

優秀賞

『ごちそうさま、平成』キャンペーン

味の素株式会社



- 掲載状況 —— 2018年3月27日、朝日に掲載／二連版全30段、カラー
- 広告活動 —— ラジオCM
- 企画・扱い —— 電通
- 制作 —— たき工房、トーン・アップ、ONE TONE、レプロン
- 制作スタッフ —— Pro=成田裕明、高梨愛子、CD=大蔵泰平、AD=林耕平、山口さくら、C=石橋涼子、山田恭子、原央海、D=小田原雅三、宮下一久、内藤薫、Ph=村井真哉、CG=宇都宮健人、久保りさ、橋本重陽、櫻井諭生、フード=石森いつみ、山崎慎也、奇セジュン、篠原成徳、今西千穂、関恵子、戸田美咲、甲斐悠理奈、植野美夏、奥村まどか、コーディネーター=八杉貞治、松山浩之、柳澤隆司、東海舟、蓑輪義行

●企画の概要と選定理由
30年間に流行した料理を解説付きの年表の形で紹介し、読者一人ひとりに平成という時代を振り返るきっかけを提供した。食の流行の歴史を支えてきた自負と、これからも食文化を継承する役割を担うという企業の決意を伝えている。新聞の一覧性を最大限に活用したビジュアルとクリエイティブで、読者の関心を引き寄せた広告として高い評価を得た。

優秀賞

阿蘇からの招待状シリーズ

阿蘇地域観光推進協議会



- 掲載状況 —— 2018年3月11日から17日まで7回、西日本に掲載／全15段、カラー
- 広告活動 —— 阿蘇地域の周遊モニターツアー、旅行商品の販売
- 企画・扱い —— 西日本新聞広告社熊本
- 制作 —— エトナ
- 制作スタッフ —— Pro=甲斐陽二、CD・AD・C・D=久保田剛

●企画の概要と選定理由
阿蘇山火口の立ち入り規制が3年半ぶりに解除され、観光を再開したことにあわせ、地元の七つの自治体が連携し、復興キャンペーンを展開した。イベントやアクセスルートなどの情報や、インパクトのある写真を効果的に盛り込み、7市町村が順に7日間連続で観光情報を発信し、読者の注目を集めた。キャンペーンにあわせて旅行商品を開発し、現地への誘客にもつながった。熊本地震でも被災した自治体が、復興に向けて歩む姿を伝えた広告として高く評価された。

優秀賞

トウルーム
目指すのは、最先端技術でアナログウォッチを極めるブランド「TRUME」

エプソン販売株式会社



- 掲載状況 —— 2017年9月1日から11月30日まで88回、日経に掲載／終面突き出し（毎日）、全15段（9月28日）、カラー
- 広告活動 —— 雑誌広告、ラジオ、インターネット、イベント
- 企画・扱い —— 電通
- 制作 —— 電通、たぎ工房
- 制作スタッフ —— Pro=鈴木高志、CD=藤曲厚司、AD=小島洋介、C=佐藤理人、D=堀内宏平

●企画の概要と選定理由
腕時計の新ブランド「TRUME」の認知度を高めるため、3か月にわたり毎日、同一面の固定スペースに小枠広告を掲載した。印象的な写真とともに、衆議院総選挙の投票日や勤労感謝の日など掲載日に関連した内容を盛り込んだ日替わりのコピーによって、読者が続けて読みたくなる広告に仕上げた。新商品に対する読者の期待感を日ごとに高め、発売日に全面広告を組み合わせるなど、新聞の持つ連続性や大小のスペースをうまく使った広告として高く評価された。

優秀賞

ボンカレー50周年×ブラック・ジャック45周年特別タイアップ企画

大塚食品株式会社

- 掲載状況 —— 2018年1月22日、2月12日、朝日に掲載（2月12日特別広告号外）／全15段、カラー
- 広告活動 —— インターネット、広告号外、記念切手制作
- 企画・制作 —— 朝日新聞社メディアビジネス局
- 扱い —— アサツー ディ・ケイ
- 制作スタッフ —— Pro=橋本実希子、AD=末松学史、C=崎谷実穂、D=原剛、コーディネイト=武田惇宏
- 協力 —— 手塚プロダクション、秋田書店

●企画の概要と選定理由
日本初の市販用レトルト食品「ボンカレー」発売50周年にあわせ、発売当初からのファンに向けて感謝の気持ちと商品の進化を表した。手塚治虫原作の人気漫画『ブラック・ジャック』の中に「ボンカレーはどうつくってもうまいのだ」というセリフがあることに着想を得た、強力なブランドのコラボレーションは、幅広い世代にインパクトを与えた。誰もが知っている商品と、誰もが知っている漫画を掛け合わせたユニークな周年広告として高く評価された。

優秀賞

新しい地図

株式会社 CULEN



- 掲載状況 —— 2017年9月22日、朝日、東京に掲載／二連版全30段、カラー
- 広告活動 —— ウェブムービー、SNS
- 制作スタッフ —— CD=多田琢、山崎隆明、権八成裕、AD=佐野研二郎、C=権八成裕、D=香取有美、Ph=瀧本幹也、Pro=稲垣護

●企画の概要と選定理由
国民的アイドルグループSMAPの元メンバー、稲垣吾郎さん、草彅剛さん、香取慎吾さんの3人が新たな一歩を踏み出すことを、オフィシャルサイト開設の告知広告で伝えた。グループが解散する際、新聞広告で応援の言葉を贈ってくれたファンに対し、3人の直筆を使ったクリエイティブで感謝の気持ちを表現しており、新聞広告を通じた壮大なコミュニケーションとなった。新聞広告にとどまらない大きな反響を呼び、新聞広告が持つ双方向性を示した広告として高く評価された。

優秀賞

サイボウズ20周年企画「働き方改革に関するお詫び」

サイボウズ株式会社

20th Anniversary cybozu

働き方改革に関するお詫び

サイボウズは本年、おかげさまで創業20周年を迎えました。平素より格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。

「世の中の働き方を変えたい」と起業し、これまで7万5千社以上の企業で弊社製品をご愛用いただいております。そして、私たち自身も働き方の改革に取り組み、最大6年間の育児・介護休暇制度や在宅勤務制度、子連れ出勤、そして複業の奨励といった「100人100通りの働き方」にチャレンジしてきました。

そして今、この国に「働き方改革ブーム」が到来し、私たちの活動に広く注目していただけるまでになりました。ところが、ところがです。私たちの意思はまったく伝わっておりません。とにかく残業はさせまいとオフィスから社員を追い出す職場、深夜残業を禁止して早朝出勤を黙認する職場、働き方改革の号令だけかけて現場に丸投げする職場。なんですか、そのありがた迷惑なプレミアムフライデーなどは...

私たちが伝えたかった「働き方」とは、そういうことではないのです。メディアに登場し、全国で講演をし、政府へ意見し、本を出版してもなお、伝わっていない。

私たちにもっと力があれば、私たちがもっと強くメッセージを発信できていれば、このような働き方改革の現状にならなかったのかもしれない。不甲斐なさと、申し訳なさでいっぱいです。

もっと発信力を、メッセージ性を...という訳でこの度、『紙兎ロペ』『野良スコ』の原作者である内山勇士さんにアニメを作っていただきました。『アキリ』といいます。主人公はアキリとキリギリス。テーマは、「働き方改革、楽しくないのはなぜだろう」。残業編・女性活躍編・イクメン編と3本をご用意しています。

イソップ童話では、働きアリの生き残り、キリギリスは死んでしまいました。果たして21世紀でも同じ結果になるのでしょうか。現代を生きる働きアリやキリギリスたちは、どのように働き方改革に向かい、どのように生きていくのでしょうか。

日本で働くみなさん、どうかお願いします。今すぐ「サイボウズ アキリ」で検索してこのアニメを見てください。そして目を覚ましていただければ幸いです。

2017年9月13日
サイボウズ株式会社 代表取締役社長
青野慶久

- 掲載状況 —— 2017年9月13日、日経に掲載／全15段、カラー
- 広告活動 —— 交通広告
- 企画 —— サイボウズ、日本経済広告社
- 制作 —— 日本経済広告社、アド・エンジニアーズ・オブ・トーキョー
- 扱い —— 日本経済広告社
- 制作スタッフ —— Pro=山崎信昭、岡崎優子、CD=菅野友、AD=D=佐藤功晃、C=金丸哲、I=ウチヤマユウジ、PI=石井啓之、雪本翔平

●企画の概要と選定理由
創業20周年を迎え、「働き方改革」をさらに推進する企業の決意を伝えた。世の中の働き方を変えることを目標に、さまざまな取り組みを行ってきたにもかかわらず、本来の趣旨とは違う「働き方改革」がブームとなっている現状に対し、痛烈な皮肉を込めて「お詫び」の気持ちを表している。新聞広告だけでなくとどまらず、SNSなどを通じて若いビジネスパーソンに拡散され、大きな反響があった。企業の思いを真つすぐに伝える新聞媒体の特性をうまく使った広告として高く評価された。

優秀賞

BOSS 勤続25年 初代ボスジャン探しています。

サントリー食品インターナショナル株式会社

初代ボスジャン探しています。

毎コーヒーのボス。1992年の発売から今年で勤続25年。ご愛顧に感謝して、初代ボスジャン復刻版と最新型 PRIDE OF BOSS ジャンが計1000名様当たるキャンペーンを9月5日(火)から実施します。初代の復刻版については、当時の資料をもとに無事制作できたのですが、初代ボスジャンの現物だけいくら探してもない。そもそもサントリーに保管できていなかった…という衝撃の事実が発覚しました。まいったなあ…。ただ、記録にないとか記憶にない…で済ますわけにはいきません。記念すべき初代ボスジャン、社内で大切にとっておきたい。そこでお願いします！初代ボスジャン(93年製、当時2万着プレゼント)をお持ちの方で、サントリーに譲ってもいいという方がいらっしゃいましたら、ぜひご連絡ください。よろしくお願いいたします！

ボス、勤続25年
これからも「働く人の相棒」で。

初代ボスジャン見つかりました。

ボス、勤続25年 これからも「働く人の相棒」で。

初代ボスジャン見つかりました。

ボス、勤続25年 これからも「働く人の相棒」で。

- 掲載状況 — 2017年8月11日 = サンスポ、日刊スポに掲載、8月12日 = スポニチに掲載、11月15日 = 日刊スポ、スポニチに掲載 / 全15段、カラー
- 広告活動 — インターネット、社内で初代ボスジャンを展示
- 企画 — シンガタ、電通、照井晶博、WATCH
- 制作 — WATCH、tRADEMARK
- 扱い — 電通
- 制作スタッフ — CD=高上晋・佐々木宏、C=照井晶博、AD=浜辺明弘、D=松崎貴史、I=唐仁原教久、Pro=西澤恵子

- 企画の概要と選定理由 — 缶コーヒー「BOSS」の発売25周年を記念し、1993年に提供したノベルティグッズ「初代ボスジャン」の復刻版プレゼントキャンペーンを実施した。当時の現物が社内に保管されていなかったことを逆にとり、読者に寄贈を呼び掛け、それにまつわる思い出を募集した。その後、現物が見つかったことをエピソードとともに紹介し、長年にわたって愛されているブランドであることを巧みに伝えた。新聞広告を介して読者とコミュニケーションを図った広告として高く評価された。

優秀賞

星の飛行機物語シリーズ

株式会社スターフライヤー

星の飛行機物語 no.1

黒い機体の小さな航空会社 スターフライヤー

星の飛行機物語 no.2

黒い機体の小さな航空会社 スターフライヤー

星の飛行機物語 no.3

黒い機体の小さな航空会社 スターフライヤー

星の飛行機物語 no.4

黒い機体の小さな航空会社 スターフライヤー

- 掲載状況 — 2017年12月16日から18年3月31日まで、朝日、読売(東京、西部)、西日本に4話ずつ掲載 / 全15段×4種類、カラー
- 企画 — JR九州エージェンシー
- 制作 — NO PLANNING、ルーツ・アンド・パートナーズ
- 制作スタッフ — Pro=山下靖史、CD・AD・I=牧野伊三夫、C=柴雅子、D=吉松真里子、PI=佐藤詠子、村井美由貴、AE=中野晃一

- 企画の概要と選定理由 — 顧客満足度調査の国内航空業種において、9年連続で1位となったことを受け、感謝の気持ちと企業理念を伝える月1回のシリーズ広告を掲載した。利用客から届いた手紙への返事や、客室乗務員らによる印象的なエピソードを紹介する形式で、新聞広告を双方向のコミュニケーションの場として活用している。利用客の声を社内で共有し、サービスを改善していくという誠実な企業姿勢が伝わる広告として高く評価された。

優秀賞

100周年記念企業広告「象の目 象印百年物語」

象印マホービン株式会社



- 掲載状況 —— 2018年5月10日、朝日、毎日、読売、日経、産経に掲載／二連版全30段、カラー
- 広告活動 —— インターネット、イベント（小冊子を限定配布、紙面の原寸大パネルを展示）
- 企画 —— 電通
- 制作 —— 電通、西岡ペンシル、たき工房
- 扱い —— 電通関西支社
- 制作スタッフ —— Pro=和田耕司、三上俊平、CD=松村祐治、AD=西岡ペンシル、C=上田浩和、小山佳奈、D=高木紳介、工藤北斗、増田愛美、I=魚乃目三太、コーディネイト=河野敦彦

●企画の概要と選定理由
創業100周年の感謝を伝えるため、会社の創立や主力商品の開発をめぐる物語を見聞き全30段の漫画で紹介した。ものづくりに対する企業姿勢を表す五つの開発エピソードを全国紙5紙それぞれに掲載し、他のストーリーへの興味を喚起することによって、ホームページへのアクセス数を大きく伸ばした。どこか懐かしく読者をほっとさせる絵柄と相まって、ものづくりへの真摯な思いが広い世代の共感を得た広告として高く評価された。

優秀賞

私たちが、経済だ。

株式会社宝島社



- 掲載状況 —— 2017年9月15日、日経に掲載／二連版全30段、カラー
- 企画 —— 電通
- 制作 —— 電通、電通クリエイティブX、ジェ・シー・スパーク
- 制作スタッフ —— ECD=古川裕也、CD=磯島拓矢、AD=田口麻由、室井友希、C=上田浩和、小山佳奈、D=ササ木陽子、Ph=白鳥真太郎、PR=山下けい子、安東岐国子、村島匠

●企画の概要と選定理由
経済を回しているのは女性であるというコンセプトのもと、笑顔でショッピングを楽しむ大勢の女性というインパクトのあるビジュアルと明快なコピーで、女性の力を表現した。自信にあふれた表情によって、出版不況といわれるなかでも宝島社の女性誌が着実に売れ続けていることを訴求している。企業・商品広告であるとともに、意見広告の側面もあわせ持った躍動感を感じさせるクリエイティブは高く評価された。

優秀賞

人生100年時代に、100番、100番

株式会社ダスキン



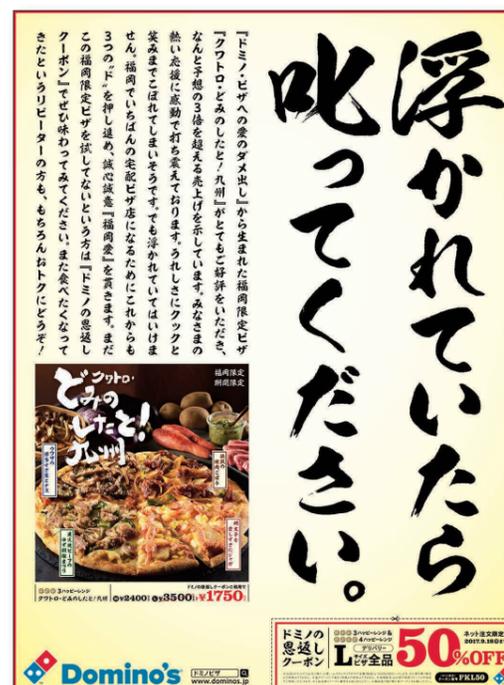
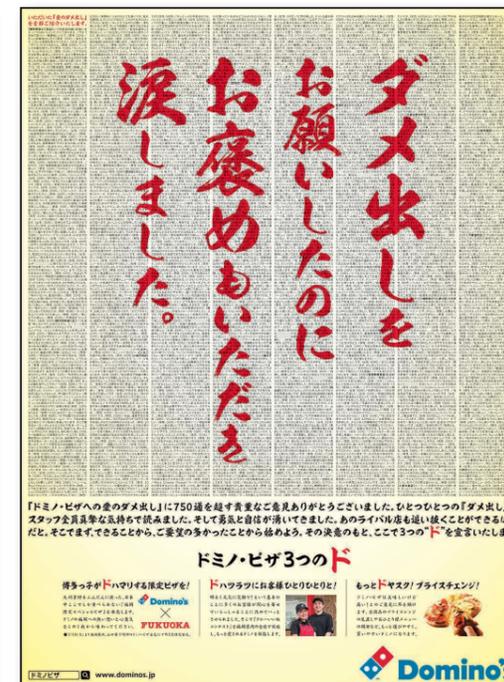
- 掲載状況 — 2018年3月18日 = 全国50紙に掲載、3月20日 = 茨城に掲載 / 二連版全30段、カラー
- 広告活動 — インターネット、折り込みチラシ
- 企画 — 大広、タイガータイガークリエイティブ
- 制作 — タイガータイガーデザイン、モノリス
- 扱い — 大広
- 制作スタッフ — SCD=白瀧富士子、CD・C=西脇淳、AD=嘉久奈央子、大松敬和、水江隆、C=大林孝明、重泉祐也、D=杉生奈津季、Ph=篠山紀信、キャスティング=柴倉一裕

●企画概要と選定理由
創業55周年を迎え、健康と長寿の喜びをポジティブに伝える企業広告を掲載した。かつてテレビCMで人気を博した「ぎんさん」の娘さん二人を起用し、話題を呼んだ。同じ構図で親子二代を登場させることにより、幅広い年代の多様なライフスタイルに寄り添うという変わらぬ企業理念を訴求し、イメージアップにつなげた。親しみやすく読者に元気を与える広告として高く評価された。

優秀賞

「ドミノのド反省」キャンペーン

株式会社ドミノ・ピザ ジャパン



- 掲載状況 — 2017年4月21日、6月23日、9月8日の3回、読売（西部）、西日本に掲載 / 全15段、カラー
- 広告活動 — 「博多どんたく港まつり」への協賛と物販ブース出展、メニューチラシ、店頭でクーポンを配布
- 企画 — モメンタム ジャパン
- 制作 — モメンタム ジャパン、T-bit design
- 扱い — マックカンエリクソン
- 制作スタッフ — CD・C=加藤哲志、AD・D=寺部麻依子

●企画概要と選定理由
地域で愛されるブランドになることを目指し、顧客との対話型キャンペーンを展開した。ユーモアを交えたビジュアルと刺激的なコピーで、より一層のサービス向上を宣言するとともに、掲載したクーポン広告のスペースを利用し、顧客の声を募集した。新聞広告を活用して新商品開発や店舗の業務改善につなげ、その結果をさらに新聞広告で報告することで、顧客とのコミュニケーションを循環させる仕掛けを生み出した。新聞広告を使い、広告主と顧客との対話を実現した企画として高く評価された。

優秀賞

県内33高校の先生が選ぶ
高校入学前にぜひ読んでほしい推薦図書

株式会社福井県教科書供給所

- 掲載状況——2018年3月14日、福井に掲載／全15段、雑報、カラー
- 広告活動——インターネット、店舗ブックフェア
- 企画・扱い——福井新聞社営業局
- 制作——fuプロダクション
- 制作スタッフ——Pro=上野祐夫、巨橋義貴、CD=石川寛也、AD・C=堀一心、D=加藤恵美、Ph=竹澤美穂、
- 協力——福井県、宮下奈都

●企画概要と選定理由
若者の活字離れや読書時間の減少が懸念されるなか、高校進学を機に読書習慣を身に付けてもらおうと、福井県内すべての高校の教員が推薦する書籍を紹介した。高校入試の合格発表の翌日というタイミングで広告を掲載し、書店でのブックフェアの開催など立体的な展開を組み合わせ、広告効果を高めた。活字文化の普及促進に向け、広告主と教育委員会や書店、新聞社が一体となった広告キャンペーンとして高く評価された。

優秀賞

ポルシェ70周年

ポルシェ ジャパン株式会社



2018年6月8日、ポルシェは70周年を迎えます。私たちは、お客様の期待を超えた「歡び」を提供するため、ポルシェブランドへの情熱と革新性をもって、勇敢に挑戦し続けます。
ポルシェ ジャパン株式会社

- 掲載状況——2018年5月28日、朝日に掲載／エリア広告特集(別刷りパノラマ、32ページ)、カラー
- 広告活動——記念イベント、インターネット
- 企画・制作・扱い——電通
- 制作スタッフ——CD=中田有、AD・D=佐生健一、C=中田有、金山剛士、D=大石佳典、今村圭佑

●企画概要と選定理由
初代ポルシェ誕生から70年を記念し、世の中にインパクトを与えてきた歴代モデルや自動車耐久レース、ルマン24時間での戦歴などをブランク判32ページに及ぶ紙面で表現した。片面の面積が3.55平方メートルのダイナミックな別刷り見開き広告は、「世界最大の新聞折込広告」としてギネス世界記録®に認定され、大きな話題となった。高い印刷技術、迫力のある紙面構成、保存性など新聞広告の強みを生かしつつ、新たな可能性に挑戦した広告として高く評価された。

優秀賞

美肌県グランプリ2017

株式会社ポーラ

富山の新名産は、肌の幸。

祝

「美肌県グランプリ2017」で富山県が、
美肌全国1位に輝きました。

美肌県グランプリ2017
POLA APEX NIPPON BIHADA-KEN GRAND PRIX

POLA 今日、11月12日は、「いいヒブ」の日。お肌をいたわる一日に。

富山の
新名産は、
肌の幸。

祝

「美肌県グランプリ2017」で富山県が、
美肌全国1位に輝きました。

美肌県グランプリ2017
POLA APEX NIPPON BIHADA-KEN GRAND PRIX

POLA 今日、11月12日は、「いいヒブ」の日。お肌をいたわる一日に。

石川は、
お肌も
アートだ。

祝

「美肌県グランプリ2017」で石川県が、
美肌全国2位に輝きました。

美肌県グランプリ2017
POLA APEX NIPPON BIHADA-KEN GRAND PRIX

POLA 今日、11月12日は、「いいヒブ」の日。お肌をいたわる一日に。

秋田美人
には、
理由がある。

祝

「美肌県グランプリ2017」で秋田県が、
美肌全国3位になりました。

美肌県グランプリ2017
POLA APEX NIPPON BIHADA-KEN GRAND PRIX

POLA 今日、11月12日は、「いいヒブ」の日。お肌をいたわる一日に。

- 掲載状況——2017年11月12日=朝日、読売、日経、北日本、北國、山陽、愛媛に掲載、11月17日・12月27日=秋田魁に掲載/全15段、カラ
- 広告活動——交通、ラジオ、インターネット、PR発表会
- 企画——博報堂
- 制作——博報堂、博報堂ケトル、CRAFTAR、セサミ
- 扱い——博報堂DYメディアパートナーズ
- 制作スタッフ——CD=畑中翔太、AD=伊藤裕平、C=塩見勝義、D=西村光宇、PI=大田真也

●企画概要と選定理由
女性の肌データを基に調査分析し、都道府県別に集計した「ニッポン美肌県グランプリ」キャンペーンの結果を伝える広告を、全国紙と上位5県の地元紙に出稿した。全国紙には総合ランキングを、地元紙では地域ごとに内容を切り替え、美肌と気候、食文化との関係を紹介するなど、SNSなどでも拡散され、話題となった。ランキング形式を活用することで広く関心を引きながら、地域へのメッセージを表現した広告として高く評価された。

優秀賞

Me and Honda カブライダー応援企画
「種子島高校 卒業おめでとう」篇

本田技研工業株式会社



初めてカブで登校した日。
遅刻しそうだった朝。
響くメットがムレムレな夏。
あと少しで学校とて雨にふられて、
いつも口に出がは入ってくる。
喋りすぎて、いつのまにか真つ暗な帰り道。
誰にも言えないけど一人てこけた時。
意外と寒い、種子島の冬。
わざわざ停まって見た夕焼け。
あの人と信号待ちした時間。
エンジンの音を聞く余裕なんてなかったけど、
ブルーの海がいつも見える。
カブで通学する。
3年間の、カブとの時間。
ちょっと大変で、少しだけ孤独な時間。
少しだけ孤独だけど、自由で、風のようなその時間が、
種子島高校生活の
素晴らしい思い出になりますように。

卒業おめでとう。



この広告に関するご意見はこちらまで：〒107-8556 東京都港区南青山2-1-1 本田技研工業株式会社 ブランド部 カブ広報係

- 掲載状況——2018年3月1日、南日本に掲載/全15段、カラ
- 広告活動——インターネット
- 企画——本田技研工業、博報堂、カラス、南日本新聞社
- 制作——博報堂、カラス
- 扱い——博報堂DYメディアパートナーズ
- 制作スタッフ——Pro=高橋永実、CD=福井健史、AD・C=柴田賢蔵、PI=小泉和信、小西洋平、高津雄矢

●企画概要と選定理由
本田技研工業は、原動機付きバイク「スーパーカブ」を通学に利用する生徒が多い鹿児島県立種子島高校の卒業式当日、感謝の気持ちを伝えるお祝い広告を掲載した。当日は広告が載った新聞を特別に空輸し、卒業直後の生徒たちに配るとともに、広告を見て喜ぶ様子をウェブ動画で公開した。卒業生にとって忘れられない思い出となる広告であり、ウェブとうまく連動させることでユーザーに対する企業の思いを伝えた広告として高く評価された。