

# walk with you TOHOKU

株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ

※紙面は、掲載契約期限が終了したため、削除いたしました。

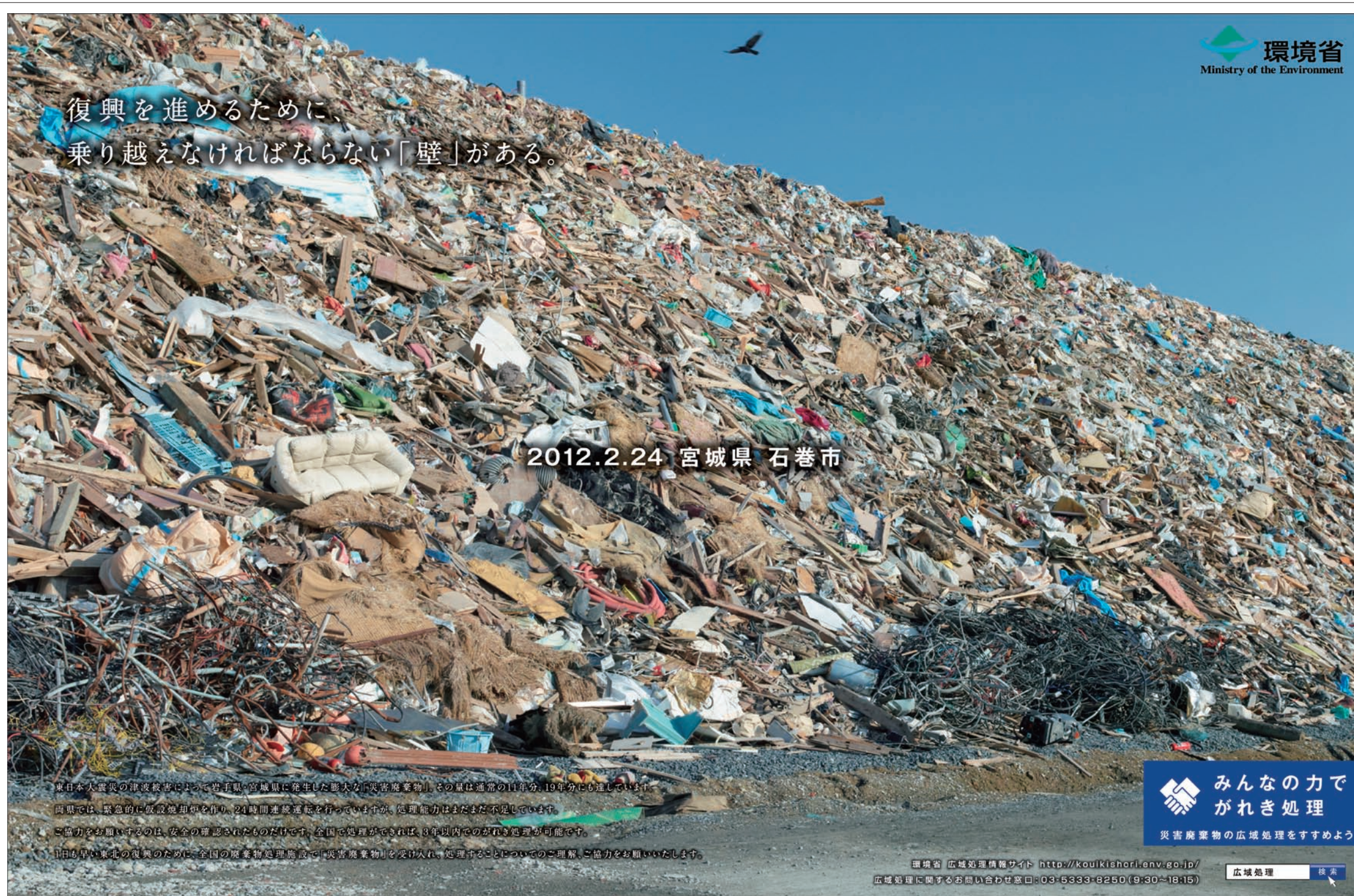
- 受賞代表者——代表取締役社長 加藤 薫 氏
- 掲載状況——2011年8月13日付東奥、デーリー東北、岩手日報、岩手日日、河北、秋田魁、山形、福島民報、福島民友に掲載。全15段カラー
- 広告活動——インターネット、交通広告、折り込み広告と連動
- 企画——TUGBOAT+TUGBOAT2、NTTアド、電通
- 制作——TUGBOAT2
- 扱い——NTTアド、電通東日本
- 制作スタッフ——CD=川口清勝、AD=加藤建吾、C=道面宣久、D=草野剛、今井徹、五島純、中村嘉敬、Ph=宮本敬文

●企画の概要と選定理由  
2011年夏、東日本大震災から復興に向けて「あしたへ。」共に歩むとのメッセージを、東北6県の地方紙に、県ごとに異なるビジュアルで展開。各県の祭りをモチーフに東北の持つ力強さ・奥深さを表現し、地域に密着した企業姿勢や、東北を元気にしたいとの思いを伝えた。各県の県民が出演することにより、読者の共感を喚起し、大きな反響を呼んだ。



# 広域処理広報「みんなの力ががれき処理」

環境省



- 受賞代表者——環境大臣 細野 豪志 氏(当時)
- 掲載状況——2012年3月6日付朝日に掲載。二連版全30段カラー
- 広告活動——テレビCM、ウェブサイト、交通広告、街頭ビジョンと連動
- 企画——環境省
- 制作——博報堂、博報堂プロダクツ、cosmos
- 扱い——博報堂
- 制作スタッフ——CD=村田徹、Pro=宮川尚子、AD=大野耕平、C=田中量司、D=澁谷翼、高橋成道、Ph=戸高元太郎

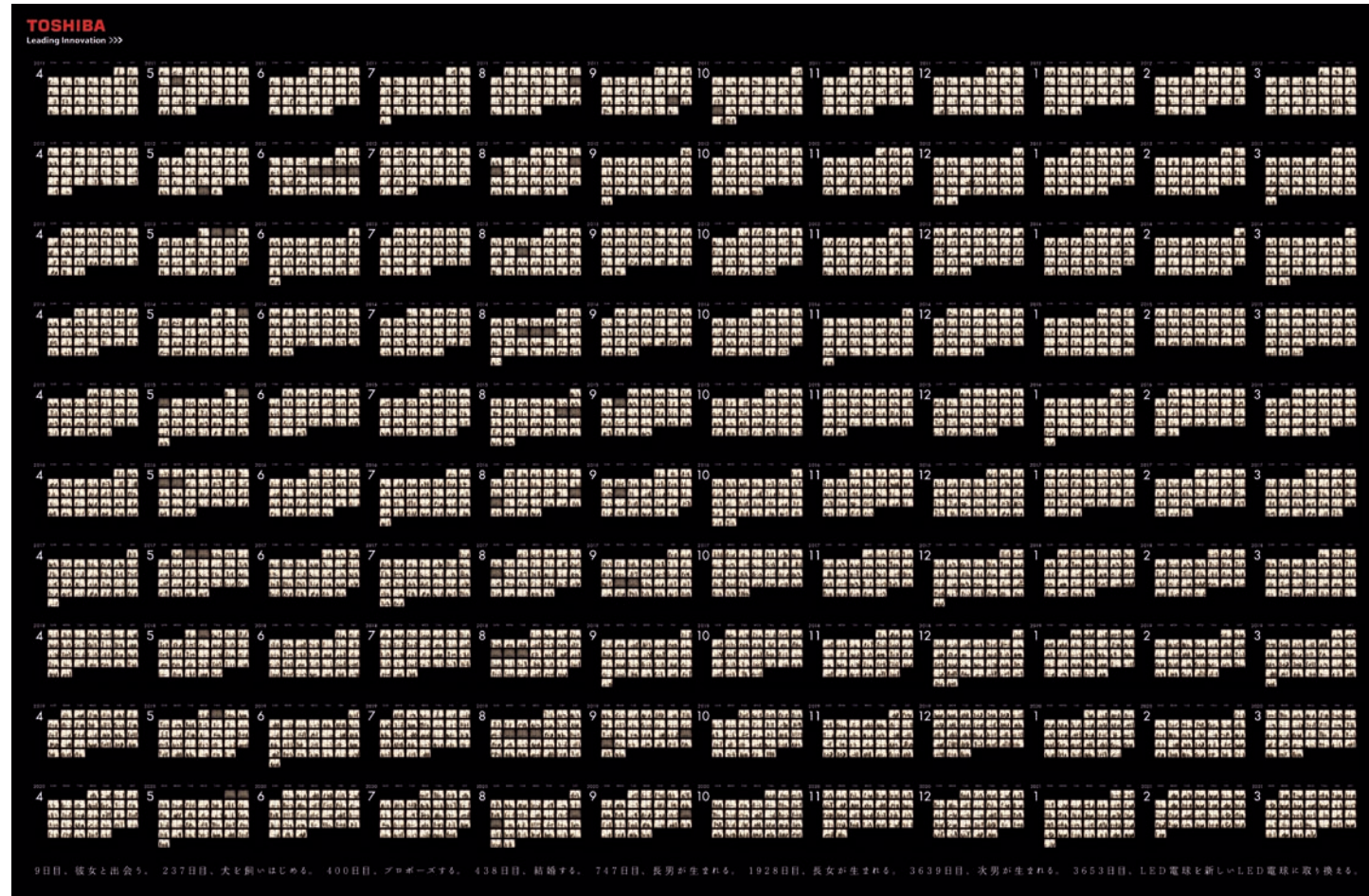
●企画の概要と選定理由  
 東日本大震災の津波被害で発生した膨大な「がれき」。不確かな情報が錯綜し、安全性への誤解が生じたことにより、全国の廃棄物処理施設での受け入れが思うように進展しない状況を受け、新聞広告の持つ公共性と社会への強力な情報発信力を活用し、広域処理について正しい情報を広く伝えた。宮城県石巻市に残る「がれき」の山を復興を妨げる壁に見立てた写真とコピーは読者にインパクトを与え、社会への問題提起の起点となった。



新聞広告賞

LED 10年カレンダー

株式会社東芝



- 受賞代表者——取締役 代表執行役社長 佐々木 則夫 氏
- 掲載状況——2011年7月31日付朝日、12月24日付産経に掲載。  
全15段×2、二連版全30段、カラー
- 広告活動——テレビCM、ラジオCM、雑誌広告、店頭ポスター、  
交通広告と連動
- 企画——東芝広告部
- 制作——電通、アドブレーション
- 扱い——電通
- 制作スタッフ——企画＝松本健一郎、鈴木春次、波多野吾紅、シニア  
CD＝竹内誠、中澤真純、AD＝安達翼、Pro＝松本和久、C＝岩田純平、北田有一、有元沙矢香、D＝柴田高広、白石千尋、日高健策、Ph＝藤本伸吾、星本和容

●企画の概要と選定理由  
従来の電球よりも格段に製品の寿命が延びたLED電球。ダイニングのあかりにLED電球を取り付けてから次に取り替えるまでのある男性の10年間・3653日を、新聞広告の特長である一覧性や記録性を活用して、10年分のカレンダーで表現、LED電球の寿命の長さを訴求した。独身時代、新婚時代、子どもの誕生と時が流れるに従って徐々に家族構成が変わる様子を影絵で映し出したビジュアルは、人生を近くで見守るあかりの温かさを読者に伝え、大きな話題となった。







