

第60回 JAA 広告賞 消費者が選んだ広告コンクール
森ビルラジオ CM『はしの名前』篇が
ラジオ広告部門最高位となる「JAA 賞グランプリ」を受賞

森ビル株式会社のラジオ CM「はしの名前」篇が、優れたクリエイティブを表彰する「第60回 JAA 広告賞 消費者が選んだ広告コンクール」(主催:公益社団法人 日本アドバタイザーズ協会)のラジオ広告部門において、部門最高位となる「JAA 賞グランプリ」を受賞しました。

「第60回 JAA 広告賞 消費者が選んだ広告コンクール」は、日本アドバタイザーズ協会[※]が、「生活者視点から優れた広告を表彰することを通じて、時代に即したコミュニケーションの在り方を模索し、広告の健全なる発展に寄与すること」を目的に開催している賞です。審査員に広告の関係者を含まず、広告の受け手である消費者が生活者の視点から審査を行う点が世界でも類を見ない大きな特徴で、受賞作品は、一般消費者審査員(10代以上の各世代男女)100名による一次審査会を経たあと、一般消費者最終審査員20名によって選出されます。今回は、新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、デジタル、屋外・交通の6部門合わせて1164点の応募作品の中からの栄えある受賞となりました。



**消費者が選んだ
広告コンクール**

※日本アドバタイザーズ協会:日本の有力なアドバタイザー企業・団体自らが
共同し、広告活動の健全な発展のために貢献することを目的として活動する公益社団法人

受賞作品の「はしの名前」篇は、『濁りのない川を育むため、川にかかる橋の名前には濁点をつけない』といった通説(諸説あり)を基に、濁点をほとんど使わずに原稿を作成した CM です。審査員からは「非常に上手くまとまった展開で印象に残る」「新しい気付きがあり、最後のオチも笑える」「澄み切った未来を作る企業姿勢が感じられて良い」などの評価をいただきました。

<制作意図>

川が濁らないようにと願いを込めて、橋名板には「〇〇ばし」ではなく「〇〇はし」と濁点をつけないように表記する伝統がある(地域や橋によって例外はあります)。そんな川や橋にまつわる素敵な話を濁点(ほぼ)なしの原稿で CM に挑戦。澄み切った都市、未来を作る企業姿勢を訴求しました。

当社は1959年の創業以来、都市と真つすぐに向き合い、都市の未来について考え続けてきました。引き続き、「都市を創り、都市を育む」の理念のもと、国際都市・東京の磁力向上に貢献してまいります。

【本件に関するお問い合わせ先】

森ビル株式会社 広報室

TEL:03-6406-6606 FAX:03-6406-9306 E-mail:koho@mori.co.jp

森ビルラジオ CM「はしの名前」篇

<CM 原稿>

(川が流れる音)

NA:「にほんはし」

「えいたいはし」

「くらまえはし」

「まんせいはし」

「きよすはし」

川にかかるはしの名前には、「てんてん」をつけないようにしているって知っていましたか？

たとえ読みにくくても、あえて「てんてん」をつけないようにしているのは、すみきった綺麗な川になりますようにと、昔、橋をかけた人たちの、未来へのやさしい思いから。

これから先、私たちも木や森を大切に、すみきった都市をつくっていきたい。

そんな想いを込めて、もうおきつきてすよね？

このCMには一切、てんてんを使っていません。

都市をつくる、森…

もり…もり…

もりひ、てんてん、る…

ああ…すみません！

森ビル。

<クリエイター>

クリエイティブ・ディレクター:澤本嘉光(電通)

コピーライター:早坂尚樹(電通)

プロデューサー:森田一成・東竜太(ビッグフェイス)

NA:池渕厚子