

広告専門のジャーナリストが選ぶ広告賞「エピカアワード」で 資生堂のWEB 動画「High School Girl? メーク女子高生のヒミツ」がグランプリを受賞

資生堂のWEB 動画「High School Girl? メーク女子高生のヒミツ」が、2015年11月19日にドイツ・ベルリンで開催された「エピカアワード 2015」授賞式において、「オンラインキャンペーン・ラグジュアリー」部門、「ディレクション&シネマトグラフィー」部門両部門で金賞を受賞するとともに、全部門の金賞受賞作品の中から選ばれる「フィルム・グランプリ」を受賞しました。

授賞式では、グランプリ審査過程において全員一致で当作品が選ばれたエピソードが披露され、審査委員長であるEuronewsのOlivier de Montchenu氏は「信じられないほどパワフルなアイデアで、極めて完成度が高く、まるでショートフィルムのような。」とコメントされました。

WEB 動画「High School Girl? メーク女子高生のヒミツ」について

「メークの楽しさ」を若い方たちに伝えることを目的に制作し、10月16日にYouTubeでのみ公開しました。柳沢 翔監督と大橋 仁カメラマンの制作における細部にまで及ぶこだわり、当社のヘア&メークアップアーティストたちによるメークの力、そして長時間に及ぶ撮影を乗り切った現役高校生である出演者たち、それぞれが大きな話題をよび、公開約1ヶ月で800万回を超える再生回数となりました。



▼「High School Girl? メーク女子高生のヒミツ」本編映像

<https://www.youtube.com/watch?v=5n3Db6pMQ-8>

▼「High School Girl? メーク女子高生のヒミツ」メイキング映像

https://www.youtube.com/watch?v=CM_uPPvXUXs

▼「High School Girl? メーク女子高生のヒミツ」特設サイト

<http://www.shiseido.co.jp/highschoolgirl/>

「エピカアワード」について

1987年に創設された、事務局をフランスに置く国際的な広告賞。クリエイターではなく、世界の広告業界誌のジャーナリストが評価することが特徴。2015年は世界44カ国53名のメディアの編集者や記者が、75カ国585社から出品された作品の審査を行いました。69部門について金賞、銀賞、銅賞が選ばれ、全部門の金賞受賞作品の中から「フィルム」、「デジタル」、「プレス」、「アウトドア」の4部門でのグランプリ作品が選ばれました。

当社以外では、「デジタル」部門で翻訳サービス「ElaN」の動画キャンペーン、「プレス」部門でイギリスの老舗百貨店ジョン・ルイスのグラフィック広告シリーズ、「アウトドア」部門で自動車メーカーMINIの屋外広告がグランプリを受賞しました。

▼EPICA AWARDS 2015 サイト

<http://winners.epica-awards.com/2015>