新聞広告賞

朝日新聞社SDGsプロジェクト

朝日新聞社

◉広告主――住友商事、住友金属鉱山、国連 WFP、パナソニック、NTTドコモ、立命館大学、日本航空、北海道下川町、楽天、上智大学、サラヤ、滋賀銀行、聖心女子大学

◉掲載状況――2017年10月3日から18年3月28日まで（継続中）／二連版全30段、全15段、全5段など、カラー

◉広告活動――インターネット、シンポジウム、コンテスト、DM

◉企画・制作――朝日新聞社

◉企画の概要と選定理由

国連が掲げる「持続可能な開発目標（SDGs）」の実現に向け、社会の理解を促進し、目標達成を後押しする活動を総合的に展開した。報道、広告、事業、デジタルなど新聞社内の機能やリソースをフル活用してプロジェクト化し、さまざまな企画を実施することで読者や消費者の共感を呼ぶビジネス機会を創出した。高校生や大学生など若い世代の取り込みにも成功しており、地球規模のテーマに真正面から取り組んだ新聞社らしい広告企画として高く評価された。

新聞広告賞

北海道の働く女性応援プロジェクト「HATAJO ラボ」

北海道新聞社　営業局

◉広告主 ――― 大塚製薬、フージャースコーポレーションほか
◉掲載状況 ――― 2017年4月27日から18年5月26日（継続中）／全15段、全7段、全5段、雑報など、カラー・モノクロ
◉広告活動 ――― キックオフイベント、公式サイト、SNS（フェイスブック、インスタグラム）、HATAJOラボ会員向けメルマガ、北海道新聞LINE DIGEST Spot、大塚製薬医療機関設置用プロモーション冊子
◉企画 ――― 北海道新聞社営業局
◉制作 ――― WIN
◉扱い ――― オープン

◉企画の概要と選定理由

働く女性を「HATAJO」と名付け応援するとともに、その目線で「女性が働きやすい職場環境作り」をサポートする統合プロジェクトを展開した。働く人を盛り立てるコンテンツやイベントを提示するだけでなく、サポーター企業を募集し、広告企画につなげることを実現した。雇用する側である企業のイメージアップにも貢献することで、女性の職場環境を社会全体で向上させるための循環を作り出している。新聞社が企業と働く女性の間に立ち、地域の課題解決を目指しながら新しいビジネス機会を創出する取り組みとして高く評価された。

新聞広告賞

第 66 回全日本広告連盟秋田大会記念特集 「秋田犬新報」

秋田魁新報社　営業局

◉広告主 ――― 秋田県、東日本旅客鉄道秋田支社、秋田県民共済、北都銀行、秋田スズキ、秋田ケーブルテレビ、秋田キャッスルホテルなど21社
◉掲載状況 ――― 2018年5月15日／別刷り（20ページ）、カラー
◉企画・扱い ――― 秋田魁新報社営業局
◉制作 ――― サキガケ・アド・プレーン

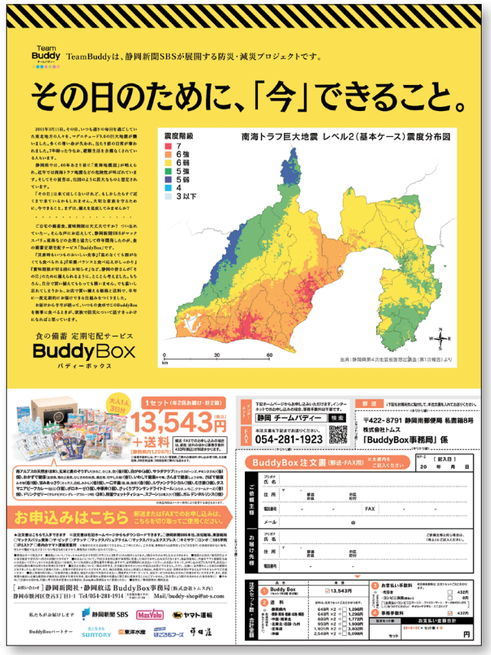
◉企画の概要と選定理由

地元の財産である「秋田犬」にスポットを当て、企画記事と広告のすべてに地元出身の漫画家による人気作品を使った大胆なデザインの別刷り広告特集を展開した。原作を尊重しながらも、商品・サービスの特性やメッセージを柔軟にカスタマイズした斬新なクリエーティブは、注目を集めた。平昌冬季五輪の金メダリスト・ザギトワ選手に秋田犬が贈呈されるという話題も盛り込むなど、タイムリーな企画とした。新聞と漫画を上手に組み合わせ、広告を主役にした企画として高く評価された。

新聞広告賞

静岡新聞防災企画～ BuddyBox・ココカバ防災～

静岡新聞社　営業局



◉広告主――BuddyBox：マックスバリュ東海、ヤマト運輸、サントリー、はごろもフーズ、東洋水産、平田屋
ココカバ防災：中部電力、秀英予備校など協賛16社

◉掲載状況――BuddyBox：2017年７月30日から18年5月29日まで（継続中）／別刷り（8ページ）、全15段、全5段など、カラー
ココカバ防災：2018年1月16日から3月11日まで／別刷り（タブロイド判８ページ）、全15段、全５段、カラー

◉広告活動――SBSテレビ、SBSラジオ、インターネット、SNS、イベント

◉企画・制作――静岡新聞社営業局

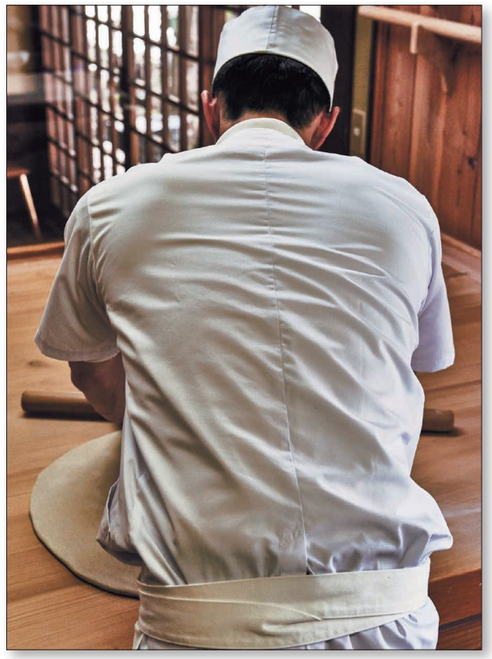
◉企画の概要と選定理由

東海地震の危険性が長年指摘されている中、静岡県においても十分な備えができていない人が多い現状を踏まえ、防災の大切さを訴える企画を展開するとともに、備蓄品の定期宅配サービスを開発し、提供した。流通業やサービス業の広告主とともに、啓発活動から商品化までの流れを作り上げた。防災を分かりやすく、かつ具体性を持った展開で訴え、新聞社が社会で果たす役割と新たなビジネスモデルを提示した企画として高く評価された。

父の日特別企画「家族のはなし2017」

信濃毎日新聞社　広告局

◉広告主 ――― 大塚製薬、森永製菓、森永乳業、八幡屋磯五郎、養命酒製造、キリンビールなど連合15社
◉掲載状況 ――― 2017年5月14日、5月31日、6月18日、7月19日／別刷り、二連版全30段、全15段、全3段など、カラー
◉広告活動 ――― 「父の日パーソナル新聞」（6月18日）の発行、信濃毎日新聞松本本社工事囲いへのOOH広告掲出
◉企画 ――― 電通、フロンテッジ、信濃毎日新聞社広告局
◉制作 ――― フロンテッジ、オー・サンクス、白鳥写真事務所、ビー・クス
◉扱い ――― 電通

◉企画の概要と選定理由

家族の大切さを問いかけるシリーズ広告企画を、母の日に比べて存在感が薄いといわれる「父の日」にあわせて展開した。働く父親の背中の写真と、協賛広告主のロングセラー商品の後ろ姿を見開きで並べた大胆なクリエーティブの別刷り広告特集は大きなインパクトを与え、世のお父さんたちを元気づけた。家族へのメッセージを募集し、世界で1部だけのパーソナル新聞を特集発行日に戸別配達するなど、イベントの要素も加え、読者の広告企画への参加意識を高めた。家族の絆を深める機会を継続的に提供する取り組みとして高く評価された。