

奨励賞

下町ロケット2 ガウディ計画

朝日新聞東京本社 メディアビジネス局

この企画は、朝日新聞東京本社メディアビジネス局が主催し、TBSドラマ「下町ロケット」の続編が描く、働くことの喜びを、人々の希望をつくる技術の力で下町ロケットの主人公・池井戸潤さんと共創する。朝日新聞東京本社メディアビジネス局が主催し、TBSドラマ「下町ロケット」の続編が描く、働くことの喜びを、人々の希望をつくる技術の力で下町ロケットの主人公・池井戸潤さんと共創する。

トリスを知った。ウイスキーを知った。サントリー TORYS CLASSIC 新発売 SINCE 1946

ウイスキーに、新しい風が吹く。その名は知多。THE CHITA WHISKY

2015年10月3日

10月25日

12月13日

12月29日

- 広告主——サントリー、ポーズ、アステラス製薬、商工中金、JPモルガン・アセット・マネジメント、富士フイルムなど10社
- 掲載状況——2015年10月3日から12月30日まで30回／二連版全30段、全15段、カラー
- 広告活動——TBSドラマ「下町ロケット」と連動
- 企画——朝日新聞東京本社
- 制作——朝日新聞東京本社、アドレイ

- 企画の概要と選定理由  
人気作家・池井戸潤さんの直木賞受賞小説の続編を3か月間連載し、読者に上質なエンターテインメントを提供した。テレビドラマと単行本の出版が同時に進むという異例の試みで、それぞれのメディアが持ち味を発揮した。ものづくりにかける情熱を描いた小説が、あらためて連載小説の魅力を再確認させ、多くのファンを獲得するとともに、広告効果を高めた。新聞になじみ深い連載小説を広告企画コンテンツとして仕立て、新しい新聞広告のカタチを示した作品として高く評価された。

奨励賞

HEART & DESIGN FOR ALL ~誰もが暮らしやすい社会の実現へ

東京新聞 広告局

誰もが暮らしやすい社会の実現へ

すべての子どもに、あたたかい家庭で育つチャンス。

乳幼児の養育にはなぜアタッチメントが重要なのか

9:30-14:30-17:00

日本財団 THE HAPPY FOUNDATION

フェイスブックで発信した災害時のユニバーサルマナー 6種

- 広告主——日本財団、信用組合、サッポロビール、オリエンタルコンサルタンツ、あけび書房、白順社、日刊工業新聞、実務教育出版、東洋館出版社、SBクリエイティブなど20社
- 掲載状況——2015年9月25日から16年5月30日まで9回（継続中）／3ページ、二連版全30段、全15段、カラー
- 広告活動——シンポジウム開催、ウェブサイト、フェイスブック、ツイッターと連動
- 企画——東京新聞広告局
- 制作——モスデザイン研究所

- 企画の概要と選定理由  
様々な個性や違いを受け止める寛容な社会を実現するため、世代問題・格差、障害、多様性、国際化をテーマに、課題解決に向け、共に考える場を広告企画で提供した。ユニバーサルデザイン・マナーの専門家と公式パートナーを迎え、さまざまなテーマで情報発信や意見交換を紙上で展開し、実践的で説得力のあるメッセージを発信して共感を生んだ。現代社会が取り組むべき新たな課題に正面から向き合い、新聞の社会的責任を果たした作品として高く評価された。

※紙面はいずれも 2015年9月25日

ハードは変えられなくても、ハートは今すぐ変えられる。

ユニバーサルマナー検定

あなたのチカラに、なりたい。

奨励賞

戦後70年県民キャンペーン「WHITE PEACE Project」

新潟日報社 広告局



※いずれも 2015年5月16日



6月28日



9月30日

- 広告主——東北電力、第四銀行、日本電気、新潟県労働金庫、新潟トヨペットなど53社
- 掲載状況——2015年5月16日から9月30日まで11回／3ページ、二連版全30段、全15段、カラー
- 広告活動——ウェブサイト、テレビ・ラジオCM、ポスターと連動
- 企画——新潟日報社広告局
- 制作——ストライク

- 企画の概要と選定理由  
新潟県長岡市で受け継がれてきた真っ白な花火「白菊」を、戦後70年の夏、県内各地で打ち上げるキャンペーンを展開した。新聞社の機能、ネットワークを生かし行政や企業・団体から広く協力を得て、平和の願いを発信した。県民から寄せられた2,000通以上の平和メッセージは「白菊」に貼り付け、29市町村31か所で打ち上げた。紙面や特設サイトで紹介したメッセージや花火の動画は注目を集め、訴求力を高めた。花火をモチーフに、世代や地域を超え、平和を見つめ直す気運を高めた作品として高く評価された。

奨励賞

伊勢志摩サミット開催記念 サミット参加7カ国 (+EU)・5言語翻訳別刷り特集号

伊勢新聞社 営業局



- 広告主——パイロット、イオン、日本たばこ産業、ボディウム、NEXT、サラヤ、百五銀行、百五ディーシーカード、第三銀行、伊勢志摩観光コンベンション機構、頭之宮四方神社、真宗高田派本山専修寺、中部電力、シーテック、東邦ガス、三重交通グループホールディングス、サイネックスなど33社
- 掲載状況——2016年5月16日／別刷り特集(日本語版・14ページ、カラー)
- 広告活動——日本語版と日本語版の内容を翻訳した各国語版(英語版:アメリカ、イギリス、カナダ、EUの4種類、フランス語版、ドイツ語版、イタリア語版)を三重県内各所に設置・配布
- 企画・制作——伊勢新聞社営業局
- 扱い——電通、電通関西支社、電通中部支社、中電興業

- 企画の概要と選定理由  
伊勢志摩サミットにあわせ、三重県の魅力を伝える別刷り特集を発行し、参加国の言語に翻訳して読者にも届けた。美しい風景写真を紙面ごとに切り替えるなど、デザインに工夫を凝らして地元の名所・名産等の情報を発信し、サミット開催に沸く読者の高揚感を後押し、国内外から訪れた人びとの関心も引き寄せた。広告主の外国語ウェブページのアクセスが増えるなど、広告効果も生んだ。世界中が注目する機会をとらえ、多言語で発信した着眼が優れ、地元経済に波及効果を生んだ作品として高く評価された。

奨励賞

こころのわ ～きづく つながる ささえあう～

京都新聞社 京都新聞COM営業局

**こころのわ**  
きづく つながる ささえあう

子どもたちの心づくりに関わっていますか

「こころのわ」は「こころのわ」をキーワードに、子どもたちの心づくりに関わる企業や団体、個人を応援する。子どもたちの心づくりに関わる企業や団体、個人を応援する。子どもたちの心づくりに関わる企業や団体、個人を応援する。

2014年10月1日

**こころのわ**  
きづく つながる ささえあう

1.51人

子どもたちの心づくりに関わっていますか

「こころのわ」は「こころのわ」をキーワードに、子どもたちの心づくりに関わる企業や団体、個人を応援する。子どもたちの心づくりに関わる企業や団体、個人を応援する。子どもたちの心づくりに関わる企業や団体、個人を応援する。

2016年4月10日

**こころのわ**  
きづく つながる ささえあう

美しく優しい言葉が  
子どもたちの  
明日を生きる力に  
つながる。

「こころのわ」は「こころのわ」をキーワードに、子どもたちの心づくりに関わる企業や団体、個人を応援する。子どもたちの心づくりに関わる企業や団体、個人を応援する。子どもたちの心づくりに関わる企業や団体、個人を応援する。

2015年10月24日

- 広告主 —— 青野、大垣書店、京都市ユースサービス協会、京都市市民共済生活協同組合、佐川印刷など80社・団体
- 掲載状況 —— 2014年10月1日から16年4月10日まで10回（継続中）／二連版全30段、全15段、カラー
- 広告活動 —— 特設ウェブサイト、フェイスブックと連動。記念事業（講演会、映画上映）、学校訪問、助成事業の実施
- 企画・制作 —— 京都新聞COM

- 企画の概要と選定理由
- いじめなど子どもの心を傷つける問題が増えている現状について考えるキャンペーンを展開し、思いやりから生まれる豊かな関係性の大切さを訴えた。現代社会が抱える子どもを取り巻く問題を取り上げ、有識者の意見や体験を紹介したほか、関連イベントや事業を実施し、読者とともに課題に向き合う機会を作った。やわらかく分かりやすい表現と多角的なアプローチで、子どもたちの未来のために新聞社ができることを示した作品として高く評価された。