

応募状況・選考経過

応募・推薦状況

2016年6月1日から17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・推薦を呼び掛けた結果、広告主部門に299品（単独広告主297作品、複数広告主2作品）、新聞社企画部門に66作品（単独企画62作品、共同企画4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. 予備選考会

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。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16、19、20、21日

広告主部門の全作品の中から、各委員がそれぞれ20作品を推薦した。また、新聞社企画部門は同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28、29日

選考に先立って座長に高橋道裕・広告プロモーション部会長（北海道）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。

28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、16作品を選考分科会上申することを決めた。

29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踏まえて、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、30作品を選考分科会上申することを決めた。

2. 選考分科会＝7月27日

広告委員会常任委員と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が予備選考会から上申された候補作品を審査・選考した。小野博宣・広告委員会副委員長（毎日東京）が座長を務めた。

新聞社企画部門については、予備選考会から上申された16作品を採点して、5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、31作品を対象に連記式の投票により入賞16作品を選び、その中から1作品を新聞広告大賞、5作品を新聞広告賞、10作品を優秀賞の受賞候補に決定した。以上、計26作品を新聞広告賞選考委員会に上申することにした。

3. 選考委員会＝7月28日

7月度広告委員会が最終の選考委員会となり、小野・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. 新聞協会理事会＝9月6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報告を承認した。

「新聞広告賞」に関する規定



第1条(目的と名称)

日本新聞協会は、新しい新聞広告の可能性を開拓した広告活動を顕彰し、新聞と広告との発展に資することを目的に「新聞広告賞」を設け、毎年新聞週間に際し贈賞する。

第2条(表彰の事由・贈賞の対象)

- (1) 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、新聞広告により広告目的に即して大きな成果をあげた活動、その他新聞媒体と新聞広告の特性・機能を活用あるいは開発し前条の目的に照らして貢献するところが大きいと認められる活動を表彰する。
- (2) 本賞は、協会会員紙に掲載され、前項に該当すると認められた広告作品に贈られる。

第3条(賞の構成)

- (1) 本賞は広告主部門と新聞社企画部門の二つの部門によって構成する。
- (2) 広告主部門の本賞受賞作品から新聞広告大賞1作品を選定する。
- (3) 選考委員会は、前項両部門について、本賞とは別に、広告主部門においては優秀賞を、新聞社企画部門においては奨励賞を贈ることができる。

第4条(受賞対象)

本賞の受賞対象は、広告主部門については当該活動の企画立案にあたった広告主企業とし、新聞社企画部門については協会会員新聞社の当該活動企画部門とする。

第5条(表彰)

- (1) 広告主部門の入選作は6作品とし、新聞広告大賞1作品、新聞広告賞(広告主部門)5作品にそれぞれ賞状ならびに副賞を贈る。
- (2) 新聞社企画部門の入選作は5作品とし、新聞広告賞(新聞社企画部門)として、賞状を贈る
- (3) 優秀賞に対しては賞状と副賞を贈る。
- (4) 奨励賞に対しては賞状を贈る。

第6条(応募・推薦)

- (1) 本賞は、原則として、本賞の目的に合致した作品の企画・制作、掲載をした関係者の応募により選考を行う。ただし、広告関係の第三者による推薦を妨げない。
- (2) 応募・推薦の手続きは別に定める。

第7条(選考)

- 本賞の選考はつぎの方法による。
- (1) 会長の任命する委員をもって新聞広告賞選考委員会を組織し、広告賞贈賞に関する事項を審議決定する。
 - (2) 選考委員会は、応募・推薦された候補について審議し受賞者を決定、その旨を理事会に上申し承認を得る。
 - (3) 選考委員会は、必要に応じ外部の関係者から意見を求めることができる。
 - (4) 両部門の特性を考慮し、選考委員会の運営細則を別に定める。
 - (5) 選考結果は、「新聞協会報」および「新聞広告報」誌上と当協会ウェブサイトにて発表する。

第8条(選考の対象期間)

- (1) 本賞選考の対象となる作品は、前年6月1日から本年5月末日までの1年間協会会員各紙に掲載されたものとする。
- (2) 上記期間を越える長期の活動については顕彰に値すると選考委員会が判断した場合は、始期は問わずこれを対象に含める。

第9条(提出資料および締め切り期日)

応募者ならびに推薦者は、当該作品に所定の関係資料をそえて毎年6月初旬までに選考委員会に提出するものとする。

第10条(その他)

本賞の選考および運用の細目については、選考委員会の決定により別に実施細目を設けることができる。

2013年2月15日改定

広告主部門で大賞を受賞した東京都交通局は、今の広告界のあるべき姿に一石を投じた。シリーズの中でも、読者が投稿してできた50本に及ぶ2段広告が出色だ。いわば、読者が書き手で、その受け手も読者という形の広告。その一つ一つが、どれも都電にしかない魅力に迫っている。利用者にその得難さをリスペクトされ、愛され、感動を与えてきたことを紙面が実証した。例えば「チンチン電車と父の思い出」といった一本のタイトルだけでそのドラマが想像できる。

広告主部門の本賞では5作品が受賞。江崎グリコがポッキー人気を逆手に取ったプリッツの広告を。大塚製薬は新成人に絞って若者の心をつかんだ。キリンビールは復興を応援し、東洋ゴム工業は地場産業を支え、地域を元気づけている。日本燐寸工業会は、広告がマッチの歴史を一枚で語る保存版となった。

新聞社企画部門の本賞では5作品が受賞。岩手日報社と神戸新聞社は、復興をテーマに、震災の記憶を風化させない決意や、防災意識を高める呼び掛けをした。河北新報社は、みやぎ35市町村の広告合戦を展開。山形新聞社は、海外の人に向けた魅力を新しい視点で発信した。中国新聞社は広島カープのファンからのメッセージで埋め尽くされた熱い広告をつくった。



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. トンプソンなどを経て、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～)、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)。

話題の「人工知能(AI)」は、広告業界にも影響を及ぼすだろうし、早くも「コピーを書くAI」の開発まで発表されている。近い将来には我が職も代わられるかと思えば、内心穏やかではられない。ただし、現段階では「膨大な量の文案を作る」程度で、むしろそこから使えるものを探し出す人間の作業の方が大変そうだ。研究者に聞いても、そのような「職を奪う」存在ではなく、人間をサポートする存在を目指すという。AIがどんなに自然に「ことば」を組み立てることができるようになって、それが「いいか」、なにを「感じさせるか」までは、AI自身は判断できないのだから、と。

新聞広告の魅力は「ことば」だけではないにせよ、それが大きな要素であることは間違いない。今年の審査ではその思いを強くした。広告主部門の大賞「東京都電diary」が、まさにそうだ。「ポッキー&プリッツの日」の機知や、大塚製薬のアイデアと温かさ。キリンビールの復興応援、その他の入賞作もメッセージ性豊かなものが選ばれていると思う。

新聞社企画部門では、さらにその特色が鮮やかだ。本賞5作品はアイデアやデザイン面でも評価されたが、地元と肩を組むようなメッセージの熱さが、やはり印象深い。その中でも、岩手日報社の「ことば」による共感性に、新聞広告の原点を見る思いがした。



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」、バナソニック「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「行くぜ、東北」などがある。

第37回新聞広告賞選考委員会名簿

(64社64人、選考当時)

朝日新聞東京本社	メディアビジネス局長	金山 達也	日本経済新聞大阪本社	クロスメディア大阪営業局長	小手森 信一	神奈川新聞社	クロスメディア営業局長	古賀 敬之	中国新聞社	執行役員広告局長	木原 慎二
毎日新聞東京本社	広告局長	小野 博宣	産経新聞大阪本社	営業局長	寺本 陽介	千葉日報社	広告局長兼TV・FM室長	松本 祥彦	山陰中央新報社	営業局長	大庭 浩史
読売新聞東京本社	執行役員広告局長	安部 順一	北海道新聞社	取締役広告局長	土屋 敦夫	山梨日日新聞社	広告局長	鈴木 敏仁	山口新聞社	営業局長	滝花 圭三
日本経済新聞社	クロスメディア営業局長	北村 真一郎	十勝毎日新聞社	取締役広告局長	和田 郁夫	静岡新聞社	取締役営業局長兼静岡営業センター長	知久 昌樹	徳島新聞社	営業局長	泉川 誉夫
東京新聞	取締役広告局長	飯田 義典	東奥日報社	広告局長	荒谷 達也	信濃毎日新聞社	取締役広告局長	石田 一西	四国新聞社	執行役員広告局長	加藤 令昭
産経新聞東京本社	営業局長	納 幸一郎	デーリー東北新聞社	広告局長	西 知明	中日新聞社	広告局長	森 陽一	愛媛新聞社	常務取締役営業局長	小松 誠志
ジャパンタイムズ	メディア事業部クロスメディア営業担当部長	小野塚 倫	岩手日報社	取締役広告事業局長	東海林 仁	岐阜新聞社	取締役広告局長	林 壮夫	高知新聞社	広告局長	坂井 裕志
報知新聞社	執行役員ビジネス局長	白 濱 浩	河北新報社	取締役営業局長	太田 聡	新潟日報社	営業統括本部広告局長	山 真	西日本新聞社	取締役営業・北九州担当営業本部長兼広告局長	菅 和彦
日刊工業新聞社	執行役員営業担当本社業務局長	横山 隆行	秋田魁新報社	取締役総合営業本部長兼営業局長	花 昭悦	北日本新聞社	取締役営業担当営業局長	松井 裕	佐賀新聞社	営業局長	徳永 英彦
日刊スポーツ新聞社	広告事業局長	山田 健一	山形新聞社	広告・販売担当、広告局長	大場 俊行	福井新聞社	常務取締役営業・事業担当営業局長	砂 塚 隆広	長崎新聞社	常務取締役販売担当営業局長	宮本 和実
日本工業新聞社	執行役員営業・事業本部長	荒井 一則	福島民報社	取締役広告局長	川上 俊也	伊勢新聞社	常務取締役営業・事業担当営業局長	山本 道隆	熊本日日新聞社	業務推進局長	伊達 英寿
スポーツニッポン新聞社	広告局長	田村 紀子	福島民友新聞社	取締役広告局長	萩原 俊一	京都新聞社	上席執行役員東京支社長	高田 豊明	大分合同新聞社	執行役員営業局長	和田 雅司
日本農業新聞	広報局長代理兼広報局副局長兼事業開発部長	行田 元	茨城新聞社	取締役営業・地域連携・NIE担当、営業局長兼デザインセンター長	飛田 俊一	神戸新聞社	京都新聞COM営業局長	雑賀 和美	宮崎日日新聞社	常務取締役メディア・広告担当業務局長兼営業推進本部長	近藤 敏幸
朝日新聞大阪本社	メディアビジネス局長	山下 博嗣	下野新聞社	常務取締役営業・東京・大阪・地域貢献担当営業局長	萩原 俊一	奈良新聞社	取締役営業担当営業本部長兼営業局長	齋 正典	南日本新聞社	営業局長	比嘉 敏幸
毎日新聞大阪本社	広告局長	嶋谷 泰典	上毛新聞社	役員待遇営業局長	萩原 俊一	山陽新聞社	取締役東京支社長	齋 勉	沖縄タイムス社	執行役員営業局長	新垣 順基
読売新聞大阪本社	常務取締役広告局長	三浦 真二	埼玉新聞社	クロスメディア局長・理事	萩原 俊一		取締役営業局長	市川 邦昭	琉球新報社	営業局長	

発行＝一般社団法人日本新聞協会
編集＝日本新聞協会広告委員会
東京都千代田区内幸町 2-2-1 〒100-8543
TEL (03) 3591-4407
www.pressnet.or.jp
© 日本新聞協会 2017

話題の広告事例が盛りだくさん

新聞広告データアーカイブ

検索