

## 日本のコンドームがカンヌで快挙！？

### 相模ゴム工業の『LOVE DISTANCE』 カンヌ国際広告賞、日本 13 年ぶりの金賞！

～1996 年の第 43 回で日清食品「シーフードヌードル」と大阪市の  
公共広告「シガレット／バスストップ」が金賞を受賞して以来の快挙！～

相模ゴム工業株式会社(社長:大跡一郎、世田谷区成城)が、2008 年 10 月よりブランドのグローバル認知を目的に展開したコンテンツサイト『LOVE DISTANCE～僕らは、10 億ミリ離れていた。～』が、世界三大広告賞(\*1)の一つ“カンヌ国際広告賞”のフィルム部門において金賞、PR部門においても金賞を受賞しましたのでご報告致します。

URL : <http://www.lovedistance.jp/>

本賞の受賞により、先月の“One Show Interactive”のMicrosites - Campaigns部門の銅賞に続き、世界的広告賞を連続受賞しており、現時点で合計 5 つの広告賞で 8 個の賞(次頁参照)を受賞しています。また、カンヌ国際広告賞のフィルム部門での金賞以上の受賞は、1996 年の日清食品の「シーフードヌードル」及び大阪市の「シガレット／バスストップ」以来、13 年ぶりとなる快挙と言えます。

今後も、クリエイティビティの高さで評価頂けるよう斬新なグローバルコミュニケーションを推し進めてまいります。

\*1:世界三大広告賞 : 世界的に有名な“One Show”、“CLIO AWARDS”、“カンヌ国際広告賞”を指します。



カンヌのトロフィーとサガミオリジナル 002 を手にした受賞の様子

## ■ 「LOVE DISTANCE」受賞のコメント

相模ゴム工業株式会社 社長 大跡一郎

「この度世界的な広告賞の連続していただいたこと大変光栄に存じます。コンドームはその特殊性ゆえに、どこで、誰に、どう感じてもらうか広告が難しい商材です。これからも知恵を絞ってもっとサガミオリジナルを世界の人に知ってもらおうべく、右脳に訴える広告を考えていきます。」

GT inc. クリエイター 伊藤直樹

「コンドームという商品の特性・世の中のイメージ・広告規制を踏まえた上で、愛についてのテーゼを世界に投げかける、という新しいマーケティングチャレンジが世界で一定の評価を得たことを大変光栄に思います。

相模ゴム工業の大跡社長・樋沢室長をはじめとした方々の、未来への明確なビジョンと勇気が、このキャンペーンのアイデア・コピー・デザイン・音楽などのすべての要素を、進むべき方向へと導いてくださいました。

サガミオリジナル 0.02 のグローバルブランド戦略は出発したばかりです。世界中のより多くの男女に愛されるよう、これからも精進していきたいと思っております。」

## ■ 「LOVE DISTANCE」受賞実績

アワード名	部門	賞
カンヌ国際広告賞	フィルム部門	金賞
	PR部門	金賞
D&AD	Online Advertising / Digital Advertising Campaigns部門	YELLOW PENCIL
One Show Interactive	Microsites - Campaigns部門	銅賞
AD FEST	サイバー部門	グランプリ
	フィルム部門	銀賞
TIAA	ウェブサイト部門 キャンペーンサイト	銅賞
	インテグレイティッドキャンペーン部門 クロスメディア	銀賞

## ■ 「LOVE DISTANCE」企画概要

相模ゴム工業は、恋愛には適度な距離が必要である、という考え方を訴求することを目的に、昨年 10 月 22 日、「LOVE DISTANCE」制作委員会を発足しました。

「LOVE DISTANCE」制作委員会は、『LOVE DISTANCE ～僕らは、10 億ミリ離れていた。～』の企画の一環として、男限定サイト「ある男」(www.aru-otoko.jp)／女限定サイト「ある女」(www.aru-onna.jp) から構成されるサイトを 2008 年 12 月 1 日オープンしました。同時に、実在の遠距離恋愛中カップル 2 名が、12 月 1 日より別々に東京・福岡をスタート地点として走り出し、それぞれ閲覧を限定する「ある男」/「ある女」サイトにて生中継映像として公開されていました。出演したカップル 2 名からは、個人の携帯電話が取り上げられ、連絡手段は「メール」と「23 時から 10 分間のみのテレビ電話」のみに制限され、その様子は全てサイト上で公開していました。これらの映像は 90 秒 TVCM として編集され、12 月 26 日からサイト上にて公開、12 月 31 日に TVCM として放映されました。

### \* キャンペーンの結果

メディア報道件数約 60 件、mixi コメント書き込み数 3,000 件以上、PV 数 36 万 PV (2008 年 12 月月間)。また、売上 2008 年 12 月の月間売り上げは前年比 24%UP となっております。

## ■「LOVE DISTANCE」企画意図

相模ゴム工業は、「0.02mm の世界最薄のコンドーム」という技術を持ち、「ゴムじゃないコンドーム。サガミオリジナル 002」というブランド名で発売しています。恋愛における適度な距離を探求するべく、「恋愛とは、愛する両者が一緒にいれば常に上手くいくものではない。お互いが理解し合い、二人にとって適度な距離感を認識することが重要である」という理念を掲げ、本キャンペーンを行なってまいりました。\*「LOVE DISTANCE」制作委員会とは、恋愛には適度な距離が必要である、という考え方を訴求することを目的に、相模ゴム工業によって発足された委員会です。

## ■スタッフリスト

Ag+Pr : GT INC. + ロックンロール・ジャパン

CD&AD&CW : 伊藤直樹

P : 湯川篤毅

PI : 伊藤直樹、湯川篤毅、遠藤正樹、清水幹太、六反孝幸

D : 上神田彩子

Music : 坂本龍一



sagami  
original 0.02

## CONTACT INFORMATION

### ■このリリースに関するお問合せ

ビルコム株式会社 担当: 廣部嘉祥、田中幸司

TEL / 03-5766-8411

email / [bil-press@bil.jp](mailto:bil-press@bil.jp)