

新聞広告賞

『和食は、和色で、できている。』
『日本には、お母さんが毎日つくる世界遺産があります。』

味の素株式会社

四季折々の旬の食材、その美しさを目で楽しむ、美味しさを舌で味わう。和食は食べる人の気持ちを、和やかにしてくれる食べものです。

春は卵の「黄身色」、夏は緑豆の「青緑色」、秋はかつおの「白身色」、冬は大豆の「乳白」、雪見糰子、和食の食卓には、和の食材の「和色」が並びます。

和食の味付けのベースになっているのは、かつお節や昆布から「だし」。色は薄くても、しつこくした「うま味」が和食の味付けのベースで、和食は、素材の色を好む料理家が多いのです。

「和色」の美しさは、「和食」の美味しさ。そのすばらしさを大切に後世に遺していきたい、味の素社の願いです。

祝 世界無形文化遺産登録
おいしい、そして、いのちへ。
Eat Well, Live Well.
AJINOMOTO

3月22日



3月23日

●掲載状況——2014年3月22日、朝日（北海道）、3月23日、大分
 合同に掲載／二連版全30段カラー

●企画——電通

●制作——電通、たぎ工房、トーン・アップ、ONE TONE、レブロン

●扱い——電通

●制作スタッフ——Pro=諏訪徹・落合陽輔、CD=大蔵泰平、AD=小倉輝久・岡本紀子・出雲優子、C=神山浩之・新井奈生・永友鎬哉・萩原陽平、D=出村雄希・大原葵・宮下一久・山崎貴世・田中寛子・長田昂大・細目永・内藤薫、Ph=村井真哉・富塚晴夫・富塚裕子、7-ト=石森いづみ・山崎慎也・篠原成徳・斉藤真・永山聡子、スタイル=杉山麻理恵・清澤萌、CG=内田英晴・木村修・平野雄大・宇都宮健人・久保りさ、浦井恵美子・榎本鉄也・伊藤克広・橋本重陽・平井陽一、コーディネート=落合吾郎・柳澤隆司・黒岩泰広・菱輪義行・山中悠貴・東海舟

●企画の概要と選定理由

和食の価値を次世代に継承したいという企業の思いを、ユネスコ無形文化遺産に和食が登録された機をとらえ美しいビジュアルで表現した。日本の伝統色「和色」で、料理の彩りと味わい深い世界を芸術的に伝えた1作目に続き、2作目は四季折々の素材を生かした和食の豊かさを「お母さんが毎日つくる世界遺産」という愛情あふれる言葉を添えて訴求し、読者の共感を得た。世界に誇る日本の文化を端正な表現で人々に改めて示し、和食の普及に取り組む企業の姿勢を伝えた作品として高く評価された。

元旦宣言広告「固定概念を、ぶっ壊す。」

学校法人近畿大学

固定概念を、ぶっ壊す。

「不可能を可能にするのが、研究だ」

1970年、近大はその言葉を信念に、

不可能と言われたクロマグロの完全養殖に挑んだ。

時には笑われ、バカにされ…それでも、諦めなかった。

費やした年月は30年以上。

そして、やり遂げた。

そんな近大がいま、「大学の序列」に挑んでいる。

笑うやつも、バカにするやつも、いるかもしれない。

しかし我々は、不倒の精神で、やり遂げる。

古くさい固定概念を、ぶっ壊す。

不可能を可能にするのが、近大だから。



本日、一般入試(前期)出願受付開始 [医学部は受付中です。]

法学部 / 経済学部 / 経営学部 / 理工学部 / 建築学部 / 薬学部 / 文学部 / 総合社会学部 / 農学部 / 医学部 / 生物理工学部 / 工学部 / 産業理工学部 / 短期大学部
○通信教育部

〒577-8502 大阪府東大阪市小若江3-4-1 www.kindai.ac.jp



- 掲載状況———2014年1月1日、朝日（大阪・名古屋・西部）、1月3日、毎日、読売、産経（いずれも大阪）に掲載／全15段カラー
- 企画———博報堂関西支社
- 制作———アストラカン大阪
- 扱い———博報堂DYメディアパートナーズ
- 制作スタッフ——CD・C=川島章弘、AD=竹上淳志、D=藪下太司、Ph=平塚正男、CG=田路直哉

●企画の概要と選定理由

一般入試の受け付け開始を告知するとともに、力強いコピーとビジュアルで「大学の序列」という固定概念に挑む近畿大学の決意を表明した。クロマグロの完全養殖に成功した研究力の高さを大胆に表現し、常識に挑戦する大学の姿勢をストレートに伝えた。受験生やその親など関係者へ強く訴求し、平成26年度の私立大学入試志願者数が全国1位になるなど、新聞広告を活用した広報戦略の成果が高く評価された。

休肝日の断り技四十八手

サントリーホールディングス株式会社



引っかけ
あつて、あつて、くたして、くたして、あつて、あつて、くたして、くたして...



押し出し
いいいっす、いいいっす、いいいっす、いいいっす、いいいっす、いいいっす...



引き落とし
いっす、いっす、いっす、いっす、いっす、いっす...



すくい投げ
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



叩き込み
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



足取り
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



浴びせ倒し
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



切り返し
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



押し倒し
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



突き出し
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



審り切り
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



後ろもたれ
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



裾取り
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



外叩
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



掛け投げ
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



錆折り
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



大股
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



頭捻り
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



巻落し
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



極め出し
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...

休肝日の断り技四十八手

上手に断る事も、お酒を楽しむ大事な技です。サントリーから。





渡し込み
二大、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



二つま取り
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



とつたり
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



送り出し
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



下手投げ
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



のどわ
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



たすき反り
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



合掌捻り
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



一本背負い
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



三所攻め
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



逆とつたり
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



呼び戻し
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



細み投げ
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



腰投げ
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



上手ひねり
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



内無双
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



つま取り
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



ちよいかけ
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



細み投げ
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



割り出し
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



腰投げ
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



下手ひねり
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



うつつやり
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...



外無双
あつて、あつて、あつて、あつて、あつて、あつて...

●掲載状況———2014年2月25日、朝日（北海道）に掲載／全15段カラー

●企画・制作・扱い—博報堂

●制作スタッフ——Pro= 増野静香・三田裕太・八幡功一・篠原エリ子・田中れな、CD=加藤英夫・大森清史・丸田昌哉、AD=野田紗代、C=今井容子、D=伊藤貴史・山田進、I=ホセ・フランキー

●企画の概要と選定理由

酒の誘いの断り方を、相撲の技になぞらえてユーモアたっぷりに紹介し、「断る事も酒を楽しむ大事な技」と休肝日を推奨した。大相撲の番付表を連想させるデザイン、味のあるイラストとコピーなど細部までていねいに作り込んだ表現が読者を引き込み、職場の歓送迎会シーズンを前にしたタイムリーな出稿で話題を呼んだ。「お酒は楽しく飲んでほしい」との企業メッセージを巧みに表現した作品として高く評価された。

DRIVING KIDS with TOYOTA

株式会社トヨタマーケティングジャパン



クルマの話、クルマを走らせる話になると、目の色が変わる。

そういう、子どものように純粋な人間の集まり＝トヨタでありたい。
 ドライビング・スピリッツの魂、走りへの神の申し子のようなクルマを、
 そして他のメーカーさえ羨望するようなクルマを創りだすトヨタでありたい。
 クルマと居ることで真心に導く、そんな至福の時・至福の場を
 持っている大人たちと、いつも一緒にいるトヨタでありたい。
 世界中の「我がこは…」というクルマたちとともに、
 無心になってレースで競い合えるトヨタでありたい。

エコをはじめとして、「もっと、クルマに安心と安全を」というテーマに
 真摯に取り組むのもトヨタなら、
 「もっと、クルマにワクワクとドキドキを」というテーマに
 無我夢中になって取り組むのも、トヨタの大きなミッション。
 私たちはこれからは、クルマづくりや様々な活動を通して、
 日本中・世界中の愛すべき「走り大好き小僧たち」の心に火をつけていきます。

「ここが終点」ということがない、「いつも出発点」。だから人もクルマも面白い。

DRIVING KIDS with TOYOTA



<http://dkwt.toyota.jp/>

- 掲載状況——2014年2月1日、3日、14日、28日、朝日、毎日、読売、日経、産経、北海道、中日、西日本、ほか地方紙に掲載／二連版全30段、全15段、カラー
- 広告活動——テレビCM、雑誌広告、ウェブサイト、バナー広告、関連イベントと連動
- 企画——博報堂コンサルティング、サン・アド、フューチャーテキスト、博報堂
- 制作——サン・アド
- 扱い——博報堂
- 制作スタッフ——Pro=小原淳平、CD=喜馬克治・葛西薫・前田知巳、AD=小島潤一、C=前田知巳、D=増田豊・藤田佳子、Ph=五條伴好、I=フランチェスカ・ゲルマンディ

- 企画の概要と選定理由
 「世界中の愛すべき『走り大好き小僧たち』」に向け、クルマに乗る楽しさ、運転する楽しさを素直に伝えるメッセージ性あふれる広告を展開した。斬新な英文レタリング、ポップなイラストと躍動感あふれる写真が、クルマに乗る時、走らせる時の「ワクワクとドキドキ」を伝え読者を魅了した。掲載されたクルマの問い合わせが増えただけでなく実際の売り上げにも貢献し、新聞広告が読者の心を動かすことを証明した作品として高く評価された。

FUN TO DRIVE, AGAIN. ©

レーシング・ドライバーも普通のドライバーも、その走りに夢中になる。そんなクルマを。G'sブランド、愛すべき「走り大好き小僧たち」へ。 DRIVING KIDS with TOYOTA

HEEHAH!

G's
SPORTSCARS FOR ALL

- G's MARK X
- G's AQUA
- G's YELLARIE
- G's YIS
- G's SUPREMACY
- G's PRIDE

DRIVING KIDS
with TOYOTA

<http://ok.wt.toyota.jp/g/>

FUN TO DRIVE, AGAIN. ©

え？ このまま、サーキットでも走れるアクア!?
G'sブランド、愛すべき「走り大好き小僧たち」へ。 DRIVING KIDS with TOYOTA

YEP!

G's
SPORTSCARS FOR ALL

DRIVING KIDS
with TOYOTA

<http://ok.wt.toyota.jp/g/>

新聞広告賞

「行くぜ、東北。」

東日本旅客鉄道株式会社



メールじゃ会えない。レールで会おう。

「行くぜ、東北。」 夜間

●掲載状況——2011年12月4日、5日、2013年8月8日、9日、10日、12月31日、2014年5月9日、朝日、毎日、読売、日経、東京、産経、日刊工業、夕刊フジに掲載。シリーズ継続中／全15段、全10段、カラー（夕刊フジは全11段カラー）

●広告活動——テレビCM、雑誌広告、ウェブサイト、Facebookと連動

●企画——ジェイアール東日本企画、電通、dof

●制作——電通、CREATIVE POWER UNIT

●扱い——ジェイアール東日本企画

●制作スタッフ——I&Gクリエイティブ CD=大島征夫・高崎卓馬、AD=八木義博、C=一倉宏・坂本和加、クリエイティブ Pro=和田耕司、D=畠山大介・小林るみ子、Ph=阪野貴也（左ページ）・片村文人（右ページ）、タッチ=吉武真理子、Pro=山田隆子・久木田玲子、コーディネート=佐藤真澄、プリンティングディレクション=田村慎也

●企画の概要と選定理由

列車が走る風景写真、キャンペーンロゴ、コピーが一体となり、読者の東北への旅情をかき立てた。シンプルで語り過ぎない表現が鉄道、旅、東北に対する人々のさまざまな思いを喚起し、メッセージを深く心に刻むとともに、「メールじゃ会えない。レールで会おう。」のコピーが読者の共感呼んだ。東北に足を運ぶことが最大の復興支援との強い思いで、鉄道の旅の魅力を伝えただけでなく、東北の人々を勇気づけた作品として高く評価された。

