

味の素 kk 企業広告キャンペーン 『最初の晚餐。』

味の素株式会社

最初の晚餐。

世の中の甘さや苦さを、人生で初めて知るのは、食卓でした。

【柔らかい】
 みかんを細かく切り、ミルクで柔らかくする。ふんわりと、柔らかい味わいになりますよ。

【粘っこい】
 豆乳とノンジュース、出汁で煮込みましょう。赤ちゃんにも食べやすい、ねばねばです。

【甘い】
 おぼろ汁、たまごが、さつまいもを煮込み、牛乳を加えて完成。甘さも栄養も豊富です。

【塩っぱい】
 青菜を茹でて湯引き、しらすと一緒に、おかゆに混ぜると、やさしい塩味に。

【うま味がある】
 煮たじゃがいもにカッテージチーズを混ぜて、トマトをトッピング。うま味がたっぷり。

【酸っぱい】
 マカロニを茹でて、トマトのみじん切りを合わせると、マイルドな酸っぱさになります。

【苦い】
 みじん切りにしたピーマンを、じっくり煮る。おかゆをまよせば、ほら、食べられるでしょ。

【滑らか】
 鶏のどろしほ、赤ちゃんも大好きです。刻み海苔を少し入れるなど、お好みでどうぞ。

【硬い】
 赤ちゃんにとって硬い塊肉。細かく切り、出汁で煮て、おろしたカブと一緒に煮込みましょう。

甘い、酸っぱい、塩っぱい、苦い、うま味がある、粘っこい、滑らか、硬い、柔らかい…。
 たくさんの味や食感に出会い、乗り越えることで、子どもの一生は味わい深いものになっていく。

おっぱいやミルクの時期が終わり、離乳食をつくり始めるお母さんへ。子どもが好みがちな甘い味ばかりではなく、酸味、塩味、苦味、うま味といった五つの基本味や、硬さやクセのあるものなど、初めて出会う味や食感を、いっぱい体験させてあげてください。素材本来の味を活かし、新鮮な食材をこく薄味で。細かく刻んだり、裏ごししたり、とろみをつけたり。最初は泣いて口にしてくれなかったものも、調理や味つけのちょっとした工夫で、笑って食べてくれるようになります。子どもにとって食卓は、世の中を知る場であり、学ぶ場です。食卓での、たくさんの初めての経験を、どうか大切に。味の素は味わい豊かな食卓を通じて、日本の未来をつかっていく子どもたちの、毎日の晚餐を応援していきます。

おいしさ、そして、いのちへ。
 Eat Well, Live Well.
AJINOMOTO

●掲載状況——2013年3月24日、大分合同に掲載。二連版全30段。
 ●広告活動——主婦向け雑誌と連動。
 ●企画・扱い——電通
 ●制作——電通、たき工房、トーン・アップ、イメージ・ラボ、レブロン
 ●制作スタッフ——Pro=諏訪徹・長谷川紋子・落合陽輔、CD=大蔵泰平、AD=小倉輝久・樋口裕二、C=永友鏡哉・神山浩之・小野麻利江・渡邊千佳・新井奈生・萩原陽平、D=白井崇・高橋由貴・加越博仁・黒羽紘美・山岡あすな・古藤香織、Ph=村井真哉、7D=石森いつみ、スタイル=長嶋優季、CG=内田英晴・木村修・平野雄大・浦井恵美子・榎本鉄也、コーディネート=落合吾郎・秋山友世・柳澤隆司・黒岩泰広・養輪義行・山中悠貴・東海舟

●企画の概要と選定理由
 レオナルド・ダ・ヴィンチの名画「最後の晚餐」をモチーフに、離乳食で初めて知る味覚や食感を赤ちゃんの豊かな表情とともに紹介し、「最初の晚餐」である離乳食の役割をユーモラスにアピールした。たくさんの味覚に出会うことで成長してほしいとの企業の思いが、味わい豊かな人生を送ってほしいと願う母親たちへのエールとなり多くの共感を呼んだ。食を通じて子供たちの未来に貢献する企業姿勢が、見事に表現された作品として高く評価された。

新聞広告賞

元素周期表を、つくろう

東京エレクトロン株式会社

**改めまして
初めまして、元素です。**

初めまして、げんそ博士です。
と、私の話はさておき、この欄では
夏までのシリーズで118個の元素をおさらい。
昔習った記憶がある人には「改めまして」、
初めて聞く人には「初めまして」の元素紹介。
毎回2個ずつ登場するカードを切り取り集めて、
5月3日に掲載予定の元素周期表を完成させよう。
なおこのシリーズは毎日出るわけではありません。
またいつでもお会いできるか、お見逃しなく!



TOKYO ELECTRON 50 Years
www.tel.co.jp/

4月20日

H 水素 **Si** ケイ素

元素の中で最も多く存在している水素。
軽いけれどロケットも飛ばしてしまう力持ち。

現代社会に
なくてはならない
半導体製品の一番大事な
材料(シリコン)として日々活躍中。

カードを集めた人にお楽しみ!
元素周期表5月3日掲載!! (予定)

上の2枚のカードを切り取り集めて、大判の
元素周期表に貼ろう。118個の枠を埋めたら完成だ。
※このシリーズはまだ続きますが、毎日見逃しなく!!



TOKYO ELECTRON 50 Years
www.tel.co.jp/

4月21日

C 炭素 **Os** オスmium

鉛筆の芯やダイヤモンドを作り、
生命体のもとにもなる、
芸術的な元素。

とても硬い合金として万年筆の筆先に
使われる。昔はレコード針にも。

カードを集めた人にお楽しみ!
元素周期表本日掲載!!

上の2枚のカードを切り取り集めて、大判の
元素周期表に貼ろう。118個の枠を埋めたら完成だ。
※このシリーズはまだ続きますが、毎日見逃しなく!!



TOKYO ELECTRON 50 Years
www.tel.co.jp/

5月3日

●掲載状況——2012年4月20日から8月22日まで、朝日(東京・北海道)朝刊に掲載。小型広告62回ほか、題字下、二連版全30段、全7段。

●広告活動——展覧会、ウェブサイトと連動。
●企画——東京エレクトロン、博報堂
●制作——朝日新聞東京本社広告局、アドレイ
●扱い——博報堂DYメディアパートナーズ
●制作スタッフ——Pro=濱田彩、CD・AD=堀尾正樹、C=清水啓史・新井亨・田中美穂・中村友介、D=尾崎真裕、I=菊池和子

●企画の概要と選定理由
新聞広告を切り抜いて保存し、それを貼り付けていくという、新聞媒体の特性を巧みに使った仕掛けで、BtoB企業である同社の存在を一般消費者にも広く知らせることに成功した。テレビ面の小型広告で元素記号を不定期に掲載、切り取ったその広告を台紙となる二連版広告に貼り付けていくという斬新なアイデアだけでなく、イベントでの二次利用など企画展開も優れている。「いつ掲載されるか」との期待感とともに、面白くて役立つ教育的機能も発揮し、読者から大きな反響を呼んだ点が高く評価された。

**切り取り忘れたあなたに
感動のアンコール!!**

先月からテレビ面で連載している元素の小型広告シリーズ、
切り取り忘れたカードが……というあなた、ご安心ください。
5月14日までに掲載した26元素が再登場!
ちなみに今日のテレビ面も要チェックです!

掲載されたカードが見られるアーカイブサイトが
5月31日(木)オープン!!
<http://www.tel.co.jp/genso/>

げんそ博士から
臨時アナウンスです。

カードを切り取って、5月3日に掲載された大判の元素周期表に貼ろう。
118個の枠を埋めたら完成だ。お楽しみに! 毎日見逃しなく!!

特別展「元素のふしぎ」7月21日(土)~10月8日(月・祝) 国立科学博物館(東京・上野公園)



TOKYO ELECTRON 50 Years
www.tel.co.jp/

5月16日 全7段

世界のもとになる小さな部品

すべての物質を構成する118個の元素

元素周期表

便利のもとになる大きな技術

元素のふしぎ



TOKYO ELECTRON 50 Years

5月3日 二連版全30段

東芝のLEDが照らす世界遺産

株式会社東芝

掲載許諾期間終了



- 掲載状況——2012年6月22日から12月25日まで、読売、日経、産経に掲載。二連版全30段、全15段。
- 広告活動——雑誌広告、駅貼りポスターなどと連動。
- 企画——東芝広告部
- 制作・扱い——アサツキー・ケイ、電通
- 制作スタッフ——<東芝 LEDat ルーヴル美術館シリーズ (アサツキー・ケイ)> 企画=松本健一郎・鈴木春次・波多野吾紅、Pro=塩川達雄・田村彦人、CD=石井利始・関一行、AD=花澤敦史・福田昭彦、C=本田達弥、D=金谷尚和、Ph=西部裕介、CG=正木啓五
<東芝 LED「中尊寺金色堂」編 (電通)> 企画=松本健一郎・鈴木春次・波多野吾紅、CD=中澤真純、AD=中澤真純、C=岩田純平、D=土屋正人、Ph=渡会審二、Pro=松本和久 / 佐藤彰洋、レタッチ=稲越友一

●企画の概要と選定理由
昨年12月6日に点灯記念式典を行ったルーヴル美術館と、日本が誇る平安仏教美術である中尊寺金色堂を素材として、「和洋」「今昔」を光で浮き上がらせたビジュアルでLEDの存在感を示した。省電力・長寿命という技術面だけでなく、LEDが美術分野にも寄与していることを訴求、荘厳で美しいビジュアルは先端技術だけでなく企業のグローバルイメージ、将来性を強く印象づけ、同社の企業イメージを向上させたと高く評価された。

新聞広告賞

ReBORN CROWN

株式会社トヨタマーケティングジャパン

掲載許諾期間終了

掲載許諾期間終了

- 掲載状況——2012年12月27日、読売に掲載。二連版全30段＋全15段2点、小型8点。
- 広告活動——テレビCM、ウェブサイト、渋谷でのOOHなどと連動。
- 企画・制作——シンガタ、電通、副田デザイン制作所、フューチャーテキスト、WATCH、トレードマーク
- 扱い——電通
- 制作スタッフ——CD=佐々木宏、AD=副田高行・浜辺明弘、C=前田知巳、D=太田江理子・立石拓、Ph=上田義彦、Pro=西澤恵子

●企画の概要と選定理由
 企業広告「ReBORN」シリーズとして、黒塗りで高級セダンのイメージが強い「クラウン」も生まれ変わることを、ピンクの新型クラウンと同色のビジュアルで表現して各方面で話題を呼んだ。一面の題字横からテレビ面まで大小様々な広告を掲載した紙面使用と、新聞をめくっていくとジャン・レノと北野武がセンターページ見開き30段広告で出会うというストーリー性が読者の注目を集め、メッセージを印象づけた点が高く評価された。

新聞広告賞

2013シーズン キャンプイン広告
／2013年秋、優勝実写化へ。

株式会社広島東洋カープ

- 掲載状況——2013年2月1日、中国に掲載。全15段。
- 広告活動——スタジアム用映像、スタジアム内カフェポスターと連動。
- 企画・扱い——電通西日本広島支社
- 制作——電通西日本広島支社、アドリブ
- 制作スタッフ——Pro・CD・C=吉田一馬、AD=大久保喜弘、D=高木一樹、I=田中宏・とだ勝之・川原正敏・安彦良和・乾良彦・かわぐちかいじ・野村宗弘・かきふらい・さだやす圭・東風孝広

●企画の概要と選定理由
広島東洋カープのシーズンキャッチフレーズ「剣砥挑来」をコンセプトに、カープファンの漫画家10人が一コマずつ描き、優勝に向けて努力する選手の姿を、10コマ割のユニークな新聞広告に仕上げた。キャンプ初日のタイミングで、優勝を誓った選手たちの真剣な姿を様々な筆致で描き、野球ファン、漫画ファンのみならず幅広い層の注目を集めた。躍動感あふれる紙面から、市民球団である広島カープへの愛情が伝わり、地域密着の特性が十分に発揮された点も高く評価された。