

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。

バイオネス コンプレックス
H.U. Bioness Complex、本日始動。
ヘルスケアのイノベーションを、ここから。

高度化し、常に変化を続ける医療に応えるために、H.U.グループの新たな中核施設「H.U. バイオネス コンプレックス」は生まれました。「Bioness(バイオネス)」、それは命のデータを蓄積し(Bio)、共創を通じて新たな価値を創造(Business)することで社会に貢献したいという私たちグループ全員の思いです。すべての人に最適なヘルスケアを届けるために、ここから医療の未来にイノベーションを起こします。

H.U.グループホールディングス株式会社
取締役 代表執行役員 兼 グループCEO 竹内 成和

H.U.
H.U.GROUP
Healthcare for You

<https://www.hugp.com>

日本経済新聞 朝刊 2022年1月4日 全15段・カラー

H.U. グループホールディングス

企業ブランディング・年始広告事例

青い空の下「H.U.」のロゴを掲げた白い建屋が巨大な箱船のような存在感を醸している。その前で決意を込めたまなざしを向けるのは、臨床検査受託大手H.U.グループホールディングスの竹内成和社長。2022年の仕事始めの日、同社の新たな船出を宣言する全面広告が日本経済新聞朝刊に掲載された。

巨大な建屋は東京あきる野市に新設した世界最大級という検査施設「H.U.バイオネスコンプレックス」。ロボットやAI(人工知能)など最新の技術を導入し、24時間稼働で検体検査を全自動でこなす。東京ドーム2.7個分の敷地には研究開発棟もあり、新

たな検査技術も生み出すグループの中核拠点となる。

新施設の稼働日に合わせた広告は「新年らしいクリエイティブを意識した」(広報/サステナビリティ部の小林一三部長)という。青と白のコントラストに草木の緑が配されたビジュアルは明るく爽やかで、希望に満ちた印象を与える仕上がりとなった。

写真の下には竹内社長のこれからの航海にける想いを伝える言葉と署名を添えた。そのまま年賀状にもなりそうなデザインはステーキホルダーに向けた年始の挨拶も兼ねているようだ。同社はこの広告をポスターにして全国の事業所にも配布したという。



広報 / サステナビリティ部
部長
小林 一三 氏