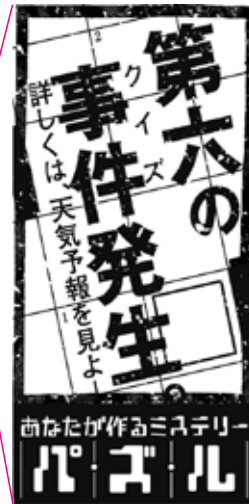


**岩手日報創刊130周年記念
「あなたが作るミステリー パ・ズ・ル」**

岩手日報社 広告局



- 広告主**——NTT ドコモ東北岩手支店、盛岡駅ビル・フェザン、あき開・ステラモンテ、雫石プリンスホテル、トヨタレンタリース岩手、回転館清次郎
- 掲載状況**——2006年6月20日から7月21日まで全5段、題字下、記事中等などマルチ展開。21日付別刷りで全5段見開き(6本)、題字下、突き出し。単色、モノクロ
- 広告活動**——紙面掲載のほか、専用ウェブサイト、携帯電話サイト、ポッドキャスト(全18本)、ラジオ(30分×3回)、テレビ(30分)、ニフティのポッドキャスト番組「こむろう」と連動
- 企画**——岩手日報社広告局
- 制作**——紙面＝atelier s.h.u、ウェブサイト・ポッドキャスト・ラジオ・テレビ＝IBC岩手放送
- 扱い**——オープン

- ### ●企画の概要と選定理由
- 若年層や新聞未読者へのプロモーションの観点から各種媒体で情報を発信し、新聞への誘導を図ったクロスメディア企画。県内在住の6人の作家による書き下ろしミステリー短編小説の穴埋め問題を本紙に限らずウェブサイト、テレビ、ラジオ、ポッドキャスト、携帯電話など各種媒体で紹介することにより、各年齢層に幅広く浸透させた。地元を意識した、広告主名や県内観光地を織り込んだ穴埋め式小説は、地方紙としての存在意義を示した。新聞社として各種メディアをクロスさせ、新聞への誘導を図った手法は新規性があり、新聞広告の有効性を証明した。



「すごい車内会議」環境キャンペーン

中日新聞社 広告局



- 広告主**——愛知トヨタ、東芝、東邦ガスなど18社
- 掲載状況**——2006年9月1日付別刷り特集12ページカラー、07年3月22日付特集7ページ(カラーとモノクロ)。キャンペーン継続中
- 広告活動**——06年9月1日から1か月、キャンペーンで独占した名古屋市営地下鉄東山線1編成を運行、主要駅構内で小冊子を設置した立体ポスターを掲出するなどの交通広告を展開。専用ウェブサイトを開設したほか、07年3月31日にステージイベントを実施
- 企画・制作**——中日新聞社広告局
- 扱い**——電通

◎企画の概要と選定理由

愛知万博で高まった市民の「環境意識」の一層の喚起を図るため、地下鉄と全面的に連動したキャンペーン広告。地下鉄車両そのものを「動く会議室」に見立て、環境を考えるバーチャル会議を展開した。宇宙飛行士の野口聡一氏ら著名人や協賛企業からの環境メッセージ、市民からの意見を双方で発信、読者・乗客の環境に対する意識を啓発した。新聞紙面と地下鉄を連動させた斬新なアイデアとスケールの大きな広告展開により、地元新聞社や企業の環境意識の高さを実感させるとともに、新聞が持つ社会への浸透力を存分に生かしたキャンペーンとして高く評価された。

[illegible][illegible][illegible]

●**広告主**—— エイチアンドエフ、江守商事、セーレン、日華化学、福井銀行、福井コンピュータ、PLANT、三谷商事、三谷セキサンなど44社

●**掲載状況**—— 2006年12月10日から07年3月30日まで、全50本。別刷りタブロイド24ページ×1回、全30段×2本、全7段×1本、全5段×44本(カラー)、全15段×1本(モノクロ)

●**広告活動**—— 専用ウェブサイトを開設したほか、セミナーを開催

●**企画・制作**—— 福井新聞社広告局

●**扱い**—— オープン

●企画の概要と選定理由

若者の県外流出が問題となっているなか、地元企業の本来の姿や隠れた魅力を、学生に知ってもらうことを目的に展開したシリーズ広告。保存性のあるタブロイド、専用サイトをクロス活用し、一般問題、地元協賛企業問題の計158問のほか、ヒントを織り込んだ記事や参加企業の詳細情報を掲載。本紙5段広告では統一デザインの中で各企業の特長を端的なコピーで表し、企業問題の例題でサイトへ誘導した。2か月の実施期間で延べ7,496人が参加した企画は、企業からの高い評価のほか、県内の教育現場からも反響を得た。

[illegible]



日華化学株式会社

日華化学の 界面活性剤技術が、 福井の未来をつくる。

「福井県たけふ町事業」は「自然と健康な暮らし」をテーマに、自然環境を守り、生活の質向上のために先進的な取り組みが行われ、福井市と協賛しています。その成果についてご紹介。

① 水質改善 ② 水質検査 ③ 水質調査

「フラスコテスト」 「マイクロセンサー」 「クラウド型データ管理システム」

水質検査や水質調査を実施する際、試薬を投入し、半分以上を目視で確認する必要があります。しかし、目視では、肉眼では見えない微小な変化も検知することができず、また、目視による誤差も発生しやすいです。そこで、より正確な測定を行うために、「フラスコテスト」から「マイクロセンサー」へと進化させ、さらに、データをクラウド上に集約・分析できるようにしました。これにより、水質の変化をリアルタイムで把握できるようになりました。また、データの蓄積により、過去の傾向と比較することも可能となりました。このように、最新の技術を活用することで、水質の安定性を確保し、自然環境を守ることができました。



「福井県たけふ町事業」は「自然と健康な暮らし」をテーマに、自然環境を守り、生活の質向上のために先進的な取り組みが行われ、福井市と協賛しています。その成果についてご紹介。

④ 水質検査 ⑤ 水質調査 ⑥ 水質分析

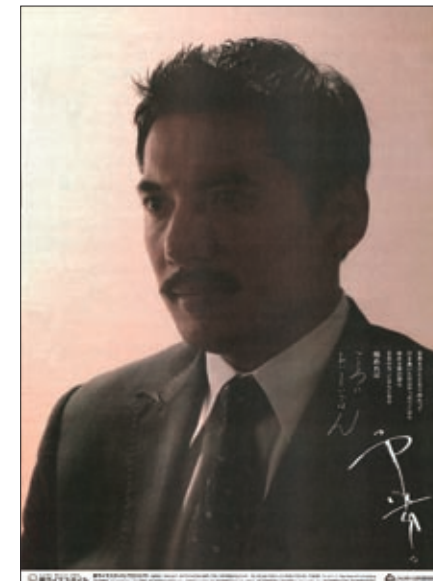
「フラスコテスト」 「マイクロセンサー」 「クラウド型データ管理システム」

水質検査や水質調査を実施する際、試薬を投入し、半分以上を目視で確認する必要があります。しかし、目視では、肉眼では見えない微小な変化も検知することができず、また、目視による誤差も発生しやすいです。そこで、より正確な測定を行うために、「フラスコテスト」から「マイクロセンサー」へと進化させ、さらに、データをクラウド上に集約・分析できるようにしました。これにより、水質の変化をリアルタイムで把握できるようになりました。また、データの蓄積により、過去の傾向と比較することも可能となりました。このように、最新の技術を活用することで、水質の安定性を確保し、自然環境を守ることができました。

[illegible]

新ライススタイルプロジェクト

神戸新聞社 広告局



- 広告主——新ライススタイル事務局など11社
- 掲載状況——2006年11月1日から07年3月26日まで全7回シリーズ(12ページ別刷り特集×1本、特集4ページ×1本、3ページ×1本、2ページ×2本＝カラー、全15段×2本＝カラー、単色)
- 広告活動——特設ウェブサイトと連動したほか新聞社サイト内専用ページを開設。事業を紹介する特別テレビ番組、イベント録音のラジオ番組を放送。PR小冊子をイベント会場で配布
- 企画——神戸新聞社広告局
- 制作——神戸新聞事業社、シナジー
- 扱い——神戸新聞事業社

- 企画の概要と選定理由
- 米の消費量が減少するなか、ごはんの役割を見直し、生活に取り入れる「新ライススタイル」を提案したシリーズ広告。多メディア展開の広報では、新聞が中心となりプロジェクトの開始宣言、関連イベント情報などを随時発信。“お米の魅力”満載の別刷り特集では、結婚で話題を呼んだ女優・藤原紀香さんの顔面アップのラッピングで強烈なインパクトを与え注目を集めた。斬新なアイデアと社を挙げた取り組みは県民を巻き込み、一大プロジェクトとして成功するなど、大きな運動を創出した企画性が高く評価された。

九州宝御膳物語

西日本新聞社 広告局



- 広告主**——アサヒビール、西部ガス、ホテルニューオータニ博多など
- 掲載状況**——2005年11月13日から06年11月27日まで全21回シリーズ(全60段×1本、30段×8本、15段×9本＝カラー、5段×3本＝モノクロ)
- 広告活動**——専用ウェブサイト、テレビで連動展開したほか、ムックを制作。九州7県でリレーフォーラムを開催
- 企画**——西日本新聞社、電通九州
- 制作**——P & C、電通九州
- 扱い**——電通九州

- ### ●企画の概要と選定理由
- 九州国立博物館開館に合わせ、暮らしの一番身近にある「食」という視点から、九州各地の文化や歴史、アジアとの交流史を広く伝えたシリーズ企画。新聞とウェブサイトを活用した食材募集アンケートの実施、九州七県でのフォーラムの開催、各県の「宝御膳弁当」の販売、書籍の発行など、広告、編集、事業、販売、メディア各局の機能を駆使し、継続的かつ立体的に展開した。新聞社の全社機能を駆使した広告展開が大きな成果をあげ、新聞広告の新しい利用法を内外に示した大型企画として高く評価された。