

獎勵賞

東奥日報創刊130周年記念・目指せ！健康・長寿「短命県返上！」

東奥日報社 広告局



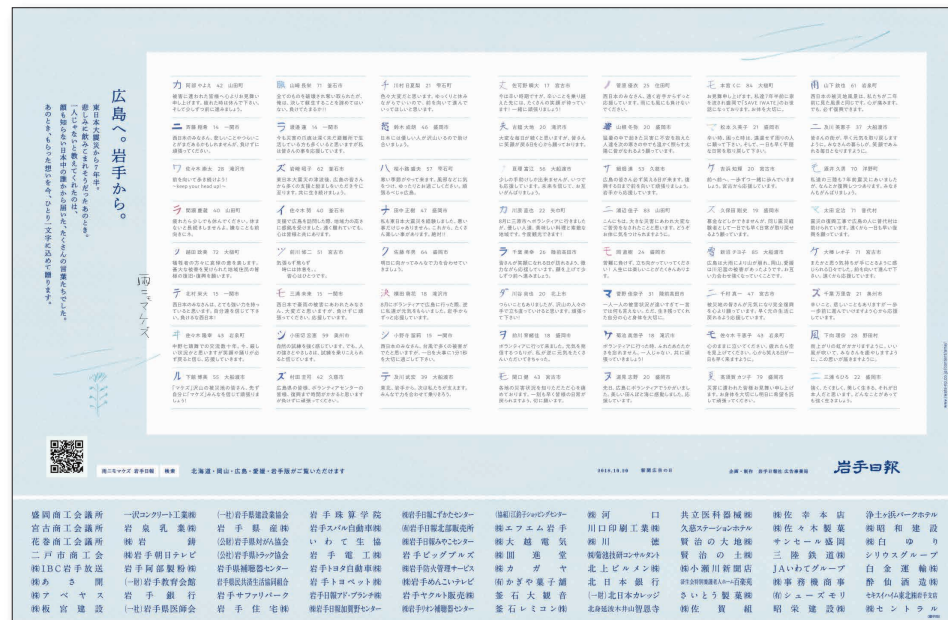
- 広告主 ――― 青森銀行、みちのく銀行、東北電力、日本原燃、
鹿内組など123社
- 掲載状況 ――― 2019年4月26日／朝刊別刷り（16ページ）、カ
ラー
- 広告活動 ――― インターネット、イベント（各自治体、医療関係者、
薬局に配布）
- 企画 ――― 東奥日報社広告局
- 制作 ――― 道映デザインスタジオ

- 企画の概要と選定理由
- 平均寿命が男女とも全国最下位の青森県で、県民の健康な暮らしを推進するキャンペーンを展開した。肥満や大食、塩分の過剰摂取など病気の要因となる習慣をインパクトのある写真で紹介し、地元大学教授の解説を加えて警鐘を鳴らした。知事や県内の全市町村長も登場して生活改善を訴える広告特集は、地域に関わる企業・団体が協賛しており、県民一丸となった取り組みであることが印象付けた。地域の深刻な課題に明るいクリエイティブで向き合った企画として高く評価された。

獎勵賞

岩手県民 298人で紡いだ「雨ニモマケズ」

岩手日報社 広告事業局



- 広告主 ———— 東山堂など161社
●掲載状況 ———— 2018年10月20日／別刷り（4ページ）、カラー
●広告活動 ———— インターネット、SNS、避難所・仮設住宅に配布
●企画 ———— 岩手日報社広告事業局
●制作 ———— 横尾美彩、電通

- ### ●企画の概要と選定理由
- 2018年に発生した北海道胆振東部地震や西日本豪雨の被災者に向け、東日本大震災で多くの支援を受けた岩手からエールを送る企画を展開した。各被災地の地元紙にそれぞれコピーや応援メッセージを切り替えた紙面を折り込み、避難所や仮設住宅にも配布した。岩手の詩人・宮沢賢治の詩「雨ニモマケズ」を引用するとともに、県民298人が寄せたメッセージを掲載した企画は、岩手の企業・団体から多くの協賛を集めた。大災害を経験し復興に向けて歩む地域の新聞社が、被災地への思いを広告に込め、他の地方紙と連携して届けたことが高く評価された。

獎勵賞

夜の避難訓練

福島民報社 東京支社

もしも、あの地震が、 あと6時間ずれていたら。

これは、本日放送予定の、「ラジオを聞きながら自宅で行う」夜の避難訓練「金のナレーション」版編です。避難訓練は、いつもおなじく、地震はいつどこに起きるかわかりません。今日から、夜に備えませんか。

「夜の避難訓練」を実施します。

開演は、20時30分です。

「夜の避難訓練」を実施します。

これは、次の地震に備えるための、ご自宅やラジオを聞きながら行う避難訓練です。

金曜日は、要する状況から、実際に避難するまでを、3ステップで訓練してみましょう。

それでは、家の照明を全て消して、布団に入ってください。もし不安がある場合は、照明を点けたまま、無理のない範囲で行うようにしましょう。

また、震災時の避難で思い出されることが心配な方は、申し返りませんか。この5分間、ラジオをおついでにしてください。お願いします。

それは、「夜の避難訓練」を開始します。

(間)

地震が発生しました。

これは訓練です。これは訓練です。

地震が発生している想定で、照明を消します。ラジオの指示に従い訓練を続けてください。

夜の避難訓練 ステップ1 安全の確保

まず、揺れから身を守る訓練です。

机や机の下に隠す状態です。机や机の下に隠す状態です。

ただし、机の裏の壁が近くにある場合は、たまたまそこから倒れてくたさい。

「夜の避難訓練 ステップ2 家具の移動」

次に、まわりの状況を把握する訓練です。まず灯りを消滅します。

布団から手の届く範囲に、懐中電灯はありますか？

ない場合は、一時的に携帯電話のライト機能を使ってください。灯りが確保できたら、自分の体を照らし、壁や出掛けの位置を確認してください。

また「家具など周囲の人は無事ですか？」

また寝て互いに声掛け合ってください。

つぎに家の状況はどうなっているか、周囲を確認します。

布団から移動する際は、ガスの片と十分注意し、靴やスリッパ、厚手の靴の下などあれば、必ず履きましょう。またヘルメットや帽子、防犯用品などを準備しましょう。

準備ができたら、家具を片付けて、家具全体倒壊する恐れのないかを確認します。

無事の場合、窓の外の状況を確認します。

外退避するべきか、家で待避するべきかを判断します。

夜の避難訓練 ステップ3 外の避難

ここでは、建物の被害が甚大、家の外に避難しなければならない状況と想定し、実際に向かうまでを訓練します。

防災袋、防災用品を所定位置に確保してください。

防災袋は、防犯用品を持ち、玄関先へ移動してください。

間隔は大変危険です。

しっかりと背中を打ち、足元を固くしましょう。

風がきつくと、自分のペースで移動するようにしてください。

(間)

また、玄関でたたきかけられたように、これで、夜の避難訓練は終了です。お疲れ様でした。それでは、照明を点けてお帰ってください。



夜の避難訓練

3/11 20:30 ラジオ福島にてON AIR!

協賛：ケーヨーデイズ 監修：一般社団法人 地域防災支援協会

※画面はradio.jpのホームページに掲載されるものと、実際とは異なります。



- 広告主 ——— ケーヨーデイツー
●掲載状況 ——— 2019年3月11日／全15段、雑報、カラー
●広告活動 ——— ラジオ、インターネット
●企画 ——— 福島民報社東京支社、電通
●制作 ——— 電通
●扱い ——— 電通東日本

- ### ●企画の概要と選定理由
- これまで対策が講じられてこなかった夜に災害が発生した場合の備えについて、地域防災支援協会監修の下、地元ラジオ局と連携して注意を呼び掛けた。自宅で電気を消した暗闇の状況で、ラジオを聞きながら布団の中から玄関まで避難するプログラムを三者で共同開発し、3月11日に新聞広告とラジオ番組で訓練を家庭で体験できるキャンペーンを実施した。いつでもどこでも読むことができる新聞と情報を生放送で伝えるラジオの特性をうまく活用した広告として高く評価された。

獎勵賞

未来の富山キャンペーン THE MESSAGE #今、伝えたい。未来のために。

北日本新聞社 営業局

[illegible]

- 広告主 ——— アイザック、アルビス、キタムラ機械、サクラパック
ス、スギノマシン、立山科学グループ、日本海ガス、
フォー・エヌなど16社
- 掲載状況 ——— 2018年7月2日から12月30日まで17回／全45段、
全30段、全15段、全5段、カラー
- 広告活動 ——— 講演会、インターネット、テレビCM
- 企画 ——— 北日本新聞社
- 制作 ——— 北日本新聞社、ROLE、アイアンオー

- ### ●企画の概要と選定理由
- 終戦から70余年が経過する中、富山市内のほぼ全てが消失した富山大空襲を記録し、戦禍の風化を防ぐため、市民と共に平和について考える機会を紙面で提供した。自身も従軍経験があり、戦争を題材とする作品を数多く手掛ける映画監督オリバー・ストーン氏をはじめとした著名な識者が語るメッセージで展開したキャンペーンは、多数の企業・団体の協賛を得た。市内で開かれた同氏の講演会には県外からも多くの人が参加した。世代を超えた人々が、地域の歴史を見つめ直し未来を考える機会となった企画として高く評価された。

獎勵賞

京都新聞創刊140年記念
「日本人の忘れもの 知恵会議」～次世代へのメッセージ～

京都新聞社 京都新聞COM営業局



- 広告主——石清水八幡宮、裏千家、京セラ、オムロン、ワコー
ルなど98社
- 掲載状況——2019年1月1日から6月27日（継続中）／別刷り、
ラッピング、二連版全30段、全15段、全5段、カ
ラー
- 広告活動——インターネット、SNS（スタートアップ企業と提携、AI
生成の京都の街並み動画配信）
- 企画・制作——京都新聞COM
- 扱い——日商社

- ### ●企画の概要と選定理由
- 元号が変わり新たな時代を迎えるにあたり、地元企業・団体の経営者や文化人、若者たちが、次世代へ継承したい伝統や文化、企業理念などを伝える企画を展開した。技術が進展し続ける中で、「次世代」「未来」などをキーワードに、京都にゆかりのある人々が今後の社会をよりよく生きるためのメッセージを発信した。各界で活躍する人たちの多様な価値観を提示しており、読み応えのある企画として高く評価された。