

廣告主企画部門

新聞廣告賞

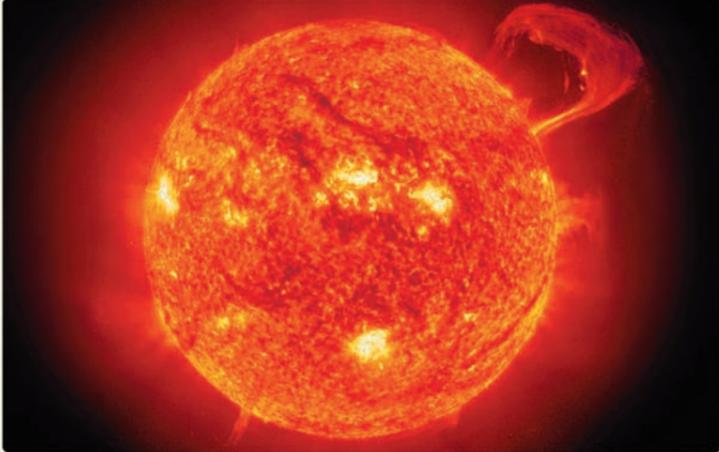
優秀賞

ソーラー発電システム「太陽とシャープ」シリーズ

シャープ株式会社

【太陽とシャープ①】

救うのは、太陽だと思う。
シャープは、
世界のソーラー・カンパニーへ。



●時代は渾とんとしている。未来は見えにくくなっている。しかし見上げれば、太陽は誰の上にも輝いている。●私たちシャープが、実は液晶技術の前から取り組んでいたのが「ソーラー発電」の技術でした。今からおよそ半世紀前、「電気を消費するメーカーの責任として、いつか電気そのものをつくる存在になりたい。」何があっても、歴代のトップはその志をずっとリレーしてきました。●シャープは、これまでに全世界の太陽電池の4分の1^①を生産するという実績を積み上げています。しかしエネルギーにおける本格的なソーラー革命はこれからです。今から2年後に完成予定の大規・標コンピュータは、1GWの太陽電池(日本の家庭25万軒分^②)を毎年生産する能力をもちます。●最大な可能性を持つ太陽を、そこそこの味方で済ます手はない。「人が生活で使うすべてのエネルギーをソーラーで支える。」この、ある意味で途方もない決意を、私たちはいつか必ず現実のものにします。



●シャープは、日本でも唯一の宇宙放射線耐性試験設備を設けたメーカーとして、これまで100以上の人工衛星に太陽電池を納入してきました。

地球全体に降り注ぐわずか1時間の太陽エネルギーで、
世界中が1年間に消費するエネルギーをまかなえます。

シャープ株式会社 〒151-8502 大田区南大田東町22番22号 TEL 03(6)972-2000 FAX 03(6)972-2007 E-MAIL info@sharpsolar.jp

【太陽とシャープ②】

「電気を消費するモノをつくるメーカーの責任として、いつか電気そのものをつくりだす存在になりたい。」
半世紀前からの夢でした。



●私たちシャープが、実は液晶技術の前から取り組んでいたのが「ソーラー発電」の技術でした。それは、今からおよそ半世紀前の1959年からのこと。「電気を消費するメーカーの責任として、いつか電気そのものをつくる存在になりたい。」歴代のトップは何があってもその志をずっとリレーしてきました。●最大な可能性を持つ太陽を、そこそこの味方で済ます手はない。「人が生活で使うすべてのエネルギーをソーラーで支える。」この、ある意味で途方もない決意を、私たちはいつか必ず現実のものにします。



救うのは、太陽だと思う。
シャープは、世界のソーラー・カンパニーへ。

シャープ株式会社 〒151-8502 大田区南大田東町22番22号 TEL 03(6)972-2000 FAX 03(6)972-2007 E-MAIL info@sharpsolar.jp

【太陽とシャープ③】

油田の時代から、
いよいよ、太陽光の時代へ。
シャープは、これからの世界が求める
エネルギー・メーカーになっていく。



●2009年が始まりました。予想できない事態が次々起こる時代の中で、ひょつ、私たち人間に希望をもたらすだろう流れが起つてきます。●ソーラー発電への政策支援が進む政府では、家庭や社会での導入が急速に拡大しています。また、莫大な電力をまかなうソーラー発電所プロジェクトも世界各地で進んでいます。●エネルギーの源といふ太陽光から「太陽光」への大転換が、いよいよ始まったのです。●シャープは、これまでに全世界の太陽電池の4分の1^①を生産するという実績を積み上げています。そして、いよいよ本年完成予定の大規・標コンピュータは、1GWの太陽電池(日本の家庭25万軒分^②)を毎年生産する能力をもちます。●最大な可能性を持つ太陽を、そこそこの味方で済ます手はない。「人が生活で使うすべてのエネルギーをソーラーで支える。」この、ある意味で途方もない決意を、私たちはいつか必ず現実のものにします。



救うのは、太陽だと思う。
シャープは、世界のソーラー・カンパニーへ。

シャープ株式会社 〒151-8502 大田区南大田東町22番22号 TEL 03(6)972-2000 FAX 03(6)972-2007 E-MAIL info@sharpsolar.jp

【太陽とシャープ④】

日本のエネルギー自給率、たった2割弱^①。
シャープは、メガソーラーに取り組むことで、
この状況を根本から変えていきます。



●日本のエネルギー自給率の低さが、ますます問題とされています。一方、エネルギー自給率はどうかという点、それを大きく下回るおおよそ2割弱で、しかしエネルギー分野では、この状況に種々な動きが起っています。●太陽光こそ、無難かつクリーンなエネルギー源という点は、もはや言うまでもないこと。●ソーラー発電は、性能向上の上、また政府や自治体の支援も自れ追い付く。日本でも劇的に普及が進むはず。●シャープは、これまでに全世界の太陽電池の4分の1^①を生産するという実績を積み上げています。さらに今後、大規・標コンピュータにおいて、約18メガワットという大規模ソーラー発電所を進めています。●最大な可能性を持つ太陽を、そこそこの味方で済ます手はない。「人が生活で使うすべてのエネルギーをソーラーで支える。」この、ある意味で途方もない決意を、私たちはいつか必ず現実のものにします。

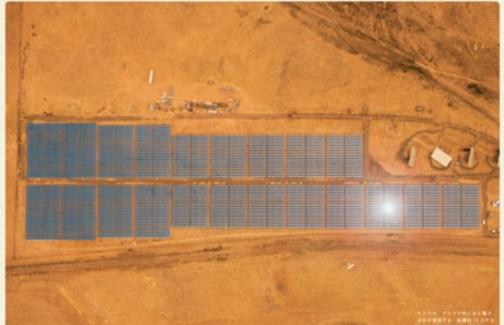


救うのは、太陽だと思う。
シャープは、世界のソーラー・カンパニーへ。

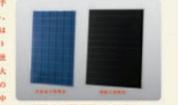
シャープ株式会社 〒151-8502 大田区南大田東町22番22号 TEL 03(6)972-2000 FAX 03(6)972-2007 E-MAIL info@sharpsolar.jp

【太陽とシャープ⑤】

世界の大规模ソーラープロジェクトに
次々と参画。シャープは、新しい時代が求める
エネルギー・メーカーになっていく。



●新興国の成長をとり巻く中、2010年には、世界のエネルギー消費量より約4倍増加する^①と予測されています。●しかし、いまだエネルギー源の安定供給は、確実に枯渇と危惧されている。●新興国であること、かつアフリカであること、これからの人間にとって、太陽光発電にエネルギーは取れない時代に入りました。●おそろしくこれから、アフリカは、エネルギー不足をますます深刻化する。「持続可能な社会」への意識が高い政府から起ったソーラー発電の推進は、日本を、ほぞなく世界の太陽光プロジェクトに参画しています。●最大な可能性を持つ太陽を、そこそこの味方で済ます手はない。「人が生活で使うすべてのエネルギーをソーラーで支える。」この、ある意味で途方もない決意を、私たちはいつか必ず現実のものにします。



救うのは、太陽だと思う。
シャープは、世界のソーラー・カンパニーへ。

シャープ株式会社 〒151-8502 大田区南大田東町22番22号 TEL 03(6)972-2000 FAX 03(6)972-2007 E-MAIL info@sharpsolar.jp

- 受賞代表者——代表取締役社長兼COO 片山 幹雄 氏
- 広告活動——2008年7月7日から09年1月7日まで、朝日、毎日、読売、日経、産経、ジャパントイ、ヘラルド朝日、デイリーヨミウリに掲載。シリーズ継続中。全15段カラー。テレビCM、雑誌広告、屋外広告、ウェブサイトで連動
- 企画——シャープ宣伝部
- 制作——副田デザイン制作所、フューチャーテキスト、アサツーディ・ケイ
- 扱い——電通関西支社、博報堂関西支社、日経広告
- 制作スタッフ——CD=安井仁志、AD=副田高行、C=前田知巳、D=伏屋雅美

●企画の概要と選定理由
半世紀にわたるシャープのソーラー事業の実績、未来につながる取り組みを紹介することで同社の企業姿勢を効果的に訴求したシリーズ広告。シリーズの開始時は、環境問題への意識が高まる好機となった08年7月の洞爺湖サミット開催に合わせて5日間連続で広告を掲載するとともに、英字紙にも出稿して同社の企業姿勢を広く内外にアピールした。エネルギーの象徴として太陽をメインビジュアルとした斬新かつ迫力あるクリエイティブ表現により、大きなインパクトを与え、読者への訴求を高めるなど、「世界のソーラー・カンパニー」という新たなブランドイメージの構築に成功した。

パナソニック「ナノイー」搭載商品シリーズ

パナソニック株式会社

保存の工夫が野菜の味を左右する

新聞紙を使って
かしこく保存

「ナノイー」なら、野菜の鮮度を損う原因、もっと抑制できます。

水に包まれたパナソニック独自のイオン、それが「ナノイー」。野菜の傷みを早めてしまう低温障害や、劣化の原因のひとつであるエチレンガスを抑制します。食材をおいしく食べたい気持ち、大切にしたい気持ちを支える新技術です。

パナソニック トップユニット 冷蔵庫 NR-F600XV

panasonic.jp/reizo

**新聞紙でニオイは取れても、
たまり続ける雑菌は取れません。**

「ナノイー」なら、お洗濯できないモノも除菌・消臭できます。

パナソニック 空気清浄機 VC-PH001

**新聞紙で汚れは取れても、
浮遊するハウスダストまでは
取り除けません。**

「ナノイー」なら、空気中のダニや花粉まで抑制できます。

パナソニック 空気清浄機 F-PD01

**新聞を読みながら、お肌がうるおう。
忙しい朝にグッドニュースです。**

「ナノイー」なら、
くつろぎながら、うるおい美肌。

パナソニック ナノイーフェイスミスト F-M001

- 受賞代表者——代表取締役社長 大坪 文雄 氏
- 広告活動——2009年3月28日から31日まで、毎日中部に全4回シリーズで展開。全15段カラー。テレビCM、ラジオCM、雑誌広告、交通広告と連動
- 企画——パナソニック、電通関西支社
- 制作——ヒルズ
- 扱い——電通関西支社
- 制作スタッフ——エグゼクティブCD=津山克則、山本良二、CD=三浦洋一、安河内孝憲、AD=高須泰行、鬼塚泰宏、米田清美、C=伊藤久之、後藤エミ、中瀬央彰、D=河野誉通、吉田高英、Ph=佐藤孝仁

●企画の概要と選定理由
パナソニック独自のナノテクノロジーから生まれた水の微粒子イオン「ナノイー」の効果と商品の特性を効果的に訴求したシリーズ広告。「ナノイー」が持つ「保鮮」「除菌・消臭」「美肌」効果を新聞紙が持つ特長や再利用方法に結び付けるという斬新でオリジナリティーある紙面構成で、冷蔵庫や洗濯乾燥機など多彩な商品ラインアップを4日間連続で紹介した。大胆かつユニークなビジュアルを配した高いクリエイティブ表現により、生活環境を快適にする同社の新技術の訴求に成功するとともに、商品の販促促進に貢献した。

