

新聞広告賞

北海道新幹線開業関連企画

北海道新聞社



2016年3月26日日本紙ラッピング(表)



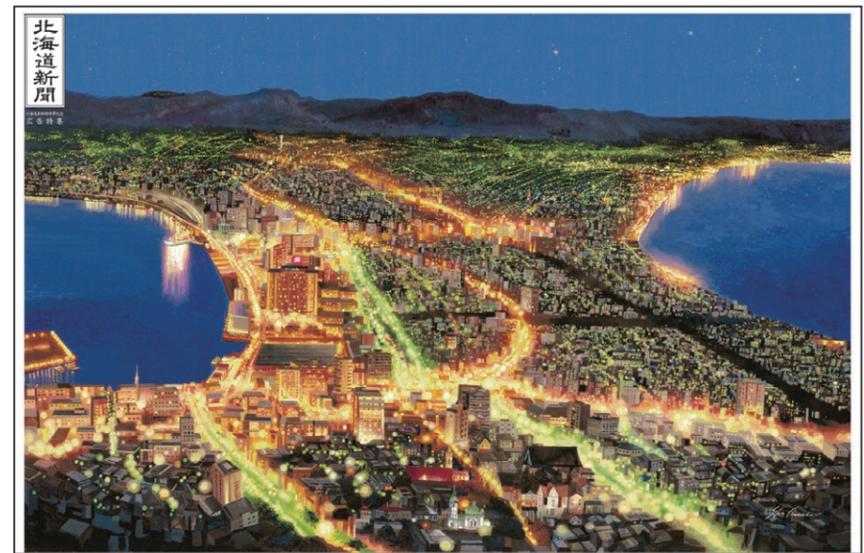
同ラッピング(裏)

- 広告主 —— 北海道銀行、北洋銀行、NTT東日本、はとバス、サントリーなど90社
- 掲載状況 —— 2016年3月25日＝別刷り特集(ラッピングを含む24ページ)、26日＝ラッピング(4ページ)×2、別刷り特集(16ページ×2、8ページ)、広告号外、カラー
- 広告活動 —— ウェブサイト、SNS、イベントと連動
- 企画 —— 北海道新聞社広告局、東京支社広告局、函館支社営業部、電通、電通北海道
- 扱い —— 電通、電通北海道、アドバンスほか

● 企画の概要と選定理由  
歴史的な北海道新幹線開業の喜びを道民と共有するため、地元新聞社がまさに総力を挙げて特集紙面を作り上げた。開業当日には全道でラッピング紙面を展開、前日の特集と合わせると2日間で90社の協賛を得て計64ページに及ぶ4本の別刷り特集を発行した。なかでも、函館の夜景を再現するためLED電球を埋め込んだ紙面は驚きをもって迎えられ全国的に話題となった。毎日新聞と共同で広告号外を発行するなど、新聞社の垣根を越えた情報発信にも取り組んだ。待望のニュースを地域挙げて祝福する紙面を作り、新聞広告の圧倒的な力を示した作品として高く評価された。



3月25日別刷り特集ラッピング



3月26日別刷り特集ラッピング



広告号外(北海道)



広告号外(毎日)



別刷り特集



別刷り特集

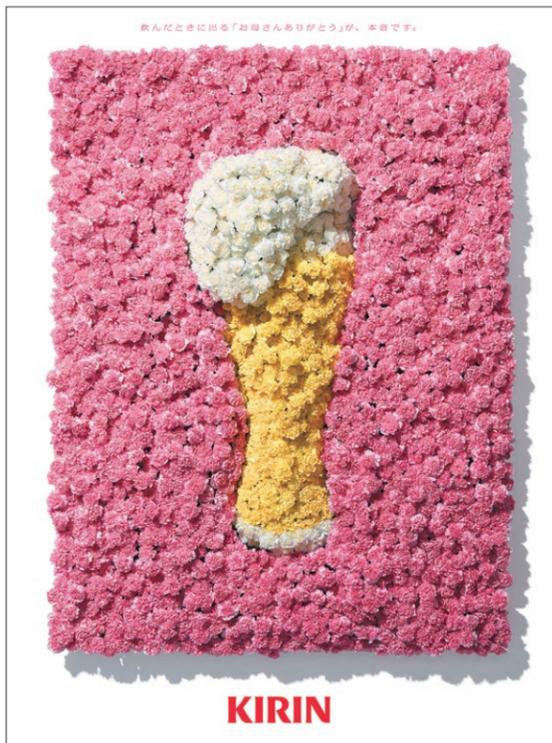
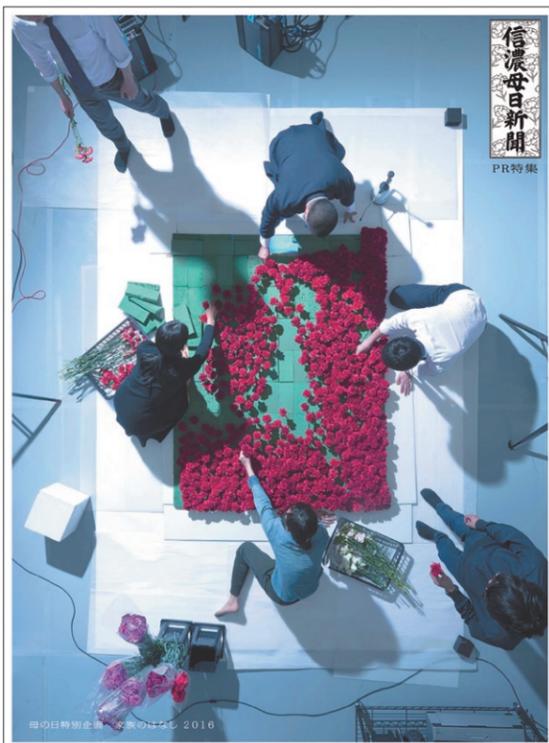
※いずれも3月26日



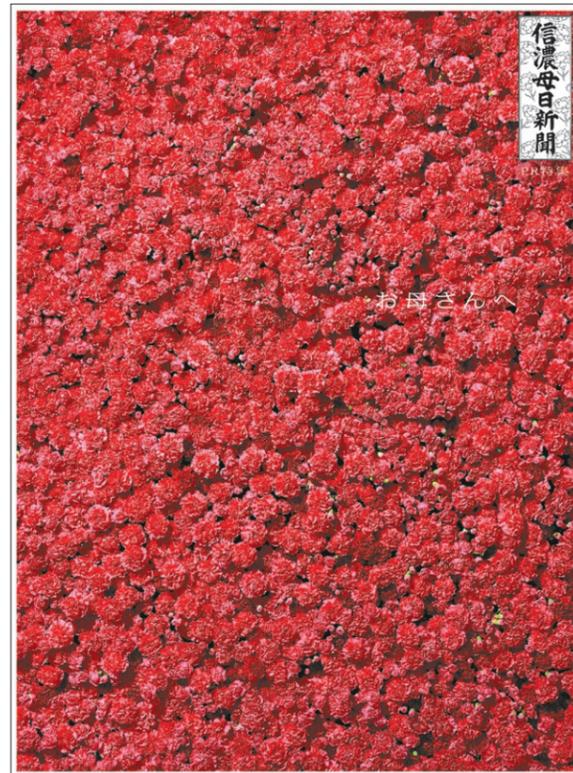
新聞広告賞

母の日特別企画「家族のはなし2016『信濃母日新聞』」

信濃毎日新聞社 広告局



2016年5月8日別刷り特集



5月8日母の日パーソナル新聞

- 広告主 —— キリンビール、プリオコーポレーション、メットライフ生命、ミサワホーム、キッコーマン、森永乳業など16社
- 掲載状況 —— 2016年5月8日＝別刷り特集（12ページ）、全3段、31日＝二連版全30段、カラー
- 広告活動 —— 可変印刷技術を活用した「母の日パーソナル新聞」の発行、新聞販売店を通じての配布
- 企画 —— 信濃毎日新聞社広告局、電通、フロンテッジ
- 制作 —— フロンテッジ、DODO DESIGN、ビー・クス
- 扱い —— 電通

● 企画の概要と選定理由  
 カーネーション生産量日本一の長野県の地元紙として、母の日をテーマにさまざまな角度から愛情あふれる特集を展開した。カーネーションで彩った紙面は、母への思いを呼び起こし、家族の絆を見つめ直すきっかけとなり多くの読者の共感を得た。特に「母の日パーソナル新聞」は最新の印刷技術を使って一人ひとりに家族の思いが届けられ、多くのお母さんのサプライズと感動を呼び、新しい試みとして成功した。端正なクリエイティブとメッセージの清らかさも地元紙への親近感を高めた。新聞社の機能を最大限生かし、新聞広告の可能性を広げた作品として高く評価された。

新聞広告賞

中国新聞社 被爆70年プロジェクト  
「THE 70th PEACE ACT HIROSHIMA」

中国新聞社 広告局

広島から、世界を巻き込む  
平和のムーブメントを起こしたい。

被爆70年を迎える、来年2015年8月6日に向けて  
中国新聞社 被爆70年プロジェクト  
「THE 70th PEACE ACT HIROSHIMA」が  
本日、スタートします。

国内外の著名人をはじめ、世界の人々から  
平和メッセージを募り、みんなで共有します。  
そして集まった平和メッセージは、  
広島から、世界各国の都市へ届けられます。

核兵器のない安心して暮らせる未来へ  
一人ひとりの声を、大きな力に。  
あなたの想い、届かせてください。

中国新聞社 被爆70年プロジェクト  
**THE 70th PEACE ACT HIROSHIMA**

つなげよう。世界の平和メッセージ [www.peace-act-hiroshima.com](http://www.peace-act-hiroshima.com)

2014年8月6日

今日、広島は70年目の節目を迎えました。  
世界で大きな平和の動きを起しているにも関わらず  
今も、戦争や紛争がある国、核実験を繰り返す国、核兵器を  
世界にばら撒く国が後を絶ちません。

昨年8月、ニューヨークの呼びかけからスタートした  
中国新聞社 被爆70年プロジェクト「THE 70th PEACE ACT HIROSHIMA」は  
広島から世界を巻き込む平和のムーブメントを起こすため  
1年間にわたり、様々な「PEACE ACT」を展開してきました。

「ピースアクト」シリーズの最新号、世界の注目の平和のメッセージの発信地、  
世界で最も多くの人々が平和を願っている国、広島から世界へ平和のメッセージを届けています。  
「平和メッセージ」は、平和創造基金に加盟する157の国・地域、6,778都市に届けられ、  
協賛金の一部は公益財団法人ヒロシマ平和創造基金へ寄附します。

いま、先を急いでいる国は、  
さまざまな困難に直面し、平和であること、あるいは望んでいますか。  
戦争は、その争いを止め、息を吐き出し、平和を待たなければなりません。  
道義上から、全ての争いを止めたい。世界中の、全ての人の未来を守りたい。  
いま、あなたができることを考えてほしい。  
それが、ヒロシマの願いです。

中国新聞社 被爆70年プロジェクト  
**THE 70th PEACE ACT HIROSHIMA**

ヒロシマの願いを、世界の願いに。

2015年8月6日

70年目のヒロシマへ。  
**THE 70th PEACE ACT HIROSHIMA**は、  
5つの誓いを立てます。

広島から、世界を巻き込む平和のムーブメントを起こしたい。オノ・ヨーコさんの力強いメッセージを受け、  
昨年8月6日にスタートした被爆70年プロジェクト「THE 70th PEACE ACT HIROSHIMA」は、  
世界の人々から募った「平和メッセージ」をみんなで共有し、平和への願いを発信し続けています。  
広島に原爆が投下されて70年を迎える今年は、平和を願う一人ひとりの声を、  
さらに大きな力にかなため、8月6日に、様々な「PEACE ACT」を展開していきます。

1. 世界6435都市が加盟する平和首長会議へ皆さんの平和メッセージを届けます。
2. 広島市中心部にて「ピース・アクト・ヒロシマ音楽祭」を開催します。
3. ニューヨーク・タイムズ紙にメッセージ募集広告を掲載し、世界へ発信します。
4. カーブと連携したタブロイド紙「PEACE CARP TIMES」を発行します。
5. 公益財団法人ヒロシマ平和創造基金へ協賛金の一部を寄附します。

核兵器のない安心して暮らせる未来へ。あなたの想い、届かせてください。

2015年1月5日

戦争を知らない  
みなさんへ

THE 70th PEACE ACT HIROSHIMA

2015年8月5日

世界へ届け、15,733の平和の願い。

世界60カ国・地域から集まった  
「平和を願うメッセージ」を  
6,857の都市へ届けました。

THE 70th PEACE ACT HIROSHIMA

2015年10月29日

- 広告主 —— 福屋、エディオン、マツダ、広島銀行、広島東洋カーブ、阪急交通社、コンクエスト、広島マツダ、広島ガス、西広島開発、ダイハツ広島販売、フレスタ、エプリアなど58社・団体
- 掲載状況 —— 2014年8月6日から2015年10月29日まで219回/刷別り特集(タブロイド26ページ)、二連版全30段、全15段、雑報、カラー
- 広告活動 —— ニューヨーク・タイムズへの広告掲載、イベント、ウェブサイト、街頭ビジョンと運動
- 企画 —— 中国新聞社広告局
- 制作 —— アンブ
- 扱い —— 電通、電通西日本、中国新聞広告社ほか

● 企画の概要と選定理由  
原爆投下から70年という節目に、核兵器のない平和な未来を求める人々の思いを被爆地の新聞社として国内外へ発信した。オノ・ヨーコさんの訴えで募集した平和メッセージは60カ国・地域から15,000通以上が寄せられ、それらは紙面で紹介しただけでなく、平和首長会議加盟6,857都市にも届けた。プロジェクトの協賛金の一部をヒロシマ平和創造基金に寄附して、次世代の平和活動につなげるなど多角的にプロジェクトを展開した。被爆者の高齢化で記憶の風化が進む中、平和の尊さを世界に発信して被爆地の新聞社の責務を果たした作品として高く評価された。

THE 70th PEACE ACT HIROSHIMA  
**PEACE CARP TIMES**  
ピースカープ・タイムズ

2015年7月30日  
「PEACE CARP TIMES」(タブロイド)

Egypt Launches an Airstrike on a Branch of the Islamic State in Libya

World Briefing

I am for Peace.

THE 70th PEACE ACT HIROSHIMA

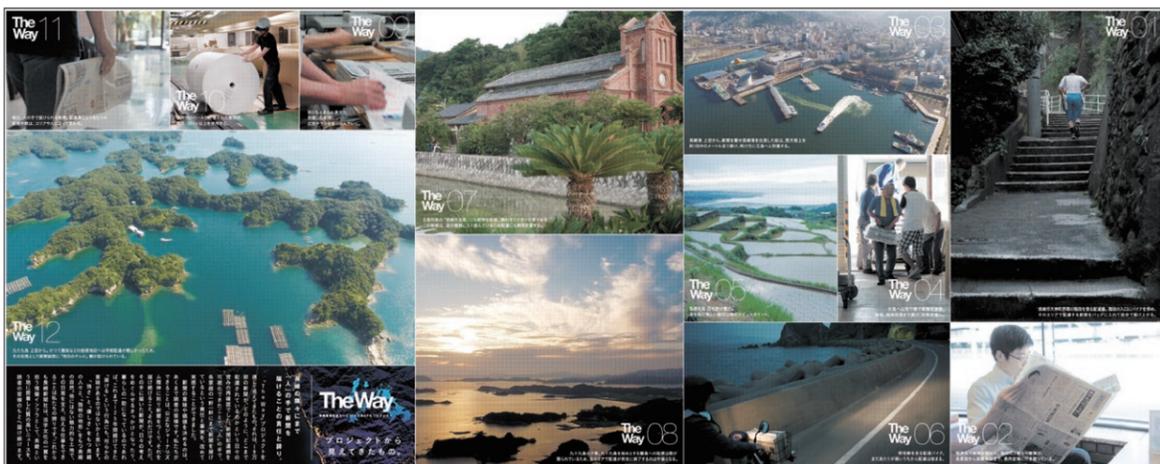
2015年2月17日  
The New York Times に広告を掲載

# The Way ~長崎新聞配達ルート データMAP化プロジェクト~

長崎新聞社 東京支社営業部



別刷り特集 1面-12面



心温かな人たちが暮らす、日本一困難で、日本一美しい配達ロード。



6面-7面



2面



3面



4面



5面



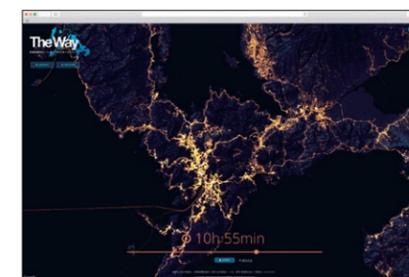
9面



11面



ドキュメントムービー



特設ウェブサイト

- 広告主 —— 福砂屋、松竹、明治、三菱重工印刷紙工機械、新日本製薬、ビッグモーター、オフィスオーガスタ、日本ロレアル、アキレス、ボディウム、ネクスト
- 掲載状況 —— 2015年9月3日、別刷り特集 (12ページ)、カラー
- 広告活動 —— デジタルマップ、ドキュメントムービーを掲載した特設ウェブサイトと連動
- 企画 —— 長崎新聞社、電通、DECマネージメントオフィス
- 扱い —— 電通

● 企画の概要と選定理由  
 新聞が手から手へ届けられるさまを最新のデジタル技術で視覚化して、毎日決められた時刻に新聞を届ける戸別配達網の姿を浮き彫りにした。新聞を配達する2,285人にGPSを持ってもらい、そのデータをもとに配達の軌跡を光で再現して県内津々浦々に新聞が届く姿を分かりやすく示した。特設ウェブサイトでは、時間の経過とともに新聞が行き渡る様子をデジタルマップで示すとともに配達のドキュメント動画も掲載した。デジタル技術で自社の配達網の価値を再発見し、新聞広告で新聞社の使命と役割をアピールすることに成功した作品として高く評価された。