

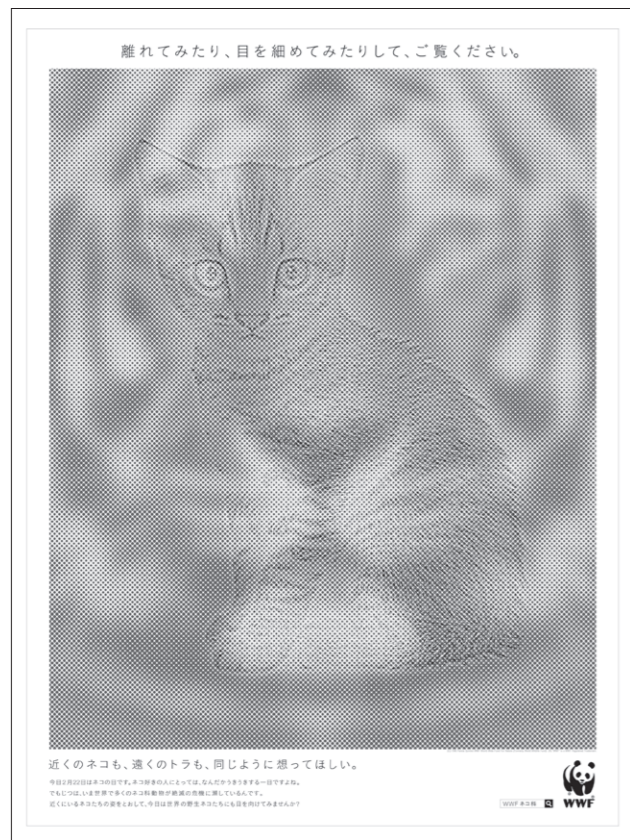




優秀賞

近くのネコも、遠くのトラも、同じように想ってほしい。

公益財団法人世界自然保護基金ジャパン (WWF ジャパン)



- 掲載状況 —— 2016年2月22日、東京に掲載／全15段×2 (ページ送り)、モノクロ
- 広告活動 —— ウェブサイトと連動
- 企画・制作・扱い — アサツー ディ・ケイ
- 制作スタッフ — Pro=高市祐貴、AD・D=菊池佳奈、C=松元篤史・佐藤茉依

●企画の概要と選定理由  
2月22日のネコの日に合わせて、絶滅の危機に瀕しているネコ科動物の保護を呼びかけるキャンペーンを展開した。巧妙な錯視技法を用いて、紙面を近づけるとネコが見え、遠くに離すとトラやヒョウが現れる広告をページ送りで展開し、身近なネコと同じようにネコ科動物の絶滅の問題を考えてもらうきっかけとした。印刷技術を駆使した斬新なクリエイティブと訴求内容の絶妙な組み合わせで読者の関心を高め、グラフィックの力を発揮した作品として高く評価された。

優秀賞

名鉄沿線催事シリーズ

名古屋鉄道株式会社



2015年7月18日



2015年10月24日



2016年3月19日

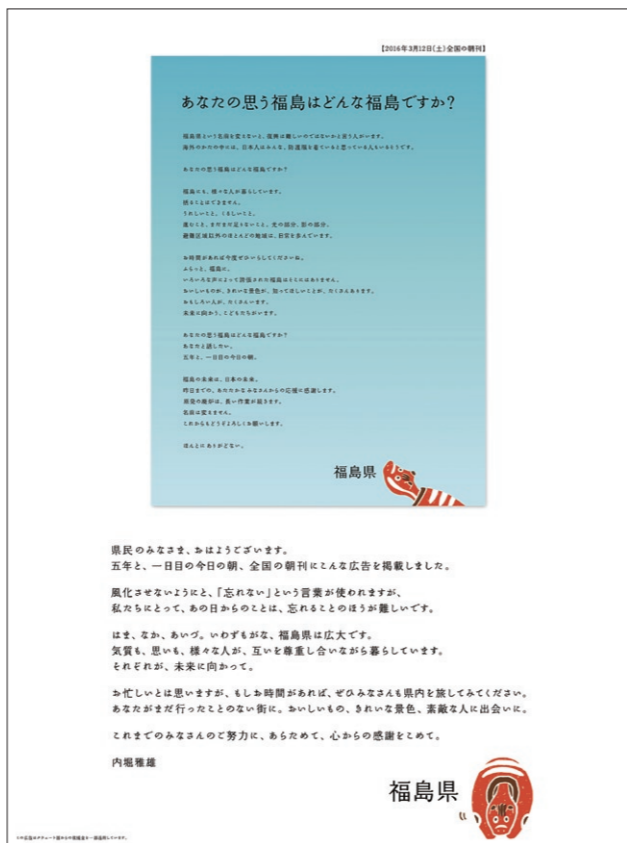
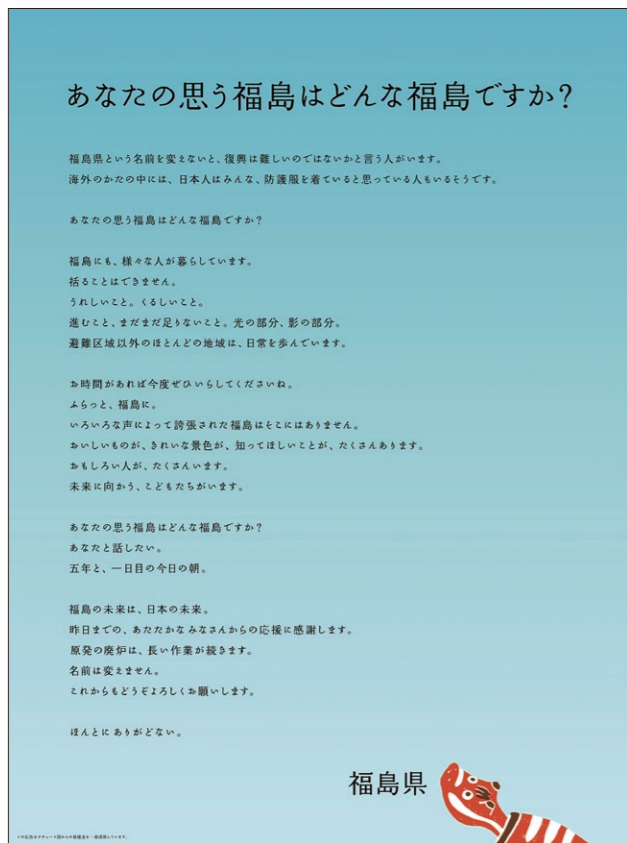
- 掲載状況 —— 2015年7月18日、10月24日、16年3月19日、中日に掲載／全15段、カラー
- 広告活動 —— 名古屋鉄道沿線でのポスターと連動
- 企画 —— 電通名鉄コミュニケーションズ
- 制作 —— たき C1
- 制作スタッフ — Pro=白石啓和、CD=長谷川辰郎、AD=鈴木義野、C=石本香緒理・春日井智子・鈴木義野、D=大山昌太・森彩乃、I=宮崎一人

●企画の概要と選定理由  
花火大会や紅葉など名古屋鉄道沿線の季節の話題を、新聞紙の質感を生かしたレトロな美しいイラストを使いシリーズで紹介した。写真を使わずあえて季節感あふれるイラストで表現することにより、広告の中に小さな物語を作り上げた。現地を訪れてみたいという気持ちを駆り立て、実際に行動を喚起した。端正な表現は多くのファンを作り、沿線の魅力を見事に伝えた作品として高く評価された。

優秀賞

あなたの思う福島は、どんな福島ですか？

福島県



- 掲載状況 —— 2016年3月12日、①を朝日、毎日、読売、日経、産経、②を福島民報、福島民友に掲載／全15段、カラー
- 広告活動 —— 雑誌広告、交通広告と連動
- 企画・制作 —— 電通東日本、電通
- 扱い —— 電通
- 制作スタッフ —— CD・C=箭内道彦・並河進、AD=熊谷由紀、D=鈴木沙織・勝山進太郎・鶴沼美沙、I=須藤早希子

- 企画の概要と選定理由  
東日本大震災から5年が経過したのを機に、福島県がこれまでの支援への感謝と復興に向けた決意を県内外に示した。風評被害や偏見がある一方、日常生活も営まれている福島のありのままの姿を淡々とつづったコピーから、難題を抱える福島の思いがストレートに伝わり、改めて読者が被災地に心を寄せるきっかけとなった。全国への情報発信とそれを基調にした県民への報告という立体的展開により、メッセージを広く丁寧に届けた作品として高く評価された。

優秀賞

質フタバ川柳キャンペーン

有限会社フタバ

質フタバ  
川柳  
その26

断捨離に  
できない指輪  
質預け

買取も質預けも  
質フタバ  
PAWNSHOP FUTABA  
076-421-0895  
富清水町3-6-7

質フタバ  
川柳  
その31

初売りの  
後悔の品  
質預け  
買取も質預けも  
質フタバ  
PAWNSHOP FUTABA  
076-421-0895  
富清水町3-6-7

質フタバ  
川柳  
その34

立春や  
財布の中だけ  
質預け  
買取も質預けも  
質フタバ  
PAWNSHOP FUTABA  
076-421-0895  
富清水町3-6-7

質フタバ  
川柳  
その40

ホワイトデー  
いらぬギフトは  
質預け  
買取も質預けも  
質フタバ  
PAWNSHOP FUTABA  
076-421-0895  
富清水町3-6-7



- 掲載状況 —— 2015年9月4日から2016年5月27日まで48回（継続中）／記事ばさみ1段×1センチ、モノクロ
- 企画・制作 —— フタバ
- 制作スタッフ —— Pro・CD・AD・C・D=磯田岳洋

- 企画の概要と選定理由  
記事中の決まったスペースに思わず笑ってしまう軽妙な川柳を継続的に出稿し、堅くて近寄りたが質屋の印象を払拭するとともに、認知向上を果たした。連載によって店の存在を読者の記憶に残し、顧客の新規開拓や既存客の利用増などの効果をもたらした。小さなスペースであっても表現やアイデア次第で大きな効果を生む雑報広告の力を示した作品として高く評価された。

優秀賞

ありがとうの包み紙

吉乃川株式会社



包装したイメージ

- 掲載状況 —— 2015年12月29日、新潟日報に掲載／全15段、全5段、カラー
- 広告活動 —— SNS、ウェブサイトと連動。営業社員の年末あいさつの包み紙としての活用
- 企画・制作・扱い——電通東日本新潟支社
- 制作スタッフ —— AD=清水渉、C=倉元英之、D=涌井明人、Ph=吉田則之・比留川勇、CG= 荻野瑞穂

●企画の概要と選定理由  
 年末の紙面で一年間の感謝を伝えるとともに、日本酒「吉乃川」の贈答品としての需要を喚起した。新聞広告がそのまま上品な包装紙になるというユニークなアイデアと落ち着いたあるシンプルなクリエイティブは、「包む」という日本の伝統文化と新聞紙を融合させ、新聞広告に新たな価値を加えた。贈答シーズンに合わせたタイムリーな展開と、紙媒体の特性を生かした表現により、ビジュアルやコピーでメッセージを伝えるだけにとどまらない、新聞広告の可能性を広げた作品として高く評価された。

優秀賞

70周年企画／雑誌とは、時代の景色だと思ふ。

株式会社光文社 株式会社マガジンハウス



70年、の先へ。未来は、次なる「ページ」を待っているのだから。 光文社 70th ANNIVERSARY  
 70年、の先へ。時代は、新たな「あそび」を求めているのだから。 マガジンハウス 70th ANNIVERSARY  
 雑誌、雑誌、雑誌。マガジンハウスの70周年を祝う。光文社とマガジンハウスが手を組み、時代を彩ってきた雑誌の魅力に訴えかけた。両社がこれまでに発行した雑誌の表紙で華やかな街を作り上げ、雑誌が世の中をリードしてきたことをカラフルで楽しいクリエイティブで表現した。単なる企業広告にとどまらず、雑誌をもっと盛り上げていきたいという未来志向のメッセージが込められ、読者だけでなく取次会社や書店からも好評を博し、出版業界全体のアピールにつながった作品として高く評価された。

- 掲載状況 —— 2015年10月5日、朝日、読売に掲載／二連版全30段、カラー
- 広告活動 —— 駅貼りポスター、雑誌広告と連動
- 企画・扱い —— 電通
- 制作 —— ジェ・シー・スパーク、こびとのくつ
- 制作スタッフ —— CD=柚川祐一、AD=佐藤俊一、C=中澤俊吉、D=山口直樹・荻野沙理、CG=星和紀・工藤美樹、クリエイティブ Pro=伊藤恵

●企画の概要と選定理由  
 ともに創業70周年を迎えるライバル2社が手を組み、時代を彩ってきた雑誌の魅力に訴えかけた。両社がこれまでに発行した雑誌の表紙で華やかな街を作り上げ、雑誌が世の中をリードしてきたことをカラフルで楽しいクリエイティブで表現した。単なる企業広告にとどまらず、雑誌をもっと盛り上げていきたいという未来志向のメッセージが込められ、読者だけでなく取次会社や書店からも好評を博し、出版業界全体のアピールにつながった作品として高く評価された。