

『アベックス』雑誌広告「鏡を、疑え。」

第58回「日本雑誌広告賞」第一部 コスメティック部門 金賞を受賞

株式会社ポーラ(本社：東京都品川区、社長：鈴木弘樹)は、2014年7月～8月にかけて出稿した個肌対応ブランド『アベックス』の雑誌広告「鏡を、疑え。」にて、第58回「日本雑誌広告賞」第一部 コスメティック部門 金賞を受賞しました。

「日本雑誌広告賞」は、昭和33年に創設された日本でも歴史ある広告賞で、経済産業省後援のもと、雑誌広告に関する作品の表彰を行っています。今回は、雑誌純広告の審査を行う第一部門のコスメティック部門にて、金賞を受賞いたしました。

受賞した『アベックス』の雑誌広告には、肌は一人ひとり違う、だからこそ個々に合わせたお手入れが必要というブランドメッセージが込められています。ビジュアルでは、スキンチェック（肌分析）によってわかる肌状態をレーダーチャートで表わし、その結果を基に3名の女性の顔型を歪めることで、肌は一人ひとり異なるということを視覚的に表現しました。キャッチコピーの「鏡を、疑え。」は、鏡に映っている肌とスキンチェックにより科学的に分析した肌が異なることを示唆しています。個々に合わせたお手入れを行うために、まずは自分の本当の肌を知って欲しいという想いを込めています。

『アベックス』は、2014年のブランドリニューアル以降、2種の純広告を展開。従来の化粧品広告にとらわれない革新的な表現やメッセージが高く評価され、複数の広告賞を受賞しています。

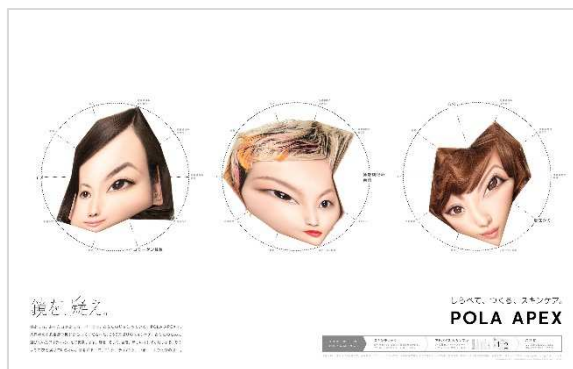
受賞詳細

受賞：第58回 日本雑誌広告賞
第一部 B（コスメティック）部門 金賞

受賞広告：「鏡を、疑え」/アベックス

クリエイティブスタッフ

ECD：杉山 恒太郎（ライトパブリシティ）
CD：原野 守弘（もり）
C：山根 哲也（ライトパブリシティ）
AD：鈴木 奈々瀬（ライトパブリシティ）
PH：土井 浩一郎
PR：安田 あゆみ、青葉 美保（ライトパブリシティ）



広告コンセプト

今回の雑誌広告には、肌は一人ひとり違う、だからこそ個々に合わせたお手入れが必要というブランドメッセージが込められています。ビジュアルでは、スキンチェック（肌分析）によってわかる肌状態10項目をレーダーチャートで表わし、その結果を基に3名の女性の顔型を歪めることで、肌は一人ひとり異なるということを視覚的に表現しました。キャッチコピーの「鏡を、疑え。」は、鏡に映っている肌とスキンチェックにより科学的に分析した肌が異なることを示唆しています。個々に合わせたお手入れを行うために、まずは自分の本当の肌を知って欲しいという想いを込めています。実際に、女性の約70%が自分の肌を誤解しているとも言われており、鏡に映らないところに真実があるという背景もふまえて生まれたコピーです。

業界初「肌全層分析®」により、うるおいや毛穴など肌表面の状態から、コラーゲンや糖化など肌内部の状態を推定することが可能となり、鏡に映っている肌以上の情報を提供し、個々にあわせてスキンケア・メイク提案できるブランドであることを広告全体で表現しています。

アベックス

<http://www.pola.co.jp/skincheck/>

アベックスは、スキンチェック（肌分析）を行い、分析結果をもとに、256万通りのスキンケアと3600通りのメイク品の中から、お客さまに適したアイテムを提案する個肌対応ブランドです。

スキンチェックでは、肌カメラなどの「独自肌分析ツール」を使い、肌情報を収集。分析を専門に行う「アベックス肌分析センター」で、肌表面の情報を0.01mmレベルで細かく分析し、肌内部の状態までを推定できる次世代型肌分析を行っています。

その結果にもとづき、お客様の肌状態に適したスキンケアとメイクの提案を行っています。



【この件に関するお問い合わせ先】

株式会社 ポーラ 宣伝部 TEL 03-3494-7119 / FAX 03-3494-6198 〒141-8523 品川区西五反田2-2-3