

選評

第28回を迎えた新聞広告賞は、広告主企画部門に400作品、新聞社企画部門に34作品の応募をいただきました。ご関係の皆さまに深く感謝申し上げます。

応募作品の審査・選考は、規定により広告委員会が選考委員会となり、6月から7月にかけて3次にわたって行いました。その結果、7月18日の選考委員会で広告主企画部門5作品、新聞社企画部門5作品の本賞のほか、広告主企画部門優秀賞10作品、新聞社企画部門奨励賞5作品を選定し、9月3日の理事会で正式に授賞を決定いたしました。

新聞広告賞は、06年から新聞社以外の外部審査委員を招き、評価プロセスの客観性、透明性、審査の公平性を担保してきました。今年も選考委員会に先立って開催された新聞広告賞選考分科会に、昨年同様、アートディレクターで多摩美術大学教授の中島祥文氏とコピーライターの眞木準氏の2人を招聘し、選考に加わっていただきました。

選考分科会は、広告主企画部門、新聞社企画部門とも投票と議論により授賞作品を決定しました。いずれの入賞作品も新しい新聞広告の可能性を開拓したすばらしいものであり、優劣の差はほとんどありませんでした。そのため、本賞の選考では選考委員の白熱した議論が行われました。

今年は、両部門とも、環境や教育など現代の世相を反映したテーマを扱ったものが多く集まりました。特に広告主企画部門には、これまでの単なる「モノを売る」商品広告や企業広告でなく、豊かなクリエイティブで読者の目を引きつけ企業理念や企業姿勢を伝えるなどブランド力向上につながるCSR広告、地域との結びつきをメインにした広告が目を引きました。一方で、クロスメディアを活用し成果に結びつけたもの、スプリット広告をはじめ新聞の媒体特性や県版の特徴を最大限に生かしたもの、小スペースを有効活用しユーモアあふれるクリエイティブでマルチ展開したものなど創意工夫された作品も目に付きました。また、新聞社企画部門には、これまでの周年企画特集では見られない、斬新な手法やアイデアで新聞広告の力を再認識させた作品もありました。

今回入賞した作品は、いずれも時代性を反映した、バラエティーに富んだ広告であり、新聞広告の力を感じさせるものです。

ご応募をいただきました広告主の皆さまと関係各位にあらためて感謝申し上げますとともに、今回の授賞が、各社の社業および新聞広告の発展の一助となれば望外の幸せです。今後とも新聞広告に一層のご支援を賜りますよう心からお願い申し上げます。

2008年10月20日

第28回新聞広告賞 選考委員会
社団法人日本新聞協会 広告委員会
委員長 西 村 修 一

審査講評



なかしま しょうぶん
中島 祥文氏

ウエーブ クリエーション代表
アートディレクター
多摩美術大学美術学部グラフィックデザイン学科教授

1944 年愛知県生まれ。多摩美術大学卒。J.W. トンプソンなどを経て、81 年ウエーブクリエーションを設立。東京 ADC 会員 (02～04 年審査委員長)、朝日新聞社広告賞審査員 (92 年～)、日本経済新聞社広告賞審査員 (97 年～)、読売新聞社広告賞審査員 (96～99 年) を務める。東京 ADC 会員最高賞、日本宣伝賞山名賞ほか多数受賞。

表現の可能性は、視点をどう変えるか、あるいは、新しい視点を見つけることで、想像を超えて広げられる。そうした視点に立った新聞広告は、消費者からの関心を引き起こし、行動を促し、時には社会を元気づけ、その発信は一層の確信を認識できる。

今年の新聞広告賞は、それぞれに視点のポジションへの試みが見られ、それが選考の大きな要因となっていた。広告主企画部門の旭化成は、イメージだけで終わらない、世界レベルの技術の実証を掲げ、説得力を持った。岩波書店は、一企業の出版をパブリックな価値につなげて、ニュース性のある展開をした。大谷製鉄は、時代が強く要求しているテーマである「教育」に取り組み、子どもたちへの愛情を見せた。キヤノンマーケティングジャパンは、1,800 社の経営者の参加とメディア戦略が、キャンペーンを骨太のものにした。サンスターは、ここにも、ここにもと、複数の小型広告を見つけさせる楽しさと、情報のユーモアの両面があった。

新聞社企画部門の信濃毎日新聞社は、長野県を日本の中心に位置することから生まれた直裁なアイデアで、再認識させた。新潟日報社は、佐野洋子氏をはじめとする、直筆原稿の言葉の感性とその力で感動させた。京都新聞社は、誰もがあこがれる「しばし京都人」の感覚をもみじの赤と連動させ印象づけた。神戸新聞社は、導入に全 30 段いっぱいのコウノトリを登場させ、そこで描かれた悲しい目はシリーズ全体の象徴となった。熊本日新聞社は、新聞が新聞紙面から革新できるという可能性をリアルに示唆した。

仮に、視点に 360 度の角度があるとすれば、これらは通常の角度を変えて大きな価値を得たといえる。

審査講評



まき じゅん
眞木 準氏

コピーライター

1948年愛知県生まれ。慶應義塾大学経済学部卒業。博報堂でソニー、全日空、キャノン等の広告制作を担当の後、独立。主な仕事に「でっかいどお。北海道」(ANA)。近作では「踊れるバーバリー」(三陽商会)「六本人、生まれる」(森ビル)など。TCCクラブ賞、ADC最高賞ほか多数受賞。著書「一語一絵」ほか。

湧水注大海

日本には「湧水万里を越え大海へ注ぐ」という先人の知恵がある。新聞という知の湧水も永きにわたってさまざまな難局を越え、時代の大海へ注ぐ。逆境にある新聞広告もまた、社会の混沌や経済の低迷の急流にもまれながら、大海へ注ぐ新しい道を模索発見しつつあるようだ。それは、環境広告と企業広告を一緒に実現するCSR広告の潮流である。その特長は、大きな志、高いまなざし、深い知性にある。

広告主企画部門本賞の旭化成は、それを代表し、見る者に感動さえ与えるアートフォトと商品ソリューションに立脚した大きなメッセージを発信している。直接環境をテーマにした受賞作は、この部門だけで5つを数える。出版という新聞広告の基本形態でも岩波書店が商品にとどまらず、社会に問いかける企業広告にその内容を高めている。大谷製鉄、キャノンマーケティングジャパン、サンスター、いずれも、テーマとスペースを工夫し、鮮やかな切り口を発見した。個人的には優秀賞の東芝の売らない商品広告という勇断作に感心した。

新聞社企画部門も、昨今信頼性でひとつの流れをつくったアドバタイジングとエディトリアルを合体させたアドバトリアルで秀作が目立った。熊本日日新聞社や福島民報社は、当代一流のクリエイターを起用し、記事広告と純広告のボーダーをなくし、その点では神戸新聞社も同様に成功している。自社には投票せずというジャーナリスト・フェアネスから選ばれた傑作たちが、不透明な新聞広告の行く手を照らしてくれるはずだ。

応募状況・選考経過

応募・推薦状況

2007年6月1日から2008年5月31日までに、新聞協会会員新聞に掲載された広告活動を対象に、広告主企業、広告会社、新聞社に応募・推薦を呼びかけた結果、5月15日～6月4日までの受付期間に、広

告主企画部門に400作品（単独広告主391作品、複数広告主9作品）、新聞社企画部門に34作品（単独企画33作品、共同企画1作品）の応募・推薦があった。

選考経過

新聞協会会長の任命する委員をもって新聞広告賞選考委員会（＝広告委員会）が組織され、下記のとおり応募・推薦作品の審査・選考を行った。

1. 新聞広告賞予備選考会＝6月14日～20日

選考委員会は、広告委員会の下部組織である広告開発部に予備選考を委嘱した。新聞広告賞予備選考会は、広告主企画部門、新聞社企画部門の両部門に応募・推薦のあった全広告活動を対象に審査した。

(1) 第1次予備選考会＝6月14、16、17日

広告主企画部門の全作品の中から、広告開発部の各委員がそれぞれ30作品を推薦し、推薦の多かった上位76作品を第2次予備選考会の審査対象とすることにした。また、新聞社企画部門の全作品を内覧した。

(2) 第2次予備選考会＝6月19、20日

選考に先立ち座長に石井正人・広告開発部副部長（山陽）を互選、審査・選考にあたっては、新聞広告賞制定の趣旨から、企画性、広告活動の成果など新聞広告活動の全過程を対象に評価することを確認した。

19日は新聞社企画部門の選考を行い、選考基準の各項目を念頭において審査することを確認したのち、展示された広告紙面と「応募申込書」の記載事項に基づいて審議・投票した。その結果、15作品を選考分科会に上申することを決めた。

20日は、広告主企画部門の第1次予備選考会を通過した作品を対象に選考を行った。展示された広告紙面と応募申込書の記載事項に基づいて審議・投票を重ねた結果、37作品を選考分科会に上申することを決めた。

2. 新聞広告賞選考分科会＝7月17日

広告常任委員会委員、およびアートディレクターの中島祥文氏（ウエーブ クリエーション／多摩美術大学教授）とコピーライターの眞木準氏（眞木準企画室）で構成された選考分科会で、新聞広告賞予備選考会から上申された候補作品を審査・選考した。

選考に先立ち座長に鈴置修一郎・広告委員会副委員長（朝日東京）を互選、後藤基夫・広告開発部会長（中日東京）と石井・予備選考会座長が、応募総数・応募作品の傾向、予備選考会経過、上申作品の推薦理由を報告した。

新聞社企画部門については、予備選考会から上申された15作品を閲覧のうえ、30点満点で採点して、5社5作品を新聞広告賞授賞候補、5社5作品を奨励賞授賞候補とした。なお、自社作品には投票権を認めなかった。広告主企画部門については、37作品を対象に、作品閲覧のうえ連記式の投票により入賞15作品を選び、再び連記式の投票を行い、5社5作品を新聞広告賞授賞候補、10社10作品を優秀賞授賞候補に決定した。以上、計25作品を新聞広告賞選考委員会に上申することにした。

3. 新聞広告賞選考委員会＝7月18日

7月度広告委員会が最終の選考委員会となり、鈴置・選考分科会座長が選考経過についての報告を行った。広告委員会は選考分科会からの上申を最終選考結果とし、9月度理事会の承認を得ることとした。

4. 理事会＝9月3日

新聞協会理事会は、新聞広告賞選考委員会からの選考結果と選考経過に関する上申を承認した。

第28回新聞広告賞選考委員会名簿

朝日新聞東京本社
広告局長
鈴 置 修一郎

毎日新聞東京本社
東京広告局長
西 村 修 一

読売新聞東京本社
取締役広告局長
大 月 昇

日本経済新聞社
執行役員東京本社広告局長
長谷川 俊 男

東京新聞
広告局長
安 藤 靖 彦

産経新聞東京本社
営業局長兼事業局長
町 田 達 生

ジャパンタイムズ
取締役副社長兼広告局長
春 山 昭 彦

報知新聞社
取締役広告局長
戸 島 雅 彦

日刊工業新聞社
取締役営業担当本社業務局長
井 水 治 博

日刊スポーツ新聞社
広告局長
松 原 謙

日本工業新聞社
営業局長
石 井 雄 一

スポーツニッポン新聞社
執行役員広告局長
重 光 正 則

日本農業新聞
執行役員広報局長
穴久保 光 雄

朝日新聞大阪本社
広告局長
北 川 彰

毎日新聞大阪本社
大阪広告局長
園 崎 明 夫

読売新聞大阪本社
執行役員広告局長
森 本 潤

日本経済新聞大阪本社
執行役員広告局長
米 原 暢 男

産経新聞大阪本社
営業局長
石 川 勉

北海道新聞社
取締役広告局長
高 橋 雅 博

十勝毎日新聞社
執行役員広告局長
丸 山 芳 明

東奥日報社
常務取締役広告局長
塩 野 勝 幸

デーリー東北新聞社
取締役広告局長
松 本 康 広

岩手日報社
常務取締役広告・事業担当
広告局長
藤 田 耕 也

河北新報社
広告局長
中 山 晴 久

秋田魁新報社
取締役営業局長
和 賀 政 文

山形新聞社
広告局長
佐 藤 淳

福島民報社
取締役広告局長
二 瓶 盛 一

福島民友新聞社
常務取締役広告局長
菅 野 建 二

茨城新聞社
取締役広告局長・事業担当
齋 藤 良 夫

下野新聞社
広告局長
飛 田 博 通

上毛新聞社
役員待遇広告局長
樋 田 康 行

埼玉新聞社
業務局長
平 田 靖 博

神奈川新聞社
取締役デジタルビジネス担当
兼営業局長
齊 藤 準 一

千葉日報社
取締役業務・メディア局長
川 名 親

山梨日日新聞社
広告局長
津 野 治 彦

静岡新聞社
営業局長
村 田 潔 春

信濃毎日新聞社
取締役広告局長
古 川 哲 夫

中日新聞社
広告局長
高 嶋 孝 次

名古屋タイムズ社
広告局長
浅 田 澄 雄

岐阜新聞社
広告局長
山 本 耕

新潟日報社
常務取締役広告事業本部長
酒 井 弥 一 郎

北日本新聞社
広告局長
小 林 武 人

北國新聞社
広告局長
砂 塚 隆 広

福井新聞社
広告局長
山 本 道 隆

伊勢新聞社
代表取締役社長兼営業局長
小 林 千 三

京都新聞社
広告局長
宮 脇 一 徳

神戸新聞社
広告局長
井 田 眞 治

奈良新聞社
取締役東京支社長
上 田 達 雄

山陽新聞社
広告局長
松 田 正 己

中国新聞社
執行役員広告局長
増 谷 寛

山陰中央新報社
取締役広告・事業担当広告局長
内 藤 博

山口新聞社
取締役山口新聞本部副本部長
宮 本 邦 彦

徳島新聞社
理事・企画事業担当広告局長
川 村 廣 道

四国新聞社
執行役員広告局長
中 村 卓 朗

愛媛新聞社
広告局長
今 井 俊 朗

高知新聞社
広告局長
松 生 賢 司

西日本新聞社
執行役員広告局長
行 武 亨

佐賀新聞社
執行役員営業局長
水 田 政 光

長崎新聞社
取締役広告局長
出 田 研 吾

熊本日日新聞社
取締役広告局長
榎 田 孝 明

大分合同新聞社
広告局長
入 不 二 茂 隆

宮崎日日新聞社
広告局長
荒 卷 恭 夫

南日本新聞社
広告局長兼営業管理本部長
松 窪 寛

沖縄タイムス社
執行役員広告局長
城 間 辰 彦

琉球新報社
広告局長
具志堅 興 美

以上65社65人
(2008年7月18日現在、会員名簿
順、敬称略)

以上65社65人
(2008年7月18日現在、会員名簿
順、敬称略)

以上65社65人
(2008年7月18日現在、会員名簿
順、敬称略)

以上65社65人
(2008年7月18日現在、会員名簿
順、敬称略)

以上65社65人
(2008年7月18日現在、会員名簿
順、敬称略)

以上65社65人
(2008年7月18日現在、会員名簿
順、敬称略)

以上65社65人
(2008年7月18日現在、会員名簿
順、敬称略)

以上65社65人
(2008年7月18日現在、会員名簿
順、敬称略)

以上65社65人
(2008年7月18日現在、会員名簿
順、敬称略)

以上65社65人
(2008年7月18日現在、会員名簿
順、敬称略)

以上65社65人
(2008年7月18日現在、会員名簿
順、敬称略)

以上65社65人
(2008年7月18日現在、会員名簿
順、敬称略)

以上65社65人
(2008年7月18日現在、会員名簿
順、敬称略)

以上65社65人
(2008年7月18日現在、会員名簿
順、敬称略)

以上65社65人
(2008年7月18日現在、会員名簿
順、敬称略)

以上65社65人
(2008年7月18日現在、会員名簿
順、敬称略)

以上65社65人
(2008年7月18日現在、会員名簿
順、敬称略)

以上65社65人
(2008年7月18日現在、会員名簿
順、敬称略)

以上65社65人
(2008年7月18日現在、会員名簿
順、敬称略)

以上65社65人
(2008年7月18日現在、会員名簿
順、敬称略)

「新聞広告賞」に関する規定

第1条(目的と名称)

日本新聞協会は、新しい新聞広告の可能性を開拓した広告活動を顕彰し、新聞と広告との発展に資することを目的に「新聞広告賞」を設け、毎年新聞週間に際し贈賞する。

第2条(表彰の事由・贈賞の対象)

- (1) 新聞広告の新しい利用法や表現領域の開拓に成功した活動、新聞広告により広告目的に即して大きな成果をあげた活動、その他新聞媒体と新聞広告の特性・機能を活用あるいは開発し前条の目的に照らして貢献するところが大きいと認められる活動を表彰する。
- (2) 本賞は、協会会員紙に掲載され、前項に該当すると認められた広告作品に贈られる。

第3条(賞の構成)

- (1) 本賞は、広告主企画と新聞社企画との二つの部門によって構成する。
- (2) 選考委員会は、前項両部門について、本賞とは別に広告主企画部門においては優秀賞を、新聞社企画部門においては奨励賞を贈ることができる。

第4条(受賞者)

本賞の受賞者は、広告主企画部門については当該活動の企画立案にあたった広告主企業代表者とし、新聞社企画部門については協会会員新聞社の当該活動企画部門とする。

第5条(表彰)

- (1) 両部門とも入選作はそれぞれ5作品とし、賞状ならびに記念像または賞牌^{はい}を贈る。
- (2) 優秀賞に対しては賞状と賞牌を贈る。
- (3) 奨励賞に対しては賞状を贈る。

第6条(応募・推薦)

- (1) 本賞は、原則として、本賞の目的に合致した作品の企画・制作、掲載をした関係者の応募により選考を行う。ただし、広告関係の第三者による推薦を妨げない。
- (2) 応募、推薦の手続きは別に定める。

第7条(選考)

本賞の選考はつぎの方法による。

- (1) 会長の任命する委員をもって新聞広告賞選考委員会を組織し、広告賞贈賞に関する事項を審議決定する。
- (2) 選考委員会は、応募・推薦された候補について審議し受賞者を決定、その旨を理事会に上申し承認を得る。
- (3) 選考委員会は、必要に応じ外部の関係者から意見を求めることができる。
- (4) 両部門の特性を考慮し、選考委員会の運営細則を別に定める。
- (5) 選考結果は、「新聞協会報」および「新聞広告報」紙上と当協会ウェブサイトで発表する。

第8条(選考の対象期間)

- (1) 本賞選考の対象となる作品は、前年6月1日から本年5月末日までの1年間協会会員各紙に掲載されたものとする。
- (2) 上記期間を越える長期の活動については顕彰に値すると選考委員会が判断した場合は、始期は問わずこれを対象に含める。

第9条(提出資料および締め切り期日)

応募者ならびに推薦者は、当該作品に所定の関係資料をそえて毎年6月初旬までに選考委員会に提出するものとする。

第10条(その他)

本賞の選考および運用の細目については、選考委員会の決定により別に実施細目を設けることができる。

2008年10月20日発行

社団法人 日本新聞協会

〒100-8543

東京都千代田区内幸町2-2-1 日本プレスセンタービル7階

電話 03(3591)4407

<http://www.pressnet.or.jp>

定価 1,000円(税込)



Newspaper Advertising Prize 2008