーが集い、生産者の声や地域の名産品などの情報をもとに多様なコミュニケーションが繰り返されています。

2023年はオンライン上のみならず、実際にコミュニティユーザーたちに農業を体感してもらい、国消国産を実践していただく「米づくりからはじめる国消国産」というテーマでクラウドファンディング企画を実施。賛同者とともに田植え、稲刈り、新米の実食イベントなどを通じて、より国消国産を身近なものとして捉える機会を創出しました。

今後もコミュニティなど新しいツールを活用し「国消国産」の訴求とともに、日本としての大きな課題である食料自給率の向上に貢献されようと奮闘する姿勢に敬意を表し、特別部門賞を贈呈します。

(産経新聞社)



特別部門

サムスン電子ジャパン株式会社

1967年の放送開始から55周年を迎えた深夜ラジオの代名詞・ニッポン放送の「オールナイトニッポン」。これを記念して、「全国统一オールナイトニッポン検定 supported by Galaxy」と題したクイズキャンペーンを、2023年2月に実施しました。

「55周年」にちなんで「全55問」の検定問題を出題。番組の歴史や現役パーソナリティにまつわるクイズなどオールナイトニッポンを楽しく学べる検定としました。検定成績の上位10名の方には、オールナイトニッポンプロデューサーと一緒にニッポン放送の社内を見学することができる「ニッポン放送社内体験ツアー」の参加権をご用意。この施策には、約5万人が参加エントリーしました。

2023年4月に日比谷公園で開催したニッポン放送のリスナー交流イベント「ラジオパーク2023」では、オールナイトニッポンの番組ブースにて、オールナイトニッポンステッカーを配布。ステッカー配布の際に、Galaxy端末でスロットゲームにチャレンジするコーナーを設け、7万5000人の来場者に対して、端末への接触機会を演出しました。ステッカー配布は大変な人気となり、開催2日間で終日行列の絶えないブースとなりました。

7月からは、「ニッポン放送スペシャルサマーキャンペーン Supported by Galaxy」と銘打ち、リスナー参加型の様々な施策を実施。ニッポン放送アナウンサーがご案内する特別な社内見学ツアーや、話題の映画試写会、主催イベントご招待など、15個のコンテンツを用意。参加したリスナー約2万人にとって、忘れられない夏の体験をGalaxyとともに印象付けました。

以上半年間にわたり、ベテランリスナーから最近オールナイトニッポンを聴き始めたZ世代まで、幅広い世代のリスナーを動かす施策に取り組み、成果をあげることができました。

(ニッポン放送)



有楽町マイクに出現したオールナイトニッポンミュージアム



ミュージアム内ではGalaxy端末で過去の番組が聴けるブースを設置



日比谷公園で開催したラジオパークでは、オールナイトニッポンブース内でGalaxy端末を使った福引場にリスナーが殺到



主演の玉城ティナが登場した映画『#ミトヤマネ』試写会ではGalaxy端末の高性能カメラが活躍

特別部門

株式会社ラセンゲル

文化放送は「ノン子とのび太のアニメスクランブル」が1991年にスタートして以来、数多くの声優番組を放送し、常にアニラジブームを牽引してきました。その中において、「Fate/Grand Order カルデア・ラジオ局 Plus」は2017年から7年にわたり放送を続けています。

「Fate/Grand Order」(フェイトグランドオーダー)は、国内累計ダウンロード総数2900万を超えるアプリゲームです。「FGO PROJECT」のご提供により、番組は、開始当初より地上波ラジオだけではなく、「超! A&G+」という文化放送が運営するインターネットストリーミングサービスでも毎週生配信を行い、ゲーム関連の最新情報をお届けしてきました。

いずれの番組も、リスナーからのお便りを軸にしたラジオらしさ溢れるコーナーに加え、ゲストや運営スタッフを巻き込んだ企画を通じ、リスナーの「ファンコミュニティの醸成」や「自分ごと化」に尽くしてきました。

特に、夏に行われる周年イベントは、コロナ禍による中止があったものの、2022年に復活開催し、番組の公開イベントステージをはじめ多数の展開を行い、多くのファンの支持を得ました。

2023年からは番組連動のTikTokやYouTubeショート動画配信も開始し、常にリスナーを楽しませるための新たな施策にチャレンジしています。

コロナ禍を経て、ますます熱量を増している「Fate/Grand Order カルデア・ラジオ局 Plus」の施策に対し、功労を称え、特別部門賞を贈呈します。
(文化放送)



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)

向井 育子	味の素株式会社	食品事業本部	マーケティングデザインセンター	副センター長	コミュニケーションデザイン部	部長
鹿毛 康司	エステー株式会社		クリエイティブディレクター			
寛司 久人	株式会社NTTFコモ		ブランドコミュニケーション部長			
秋葉 航	麒麟ビール株式会社		マーケティング部	企画担当	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		ブランドマーケティング本部	第1ブランディング部	専任部長	
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		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			
篠原 正道	パナソニック オペレーショナルエクセレンス株式会社		コーポレート・コミュニケーションセンター	メディアプランニング室	室長	
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	ディ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 名誉教授
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 クリエイティブ&ナレッジ推進センター ECD

メディア部門(活字) 審査委員一覧 (社名五十音順・敬称略)

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 広告宣伝室長
水村 望	オリックス生命保険株式会社 オムニチャンネル営業本部長 オムニチャンネルマーケティング部長
鈴木 曜	貝印株式会社 上席執行役員 CMO マーケティング本部 副本部長
田辺 義晴	鹿島建設株式会社 広報室長
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
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
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
塩原 敬	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
藤本 実	富士紡ホールディングス株式会社 広告宣伝部 部長
杉山 典由	丸美屋食品工業株式会社 取締役 マーケティング本部本部長

メディア部門(電波) 審査委員一覧 (社名五十音順・敬称略)

小泉 ユミ	アース製薬株式会社 コンシューマーマーケティング部 部長
望月 省二	アサヒビール株式会社 理事 宣伝部長
緑川 美津雄	株式会社崎陽軒 専務取締役
多胡 賢之	月桂冠株式会社 専務取締役 営業本部長
小池 英樹	サッポロビール株式会社 メディア統括グループリーダー
秀野 康信	住友不動産株式会社 広報部長
和賀 直	大東建託株式会社 広報部 部長
小泉 義英	株式会社 WFS マーケティング部 部長
宮腰 保志	株式会社ニチレイ 広報IR部長
加藤 博文	久光エージェンシー株式会社 広告部長
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)

座長 稲増 龍夫	法政大学 名誉教授
犬童 一心	映画監督・CMディレクター
井上 由美子	脚本家
大友 啓史	映画監督
加納 典明	写真家
栗栖 良依	アートプロデューサー / SLOW LABEL 芸術監督
鴻上 尚史	劇作家/演出家
残間 里江子	プロデューサー
田中 里沙	事業構想大学院大学学長
谷山 雅計	コピーライター
中島 信也	CMディレクター
箭内 道彦	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
山田 美保子	放送作家・コラムニスト

「第53回フジサンケイグループ広告大賞」受賞作品一覧（計32賞）

賞		受賞社	商品名	作品名		
メディアミックス部門	グランプリ	大塚製薬株式会社	ポカリスエット	「青が舞う」篇		
	優秀賞	アサヒビール株式会社	スマートドリンク「スマドリ」	We are 飲みトモ!スマドリでええねん!プロジェクト		
		味の素株式会社	Cook Do [®] オイスターソース	Cook Do [®] オイスターソース トータルコミュニケーション “信じるか信じないかはあなた次第です”		
		株式会社資生堂	企業広告	「みんな、いい顔してる。」		
メディア部門	テレビ (60秒以上部門)	最優秀賞	東海旅客鉄道株式会社	企業広告	「すべての会いたい人へ」篇	
		優秀賞	サントリーホールディングス株式会社	サントリー天然水	地球と雲との会話	
	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	「はじめてのおつかれ生です」篇、「ただいまおつかれ生です」篇、「今年も一年、おつかれ生です」篇	
		優秀賞	株式会社さとふる	企業広告	「ご当地醤油」篇、「さとふる倍増」篇、「ワンストップ申請」篇、「真似されてる」篇、「お隣さん、登場」篇、「お隣さん、来訪」篇、「お隣さん、お名前」篇、「ならべ方」篇、「それはなし(冬)」篇、「ぐるぐる」篇、「ふるさとの味」篇、「届け先」篇	
	新聞	最優秀賞	東日本旅客鉄道株式会社	ああ、来てよかった。 TOHOKU Relax	東北の四季篇	
		優秀賞	学校法人近畿大学	新聞広告	上品な大学、ランク外。	
		デジタル プロモーション賞	サントリーホールディングス株式会社	東京サンゴリアス	感情のラグビー	
	ラジオ (40秒以上部門)	最優秀賞	ライオン株式会社	アクロンスmartケア	「干すか干されるか」篇	
		優秀賞	味の素株式会社	企業広告	「倍速生活」篇	
	ラジオ (40秒未満部門)	最優秀賞	パナソニック株式会社	音声プッシュ通知	「話しかけられない」篇、「素直になってしまおう」篇、「褒められたい」篇	
		優秀賞	味の素株式会社	企業広告	「おふくろの味、だけじゃない。」「親父の味」篇・「おばあちゃんの味」篇・「元カレの味」篇	
	雑誌	最優秀賞	貝印株式会社	AUGER マルチユーズブラシ	心に触れて“整える”時間	
		優秀賞	日本たばこ産業株式会社	企業広告	スーシャルディスタンス	
		デジタル プロモーション賞	東芝ライフスタイル株式会社	東芝冷蔵庫「VEGETA」	冷蔵庫「VEGETA」で悩みをまるっと解決	
	クリエイティブ部門	テレビ	日本マクドナルド株式会社	夜マック	「夜マック店長／新しい友達」篇「夜マック店長／おながすいた日」篇「夜マック店長／夕焼けの歌(帰り道)」篇「夜マック店長／夕焼けの歌(アニメ)」篇	
		新聞	優秀賞	大日本除虫菊株式会社	ムカデムエンダー	LOVEメディア広告
		ラジオ		パナソニック株式会社	ホームネットワーク商品	「家族旅行」篇
		雑誌	シャボン玉石けん株式会社	シャボン玉浴用	色が変わるのって、自然なことなのかも	
パブリック部門	テレビ	東海旅客鉄道株式会社	企業広告	「すべての会いたい人へ」篇		
	新聞	優秀賞	牛乳石鹼共進社株式会社	カウブランド赤箱	赤富士、赤箱、初風呂で。	
	ラジオ		パナソニック株式会社	ホームネットワーク商品	「家族旅行」篇	
	雑誌	山崎製パン株式会社	食パン・菓子パン他 主力商品群	ちょうどいい暮らし×ヤマザキパン		
審査委員長特別賞		積水ハウス株式会社	企業広告	「家に帰れば、積水ハウス。」		
特別部門		大塚製薬株式会社				
		一般社団法人全国農業協同組合中央会				
		サムスン電子ジャパン株式会社				
		株式会社ラセングル				
		ユウキ食品株式会社				

第53回フジサンケイグループ広告大賞
〔非売品〕

発行日：2024年4月9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：サンケイ総合印刷株式会社

表紙：金田有記、田中浩之

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オンテレ BSフジ

産経新聞 サンケイスポーツ 夕刊フジ 文化放送

ニッポン放送 ラジオ大阪 扶桑社