

今回のテーマは「嘘」

「敵は、嘘。」「嘘つきは、戦争の始まり。」

宝島社・企業広告

1月7日(月)掲載

ファッション雑誌販売部数トップシェア(※)の株式会社宝島社(代表取締役社長:蓮見清一 本社:東京都千代田区)は、2019年1月7日(月)、企業広告「敵は、嘘。」を読売新聞朝刊と日刊ゲンダイに、「嘘つきは、戦争の始まり。」を朝日新聞朝刊に、合計新聞3紙(全国版)に同時掲載します。

弊社では、商品では伝えきれない“企業として社会に伝えたいメッセージ”を、企業広告を通じてお伝えしたいという思いで、1998年より企業広告を開始いたしました。これまでに数々の広告賞(読売広告大賞、朝日広告賞、朝日新聞読者賞、日本新聞協会 新聞広告賞、ADC賞、TCC賞、グッドデザイン賞ほか)をいただいております、Yahoo! ニュースのトップに掲載されるなど、様々なメディアで話題となっています。

今回の企業広告のテーマは「嘘」です。「敵は、嘘。」「嘘つきは、戦争の始まり。」をメインコピーに、2つのビジュアルを使用しました。連日メディアを賑わしている隠蔽、陰謀、収賄、改ざんの事件など、気がつく、世界中に嘘が蔓延しています。それを伝えるニュースでさえ、フェイクニュースが飛び交い、何が真実なのか見えにくい時代になってしまいました。人々は、次から次に出てくる嘘に慣れてしまい、怒ることを忘れてしまうようにも見えます。嘘が蔓延している今の世界に対して、嘘についてあらためて考え、そして、嘘に立ち向かってほしい、そんな思いをこめて制作しました。

宝島社は今後も、企業として社会に伝えたいメッセージを、企業広告を通じて世の中にお伝えしてまいります。

※日本ABC協会 雑誌発行社レポート2018年上半期(1~6月)より

●読売新聞 全国版 朝刊 ●日刊ゲンダイ 全国版

●朝日新聞 全国版 朝刊



【制作スタッフ】

●企画:宝島社+電通

●エグゼクティブ・プロフェッショナル/エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター:古川裕也氏(㈱電通)

●エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター:磯島拓矢氏(㈱電通)

●プランナー・コピーライター:尾上永晃氏(㈱電通)

●コピーライター:上田浩和氏(㈱電通)

●アートディレクター、プロダクトデザイナー:今井祐介氏(㈱電通)

【広告意図】

今回の企業広告のテーマは「嘘」です。気がつく、世界中に嘘が蔓延しています。連日メディアを賑わしている隠蔽、陰謀、収賄、改ざん…。それらはすべて、つまりは嘘です。それを伝えるニュースでさえ、フェイクニュースが飛び交い、何が真実なのか見えにくい時代になってしまいました。人々は、次から次に出てくる嘘に慣れてしまい、怒ることを忘れてしまうように見えます。いまを生きる人々に、嘘についてあらためて考えてほしい。そして、嘘に立ち向かってほしい。そんな思いをこめて制作しました。

宝島社のこれまでの「広告」の一部を紹介します。～「商品」では伝えきれないメッセージを「広告」で～
<https://tkj.jp/company/ad>



2018年10月

企業広告
「あとは、じぶんで考えてよ。」
「サヨナラ、地球さん。」



2018年1月

企業広告
「世界は、日本を待っている。」

【受賞】
2018 第34回 読売広告大賞
(カルチャー・エンターテインメント部門 優秀賞)



2017年1月

企業広告
「忘却は、罪である。」

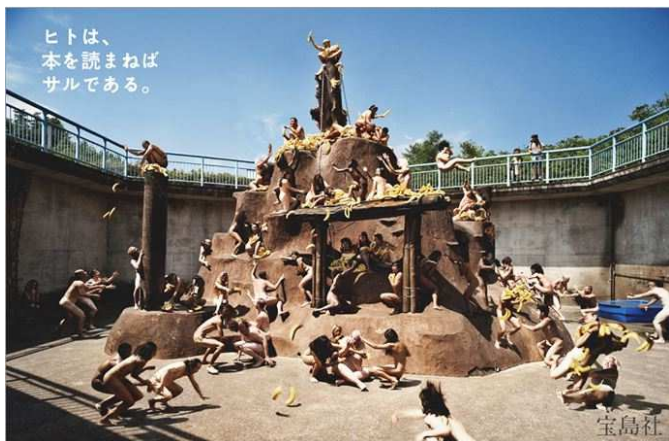
【受賞】
2016 朝日広告賞(準出版部門賞)
2017 読売広告大賞(学ぶ部門 最優秀賞)
2017 日経広告賞
(出版・コンテンツ・教育部門 最優秀賞)



2016年1月

企業広告
「死ぬときぐらい好きにさせてよ」

【受賞】
2016 読売広告大賞(グランプリ)
2015 朝日広告賞(グランプリ)
2015 朝日新聞読者賞
2016 日本新聞協会 新聞広告賞
(広告主部門・本賞)
2016 ADC賞
2016 TCC賞
読売出版広告賞 審査員特別賞
JAA広告賞 新聞広告部門 メダリスト
2016年度 グッドデザイン・ベスト100
2017 JAGDA賞



2012年

企業広告

「ヒトは、本を読まねばサルである。」

【受賞】

2013 第66回 広告電通賞 優秀賞

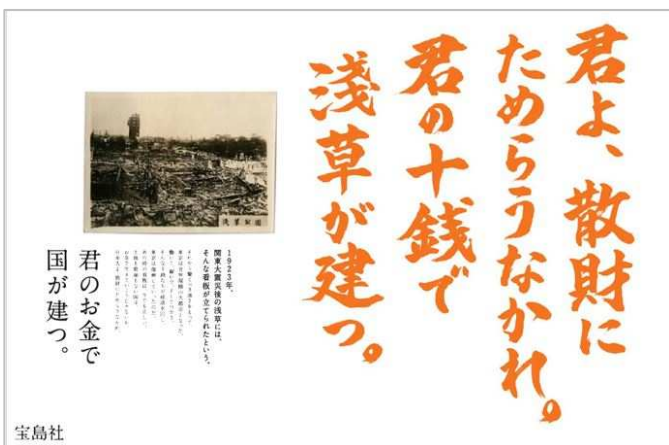
(新聞広告 企業部門)

2013 第53回 消費者のためになった広告コンクール

(企業PR部門 銅賞)

2012 第61回 朝日広告賞

(準朝日広告賞)



2012年

企業広告

「君よ、散財にためらうなかれ。」

君の十銭で浅草が建つ。」

【受賞】

2012 第61回日経広告賞

(出版・コンテンツ・教育部門 部門賞)



2011年

企業広告

「いい国つくろう、何度でも。」

「Yahoo! ニュース」TOPにも
掲載され、話題になりました

【受賞】

2011 読売広告大賞(金賞)

2011 毎日広告デザイン賞(優秀賞)

2011 フジサンケイグループ広告大賞

(メディア部門 新聞 優秀賞)

2011 日経広告賞

(出版・コンテンツ・教育部門 部門賞)

2010年

企業広告

「日本の犬と、アメリカの犬は、会話できるのか。」

日米同時掲載
6冠受賞

【受賞】

2010 朝日広告賞(準朝日広告賞)

2010 読売広告賞(銀賞)

2010 フジサンケイグループ広告大賞

(クリエイティブ部門新聞優秀賞)

2010 毎日広告デザイン賞(部門賞(出版))

2010 広告電通賞(新聞広告電通賞)

2011 新聞広告賞(広告主企画部門・本賞)

日本の犬と、アメリカの犬は、会話できるのか。

宝島社

＜アメリカ掲載媒体＞
ニューヨーク・タイムズ、
ワシントン・ポスト

Can a Japanese dog
and an American dog
talk to each other?

宝島社

＜日本掲載媒体＞
朝日新聞、読売新聞、毎日新聞、
日本経済新聞、産経新聞、
日刊ゲンダイ



2003年

企業広告

「生年月日を捨てましょう。」

【受賞】

- 2003 朝日広告賞(出版・学校部門賞)
- 2004 読売出版広告賞 金賞
- 2003 毎日広告デザイン賞(出版部門賞)
- 2003 日刊スポーツ アドグランプリ
(カラー広告部門 インパクト賞)
- 2003 広告批評年間ベストテン 新聞3位
- 2003 スポニチ広告大賞(カラー部門優秀賞)
- 2004 グッドデザイン賞
(コミュニケーションデザイン部門)



2002年

企業広告

「ことし、子供をつくりよう。」

【受賞】

- 2002 朝日広告賞
- 2002 日経広告賞(出版部門 優秀賞)



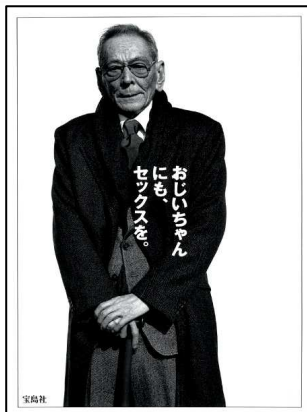
2002年

企業広告

「国会議事堂は、解体。」

【受賞】

- 2002 朝日広告賞(朝日広告賞)
- 2002 毎日広告デザイン賞
- 2002 日経広告賞(部門賞)
- 2002 TCC賞
- 2002 ADC賞
- 2002 読売広告大賞 金賞
- 2004 第48回 グッドデザイン賞



1998年

企業広告

「おじちゃんにも、セックスを。」

【受賞】

- 1998 朝日広告賞(準朝日広告賞)
- 1998 毎日広告デザイン賞(優秀賞)
- 1998 読売出版広告賞(書籍部門賞)