

新聞広告賞

サイクルショップコダマ90周年

サイクルショップコダマ

KODAMA
SINCE 1927

90th

Origin

このゴールがスタートだった。

先代社長、父 児玉善雄は、高校時代から全国トップクラスのテニスの選手でした(団体も10回出場)。高校卒業時には数々の有名企業から入社勧誘の話がありましたが、創業者である祖父 善六は長男の善雄に自転車店の後継以外の道を認めませんでした。

まだ若く、まぶしい自らの将来を夢描いていた善雄は、職人意識で細々と営む自転車店の跡継ぎを拒否して猛烈に反抗。6人いた兄弟の目の前で祖父と取っ組み合いの喧嘩までしたということです。

しかし、大きな葛藤の末、最終的に善雄は自転車店を継ぐことを決意しました。写真は昭和28年5月に大分市内で開催された自転車競技大会に出場し、トップでゴールテープを切って優勝したシーンです。この様子は当時の大分合同新聞にも掲載されました。

サイクルショップコダマの「魂」は、この時、新たにスタートを切ったのです。

代表取締役社長 児玉 憲明

Our story goes on

昭和28年当時の画報97号掲載 大分合同新聞社社前

— おかげ様で創業90周年 —

サイクルショップ コダマ

創業90周年祭 アニバーサリーフェア開催
9.23[土]より 詳しくは、9月22日発行画報97号をご覧ください。097-532-0959

府内本店 TEL:097-536-1510
森町バイパス店 TEL:097-524-0500
わさだ店 TEL:097-588-8180
Sport & Fashion
ファンキイアラゴ
(府内本店隣) TEL:097-532-0959

- 掲載状況——2017年9月21日、大分合同に掲載/全15段、カラー
- 広告活動——イベント、折り込みチラシ、インターネット、店頭展示、ポスターカレンダー、テレビCM、ラジオCM
- 企画——サイクルショップコダマ
- 制作・扱い——大分合同新聞社
- 制作スタッフ——Pro=磯崎恵、CD・AD・C=児玉憲明、D=太田 蘭、写真提供=児玉憲明

●企画の概要と選定理由
大分県の自転車販売店「サイクルショップコダマ」は、創業90周年を記念し、64年前に地元紙のカメラマンが撮影した写真を大きく使った広告を掲載した。先代社長が自転車競技大会で優勝した際の躍動的な写真は、創業者の思いと100周年に向けた決意を読者に伝えている。折り込み広告と連動させることで記念セールへの集客をもたらし、企業広告を販売促進にもつなげた。迫力のある写真と実話で構成されたストーリーは感動を呼び、地域密着の企業と地元紙のつながりを感じさせる広告として高く評価された。

休肝日の FANTASTIC! な断り技

サントリーホールディングス株式会社

水と生きる SUNTORY

体肝日の FANTASTIC! な断り技

見事にお断りすることも お酒を楽しむ大事な技です。サントリーから。

1 キープ 2 横パス 3 マーク 4 アーリークロス 5 マンツーマン 6 ヒールリフト 7 ショウゴドリブル 8 アーリークロス 9 ミドルシュート 10 フォーメーションチェンジ 11 タイレクトシュート 12 胸トラップ 13 バナナシュート 14 ヘディング 15 アイコンタクト 16 ストップオーバー 17 ジャイアントキリング 18 バイシクルシュート 19 ミドルシュート 20 アディショナルタイム 21 オーバーラップ 22 カテナチオ 23 クリア 24 イエローカード 25 フォアキャスト 26 選手交代 27 キックオフ 28 スクワーターン 29 ショルダーチャージ 30 かけ声

www.suntory.co.jp/arp/ サントリー ドリンクスマート

- 掲載状況——2018年5月31日、朝日（北海道）に掲載／二連版全30段、カラー
- 広告活動——インターネット、ポスター（新横浜駅）
- 企画——サントリーホールディングス、博報堂
- 制作——博報堂、東京プラネットデザイン社
- 扱い——博報堂
- 制作スタッフ——CD・AD=丸田昌哉、C=今井容子、D=山田進、伊藤貴史、I=ホセ・フランキー、AE=多田宣広、田中悠生

●企画の概要と選定理由
 サッカーワールドカップの開催時期に合わせ、飲みに誘われたときの多様な断り方を、サッカー用語と楽しいイラストでユーモラスに表現した。酒造メーカーがCSR活動の一環として飲酒を控える「体肝日」を啓発するという話題性があり、部下とのコミュニケーションに悩む上司と、誘いを断るのに苦労している若者を対比させることによって、世相を表す紙面にもなっている。新聞の一覧性をうまく活用し、センスがありウイットに富んだビジュアルで社会的に意義のある内容を伝える広告として高く評価された。

新聞広告賞

霞が関ビルディング竣工50周年キャンペーン

三井不動産株式会社

1968年4月12日 土曜式

誰かの挑戦を、
空は待っていた。

1968年4月12日、
霞が関ビルディングが竣工しました。

日本初の超高層ビル、地上147m、77階建て、
この1棟のビルから、日本の街づくりは大きな
一歩を踏み出したのです。国土の狭い日本に
おいて、「密」という大きな可能性を開拓した。
緑地や広場などを敷地内に配することで、
都市に人間性をとり戻す戦いを生み出した。
このビルを完成させるための新しい発想と
工夫が、次なるイノベーションの礎となった。
あらゆる面で日本の都市開発日本の街づくり
のダイナミズムを創りました。

以来50年、三井不動産は時代の変化を的確に
捉えながら、柔軟な発想で新たな価値創造に
挑んでまいりました。そして次の50年へ、これからも
三井不動産は、未来を見据えてさらなる
イノベーションへの挑戦を続けていきます。
あの1棟のビルが示した道と想いを決して
忘れずに。

2018年4月12日、
霞が関ビルディングは
竣工50年を迎えます。

都市に豊かさや潤いを。
三井不動産の挑戦は続きます。

東京2020オリンピック
三井不動産
東京2020オリンピック
東京2020ゴールドパートナー

- 掲載状況——2018年4月12日、朝日、読売、日経、フジサンケイビジネスアイに掲載／二連版全30段（フジサンケイビジネスアイは全22段）、カラー
- 企画——博報堂、博報堂プロダクツ
- 制作——博報堂プロダクツ
- 扱い——博報堂DYメディアパートナーズ
- 制作スタッフ——Pro=田口徹、CD・C=板東睦実、AD=城崎哲郎、D=山口真広、Ph=岩切浩三郎、レタッチ=浦田淳

●企画の概要と選定理由
日本初の超高層ビルの竣工50周年を迎えた日の朝刊に、上棟式当時の写真を使用した見開き広告を掲載し、都市開発に寄与する不動産会社の企業理念を訴えた。式典出席者が一斉に空を見上げる写真からは、ビルの高層化が50年前に人々に与えた驚きと、日本の未来に対する期待感が伝わってくる。ユニークな構図を効果的に使った迫力のある紙面は、固定概念にとらわれず、新しい柔軟な発想で都市の価値創造に挑戦し続ける企業姿勢を見事に表現した広告として高く評価された。