

新聞広告賞「新聞社企画部門」審査基準

(平成26年3月14日改定)

(平成30年11月9日改定)

新聞広告賞・新聞社企画部門の審査にあたっては、新聞広告賞の性格すなわち「企画性、広告活動の成果など、新聞広告の新しい可能性を切り開いた活動」を評価するとの趣旨にのっとり、これをさらに具体的に分かりやすくし、選考におけるポイントを明確にするために、以下3項目を審査基準とする。

☆審査基準

(1) 企画力

- ①新しいマーケットや新規広告主・業界などの開発に効果が認められるか
- ②独創的な発想と斬新な着眼により、新聞媒体の特性や新聞社機能（編集、事業、販売、制作、デジタルなど）を十分に活用し、新領域を開発したか

(2) 表現力

- ③広告作品として、レイアウト、コピー、色彩効果など、クリエイティブの工夫・アイデアが優れているか
- ④訴求ポイントが明確であり、広告目的を的確に表現しているか

(3) 影響力

- ⑤新聞広告の信頼性を高め、話題性のある企画であったか
- ⑥広告目的（ブランディングや商品の売り上げ、イベント集客、社会貢献など）に合った大きな成果を上げたか。広告主から評価を得られたか

以 上