

2016年1月5日

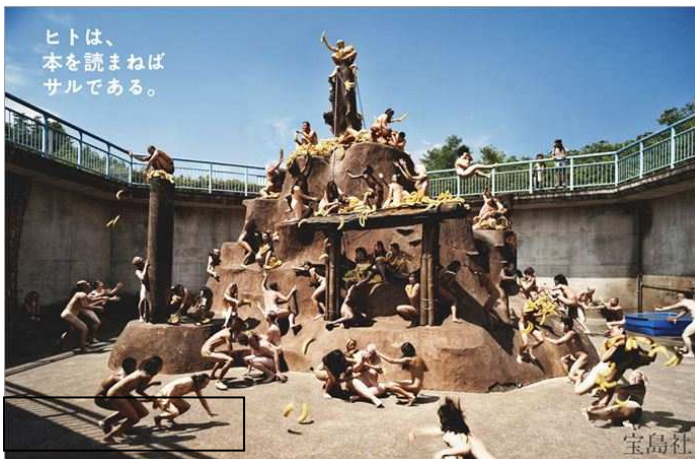
【宝島社 企業広告意図】

日本の平均寿命は年々更新され、今や世界一。
 いかに長く生きるかばかりに注目し、
 いかに死ぬかという視点が抜け落ちているように思います。
 いかに死ぬかは、いかに生きるかと同じであり、
 それゆえ、個人の考え方や、死生観がもっと尊重されてもいいのではないか、
 という視点から、問いかけています。

「生きるのも日常、死んでいくのも日常」
 ご出演いただきました樹木希林さんの言葉です。
 「死というのは悪いことではない。それは当たり前をやってくるもので、
 自分が生きたいように死んでいきたい。最後は、もろとも宇宙の塵になりて。
 そんな気持ちでいるんです。」
 死について考えることで、どう生きるかを考える。
 若い世代も含めた多くの人々の、きっかけになればと思っています。

ビジュアルは、ジョン・エヴァレット・ミレイの名作
 「オフィーリア」をモチーフにしています。
 構図は原画に忠実に、そこに現代的、日本的エッセンスを加えた部分も。

宝島社の「企業広告」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～
<http://tkj.jp/company/ad>



2012年

「ヒトは、本を読まねば
サルである。」

【受賞】

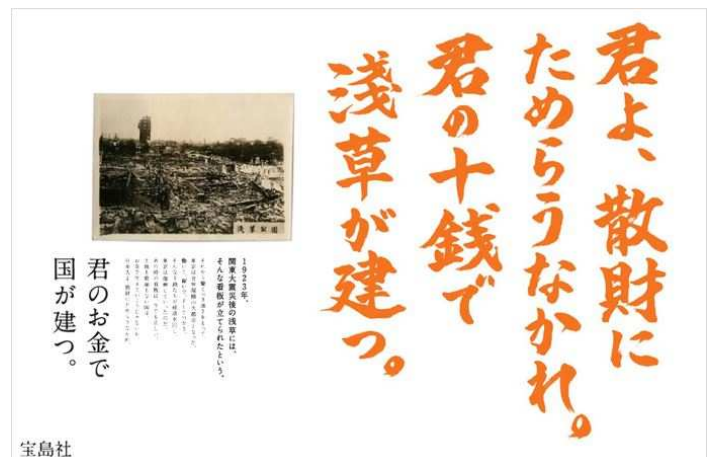
- 2012 第66回 広告電通賞 優秀賞
(新聞広告 企業部門)
- 2012 第53回 消費者のためになった広告コンクール
(新聞広告部門 銅賞)
- 2012 第61回 朝日広告賞
(準朝日広告賞)

2012年

「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(第1位)



《お問い合わせ先》 株式会社宝島社 広報課

東京都千代田区一番町 25 番地 TEL: 03-3239-0967 FAX: 03-3288-1305



2011年

「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

「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)



2009年

「女性だけ、新しい種へ。」

【受賞】

- 2009 朝日広告賞(準朝日広告賞)
- 2010 毎日広告デザイン賞(最高賞)

2003年

「生年月日を捨てましょう。」

【受賞】

- 2003 朝日広告賞(出版部門賞)
- 2004 読売出版広告賞 金賞
- 2003 毎日広告デザイン賞(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3位
- 2003 スポニチ広告大賞(優秀賞)
- 2003 TCC賞



国会議事堂は、解体。



2002年

「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

「おじいちゃんにも、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)

