



新聞広告賞

東北未来絵本キャンペーン

山形新聞社 広告局



あの日 みんなの手は 何をつかんでた?
これからの東北を生きていく、子どもたちのために。
山形新聞社 企画

3・11を語り継ぐ(絵本)を、一緒につくりませんか。



2012年3月11日付

- 広告主—NTTドコモ、渋谷建設、シベール、日本赤十字山形県支部、山形銀行、山形トヨタ、山形パナソニックなど27社・団体
●掲載状況—2012年3月11日から4月29日まで、全15段×6、全5段×4、半5段×1を掲載。カラーとモノクロ。シリーズ継続中
●広告活動—ウェブサイト、ポスター、イベント(ワークショップ)と連動
●企画・制作—山形新聞社広告局
●企画協力—宮本武典(東北芸術工科大学准教授)

●企画の概要と選定理由
東日本大震災から1年の節目に、東北の未来を生きる子どもたちのために、3・11を語り継ぐ絵本を子どもたちが読むというキャンペーン。震災を経験した人々から「言葉」を集め、その言葉をもとに子どもたちが絵を描き、1冊の絵本に紡いでいくという発想がユニークで、老若男女が参加できる新聞社らしい企画となった。地元出身の絵本作家の協力を得て子どもを対象としたワークショップを開催し、絵本の原画となる作品が完成した。子どもへの参加を呼びかけている点も注目された。多くの企業が賛同し、地域への反響を呼んだ。



2012年3月18日付



2012年3月26日付



2012年4月22日付



2012年4月29日付

新聞広告賞

いのちを話そう。

新潟日報社 営業統括本部

1

**生きようとする力**

「うんきやー」元気の産声が響き渡り  
あなたからだば一瞬のうちに紫から赤に変わった  
「赤」は まるに生きる気持が燃える色  
もてる力を振りしぼり、どの奥から絞り出すような産声は  
まるで「生きたい」「って叫んでいるかのようだ」  
産声はこの世に生まれて初めて自分の力でできたこと  
いままでお母さんの羊水でまもられていたあなたに  
おとすれた初めての大きな試練  
それは、とつもないエネルギーを注ぎ込み  
散らぬ能力と生きる力を発揮して生まれてきたあなたが  
自ら生きることを選んだ瞬間だったのです

「生まれてくる」ができた  
それは当たり前じゃない、すごいこと  
お母さんがんばった  
でももつとがんばったのはあなただっただけ  
だから自信と誇りを持っていい  
これから先いろいろな事があるかもしれませんが  
でも心配しなくても大丈夫  
たとえどんな苦境に立たされても  
「生きようとする力」を持ち備えているのですから  
忘れないで欲しい  
あなたがそこにいるだけで  
周りのみんなに生きを喜びと幸せをもたらす  
はかり知れない力を持っているということ  
誕生は「いのちの記念日」  
一年一回「自分こそすべからぬ大切な日」  
自分で自分を愛する、思いの  
あなたはすべての人たちの夢と希望  
だから「生きてるだけで百点満点」  
ほんとうに「生まれてきてくれてありがとう」



鈴木せい子さん(鈴木動物病院院長・群馬県動物愛護協会会長)は、30年以上にわたり、いのちに寄り添い、1,000人以上の赤ちゃんを取り上げてあげたベテランの助産師です。親しいいのちの誕生を目的に生かすために、赤ちゃんの「生きようとする力」のすばらしさを、注ぎ込まれるそうです。現在、全国各地に出張し、いのちの授業 共に行っています。あかあかは、あしく、鈴木さんが助産師を職業として7年目に相次いで起きた、17歳の少年妊娠でした。自分を大胆に愛して欲しいという願いから始められた、いのちの授業 共の活動の経緯を語っています。「生まれてくること」のすばらしさ、「生きていくこと」の素晴らしさを伝える、いのちの現場からのメッセージは大きな反響を呼び、今までに参加した人の数は10数万人に上ります。

この授業は、1日限りの特別な感想やあなたの考え、いのちのお話をとお話せたいか、いかに大切に、お母さんへ  
〒950-1180 新潟県内田東2-2-2  
新潟日報社 企画事業本部 企画課 025-251-1181  
http://www.niigata-nippo.com/roadside  
※予約受付は5/22(日)16時を以て終了です。

全日本社会貢献団体連絡協議会  
事業主体/「いのちを話そう」国民キャンペーン実行委員会 企画・制作/新潟日報社 広告事業本部

2011年4月24日付

- 広告主——アークベルグループ、あいおいニッセイ同和損保など70社・団体
- 掲載状況——2011年4月23日から9月25日まで、全15段×7、全5段×5を掲載。カラーとモノクロ
- 広告活動——紙面登壇者を講師に県内小中学校3校で課外授業を実施、ウェブサイト、ミュージカルの実施、新潟NPO協会に協賛金の一部を寄附
- 企画・制作——新潟日報社広告事業本部

- 企画の概要と選定理由  
自殺率が高い新潟県の新聞社として「生きる」「絆」に焦点をあてた広告キャンペーンを展開し、命の大切さについて考えてもらうことにより自殺防止を訴求した。詩人、写真家、シンガーソングライターらの「いのち」に関するエッセーと、それに対する読者からの意見や感想を掲載、読者とのつながりを深めた。広告だけにとどまらず、「いのちの授業」を実施するなど、社会に寄り添い共に歩む新聞社ならではの企画力で社会貢献につながった。

いのちのパレット



2

人々、心と心がつながり、愛へ

2011年5月22日付

2011年5月22日付

いのちを歌う



3

人々、心と心がつながり、愛へ

2011年6月26日付

2011年6月26日付

自然の中のいのち



4

人々、心と心がつながり、愛へ

2011年7月24日付

2011年7月24日付

いのちの時間



5

人々、心と心がつながり、愛へ

2011年8月28日付

2011年8月28日付

第60回全日本広告連盟福岡大会開催記念 広告特集  
**Dream More! PROJECT「宇宙兄弟×西日本新聞」**

西日本新聞社 広告局



- 広告主——旭化成、キッコーマン、麒麟ビール、サッポロビール、サントリービジネスエキスパート、日本航空、リクルートマーケティングパートナーズ、ゼクシィなど17社
- 掲載状況——2012年5月16日付朝刊、別刷り24ページを発行。カラーとモノクロ
- 広告活動——福岡市内4大学にて大学生に配布
- 企画——西日本新聞社広告局、電通
- 制作——電通、J.C.SPARK
- 扱い——電通、電通九州

● 企画の概要と選定理由  
 九州の若者の夢を応援するプロジェクト「Dream More! PROJECT」第1弾として発行された、アニメ「宇宙兄弟」とコラボレーションした別刷り広告。協賛社とタイアップした紙面には、「企業イメージ」×「夢」をモチーフに、ビジュアルを広告主企業から若者に向けられたメッセージコピーとアニメのシーンのみで構成し、新聞広告の新たな可能性を広げた。「宇宙兄弟」のコンテンツ力を活用した企画は、ツイッターやフェイスブックなどでの反響も大きく、九州の若者にとどまらず、「宇宙兄弟」ファンを中心に全国に話題が拡散し、若者に響く新聞広告を実現した。



応援してくれる人がいる。  
 それって夢の翼なんだよ。

明日の空へ、日本の翼

JAPAN AIRLINES

夢はきっと、笑顔が大好きだ。  
 いい夢を見てる人は  
 みんなよく笑う。

おいしさを笑顔に

**KIRIN**

# 3.11東日本大震災3県4紙合同プロジェクト

岩手日報社 広告局 / 河北新報社 営業本部 / 福島民報社 広告局 / 福島民友新聞社 広告局

## 特産貝に復活懸ける

### 岩手県

のいま

地元漁業者が再始動

陸前高田 復興漁業



震災から1年、被災地から再び始動した漁業者たち。漁具の修理や漁獲の再開に向けて奮闘している。写真は、漁具を修理している漁業者の様子。

## 明日へ希望のハーモニー

### 福島県

のいま

歌うことで古里へ恩返し

復興を代表するの味フルメ

なみえ焼きそば

被災者を笑顔にする味

復興を代表するの味フルメ

なみえ焼きそば

被災者を笑顔にする味

## 語り部ツアー活躍

### 宮城県

のいま

語り部ツアー活躍

「全国の人に伝えてほしい」

復興を代表するの味フルメ

なみえ焼きそば

被災者を笑顔にする味

## それでも海が好き

### 岩手日報

のいま

それでも海が好き

復興を代表するの味フルメ

なみえ焼きそば

被災者を笑顔にする味

## 東日本巨大地震

### 福島民友

特別紙面

東日本巨大地震

県内震度6強、浜通りに大津波

M8.8 死者・不明多数

半径300キロ 避難指示

原子力緊急事態宣言

復興に向けた動きや、被災地からのメッセージを掲載。

## 巨大地震 県内45人死亡 370人不明

### 福島民報

巨大地震 県内45人死亡 370人不明

震度6強、大津波 死者・不明660人超

東北関東大地震情報

M8.8 国内最大

宮城県震度7 大津波

死者・不明多数

復興に向けた動きや、被災地からのメッセージを掲載。

## 宮城県震度7 大津波

### 河北新報

宮城県震度7 大津波

死者・不明多数

M8.8 国内最大

復興に向けた動きや、被災地からのメッセージを掲載。

## 三陸沖M8.8 大津波

### 岩手日報

三陸沖M8.8 大津波

死者数百、不明多数

宮城県震度7 大津波6弱

内死者57人不明150人超

300棟倒壊、77万戸停電

復興に向けた動きや、被災地からのメッセージを掲載。

- 掲載状況——2012年3月11日付、別刷り8ページパノラマを発行。カラー
- 広告活動——全国43の地方紙の協力による街頭や行政機関、公共施設、小・中学校などでの配布
- 企画・扱い——電通
- 制作——ワークアップたき

- 企画の概要と選定理由
- 東日本大震災から1年になる3月11日に被災地の4紙が合同で、被災地の現状を伝える別刷り特集を発行した。全国43の地方紙も協力し、街頭や公共施設、小中学校などで配布した。特集はブランケット判8ページパノラマ紙面で、発行部数は約200万部。外側4面は、岩手、宮城、福島3県の

- 復興に向けた動きや、被災地からのメッセージを掲載。内側4面は、4紙の11年3月12日付朝刊の1面を収録し、震災発生当時の状況をあらためて伝えた。新聞の報道媒体としての力強さ、広告媒体としてのコミュニケーション力の強さを凝縮させた企画。震災の風化に警鐘を鳴らすとともに、被災3県が力を合わせて復興に向かうとの強い意志を伝えた。