

日本経済新聞に掲載された広告の中から注目された紙面を紹介。反響や制作側の思い、表現の工夫などからその訴求力の源を考えます。

JANOME

100

YEARS
since 1921

1921年、蛇の目ミシン工業は、日本初の国産ミシンメーカーとして創業。
手廻しミシンでひと針目をスタートした私たちは、
日々、お客さまによるごんごんでの製品づくりに向き合ってきました。
手廻しだったミシンは、電動へ、コンピューター制御へ。
今日では誰もが手軽に使える家庭用ミシンを、世界中にお届けしています。
大きく変わりゆく時代のなかを、ともに歩みつづけてくださったお客さまに感謝を。
そして創業100周年という節目に、私たちは新たなスタートを切る覚悟をしました。
本日、蛇の目ミシン工業は「ジャノメ」へと社名変更します。
“つくる”を楽しく、“つくるを変える”をもっと。
皆さんのものづくりに寄り添った商品やサービスを提供する総合企業として、
これからも挑戦をつづけます。

創業100周年を迎え、本日より、
「蛇の目ミシン工業」は「ジャノメ」へと社名変更します。

www.janome.co.jp

日本経済新聞 朝刊 2021年10月1日 全15段・カラー

ジャノメ

周年記念広告事例

昭和30年代、私の服は全て蛇の目ミシンを愛用していた母のお手製。30年前に結婚した時に母が支度してくれたのも蛇の目ミシンだった……。

10月16日に創業100周年を迎えた蛇の目ミシン工業改め「ジャノメ」が、社名変更当日の10月1日付で日本経済新聞朝刊に掲載した15段広告に、60歳代の女性読者がこんな述懐を寄せた。昔懐かしい流線型の手廻しミシンのビジュアルで「昭和ひと柄生まれの母」の思い出を誘われた読者も多かったはずだ。

日本経済新聞紙面ビューアーのデータをみると、紙面滞在時

間が長かったのは60歳代に加え20～30歳代。黒地にコーポレートカラーの赤で「100」の字を配した力強いクリエイティブは、デザインに敏感な若年層の心も捉えていた。

「100年続いたのは環境に応じて変わる会社だから。アンティークなミシンの写真で歴史と伝統を伝えると共に、ひと目で当社の広告だと分かるインパクトを出したかった」。制作を指揮した大島毅之常務執行役員の思いは、懐古にとどまらない「温故知新」。社内やグループ会社、海外拠点の反響は大きく、従業員の誇りも改めて呼び覚ます情報発信となった。



常務執行役員
管理本部長
大島 毅之 氏