



第五回 オレンジページ広告大賞 発表

～2009.06.17～

(株)オレンジページ

広告部/ニューメディアクリエイション部

審査委員のみなさま



◆ 服部幸應審査委員長 学校法人服部学園理事長・校長
服部栄養専門学校理事長・校長／医学博士

グランプリを受賞した「日本ハム」の作品その他を見ても、安心や安全への志向がずっと続いていると感じます。

この「土」のビジュアルのように、基本的なものに訴えようとする傾向が見られるのが特徴かもしれません。

その基本とは、食べること、生きること、それらに関する根源的なことといえるでしょう。食べ物がどのようにして食卓に上っているかが見えにくい世

の中になって久しいですが、そういうことを子どもたちに教えていくのは大切な食育のひとつで、さまざまな広告表現の中に、自然にそれが表れてきています。食育という考え方の定着を感じます。



◆ 藤野真紀子審査委員 食育料理研究家

毎回、力のある企業が工夫を凝らしているものを出されています。

企業の姿勢を表すものが増えてきているということは、イメージアップ、というビジネスからエコビジネスへと、きちんとシフトチェンジしてきていることの証拠でしょう。ビジネスだけではなく、エコロジーへの姿勢や取り組みが情感を持って訴えてくる力がありますね。

そして、それらの広告が『オレンジページ』のイメージときちんと連動してきている。同じ広告原稿でも、『オレンジページ』の中にあることによって、さらにメッセージ性をふくらませているのではないのでしょうか。



◆ えのきどい ちろう審査委員 コラムニスト

生活の「実質」、このことへの強い表現が目をつきます。

日本ハムの作品も、エコというよりは、よりファンダメンタルなものに考えを及ぼさざるをえないものなのでしょう。100年に一度、などといわれるこんな時代ですが、ダウンサイジングしていく生活の中でも、さまざまな工夫をすることは楽しいことだと、私たちの目をより内側へ向けてくれる広告が多い。もともと広告が「生活をこんなふうに楽しみませんか」というものですが、その楽しみ方のベクトルがさらに内側に、そしてさらにポジティブになって、生きていることって楽しいじゃないですか、ととても大切なメッセージを発しているようです。



◆ 中井美穂審査委員 アナウンサー

「浮かれてない」というのが感想ですね。雑誌はまるごと広告も買う媒体ですから、やっぱり重要な情報です。コマーシャルなだけけど役に立つ、とか納得させられると感じるものはやはりまじめに取り組まれているものではないでしょうか。

大賞の日本ハムの作品などはそのいい例で、昔だったらハムの広告に豚がこのように出てくるというようなことは考えられなかったはずで、「私たちは命をいただいているのだ」ということがちゃんとストレートに伝わってくる。そこにはシンプルな強さがある。

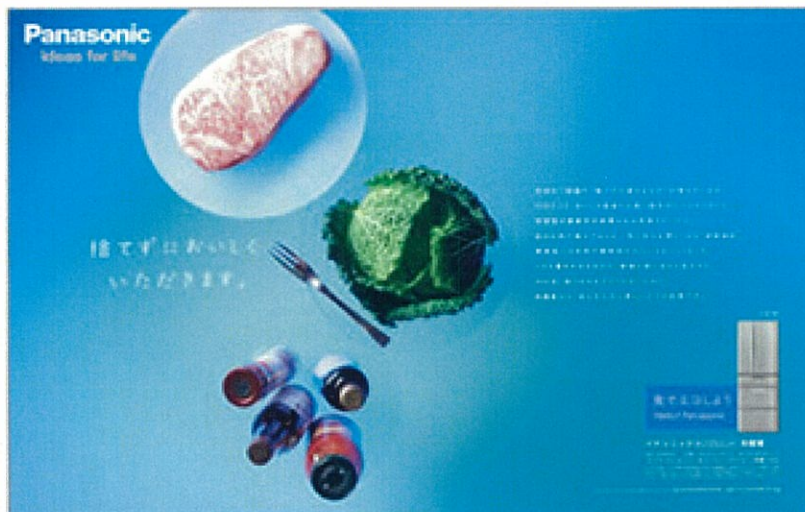
さらに、それらのメッセージが『オレンジページ』と相性がいい、ということも特筆すべき点だと思います。

2009年 第5回『オレンジページ広告大賞』受賞作品

◆ 広告大賞グランプリ 日本ハム株式会社/「育む。」



◆ 広告大賞グランプリ パナソニック株式会社/Panasonic Cooking 雑誌シリーズ広告



2009年 第5回『オレンジページ広告大賞』受賞作品

◆ 広告大賞準グランプリ

トヨタ自動車株式会社 トヨタ自動車passo 傘篇
日産自動車株式会社 オッティくん弁当シリーズ

◆ 読者大賞準グランプリ

味の素株式会社 「バルスイート(R)フルーツ&野菜のヘルシージャム」
エスピー食品株式会社 カレーの王子さま みんなで食べるから、おいしいのかな？
からだこいれから、おいしいのかな？

◆ 読者大賞特別賞

オエノングループ 「巖高譚で楽しむ時間」篇
合同酒精

◆ 企業広告部門

石井食品株式会社 「厳選素材」がわたしたちの原点です。

◆ 食品部門

ヤマサ醤油株式会社 昆布つゆ お料理ダイアリー

◆ 飲料部門

ユニリーバ・ジャパン株式会社 リプトン ひらめき紅茶講座

◆ 家電製品・住設部門

サーモス株式会社 サーモス 保温弁当箱

◆ 自動車・自動車関連部門

ダイハツ工業株式会社 TOKYOお正月じたく

2009年 第5回『オレンジページ広告大賞』受賞作品

◆ 化粧品部門

株式会社資生堂 dプログラム

◆ 薬品部門

大正製薬株式会社 教えてメディートちゃん

◆ 日用品・雑貨部門

花王株式会社 めぐりズム 蒸気の温熱シート

◆ シリーズ広告部門

ハウス食品株式会社 プロが認めた味と香り。GABAN

◆ 審査員特別賞

エスエス製薬株式会社 スルーラックデトファイバー

キッコーマン株式会社 「おいしい記憶をつくりたい。」
キッコーマン新ブランド訴求シリーズ
ごまんがまんなかにあって…。

プロクター・アンド・
ギャンブル・ 彼と楽しむバレンタインのスペシャルレシピ
ジャパン株式会社

株式会社ジャンパール バイオイル「まじいのは、まっさら肌」篇

日本ハム株式会社 シャウエッセン「しあわせの音がする。」