

選評

第27回を迎えた新聞広告賞は、広告主企画部門に457作品、新聞社企画部門に42作品の応募をいただきました。ご関係の皆さまに深く感謝申し上げます。

応募作品の審査・選考は、規定により広告委員会が選考委員会となり、6月から7月にかけて3次にわたって行いました。その結果7月20日の選考委員会で広告主企画部門5作品、新聞社企画部門5作品の本賞のほか、広告主企画部門優秀賞10作品、新聞社企画部門奨励賞6作品を選定し、9月5日の理事会で正式に授賞を決定いたしました。

新聞広告賞は昨年、募集・選考のプロセスを改善しました。まずは、新聞社企画部門において、それまで1社3作品だった単独企画の応募枠を1発行本支社ごとに1作品に限定しました。もうひとつは、評価プロセスの客観性、透明性を担保するための外部委員の招聘です。今年も選考委員会に先立って開催された新聞広告賞選考分科会に、アートディレクターで多摩美術大学教授の中島祥文氏とコピーライターの眞木準氏を招聘し、選考に加わっていただきました。

さらに、授賞作品を決める際、これまで以上に選考委員の間の議論に時間を割き、選考過程で個々の作品の評価に関し、深い議論を交わすことにいたしました。今回、新聞社企画部門で5作品と決めていた奨励賞が6作品となったのも、活発な意見交換と、「5番目と6番目の作品は、内容的に甲乙つけがたい企画であり、いずれも奨励賞を与えるべきである」との外部委員の強い推薦があったからです。

広告主企画部門では、地方広告主が小スペースでシリーズ展開するなど、地方紙の特性を最大限に活用したもののほか、広告主企画部門、新聞社企画部門を問わず、活字の力を用いた広告表現で「読ませる」効果を訴求した作品、テスト形式やユーモアあふれる表現などで読者の目を引きつけるとともに、ブランドイメージも浸透させていく工夫を凝らした作品などが目につきました。

また、B to B、ファッション、ダイレクトレスポンスといった、これまで新聞広告への出稿が少なかった業界の企業が、徐々に新聞広告の広告主となってきていることも、各社の営業活動のたまものと思われます。

ご応募をいただきました広告主の皆様と関係各位にあらためて感謝申し上げますとともに、今回の授賞が、各社の社業および新聞広告の発展の一助となれば望外の幸せです。今後とも新聞広告に一層のご支援を賜りますよう心からお願い申し上げます。

2007年10月20日

第27回新聞広告賞 選考委員会
社団法人日本新聞協会 広告委員会
委員長 田 村 勲

審査講評



中島 祥文氏

ウエーブ クリエーション代表
アートディレクター
多摩美術大学美術学部グラフィックデザイン学科教授

1944年愛知県生まれ。多摩美術大学卒。J.W.トンプソンなどを経て81年にウエーブ クリエーションを設立。東京ADC会員（2002～04年審査委員長）、朝日新聞社広告賞審査員（1992年～）、日本経済新聞社広告賞審査員（97年～）、読売新聞社広告賞審査員（96～99年）を務める。東京ADC会員最高賞、ACC賞ほか多数受賞。

景気は上向きと言われながら、個人消費動向はいまだ鈍く、地方との格差問題は深刻な広がりを見せている。特に疲弊した地方経済の中で、新聞広告が、向かうべき先を問いかけたとき、今年、二つの広告がその答えを示唆してくれた。

その一つの「いらっしゃいませ。新しい丸亀町です。」は、お店の人たちをお店の前で撮るという愚直なまでの表現に挑戦。「それぞれに違うから楽しめる街」というメッセージで、その元気を伝えた。

もう一つの「ふくい未来力検定」は、テスト形式というアイデアで、新聞、タブロイド、ウェブサイトをつなげ、クロスメディアの役割を大いに発揮させた。またその軽快なデザインの力は、若者に等身大で語りかけ、ふるさとのこれからの可能性を十分に認識させた。

新聞社企画部門では、個の力よりプロジェクトの力に情熱を持って挑戦したことで得られる、底力ある結果を生み出した。広告主企画部門では、新聞広告が、その年その時のニュースの渦中であって、いかに生き生きとしたものであるかを、優秀作の数々が改めて実証させた。

言うまでもなく、広告表現は時代や社会の動きにさらされながら、より強くより新しいものが要求されている。今年の新聞広告賞の評価の高かった広告には、企画や表現に果敢に挑戦するアプローチが見られ、それがビシビシと伝わってくるものが最後まで残り上位に選ばれた。

審査講評



眞木 準氏

眞木準企画室 コピーライター

1948年愛知県生まれ。慶應義塾大学経済学部卒業。博報堂でソニー、全日空、キャノン等の広告制作を担当の後、独立。主な仕事に「でっかいどお。北海道」(ANA)。近作では「踊れるバーバリー」(三陽商会)「六本人、生まれる」(森ビル)など。TCCクラブ賞、ADC最高賞ほか多数受賞。著書「一語一絵」ほか。

サステナブルで賞

右眼で「創造性」、左眼で「独創性」。新聞広告賞は、複眼基準をもつ。普通はクリエイティビティーのみが主なメジャーだが、本賞はこれに新聞の媒体特性をいかし、その発展に貢献するオリジナリティーが加わる。あわせれば、新聞広告の持続可能性、つまりサステナビリティが見えてくるのではないか。

サステナブルな広告を発見するエネルギーは、フュアネスにあった。もともとジャーナリスティックな視力をもつ新聞人が審査に当たるため、公平公正の動機が働いている。私の立場は、これをさらに強化する役目だった。

建築用語に「切り土(キリド)」と「盛り土(モリド)」というのがある。土地の高低差を平準化する工法である。私の役目も、大げさにいえば、中央紙と地方紙のイメージ格差を切り盛り、リセットして見ることにあった。

広告主企画部門では、ミツカンの30段見開き。日常見るスシをひっくり返して商品を主役にするアングルを発見した。ある意味では伝統的なグラフィック作法だが、伝統の中にこそ革新は生まれる。ほか、サプライズのサントリー、インパクトの吉野家など本賞5社、優秀賞10社が激戦から抜け出した。

新聞社企画部門では、地味になりがちなアドバトリアルに純広手法で華やかさをもたせた神戸新聞社など知恵と工夫で、本賞5社、奨励賞6社が勝ち残った。

本年度のアワードから、必ずや新聞広告の持続可能性の種子が芽ぶくと予言したい。

応募状況・選考経過

応募・推薦状況

2006年6月1日から2007年5月31日までに、新聞協会会員新聞に掲載された広告活動を対象に、広告主企業、広告会社、新聞社に応募・推薦を呼びかけた結果、5月22日～6月5日までの受付期間に、広

告主企画部門に457作品(単独広告主450作品、複数広告主7作品)、新聞社企画部門に42作品(単独企画40作品、共同企画2作品)の応募・推薦があった。

選考経過

新聞協会会長の任命する委員をもって新聞広告賞選考委員会(=広告委員会)が組織され、下記のとおり応募・推薦作品の審査・選考を行った。

1. 新聞広告賞予備選考会＝6月16日～22日

選考委員会は、広告委員会の下部組織である広告開発部会に予備選考を委嘱した。新聞広告賞予備選考会は、広告主企画部門、新聞社企画部門の両部門に応募・推薦のあった全広告活動を対象に審査した。

(1) 第1次予備選考会＝6月16、18、19日

広告主企画部門の全作品の中から、広告開発部会の各委員がそれぞれ30作品を推薦し、総計79作品を第2次予備選考会の審査対象とすることにした。また、新聞社企画部門の全作品を内覧した。

(2) 第2次予備選考会＝6月21、22日

選考に先立って座長に白石真古人・広告開発部会副部会長(京都)を互選、審査・選考にあたっては、新聞広告賞制定の趣旨から、企画性、広告活動の成果など新聞広告活動の全過程を対象に評価することを確認した。

21日は新聞社企画部門の選考を行い、選考基準の各項目を念頭において審査することを確認したのち、展示された広告紙面と「応募申込書」の記載事項に基づいて審議・投票した。その結果、15作品を選考分科会に上申することを決めた。

22日は、広告主企画部門の第1次予備選考会を通過した作品を対象に選考を行った。展示された広告紙面と応募申込書の記載事項に基づいて審議・投票を重ねた結果、35作品を選考分科会に上申することを決めた。

2. 新聞広告賞選考分科会＝7月19日

広告常任委員会委員、およびアートディレクターの中島祥文氏(ウエーブ クリエーション／多摩美術大学教授)とコピーライターの眞木準氏(眞木準企画室)で構成された選考分科会で、新聞広告賞予備選考会から上申された候補作品を審査・選考した。

選考に先立ち座長に西村修一・広告委員会副委員長(毎日東京)を互選、行武亨・広告開発部会長(西日本)と白石・予備選考会座長が、応募総数・応募作品の傾向、予備選考会経過、上申作品の推薦理由を報告した。

新聞社企画部門については、予備選考会から上申された15作品を閲覧のうえ、30点満点で採点して、5社5作品を新聞広告賞授賞候補、6社6作品を奨励賞授賞候補とした。なお、自社作品には投票権を認めなかった。広告主企画部門については、35作品を対象に、作品閲覧のうえ連記式の投票により入賞15作品を選び、15作品を対象に再び連記式の投票を行い、5社5作品を新聞広告賞授賞候補、10社10作品を優秀賞授賞候補に決定した。以上、計26作品を新聞広告賞選考委員会に上申することにした。

3. 新聞広告賞選考委員会＝7月20日

7月度広告委員会が最終の選考委員会となり、西村・選考分科会座長が選考経過についての報告を行った。広告委員会は選考分科会からの上申を最終選考結果とし、9月度理事会の承認を得ることとした。

4. 理事会＝9月5日

新聞協会理事会は、新聞広告賞選考委員会からの選考結果と選考経過に関する上申を承認した。

第27回新聞広告賞選考委員会名簿

朝日新聞東京本社
広告局長
富田 裕

スポーツニッポン新聞社
広告局長兼新規プロジェクト推進室長
荒川 和夫

岩手日報社
常務取締役広告・事業担当広告局長
藤田 耕也

千葉日報社
取締役業務・メディア局長
川名 親

伊勢新聞社
代表取締役社長兼営業局長
小林 千三

高知新聞社
広告局長
松生 賢司

毎日新聞東京本社
東京広告局長
西村 修一

日本農業新聞
執行役員広報局長
穴久保 光雄

河北新報社
取締役広告局長
大島 孝夫

山梨日日新聞社
取締役業務担当兼広告局長
西川 勝仁

京都新聞社
広告局長
平野 保文

西日本新聞社
取締役広告メディア担当広告局長
川崎 隆生

読売新聞東京本社
取締役広告局長
大月 昇

朝日新聞大阪本社
広告局長
北川 彰

秋田魁新報社
取締役営業局長
和賀 政文

静岡新聞社
取締役営業局長
秋山 勇雄

神戸新聞社
常務取締役広告担当広告局長
良本 真澄

佐賀新聞社
役員待遇営業担当兼営業局長
水田 政光

日本経済新聞社
執行役員東京本社広告局長
長谷川 俊男

毎日新聞大阪本社
大阪広告局長
園崎 明夫

山形新聞社
役員待遇広告局長
原 淳一

信濃毎日新聞社
取締役広告局長
古川 哲夫

奈良新聞社
取締役東京支社長
上田 達雄

長崎新聞社
取締役広告局長
横尾 眸

東京新聞
広告局長
安藤 靖彦

読売新聞大阪本社
取締役広告局長
富岡 昭二

福島民報社
取締役事業・労務担当広告局長
伊藤 幹夫

中日新聞社
広告局長
高嶋 孝次

山陽新聞社
取締役広告担当広告局長
野崎 誠二

熊本日日新聞社
広告局長兼地域マーケティング室長
井手 輝利

産経新聞東京本社
営業局長
田村 勲

日本経済新聞大阪本社
広告局長
米原 暢男

福島民友新聞社
常務取締役広告局長
菅野 建二

名古屋タイムズ社
広告局長
荒川 俊彦

中国新聞社
理事・広告局長
藤森 稔

大分合同新聞社
取締役広告局長
内藤 幸一郎

ジャパンタイムズ
取締役副社長兼広告局長
春山 昭彦

産経新聞大阪本社
営業局長
石川 勉

茨城新聞社
取締役広告局長・事業担当
齋藤 良夫

岐阜新聞社
取締役広告局長
小畑 久幸

山陰中央新報社
取締役広告・事業担当広告局長
内藤 博

宮崎日日新聞社
広告局長
松浦 宏

報知新聞社
役員待遇広告局長
三浦 保

北海道新聞社
常務取締役事業担当広告局長
村田 正敏

下野新聞社
広告局長
門馬 信意

新潟日報社
取締役広告・労務担当広告局長
酒井 弥一郎

山口新聞社
取締役山口新聞本部副本部長
宮本 邦彦

南日本新聞社
広告局長
松窪 寛

日刊工業新聞社
取締役営業担当本社業務局長
井水 治博

十勝毎日新聞社
執行役員広告局長
丸山 芳明

上毛新聞社
役員待遇広告局長
樋田 康行

北日本新聞社
取締役広告担当広告局長
東海 龍

徳島新聞社
理事広告局長
久米 克志

沖縄タイムス社
執行役員広告局長
城間 辰彦

日刊スポーツ新聞社
広告局長
松原 譲

東奥日報社
広告局長
高原 英夫

埼玉新聞社
業務局長
平田 靖博

北國新聞社
広告局長
砂塚 隆広

四国新聞社
執行役員広告局長
中村 卓朗

琉球新報社
取締役広告局長
池原 憲吉

日本工業新聞社
営業局次長
岩城 一雄

デーリー東北新聞社
広告局長
松本 康広

神奈川新聞社
取締役営業局長
斉藤 準一

福井新聞社
広告局長
山本 道隆

愛媛新聞社
常務取締役販売・広告・事業担当広告局長
瀧 幸勝也

以上65社65人
(2007年7月20日現在、会員名簿順、敬称略)

「新聞広告賞」に関する規定

第1条(目的と名称)

日本新聞協会は、新しい新聞広告の可能性を開拓した広告活動を顕彰し、新聞と広告との発展に資することを目的に「新聞広告賞」を設け、毎年新聞週間に際し贈賞する。

第2条(表彰の事由・贈賞の対象)

- (1) 新聞広告の新しい利用法や表現領域の開拓に成功した活動、新聞広告により広告目的に即して大きな成果をあげた活動、その他新聞媒体と新聞広告の特性・機能を活用あるいは開発し前条の目的に照らして貢献するところが大きいと認められる活動を表彰する。
- (2) 本賞は、協会会員紙に掲載され、前項に該当すると認められた広告作品に贈られる。

第3条(賞の構成)

- (1) 本賞は、広告主企画と新聞社企画との二つの部門によって構成する。
- (2) 選考委員会は、前項両部門について、本賞とは別に広告主企画部門においては優秀賞を、新聞社企画部門においては奨励賞を贈ることができる。

第4条(受賞者)

本賞の受賞者は、広告主企画部門については当該活動の企画立案にあたった広告主企業代表者とし、新聞社企画部門については協会会員新聞社の当該活動企画部門とする。

第5条(表彰)

- (1) 両部門とも入選作はそれぞれ5作品とし、賞状ならびに記念像または賞牌^{はい}を贈る。
- (2) 優秀賞に対しては賞状と賞牌を贈る。
- (3) 奨励賞に対しては賞状を贈る。

第6条(応募・推薦)

- (1) 本賞は、原則として、本賞の目的に合致した作品の企画・制作、掲載をした関係者の応募により選考を行う。ただし、広告関係の第三者による推薦を妨げない。
- (2) 応募、推薦の手続きは別に定める。

第7条(選考)

本賞の選考はつぎの方法による。

- (1) 会長の任命する委員をもって新聞広告賞選考委員会を組織し、広告賞贈賞に関する事項を審議決定する。
- (2) 選考委員会は、応募・推薦された候補について審議し受賞者を決定、その旨を理事会に上申し承認を得る。
- (3) 選考委員会は、必要に応じ外部の関係者から意見を求めることができる。
- (4) 両部門の特性を考慮し、選考委員会の運営細則を別に定める。
- (5) 選考結果は、「新聞協会報」および「新聞広告報」紙上と当協会ウェブサイトで発表する。

第8条(選考の対象期間)

- (1) 本賞選考の対象となる作品は、前年6月1日から本年5月末日までの1年間協会会員各紙に掲載されたものとする。
- (2) 上記期間を越える長期の活動については顕彰に値すると選考委員会が判断した場合は、始期は問わずこれを対象に含める。

第9条(提出資料および締め切り期日)

応募者ならびに推薦者は、当該作品に所定の関係資料をそえて毎年6月初旬までに選考委員会に提出するものとする。

第10条(その他)

本賞の選考および運用の細目については、選考委員会の決定により別に実施細目を設けることができる。

2007年10月20日発行

社団法人 日本新聞協会

〒100-8543

東京都千代田区内幸町2-2-1 日本プレスセンタービル7階

電話 03(3591)4407

<http://www.pressnet.or.jp>

定価 1,000円(税込)



Newspaper Advertising Prize 2007