

優秀賞

おかえり、三鉄。

岩手県三陸鉄道強化促進協議会



おかえり、三鉄。

列車の来ない駅を、
ずっと掃除し続けてくれた人がいました。
三鉄に乗ったことのない人たちまで、
助けてくれました。
みなさまのあたたかい応援のおかげで、
本日、雨リクス線が、
そして明日、北リアス線が全線復旧。
三陸鉄道は、かつての線路を取り戻します。
しかし、これで終わりではありません。
このつながった線路を、
どう復興につなげていくか。
むしろこれからは、
三陸鉄道にとっては正念場。
三陸の、そして被災地の復興のために、
何よりもこの地域のみなさまの暮らしのために、
これからも三陸鉄道は走り続けます。

線路はつながった。
さあ、復興につなげよう。

岩手県三陸鉄道強化促進協議会
協力 岩手日報社
(スマイルとほくプロジェクト)

- 掲載状況 —— 2014年4月5日、岩手日報に掲載／全15段カラー
- 企画 —— 岩手日報社広告事業局、電通
- 制作 —— 電通、たき工房
- 扱い —— 電通
- 制作スタッフ —— Pro=服部展明・中野泰誠、シニアCD=田島恵司、CD=服部展明・宮田知明、AD=田頭慎太郎、C=宮田知明・伊藤健一郎・銭谷侑、D=俣川直之・曳原航、Ph=松木康平

- 企画の概要と選定理由
東日本大震災の津波で線路が流失し、駅や橋も被害を受けた岩手県三陸鉄道の全線復旧を知らせるとともに、さらなる復興にかける思いを伝えた。「おかえり、三鉄。」のコピーと、真っすぐに伸びた線路を一両編成の列車が走るシンプルな構図が、震災で失われた「日常の風景」の貴さを強く印象づけた。待ち望まれていた「地域の足」復旧の喜びを、地元住民と共有できる地方紙ならではのコミュニケーション力により、新聞広告の力を再認識させた作品として高く評価された

優秀賞

大辞泉「あなたの言葉を辞書に載せよう。2014」

株式会社小学館

今年もやります! あなたの言葉を辞書に載せよう。2014

【社長】とは?

三つの特権をもつ。
1.人事権。
2.自分の給料を自分で決められる。
3.しかし最大の特権は毎日朝寝坊しても誰からも注意されないこと。

父であり兄であり、全責任を担う覚悟のある者。加えて、母役となる者を用意できる者。

他人には羨ましがられるが、本人自身は社長でない人を羨む。孤独で因果な職業。

最善者を適材適所することが最も難しいと思われれる職業。移り変わる社会の長期的変化と短期的変化に的確に対応する事ができる人。

夢を持ち、その夢に共感し一線に飛躍してくれる。彼らに能力に、裏面に共感できる感性が必要。

最高の矛であり、最高の盾である。

自分を含む関係者全てが幸せになれるよう会社の方向を定め、実現するための決断をする職務。

世界征服できると思った翌日には世界が破滅するような気分を味わうことが日常的な、会社運営における役割分担のひとつ。

会社のことが24時間、走馬灯の如く駆け巡る立場の人。

企業を統括し、地域の発展を切に願い、従業員と共に価値をつくる人。飲み会での「シヤチョウ」とは全く別なもの。

1円で簡単に買えるけど、維持するのは難しい称号。

外に於いては晩節を穢さぬ事を旨とし、内では只管に家庭内平和を希求し、過去を見据えつつ常に未来を語る、心算む孤独な仕事。

スナックのママ等が顧客でないお客に使う一般的な呼称。顧客でも社長と呼ばれるのはボンネノである場合が多い。

上司の悪口を言ってストレス解消できない孤独な職位。企業の発展が唯一のストレス解消法。

会社で一番の干渉。好きな程度で、常に夢を追い求めている。一方、1人では何もできず他人の支えが必要の人。

時に最も尊敬され、時に最も軽蔑され、時に最も好かれ、時に最も嫌われる、タクトは持っていないコンダクター。

平時では従業員とその家族を支える「縁の下の力持ち」となり、有事には皆を強力に引っ張る「勇気あるリーダー」となる人。

なってみて何一つ自由にならないことを思い知らされる存在。

尻をまくる人ではなく、腹をくぐる人。

会社ではトップの地位だが、家庭では子供やペットより下の序列にもなる役職のこと。

父親のようにみんなを引っ張り、母親のようにみんなを見守る人。

アイデアを実現するプロジェクトリーダー。その仕事は世の中の為になれば社・賛同者が増え経営負担が少く雇員は増える。

解ある馬どもを乗りこなし、信じられないくらい強腕的で、自分達が世界を変えることができると思われれば最高。

会社という組織が発生するすべての出来事に責任を負うことから逃がれない人。又はその立場のこと。

全てのサラリーマンが目指すべき役職。景気の良い時は辞めたくない役職。親戚からも「社長」とあだ名で呼ばれる役職。

たくさんの人に支えられてる人。自分で自分を治められる人になりたい。

会社で一番責任が重い仕事をしている人であり、一番苦勞している人であるが、一番やりがいのある仕事をしている人。

会社の中で、一番悩み事が多いのに、悩んでいると決して言えない存在。

覚悟。そして、社員を愛する人。

いちばんに、社員のこと、会社のことを考え、いちばん最後に、自分のことを考える人。

生きていく国語辞典

大辞泉 第二版

小学館

- 掲載状況 —— 2014年5月19日、日経（東京）に掲載／全15段モノクロ
- 広告活動 —— ウェブサイトと連動
- 企画 —— 小学館
- 制作 —— 三沢商店
- 扱い —— 昭通
- 制作スタッフ —— CD・AD・D=三沢哲夫、Ph=島田達彦

- 企画の概要と選定理由
- 辞書「大辞泉」に載せる語釈を募集するキャンペーンを告知し、変わりゆく言葉をとらえ続ける「生きていく国語辞典」という特徴を広く伝えた。様々な企業の社長自身が「社長」の語意を考えるユニークな視点と、実名入りで紹介した社長たちの説得力ある回答により話題を集め、キャンペーンの応募数増に貢献した。掲載紙の特性に合致したアプローチでメッセージを効果的に訴求した作品として高く評価された。

優秀賞

ハンズのモノ研

株式会社東急ハンズ

モノ研の靴。 vol.1

How to Shoe Care

- 1 靴を磨くとは？
- 2 ゴコンをとる
- 3 革薬をかかえる
- 4 保管する
- 5 こぼれを落とす

モノ研の靴。 vol.1

モノ研の旅。 vol.2

モノ研の旅。 vol.2

モノ研の理。 vol.3

モノ研の理。 vol.3

万有引力の法則

運動量保存の法則

磁気浮上

アルキメデスの原理

ラジオメーター効果

Play science!

モノ研の備。 vol.4

モノ研の備。 vol.4

Very Emergency Partner

火を炊く

非常食を食べてみる

洗剤

広告主部門 優秀賞

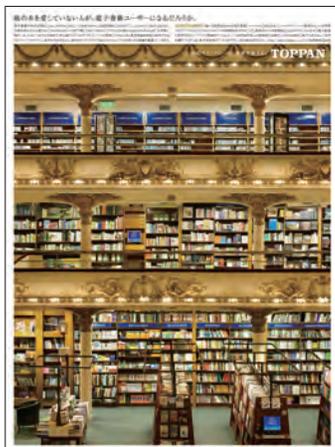
- 掲載状況 — 2013年5月24日、6月28日、7月26日、9月13日、10月11日、2014年2月21日、5月30日、朝日、読売に掲載。シリーズ継続中／全15段カラー
- 広告活動 — ウェブサイトと連動
- 企画・制作・扱い - 読売広告社
- 制作スタッフ — CD=上田剛、AD=星山知佳、C=永野広志、D=石根岳・松田典子、I=つがおか一孝、PI=高田陽介

- 企画の概要と選定理由
- 商品の使い方や由来、豆知識など楽しく役に立つ情報をシリーズで紹介した。全商品を写真ではなくイラストで表現、その柔らかなタッチが新聞の質感と相まって「ハンズらしい」温かい雰囲気を作り上げ、「お店に行ってみて商品を見てみたい」という気持ちを喚起した。豊富な情報を飽きずに読ませる表現力と「商品を深く知ってもらい、愛用してほしい」という企業の思いが見事に融合した作品として高く評価された。

優秀賞

企業広告シリーズ「印刷テクノロジーで、世界を変える。TOPPAN」

凸版印刷株式会社



- 掲載状況 —— 2011年7月6日～、朝日、日経、日経MJなどに掲載。シリーズ継続中／全15段カラー
- 広告活動 —— 雑誌広告、交通広告、日経電子版に掲載。展示会と運動
- 企画・扱い —— 電通
- 制作 —— コモンデザイン室
- 制作スタッフ —— Pro=仁禮義智・島拓生・町川大介、CD=平山浩司、AD=河合雄流、C=小澤裕介、D=湊村敏和・小楠泰大、Ph=白鳥真太郎・Yoshihiro Makino、CG=CREATURE、FOTON

●企画の概要と選定理由
 一見印刷とは結びつかない分野にも、凸版印刷が長年蓄積してきた先端の技術が利用されていることに焦点を当て、高い技術力と幅広い事業内容をアピールした。生活者目線のテーマ設定と、読者の目を試すかのような幾何学的なビジュアル、柔らかな語り口のコピーで読者の関心を引きつけた。技術的視点にとどまらないアプローチと読者の目を止めさせる巧みな表現力で、BtoBだけでなくBtoCのコミュニケーションにも成功した作品として高く評価された。

優秀賞

村上龍「速いものは、美しい」

日本中央競馬会



広告主部門
▼優秀賞

- 掲載状況 —— 《2013年スポーツ紙連載》2013年4月12日、26日、5月17日、24日、6月21日、10月18日、25日、11月22日、12月20日、サンスポ、夕刊フジ、報知、日刊スポ、スポニチ、道新スポ、中日スポ、デイリースポ、西日本スポなどに掲載/全15段(夕刊フジ、日刊ゲンダイは全11段)、モノクロ《2014年「日本ダービー」特別編》2014年5月26日、朝日、毎日、読売、日経、産経に掲載/全15段カラー
- 広告活動 —— 競馬場等で配布のレーシングプログラムに掲載、JRA ホームページ内、「広告ギャラリー」に掲載(2013年)
- 企画 —— 読売広告社
- 制作 —— サウンド(2013年)、副田デザイン制作所(2014年)
- 扱い —— 電通(2013年)、読売広告社(2014年)

- 制作スタッフ —— 《2013年スポーツ紙連載》CD=二藤正和、テキスト=村上龍、I=黒田潔、AD=伊藤英典・池田泰幸、PI=荒井海太、D=池田泰幸・瀬古泰加、Pr o=宇津井武紀・石川豊太郎 《2014年「日本ダービー」特別編》IG「ゲイティブ」CD=二藤正和、CD=伊藤英典、テキスト=村上龍、AD=副田高行、PI=荒井海太、D=北原佳織・伊藤歩
- 企画の概要と選定理由
競馬の魅力であるレースの「ドラマ」を人気作家、村上龍氏のエッセーと印象的なビジュアルで伝え、GIレース、日本ダービーの開催を告知した。競馬をスポーツ、文化という側面から表現豊かに取り上げ、読者の興味を喚起し、ソーシャルネットワークでも大きな話題となった。従来のレース告知と異なる様相の斬新なアプローチにより、ターゲットとした新規・休眠ファン層だけでなく、コアな競馬ファンからも好意的な反響を集め、来場者増にもつなげた点が高く評価された。

優秀賞

パナソニックの店「東北の街の元気屋になる。」

パナソニック株式会社

今日は島に、
お店をお届けします。

Panasonic

東北の街の元気屋になる。

パナソニックの店

離島で暮らすお年寄りの方にも、新しいモノとあれあう喜びをお届けした。私は、街の元気を届けてあげたい。

大広

婚活してみっぺ!!

Panasonic

パナソニックの店

今日も、勉強しにきたよー。

Panasonic

パナソニックの店

離れていても、
ここは町内。

Panasonic

パナソニックの店

- 掲載状況 —— 2014年3月26日、30日、朝日（東京）、読売（大阪）、岩手日報、河北、福島民報、福島民友に掲載／二連版全30段、全15段、全7段、カラー
- 広告活動 —— ウェブサイトと連動
- 企画 —— パナソニック、大広、クリエイターズグループMAC
- 制作 —— クリエイターズグループMAC
- 扱い —— 大広
- 制作スタッフ —— CD=佐藤敬介・光居誠、AD=小亀沢、C=梶田あずさ、D=近藤義顕、Ph=佐藤孝仁

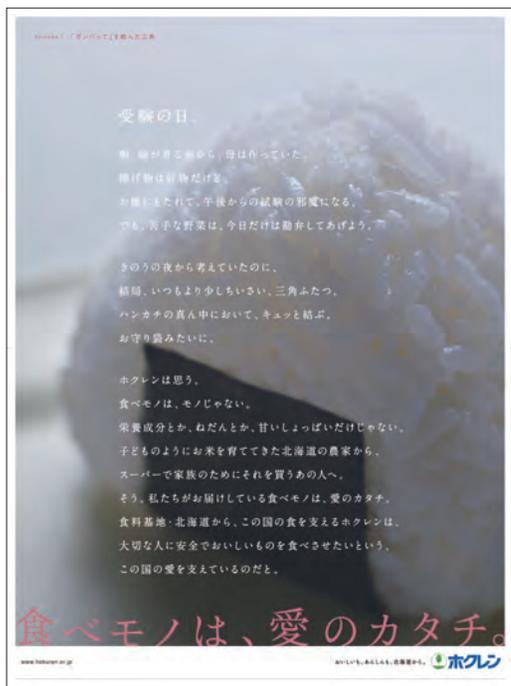
●企画の概要と選定理由
離島に商品を選び込み、お年寄り向けの「家電フェア」を開催する人、美容家電が体験できるエステ教室を開き、仮設住宅で暮らす高齢の女性を元気づける人。東日本大震災で自ら被災しながらも、地元・東北で仕事を続ける「街のでんき屋さん」の姿を、一人称の語り口とリアルな現場を意識したビジュアルで表現し、多くの共感を得た。メーカーと販売店が一体となった被災地支援の姿勢と思いを凝縮した作品として高く評価された。

広告主部門 優秀賞

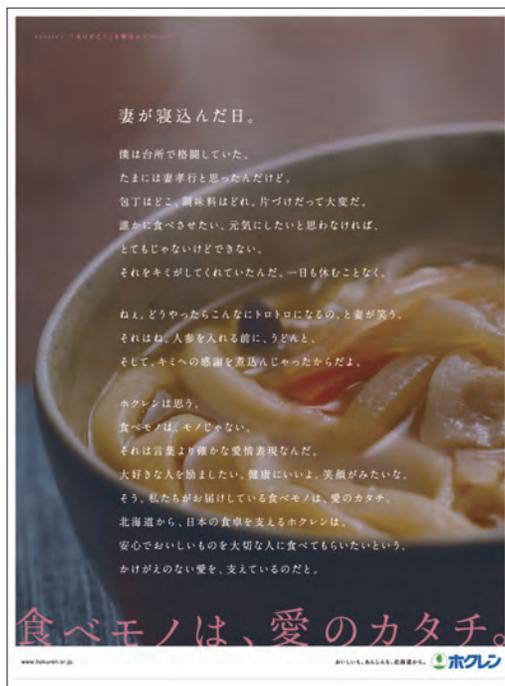
優秀賞

「食べモノは、愛のカタチ。」シリーズ

ホクレン農業協同組合連合会



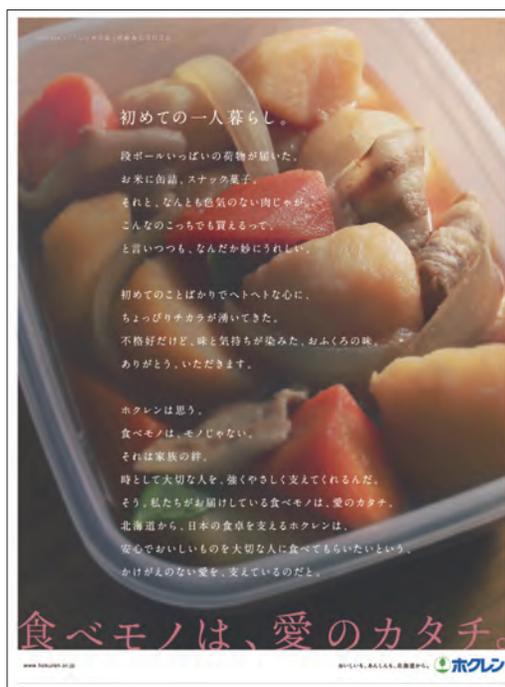
1月18日



2月22日



3月14日



5月17日

●掲載状況 —— 2014年1月18日、2月22日、3月14日、5月17日、北海道に掲載。シリーズ継続中／全15段カラー

●企画 —— ホクレン農業協同組合連合会、電通北海道

●制作 —— 電通北海道、イザ

●扱い —— 電通北海道

●制作スタッフ —— CD=荻輪潤、AD=大西貴美恵・小林健太郎、C=森戸徳子、Ph=池田直俊

●企画の概要と選定理由

人が食を通じて家族に伝える思いを、短いストーリーと大きな写真で描いた。「ホクレンは思う。」で始まるストーリーの後半では、食べものには家族だけでなく、生産者の愛情が込められていることを伝え、食の品質と安全性を守るブランドイメージを印象づけた。「受験の日。」と題したストーリーを大学入試センター試験当日に掲載するなど、時宜を得た効果的なコミュニケーションでターゲット層の共感を獲得し、新聞広告の特性を生かした作品として高く評価された。

優秀賞

『明治ミルクチョコレート』は87回目の誕生日を迎えました。

株式会社 明治

明治もっとおいしく
meiji

しあわせをはかる
ものさしが、チョコレートだったら。

大きなしあわせを見つけるのは、たいへんだ。
だったら、小さなしあわせをいっぱい見つけたらどうだろう。
たとえチョコレートを手だたし分けあった思いあも、やさしい甘さにはっとした瞬間も。
しあわせな時間じゃないか、と私たちは思うのです。
調べてみると、日本人1人あたりのチョコレートの消費量は
長い目で見てゆるやかに増えているそうです。そして、食べている人たちの笑顔も。
私たちはこれからも、そんなしあわせを贈りたいと思っています。
カカオ豆からミルクまで、原材料にしっかりこだわること。
ピュアチョコレートとしての厳しい基準を守ること。
ずっと受け継がれてきた伝統のレシピをもとに、製法や技術を進化させること。
それがしあわせという品質を届けるための、明治ミルクチョコレートの約束。
いつまでも変わらないおいしさでなければ、『ものさし』にはなりませんから。

明治ミルクチョコレート since 1926 3月、87回目の誕生日を迎えました。

meiji
MILK CHOCOLATE

1人あたり年間消費量
約100g(2013年)

©2013 株式会社 明治

広告主部門
▼
優秀賞

- 掲載状況 —— 2013年9月13日、朝日、読売、北海道、中日、西日本に掲載／二連版全30段（読売のみ）、全15段、カラー
- 企画・扱い —— 電通
- 制作 —— アドブレン
- 制作スタッフ —— Pro=鈴木健司、CD=高橋秀明、AD=小島義広、C=藤本宗将、D=葛西健一・佐藤聡宏・神谷香也子、Ph=横浪修

●企画の概要と選定理由
誕生から87年となる「明治ミルクチョコレート」が、今後も愛される商品であり続けるために、ピュアチョコレートとしての厳しい品質基準を守っていく企業の決意を幸福感あふれる表現で伝えた。ミルクチョコレートをグラフに見立てたユニークなビジュアルで、日本におけるチョコレート消費量の変遷を見せ、時代と共に幸せが増えてきたことを子どもたちの表情で表現し、大きな反響を得た。商品ブランドを守り続ける企業の取り組み、幸せを増やしていきたいとの願いが見事に結実した作品として高く評価された。

優秀賞

ぜったい、優勝するぞ／日本一になりました

株式会社楽天野球団



2013年4月2日



11月23日

- 掲載状況 —— 2013年4月2日、11月23日、2014年4月1日、河北に掲載／二連版全30段カラー
- 広告活動 —— 駅広告、バス停広告などOOHと連動
- 企画・扱い —— 楽天野球団
- 制作 —— 楽天野球団、pmf
- 制作スタッフ —— AD=佐々木真人、D=國吉卓、Ph=渡辺達生

●企画概要と剪定理由

シーズンのホームゲーム開幕に合わせ、プロ野球・東北楽天ゴールデンイーグルスの全ての選手、監督・コーチ、球団職員、オフィシャルスポンサーがそろって登場。見開きの紙面を使った大胆な優勝宣言と、地域に根ざした球団ならではの顔が見えるコミュニケーションは選手や職員の士気を向上させ、ファンや協賛企業との一体感も醸成した。日本一に輝いた2013年シーズンは、優勝パレードの前日にも全メンバーが登場する広告を出稿し、ファンへの感謝を伝えた。シーズンの節目にストレートなメッセージを新聞広告で伝え、地元球団としての親近感を巧みに創出した作品として高く評価された。

新聞広告大賞受賞告知広告

全 15 段

第34回新聞広告大賞受賞作品

『ONE PIECE』コミックス3億冊突破記念キャンペーン 「ニッポン縦断/OPJ47クルーズ」



©尾田栄一郎/集英社

日本新聞協会は、このほど、第34回新聞広告賞の新聞広告大賞を、株式会社集英社の『ONE PIECE』コミックス3億冊突破記念キャンペーン「ニッポン縦断/OPJ47クルーズ」に贈ることを決定しました。

大賞作品は47都道府県ごとに掲載紙の広告デザインを切り替え、人気漫画のキャラクターが各地の特産品や名所と共演しました。キャンペーンの最後には米国・ニューヨーク・タイムズと台湾・中国時報に主人公・ルフィが登場し、読者を驚かせました。コンテンツと新聞の特性との見事な掛け合わせにより、掲載紙がコレクターズアイテムとなるなど強い発信力を生み出し、新聞広告の新たな可能性を切り開いた作品として高く評価されました。

1981年に創設された新聞広告賞は「新聞広告活動の全過程」を対象に選考される日本でも一つの表彰制度です。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、広告目的に合った大きな成果をあげた活動、新聞と広告の発展に大きな貢献をした活動を基準に選考しました。

応募総数は425作品で、日本新聞協会広告委員会（全国の新聞社64社の広告責任者で構成）および外部審査委員2氏による厳正な審査の結果、大賞は以下の作品を新聞広告賞に決定しました。



◆受賞作品は、新聞広告賞ホームページ「新聞広告データベース」(<http://www.pressnet.or.jp/adar/>)でご覧いただけます。

● 広告主部門

新聞広告大賞

- 株式会社集英社 『ONE PIECE』コミックス3億冊突破記念キャンペーン「ニッポン縦断/OPJ47クルーズ」

新聞広告賞

- 味の素株式会社 「和食は、和色で、できています。」「日本には、お母さんが毎日つくる世界遺産があります。」
- 学校法人近畿大学 元且菓業賞「贈り物を、ぶっ壊す。」
- サンヨーホールディングス株式会社 秋野日新の新しい技術十八番
- 株式会社トヨタマーケティングジャパン DRIVING KIDS with TOYOTA
- 東日本旅客鉄道株式会社 「行くぞ、東北。」

優秀賞

- 岩手県三陸鉄道強化促進協議会 おかえり、三鉄。
- キリンビレッジ株式会社 キリンメッツ コーラ 全国ご当地メシ応援企画
- 株式会社小学館 大辞泉「あなたの言葉を辞書に載せよう。2014」
- 株式会社東急ハンズ ハンズのモノノ
- 古版印刷株式会社 企業広告シリーズ「印刷テクノロジーで、世界を変える。TOPPAN」
- 日本中央競馬会 村上藤「速いものは、美しい」
- 南船馬屋書店株式会社 「函館馬屋書店」オープンに関わる一連の広告展開
- パナソニック株式会社 パナソニックの店「東北の街の元氣屋になる。」
- ホクレン農業協同組合連合会 「食べモノは、愛のカタチ。」シリーズ
- 株式会社明治 「明治ミルクチョコレート」は87回目の誕生日を迎えました。
- 株式会社楽天野球団 ぜったい、優勝するぞ、日本一になりました

● 新聞社企画部門

新聞広告賞

- 河北新報社 営業局 3.11大震災復興支援企画 みやぎ風プロジェクト
- 下野新聞社 営業局 宇都宮校子消費量日本一奪還プロジェクト
- 信濃毎日新聞社 広告局 信濃毎日新聞創刊140周年記念「家族のはなし」
- 中国新聞社 広告局、事業情報センター REAL 舞 HIROSHIMA ~地元紙による伝統芸能の保存と伝承~
- 西日本新聞社 広告局 わがまま写真館
- 朝日新聞名古屋本社 広告部/中部新聞社 広告部/中部経済新聞社 広告部/日本経済新聞名古屋支社 クロスメディア営業部/毎日新聞中部本社 広告部/読売新聞中部支社 広告部 AICHI SAFETY ACTION

奨励賞

- 秋田県新聞社 営業局 高校生が選ぶ25市町村みんなの地域遺産
- 中国新聞社 広告局 全広連名古層大会開催記念特集
- 新潟日報社 営業課読本部広告事業部 ビッグスワンをオレンジで埋めつくせ ~GIANT ORANGE Project~
- 京都新聞社 京都新聞COM営業局 日本人の忘れもの 知恵会議 ~未来を拓く首都の集い~
- 西日本新聞社 広告局 さよなら大名小学校

一般社団法人 日本新聞協会

〒100-8543 東京都千代田区千代田 2-2-1 日本プレスセンタービル
電話 03-3591-4407 <http://www.pressnet.or.jp>

新聞広告大賞受賞作品については、全 15 段ならびに全 5 段の受賞告知広告を 10 月 15 日から 12 月末日までの間、新聞協会会員各紙において随時掲載する。