

「土木広報大賞 2019」応募用紙

団体名：鹿島建設株式会社			
代表者氏名：押味 至一		所在地：東京都港区赤坂 6-5-11	
担当者情報	氏名：小野 かよこ	所属部署：土木企画部 プレゼンテーショングループ	
	電話：03-5544-0618	E-mail：hideko-iwase@kajima.com	
応募部門 (複数選択可)	<input type="checkbox"/> イベント部門	<input type="checkbox"/> 映像・Web メディア部門	<input type="checkbox"/> アイテム部門
	<input type="checkbox"/> 教育・教材部門	<input checked="" type="checkbox"/> 商業広告部門	<input type="checkbox"/> 企画部門
土木広報活動または作品名：鹿島建設企業広告「次の現場は、宇宙です。」の展開			前回の応募： <input type="checkbox"/> 有
<p>広報活動または作品の概要</p> <p>自動化施工「A⁴CSEL[®]」をテーマにした広告</p> <p>鹿島が開発し適用を進めている、建設機械の自動化による次世代の建設生産システム「A⁴CSEL[®] (クラウドアクセラ)」をテーマにした広告「次の現場は、宇宙です。」を、2016年12月に制作しました。A⁴CSEL は、建設機械の自動化により一人で複数台の自動化重機を同時に稼働させる世界初の技術で、2015年に五ヶ山ダムで振動ローラを実用化、その後、2017年に大分川ダム、2018年に小石原川ダムで順次機種を増やし実施工を行っています。(付属資料-5)</p> <p>また、2016年からは宇宙航空研究開発機構 (JAXA) と、月や火星での拠点建設を実現するための遠隔施工システムの実現を目指し、共同研究を行っています。A⁴CSEL での無人化施工を近い将来、宇宙空間で実現するという鹿島の夢と挑戦を、宇宙空間で遠隔稼働する無人の自動化重機が月のような天体を掲げるイメージと「次の現場は、宇宙です。」という端的なキャッチで表現しています。</p> <p>【A⁴CSEL の施工イメージと小石原川ダムでの実施工の様子】</p>			
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;">  </div> <div style="width: 45%;">  </div> </div>			



本広告の展開

(1) 新聞・雑誌掲載

本広告は、企業広告として2016年12月以降、産経新聞、朝日新聞、読売新聞、毎日新聞、日本経済新聞など合計5紙の一般紙、及び、日経産業新聞、フジサンケイビジネスアイ等の専門業界新聞の一面広告として掲載するとともに、多くの雑誌にも掲載。なお、日本語版だけでなく、英語版も作成しています。

(2) 広告を利用したパネルやクリアファイル

また、同イメージの自立式パネル（日・英）やクリアファイル（日・英）を制作し、国内外の展示会や国際会議、現場見学会等で活用しています。

また、自動化実験を主に行う自社施設「西湘実験フィールド」には、A⁴CSELの紹介とともに巨大看板として掲示し、来場者から注目を集めています。また、JAXAとの記者発表のフォトセッションでも使用しました。



クリアファイル



展示会での自立式パネルの展示の様子



西湘実験フィールドに設置した巨大看板

広報活動または作品の効果

受賞歴

本広告は、第44回日経産業新聞広告賞大賞、第56回ビジネス広告大賞を相次いで受賞しました。

日経産業新聞広告賞は2016年10月から2017年9月までに日経産業新聞紙上に掲載された広告を対象とし、本広告は応募のあった102点の中から最も優れた広告に贈られる「大賞」を受賞しました。また、ビジネス広告大賞はフジサンケイビジネスアイが主催する広告賞で、2016年10月から2017年9月までにビジネスアイ紙面に掲載された121作品の中から、最も優れた作品に贈られる「ビジネス広告大賞」に選ばれました。

夢のある建設業の未来と土木の持つ可能性をPR

本広告は、様々な広告賞を受賞するだけでなく、リクルート活動においても、本広告を見て鹿島へ入社を希望する学生が増える等、若い世代に建設業の素晴らしさと未来、そして、鹿島のチャレンジ精神を訴える広告としても大きな成果を上げています。建設業から宇宙へ。若い世代だけでなく幅広い世代に、夢のある建設業の未来と、土木の素晴らしさ、土木の無限の可能性を伝えています。

そして、2019年3月。鹿島とJAXAは月面拠点の無人化施工を行う重機の共同研究を公開しました。

(<https://www.kajima.co.jp/news/press/201903/28c1-j.htm>)

広告で描いた風景は近い将来実現可能であり、遠い未来ではありません。

付属資料の提出

有・無（どちらかに印（✓）を付けてください。）