

応募状況・選考経過

応募・推薦状況

2017年6月1日から18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として、広告主企業、広告会社、新聞社に応募・推薦を呼び掛けた。その結果、広告主部門に314品（単独広告主のみ）、新聞社企画部門に66作品（単独企画のみ）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会委員と、コピーライターの坂本和加氏、駒沢大学経営学部市場戦略学科教授の中野香織氏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15、18、19、20日

広告主部門の全作品の中から、各委員がそれぞれ30作品を推薦した。また、新聞社企画部門は各委員がそれぞれ20作品を推薦した。なお、自社作品には投票を認めなかった。

(2) 第2次予備選考会＝6月27、28日

選考に先立って座長に遠藤真也・広告プロモーション部会長（朝日東京）を互選。審査・選考にあたっては、新聞広告賞制定の趣旨を踏まえ、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。

27日は新聞社企画部門の選考を行った。第1次予備選考会の投票結果を踏まえて34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、16作品を選考分科会に上申することを決めた。

28日は広告主部門の選考を行った。第1次予備選考会の投票結果を踏まえて95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、34作品を選考分科会に上申することを決めた。

2. 選考分科会＝7月26日

広告委員会常任委員と一倉宏氏（コピーライター、クリエイティブディレクター）が、予備選考会から上申された候補作品を審査・選考した。牧塾敦司・広告委員会副委員長（毎日東京）が座長を務めた。

新聞社企画部門は、予備選考会から上申された16作品を対象に連記式で投票を行い、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、自社作品には投票を認めなかった。

広告主部門は、34作品を対象に連記式で投票を行い、入賞22作品を選んだ。さらにその中から1作品を新聞広告大賞、5作品を新聞広告賞、16作品を優秀賞の受賞候補に決定した。以上、計32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27日

選考委員会である7月度広告委員会で、選考分科会座長が選考経過について報告した。選考委員会は分科会からの上申作品を受賞候補と決定。9月度新聞協会理事会の承認を得ることとした。

4. 新聞協会理事会＝9月5日

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で発表する。

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

審査講評

新聞は人肌だと思ふ。広告もまた、そのひとつには違いない。

私たちはあらゆるものを人に喩えたり、擬人化して考える癖から逃れられない。好きとか嫌いも、そこから生まれる。私たちが最も引きつけるのは、つまり人間的な魅力なのだろう。客観的で理性的な存在のメディアにおいても、それは同じだ。

新聞広告の全国大会といえる本賞でも、受賞作を紹介するならばやはり、そんな魅力こそ語りたくなる。思えば、新聞というメディアが伝えているのはほとんど「人間がやらかしたこと」なのだ（もちろん、自然や環境によることもあるのだけれど）。広告もまた、そのひとつには違いない。

広告主部門の大賞、パナソニックは、100年の歩みを語った。全60紙にわたる展開は、まさに企業の人柄を表している。旭酒造の訴え、近畿大学のユーモア、コダマの地域愛。サントリーは伝統的に「人間らしく」を重視する。三井不動産は1枚の写真が、郷愁も好感も誘う。その他優秀賞も、それぞれの「らしさ」や「器」が表れている。総じて、人間性を感じるものが、特に新聞広告の最大の魅力ではないだろうか。やはり。

新聞社企画部門にも、それぞれのキャラクターが表れた。持続可能な社会（朝日）。働く女性への応援（北海道）。家族への想い（信濃毎日）。テーマは様々だけれど、人間への信頼という点では、どれも新聞社ならではの力を感じた。秋田魁の「秋田犬」は話題性をうまく活用した。静岡の「防災」は事業化まで踏み込んだアクションが画期的だ。奨励賞の各社も、どれもテーマは人間だと言える。だから難しい。問題も尽きない。それを丁寧に、深く掘り下げてくれていた。

まだ子供が幼かった頃に、聞かれたことがある。「しんぶんは、だれがかいているの」と。そうだ。新聞は、たくさんの人が書いているのだ。たくさんのたくさんの人々に、読まれるために。届けるために。だからこそ、新聞はあたたかい。



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、これがっ」、パナソニック「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。



さかもと わか
坂本 和加氏

コピーライター

1974年生まれ、栃木県出身。商社総合職を経て、現職へ転職。一倉広告制作所を経て2016年より独立し、現在コトリ社主宰。主なコピーに、カルピス「カラダに、ピース。」JR東日本「行くぜ、東北。」、ネーミングに、「WAON イオン」「GOCOCi ワコール」などがある。東京コピーライタースクラブ会員。



なかの かおり
中野 香織氏

駒澤大学経営学部市場戦略学科教授

広告会社を経て、2008年早稲田大学大学院商学研究科博士後期課程単位取得退学。同大学助手、駒澤大学経営学部専任講師、准教授を経て、18年より現職。専門はマーケティング・コミュニケーション論。

新聞広告賞らしさ、とは、なんだろう。

新聞広告の「力」を社会に

数ある広告賞において、この広告賞はどんな賞なんだろう。このたびの審査をお引き受けした際、真っ先に思ったことです。ぼんやりとしていたその輪郭は、数日間の審査を終える頃、明確に感じることができました。それを思っても、とても有意義な審査でした。

新聞広告賞らしさ、それは受賞作そのものでしょう。けれど、その審査過程においてもそれは同じように言えるように思いました。新聞広告賞において日本有数のエントリー数、その審査方法も唯一の広告賞。参加させていただいた一次審査では、必ずしも多数決が絶対ではないことがとても新鮮でした。なぜ、どう、よかったのか。審査員それぞれの意見があり、そこに気づきや議論があり、選考過程でしぜん「新しいものさし」が必要になってくる。そのため、当初推薦していた作品とは違うものが再び選考に浮上したりする。

そこに、日和ることや、迷いはなく。すがすがしい納得感をもって総意が進む。そのしなやかさが心地よく感じられた審査でした。ありがとうございました。

初めて審査に参加し、全応募作品を評価した。これだけ大量の新聞広告を一度に見る機会はなく、改めて新聞広告の「力」を強く実感した。

新聞広告ならではの工夫がなされている作品が特に印象に残った。例えばエプソン販売による「TRUME」のキャンペーンは、雑報広告の小さなスペースをうまく活用し、3か月間、毎日コピーを変えて展開した。「日本経済を切り拓く、あなたの腕を支えたい」といった新聞読者に響くコピーなど、創意工夫が感じられた。

ちなみに今の学生は新聞との接点が非常に少ない。今年、授業でアンケート（学生111人対象）をとったところ、紙の新聞を毎日もしくは週に数回読む学生は24%しかいなかった。一方、ネットニュース（LINEニュースなど）を見ている学生は91%に上る。このように紙の新聞と縁のない学生であっても、工夫された新聞広告に触れれば、その面白さを感じるに違いない。

研究者として、このような新聞広告の「力」をもっと社会に発信していきたいと感じた。

第38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 | 取締役営業本部長兼地域ビジネス局長 | 木原慎二 |
| 毎日新聞東京本社 | 第一営業本部長 | 牧楚敦司 | 産経新聞大阪本社 | メディア営業局長 | 寺本陽介 | 千葉日報社 | 執行役員クロスメディア局長 | 賀本祥彦 | 山陰中央新報社 | 営業局長 | 今若靖男 |
| 読売新聞東京本社 | 取締役広告局長 | 安部順一 | 北海道新聞社 | 取締役営業局長 | 土屋敦司 | 山梨日日新聞社 | 広告局長 | 鈴木敏仁 | 山口新聞社 | 営業局長 | 広瀬誠三 |
| 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 | 徳島新聞社 | 徳島新聞社 | 営業局長 | 滝花圭三 |
| 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 | 石田昌一 | 四国新聞社 | 広告局長 | 寺嶋隆五 |
| 産経新聞東京本社 | メディア営業局長 | 近藤豊和 | デーリー東北新聞社 | 執行役員営業局長 | 広瀬知明 | 中日新聞社 | 広告局長 | 後藤基平 | 愛媛新聞社 | 常務取締役営業局長 | 加藤令史 |
| ジャパンタイムズ | メディア事業局クロスメディア営業部長 | 小野塚倫 | 岩手日報社 | 取締役販売・広告事業担当兼広告事業局長 | 岩渕真幸 | 岐阜新聞社 | 広告局長 | 谷重耕 | 高知新聞社 | 営業局長 | 小松誠昭 |
| 報知新聞社 | 執行役員ビジネス局長 | 白浜浩 | 河北新報社 | 取締役営業局長 | 東海林仁 | 新潟日報社 | 執行役員営業統括本部長兼本部兼広告局長 | 石山真 | 西日本新聞社 | 執行役員広告局長 | 吉村康祐 |
| 日刊工業新聞社 | 執行役員営業担当本社業務局長 | 饒波正紀 | 秋田魁新報社 | 取締役営業局長 | 太田聡 | 北日本新聞社 | 専務取締役営業担当、営業局長 | 駒信雄 | 佐賀新聞社 | 営業局長 | 田中稔 |
| 日刊スポーツ新聞社 | 広告事業局長 | 山田健一 | 山形新聞社 | 取締役広告担当、広告局長 | 大場昭悦 | 北國新聞社 | 営業局長 | 河合英文 | 長崎新聞社 | 常務取締役販売担当兼営業局長 | 徳永英彦 |
| 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 | 広告局長 | 野村辰男 | 福井新聞社 | 常務取締役営業統括本部長兼営業局長 | 山本道隆 | 熊本日日新聞社 | 業務推進局長 | 宮本和明 |
| スポーツニッポン新聞社 | ビジネス開発局長 | 田村紀子 | 福島民友新聞社 | 取締役広告局長 | 二瓶和男 | 伊勢新聞社 | 上席執行役員東京支社長 | 高田豊明 | 大分合同新聞社 | 執行役員マーケティング統括局長 | 伊達英寿 |
| 日本農業新聞 | 広報局長兼広告部長 | 行田元 | 茨城新聞社 | 取締役営業・地域連携・NE担当、営業局長兼デザインセンター長 | 川俊也 | 京都新聞社 | 京都新聞COM営業局長 | 白石真古人 | 宮崎日日新聞社 | 常務取締役広告・事業・メディア担当業務局長 | 和田雅実 |
| 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 | 営業局長兼大阪支社長 | 横堀章男 | 神戸新聞社 | 取締役営業担当営業本部長兼営業局長 | 白谷正典 | 南日本新聞社 | 営業局長 | 小田裕徳 |
| 毎日新聞大阪本社 | 大阪営業本部長 | 小野博宣 | 上毛新聞社 | 役員待遇営業局長 | 萩原俊一 | 奈良新聞社 | 取締役東京支社長 | 齋田勉 | 沖縄タイムス社 | 取締役文化事業・販売担当営業局長 | 比嘉敏幸 |
| 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 | 秋谷明宣 | 山陽新聞社 | 取締役営業局長、読者、販売担当 | 飯谷寛志 | 琉球新報社 | 営業局長 | 新垣順基 |

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 2018

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](#)