

## 選評

新聞広告賞は1981年、新聞広告の活性化を目指して設けられました。第34回となる今回は、広告主部門に365作品、新聞社企画部門に60作品の応募をいただきました。ご関係の皆様へ深く感謝申し上げます。

選考は6月から7月にかけて3次にわたって行い、7月25日に選考委員会（広告委員会）を開いて受賞作品を選びました。選考にあたっては評価プロセスの客観性、透明性、公平性を担保するため、新聞社外から選考委員をお招きしています。今回もアートディレクターの中島祥文さんとコピーライターの一倉宏さんに加わっていただきました。各賞は9月3日の理事会で正式に決定しました。

広告主部門では、新聞広告大賞に集英社の人気コミック『ONE PIECE』の3億冊突破を記念したキャンペーン「ニッポン縦断！OPJ47クルーズ」が選ばれました。今や世界的な人気を誇る『ONE PIECE』のキャラクターたちと47都道府県の名所・特産品を組み合わせたユニークな作品です。いつ、どのキャラクターが、どの新聞に登場するのか。SNSを通じて全国で注目され、掲載紙がコレクターズアイテムとなるなど、コンテンツが持つ力を十分に生かしてキャンペーンの効果を高めました。このほか、新聞広告賞5作品、優秀賞11作品が選出されました。いずれもビジュアル、インパクト、訴求性に優れた作品ばかりです。

新聞社企画部門では新聞広告賞に河北新報社の「3.11大震災復興支援企画 みやぎ風プロジェクト」など6作品、奨励賞に5作品を選定しました。新聞紙面だけにとどまらず、リアルなイベントやテレビCM、ウェブ、SNS、AR（拡張現実）などと立体的に組み合わせ、新聞を起点とした新しい広告の可能性に挑んだ作品が目立ちます。

ご応募いただいた広告主の皆さまと関係各位に改めて感謝いたしますとともに、今回の受賞が各社の社業、新聞広告の一助となれば幸いです。今後とも新聞広告に一層のご支援、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

2014年10月20日

第34回新聞広告賞選考委員会

一般社団法人日本新聞協会 広告委員会

委員長 中村史郎

### 新しい枠組みに挑戦したクリエイティブが心をつかむ

新聞広告が、その力を発揮する新しい可能性はどこにあるか。表現の視点をかかってないところに置き、経験したことのないフレームで挑む。今年の新聞広告賞、広告主の部の大賞を獲得した集英社は、これらを見事に具現化した。47人のワンピースのキャラクターが47都道府県を舞台に繰り広げる絶妙なドラマが、読者の心をつかんだ。

広告主部門の本賞は5作品が受賞。味の素は、目と舌で楽しむ和食の本質を「和食は、和色で、できている」と捉えた秀逸さで評価された。サントリーホールディングスはお酒の断り方を大相撲の技名にたとえ、ユーモラスな広告を創出。近畿大学は、大学の序列を覆すべく、固定概念を壊す直截なコピーで不可能を可能にする<sup>さい</sup>と宣言。トヨタマーケティングジャパンは、ビジュアルショックとともに、DRIVING KIDS with TOYOTA のロゴで狙いのすべてを語った。JR東日本は、雪の森を抜ける列車が心に残り、「メールじゃ会えない。レールで会おう。」のコピーが、IT時代に光を放つ。

新聞社企画部門では、6作品が本賞を受賞。河北新報は、大震災の風評・風化からの脱却を図る生産者の取り組みが共感と呼んだ。下野新聞は、餃子日本一奪還をめざすドキュメントタッチの展開で読者を動かした。信濃毎日新聞は、地元出身の鉄拳さんと読者のコラボにより、特別な家族新聞をつくった。中国新聞は、スマートフォンを紙面の踊り子にかざすと動き出す技術で意表を突き、祭りの集客を伸ばした。西日本新聞は、どんなわがままも叶えてしまう夢の家族写真を実現させ、家族を歓喜させた。愛知県の新聞6社は、交通事故を減らすプロジェクトを核に展開。「飲酒でも、スピード違反でもない、死亡事故で多いのはわき見だ」のコピーが刺さる。この部門は、今年もまた各新聞社の間断のない追求がヒシヒシと迫ってきた。



なかしましょうぶん  
**中島祥文氏**

アートディレクター  
株式会社ウエーブ クリエーション  
代表取締役  
多摩美術大学名誉教授

1944年愛知県生まれ。多摩美術大学卒。  
J.W.トンブソンなどを経て、81年ウエーブ クリエーションを設立。  
東京アートディレクターズクラブ会員(2002～04年審査委員長)、朝日新聞社広告賞審査員(1992年から)、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。  
著書に『考えるデザイン』(2009年・美術出版社)。



いちくら ひろし  
**一倉 宏氏**

コピーライター  
クリエイティブディレクター

1955年生まれ。  
サントリー宣伝部にコピーライターとして勤務。90年より独立し、一倉広告制作所を設立。  
代表作に、モルツ「うまいんだな、これがっ」、パナソニック「きれいなおねえさんは好きですか」、ソニーウォークマン「哲学するサル」編、NTTデータ「ホーキング博士」編他、ファミリーマート「あなたとコンビニ」、JR東日本「MY FIRST AOMORI」などがある。  
東京コピーライターズクラブ副会長。

こどもの頃、日本は「小さな島国」というふうに聞かされていた気がする。本当に小さな島なんだろうとイメージしていたのに、はじめて世界地図、あるいは地球儀を見たときだったか、なんだ、案外大きいじゃないかと思ったのを記憶している。その驚きを忘れない。

長距離の移動、旅をしながら、いまでもそのことを思う。日本は決して狭くない。縦に長く、春夏秋冬の気候風土も大きく異なる。様々な街があり、様々な人々の暮らしがある。たしかにグローバルゼーション、世界規模での画一化は進んでいる。全国各地、似たような商業施設や道路沿いの風景が増えている。けれど、経済合理性だけがすべてではない。むしろ多様性こそ豊かさだ。たとえば、旅先の居酒屋で。食材や料理に、人々の話に感じる風土がそれだ。

全国の新聞広告が競い合う本審査も、一極集中に慣れてしまった目に、そのことを気づかせてくれる。多種多様な切り口があり、アイデアがある、健全な新聞広告の姿を見る。

新聞社企画部門のノミネート作品は、どれも甲乙つけがたい好企画だった。投票による首位からの順位はどれも僅差で、入賞と選外の線引きをすることに心が痛んだ。それぞれの企画は多様性に富み、風土を表現し、そしてクリエイティブの質の高さも感じた。たとえば、惜しくも選外の、北海道新聞「北海道天然色」、福島民報「福島の窓」、新潟日報「新潟マンガ王国2013-14 新潟デスティネーションキャンペーン×シヨムニ」などの制作スタッフに敬意を伝えたい。

さらに、今回は、広告主部門の大賞「集英社」も、47都道府県を縦断する大型企画だった。いかにも本賞にふさわしい。広告主の部はさすがナショナルブランドの力作が並ぶが、その表現は多様で、新聞広告の底力を見せつける。

そもそも、新聞とは「多様性」の器たるべきメディアであるはずだ。同調圧力に屈すれば息苦しく、創造性も奪われる。新聞広告をつくる立場からも、それを忘れず応援してゆきたい。

「多様性」の器に気候風土を盛りつけた豊かさ

# 応募状況・選考経過

## 応募・推薦状況

2013年6月1日から2014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、広告主部門に365作品（単独広告主363作品、複数広告主2作品）、新聞社企画部門に60作品（単独企画57作品、共同企画3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13日～25日

選考委員会は、広告委員会の下部組織である広告プロモーション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13、16、17、18日

広告主部門の全作品のなかから、各委員がそれぞれ20作品を推薦した。また、新聞社企画部門は新聞社企画部門の審査基準に従い、自社作品を除く全作品を採点した。

#### (2) 第2次予備選考会＝6月24、25日

選考に先立って座長に岩本伸彦・広告プロモーション部会長（日経）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。

24日は新聞社企画部門を選考し、第1次予備選考会の採点結果をもとに議論を尽くし、24作品を選考分科会上申することを決めた。

25日は広告主部門を選考した。第1次予備選考会の投票結果を

ふまえて、90作品を第2次選考会の審査対象とし、審議・投票を重ねた結果、38作品を選考分科会上申することを決めた。

### 2. 新聞広告賞選考分科会＝7月24日

広告委員会常任委員およびアートディレクターの中島祥文氏、コピーライター、クリエイティブディレクターの一倉宏氏で構成された選考分科会で、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木克之・広告委員会副委員長（日経）を互選、岩本・予備選考会座長が、応募状況・応募作品の傾向、予備選考の経過と結果、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24作品を閲覧のうえ、30点満点で採点して、6作品を新聞広告賞、5作品を奨励賞の受賞候補とした。なお、自社作品には投票権を認めなかった。広告主部門については、38作品を対象に作品閲覧のうえ連記式の投票により入賞17作品を選び、その中から1社1作品を新聞広告大賞、5社5作品を新聞広告賞、11社11作品を優秀賞の受賞候補に決定した。以上、計28作品を新聞広告賞選考委員会に上申することにした。

新聞社企画部門は、「新聞広告賞に関する規定」により「入選作は5作品」となっているが、5位と6位の作品の評価が非常に拮抗し、議論や決選投票を経てもなお、本賞候補5作品の選出に至らなかったため、今回については例外的に本賞候補を6作品として上申することとした。

### 3. 新聞広告賞選考委員会＝7月25日

7月度広告委員会が最終の選考委員会となり、鈴木・選考分科会座長が選考経過について報告した。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34回新聞広告賞選考委員会委員名簿

朝日新聞東京本社	広告局長	中村 史郎	千葉日報社	理事広告局長	小西 林 清	一新
毎日新聞東京本社	広告局長	大村 村	山梨日日新聞社	広告局長	川 重	治
読売新聞東京本社	取締役広告局長	松田 陽	静岡新聞社	取締役営業局長	石 田	西
日本経済新聞社	クロスメディア営業局長	鈴木 克之	信濃毎日新聞社	取締役広告局長	飯 田	典
東京新聞	広告局長	吉川 克也	中日新聞社	広告局長	林 壯夫	夫
産経新聞東京本社	取締役営業担当営業局長	松本 肇	岐阜新聞社	広告局長兼名古屋支社長	高 橋	正
ジャパタイムズ	クロスメディア営業部長	小野 塚 倫	新潟日報社	執行役員広告事業本部長	駒 正	秀
報知新聞社	ビジネス推進局長	石尾 伸一	北日本新聞社	執行役員営業局長	崎 孝	雄
日刊工業新聞社	執行役員業務局長	山田 健一	北国新聞社	広告局長	一 道	隆
日刊スポーツ新聞社	広告事業局長	篠原 令広	福井新聞社	取締役営業本部長兼営業局長	小 千	三
日本工業新聞社	取締役営業・事業本部長	中村 征爾	伊勢新聞社	代表取締役社長兼営業局長	宮 本	実
スポーツニッポン新聞社	広告局長	猪又 博	京都新聞社	京都新聞COM営業局長	皆 川	一
日本農業新聞	広報局長	山手 塚 嗣	神戸新聞社	取締役営業本部長兼営業局長	上 田	達
朝日新聞大阪本社	広告局長	伊藤 隆彦	奈良新聞社	取締役企画推進部長	白 髭	研
毎日新聞大阪本社	広告局長	大村 芳徳	中国新聞社	取締役営業局長	道 菅	宏
読売新聞大阪本社	常務取締役広告局長	寺本 陽介	山陰中央新報社	執行役員広告局長	仲 田	武
日本経済新聞大阪本社	クロスメディア大阪営業局長	木村 博史	山口新聞社	取締役営業局長	宇和 島	正
産経新聞大阪本社	営業局長	和田 郁夫	徳島新聞社	営業局長	折 目	尚
北海道新聞社	取締役広告局長	蝦名 克律	四国新聞社	執行役員広告局長	泉 井	川
東勝毎日新聞社	執行役員広告局長	三浦 晃造	愛媛新聞社	取締役執行役員営業局長	岡 村	一
東奥日報社	取締役営業局長	吉田 誠一	高知新聞社	取締役広告局長	山下 利	一
デーリー東北新聞社	広告局長兼仙台支社長	中山 晴久	西日本新聞社	執行役員広告局長	坂 田	勝
岩手日報社	常務取締役広告事業担当	小林 孝三	佐賀新聞社	執行役員営業局長	山 田	昌
河北新報社	常務取締役広告事業担当営業局長	本見 政行	長崎新聞社	取締役営業局長	松 永	玉
秋田魁新報社	取締役営業局長兼営業本部副本部長	花 見 昌	熊本日新聞社	常務取締役広告担当広告局長	岡 本	元
山形新聞社	広告局長	渡辺 昌俊	大分合同新聞社	営業局長	山 元	良
福島民報社	広告局長	川上 俊也	宮崎日日新聞社	取締役広告局長	新 垣	数
福島民友新聞社	常務取締役営業統括本部長兼広告局長	関 根 文夫	南日本新聞社	営業局長	糸 数	
茨城新聞社	営業局長兼営業企画部長	中 山 克彦	沖縄タイムス社	広告局長		
下野新聞社	営業局長	古 賀 敬之	琉球新報社	取締役広告局長		
上毛新聞社	役員待遇営業局長					
埼玉新聞社	取締役クロスメディア局長					
神奈川新聞社	クロスメディア営業局長					

以上64社64人（2014年7月現在、会員社名簿順、敬称略）