

奨励賞

小さい新聞「Silenced Newspaper」

東京新聞 広告局



SAPPRO Gap Japan LIFE NET



縦 89mm、横 63mmの「小さい新聞」

- 広告主 —— サッポロビール、ギャップジャパン、ライフネット生命保険
- 掲載状況 —— 2017年12月10日 / 全15段、小さい新聞、カラー
- 広告活動 —— 街頭配布、インターネット、「小さい新聞」読者プレゼント
- 企画・制作 —— 東京新聞広告局
- 扱い —— 電通

- 企画の概要と選定理由 —— 誰もが暮らしやすい社会の実現を目指すプロジェクトの一環として、手のひらサイズの新聞を作成し、世界人権デー当日の朝刊に啓発広告を掲載した。社会的マイノリティの声がまだ小さいことを可視化したミニサイズの新聞を郵送や街頭配布のほか、特設サイトで公開するなど多面的に展開し、メッセージを広く伝えた。社会の課題抽出と解決策の提示という新聞社ならではの役割をユニークに具現化した広告として高く評価された。

奨励賞

子どものたより場応援プロジェクト

河北新報社 営業局



- 広告主 —— キリン、大和証券、みやぎ生協など10社
- 掲載状況 —— 2017年2月25日から18年6月25日まで / 全15段 (10回)、全5段 (53回)、カラー
- 広告活動 —— インターネット、イベント
- 企画 —— 河北新報社営業局
- 制作 —— 月刊カフェテ
- 扱い —— 河北アドセンター、日新など



- 企画の概要と選定理由 —— 子どもの貧困という社会課題を解決するため、新聞社が主体となって支援団体や行政、企業とともに支援プロジェクトに取り組んだ。新聞紙面、ウェブサイト、貧困の実情や支援団体の活動などを伝えるだけでなく、基金を設立し、寄付金を支援団体に助成する仕組みを構築した。「宮城の未来を担う子どもたちを支える」との目的を明確に掲げ、支援する人たちの地域ネットワークを築くなど、新聞社が核となって社会問題への解決策を示す営業企画として高く評価された。

奨励賞

#秋田の問題

秋田魁新報社 東京支社



- 広告主 —— 秋田県内企業など協賛45社
- 掲載状況 —— 2018年5月16日=別刷り(24ページ)、17年12月31日~18年3月26日=全15段7回、18年1月9日~4月5日=全5段21回、2月10日~5月10日まで連日2段突き出し、いずれもカラー
- 広告活動 —— テレビ、ラジオ、インターネット、ツイッター
- 企画 —— 電通、秋田魁新報社東京支社
- 制作 —— 電通、サキガケ・アド・プレーン
- 扱い —— 電通

- 企画の概要と選定理由  
地域が抱える数多くの課題を共に考えることを狙い、テスト用紙に見立てた新聞広告で問題を出題し、寄せられた解答の発表を別刷り広告特集として発行した。新聞メディアを通して訴えかけたことにより、県内の中学校・高校の教材として利用されたり、有識者が意見を交わす場ができたこと、秋田県全体を巻き込んだ双方向型の取り組みとなった。読者と自治体、企業が共に地域の問題を考える場を提供した広告企画として高く評価された。

奨励賞

新潟・認知症啓発キャンペーン「つなぐ広げる オレンジの輪」

新潟日報社 広告局



- 広告主 —— 常陽会、新潟県労働金庫、KADOKAWAなど協賛26社
- 掲載状況 —— 2017年8月11日、9月30日、10月30日、11月30日、12月31日、18年1月31日、2月19日の7回/二連版全30段、カラー
- 広告活動 —— 大学生との協働(キャラバン・メイト養成研修)、大学生を講師とした小学生向け認知症サポーター養成講座、認知症啓発イベント、インターネット
- 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  
認知症を正しく知ってもらい、本人と介護者を支える地域づくりへの参加を呼び掛けるキャンペーンを展開した。認知症の方々や家族、医療関係者など当事者の声を多角的に伝え、相談窓口や交流会の情報を提供したり、大学生による小学生向けサポーター養成講座を開催するなど、世代を超えた広がりを生み出している。新聞社が中心となり、地域貢献に意欲的なクライアントと共に、地域全体を巻き込む支援体制づくりに取り組んだキャンペーン企画として高く評価された。

