

# サントリー金麦 ご当地季節情緒企画

サントリーホールディングス株式会社

〈花火大会シリーズ〉



北海道新聞



北國新聞

〈花見シリーズ〉



河北新報



静岡新聞



神戸新聞



中国新聞



山陽新聞



信濃毎日新聞



中日新聞



新潟日報



四国新聞



西日本新聞



京都新聞



愛媛新聞

# 新聞広告大賞

サントリー金麦 ご当地季節情緒企画

サントリーホールディングス株式会社

(鍋シリーズ)



岩手日報



下野新聞



福井新聞



日本海新聞



山陰中央新報



徳島新聞



長崎新聞



熊本日日新聞



大分合同新聞



宮崎日日新聞



南日本新聞

(初夏 (郷土料理) シリーズ)



東奥日報



デーリー東北



秋田魁新報



山形新聞



福島民報



福島民友新聞



上毛新聞



山梨日日新聞



北日本新聞



高知新聞

●掲載状況——2012年7月14日、11月23日、2013年3月23日(北海道は4月6日)、5月25日、北海道、東奥、デーリー東北、岩手日報、河北、秋田魁、山形、福島民報、福島民友、下野、上毛、山梨日日、静岡、信濃毎日、中日、新潟、北日本、北国、福井、京都、神戸、山陽、中国、日本海、山陰中央、徳島、四国、愛媛、高知、西日本、長崎、熊本日日、大分合同、宮崎日日、南日本に掲載。全15段、全5段。

●企画・扱い——電通  
●制作——電通、ブロック紙・地方紙35社

●企画の概要と選定理由  
「日本各地の季節情緒を金麦とともに愉しむ」をコンセプトに、全国のブロック紙、地方紙を横断して地域連携型のキャンペーンを展開した。桜の名所、花火大会、郷土料理など各地の風物詩を記事体広告で紹介しながら季節とともに愉しむ金麦の世界観を各地域において訴求する手法は、全国ブランドを当地の人々の生活に浸透させる力を有しており、新聞を使った優れたエリアマーケティングの実践として、高く評価された。