

新聞広告賞

Fate／Grand Order 5th Anniversary ～under the same sky～

株式会社アニプレックス



東京都 読売新聞

©TYPE-MOON/FGO PROJECT



北海道 北海道新聞



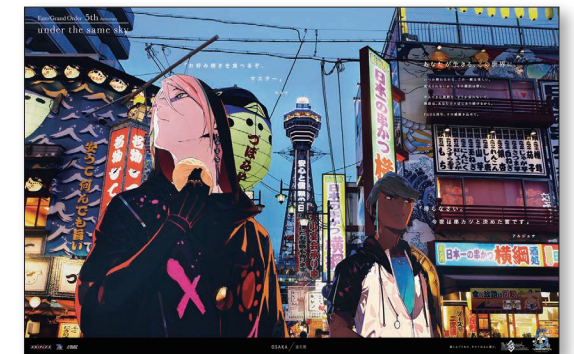
埼玉県 埼玉新聞



東京都 東京新聞



静岡県 静岡新聞



大阪府 朝日新聞・産経新聞（近畿地方）



広島県 中国新聞



福岡県 西日本新聞

●掲載状況——2020年5月4日から7月20日まで、48種類の広告を延べ52紙に掲載／二連版全30段カラー
※掲載一覧（同日の掲載紙の並びは新聞協会会員名簿順）
5月4日
読売、東京、茨城、下野、上毛、埼玉、神奈川、千葉、山梨日日、静岡、信濃毎日
5月25日
中日、岐阜、新潟、北日本、北國、福井
6月3日
西日本、佐賀、長崎、熊本日日、大分合同、宮崎日日、南日本、沖タイ、琉球
6月13日
北海道、東奥、デーリー東北、岩手日報、河北、秋田魁、山形、福島民報
7月6日
山陽、中国、日本海、山陰中央、山口、徳島、四国、愛媛、高知
7月20日
朝日（近畿地方、和歌山県版）、産経（近畿地方、和歌山県版）、中日、京都（京都府内版、滋賀県民版）、神戸、奈良

●広告活動——ホームページ、全国7か所での交通広告（北海道・宮城県・東京都・愛知県・大阪府・広島県・福岡県）

●企画・制作・扱い—FGO PROJECT 5周年記念企画チーム

●企画の概要と選定理由
スマートフォン向けゲーム「Fate/Grand Order」の配信開始5周年を記念し、全国のファンに感謝の気持ちを伝える48種類の広告を延べ52紙に掲載することを決定、2020年5月からキャンペーンを開始した。47都道府県の観光スポットを背景にFGOのキャラクターを登場させた新聞広告は、掲載当日からSNS上で大きな話題になるとともに、掲載紙の購入や観光に関する問い合わせが相次ぐなど、かつてない反響を巻き起こした。新聞広告を起点とした他メディアでの展開で、メッセージの伝達と商品・サービスのPRに成功した事例であり、新聞広告の拡散力の強さとクオリティーの高さを示したものとして高く評価された。

恋人は和解しました。

石屋製菓株式会社

恋人は
和解しました。

北海道銘菓「白い恋人」のISHIYAです。
かつての「面白い恋人」の件では、お騒がせしました。
そんなわたしたちですが、ご縁もありまして
本日、関西初の直営店をオープンいたします。
白い恋人のお取り扱いはありませんが
ここでしか買えない北海道スイーツをご用意して
皆さまのご来店をお待ちしております。

2019年9月20日(金)、大丸心斎橋店 本館にオープン



心斎橋限定
Laugh & Sweets
ゆきどけ
※石屋製菓と吉本興業のコラボ商品です

ISHIYA
SHINSAIBASHI

大阪市中央区心斎橋筋1-7-1 大丸心斎橋店 本館 31F
[営業時間] 10:00~20:30 4970200 8-00A1200-20:28
[TEL] 06-6282-7311(直通)

朝日（大阪）

恋人は
和解しました。

この秋、ISHIYAは大阪へ。
関西初となる直営店をオープンいたします。
かつての「面白い恋人」の件では、お騒がせしました。
そして今、気持ちも新たに行ってきます。
道外へは白い恋人ではなく、新しいお菓子で
北海道の美味しさをもっと広めてゆきたい。
わたしたちISHIYAの挑戦は続きます。

2019年9月20日(金)、大丸心斎橋店 本館にオープン



心斎橋限定
Laugh & Sweets
ゆきどけ
※石屋製菓と吉本興業のコラボ商品です

ISHIYA
SHINSAIBASHI

大阪市中央区心斎橋筋1-7-1 大丸心斎橋店 本館 31F
[営業時間] 10:00~20:30 4970200 8-00A1200-20:28
[TEL] 06-6282-7311(直通)

北海道

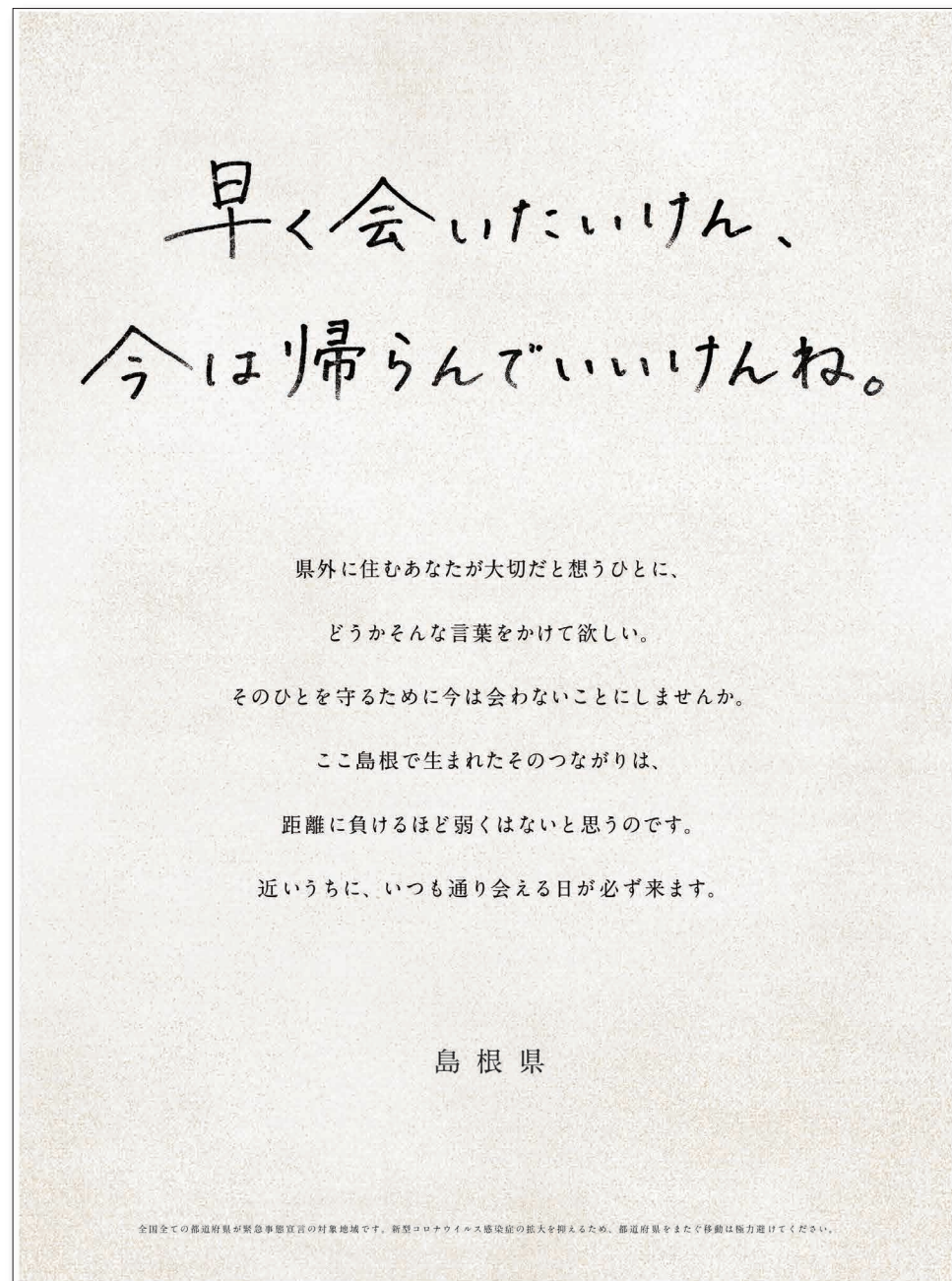
- 掲載状況——2019年9月20日、朝日（大阪）、北海道に掲載／全15段×2、カラー
- 広告活動——吉本興業との合同記者発表（2019年9月11日、大阪市・なんばグランド花月）
- 企画・扱い——電通北海道
- 制作——電通北海道、寺島デザイン制作室、T.C.P
- 制作スタッフ——CD・AD＝増田光記、C＝増田光記、鈴木拓磨、D＝早苗優里、Ph＝寺西ヒトシ

●企画の概要と選定理由
北海道銘菓「白い恋人」の石屋製菓が、関西初の直営店「イシヤ 心斎橋」オープンと吉本興業とのコラボ商品「ラフ&スイーツ ゆきどけ」の発売を新聞広告で告知した。「恋人は和解しました。」をキャッチコピーに、かつて吉本興業が販売した「面白い恋人」をめぐる世間を騒がせたことにも触れるなど、遊び心を込めた企画を展開した。「恋人」「和解」「ゆきどけ」といった言葉が登場するユニークな新聞広告はニュースで取り上げられるとともに、SNSで話題が拡散して売り上げにもつながるなど、新聞広告の面白さや新たな活用法を提示したことが高く評価された。

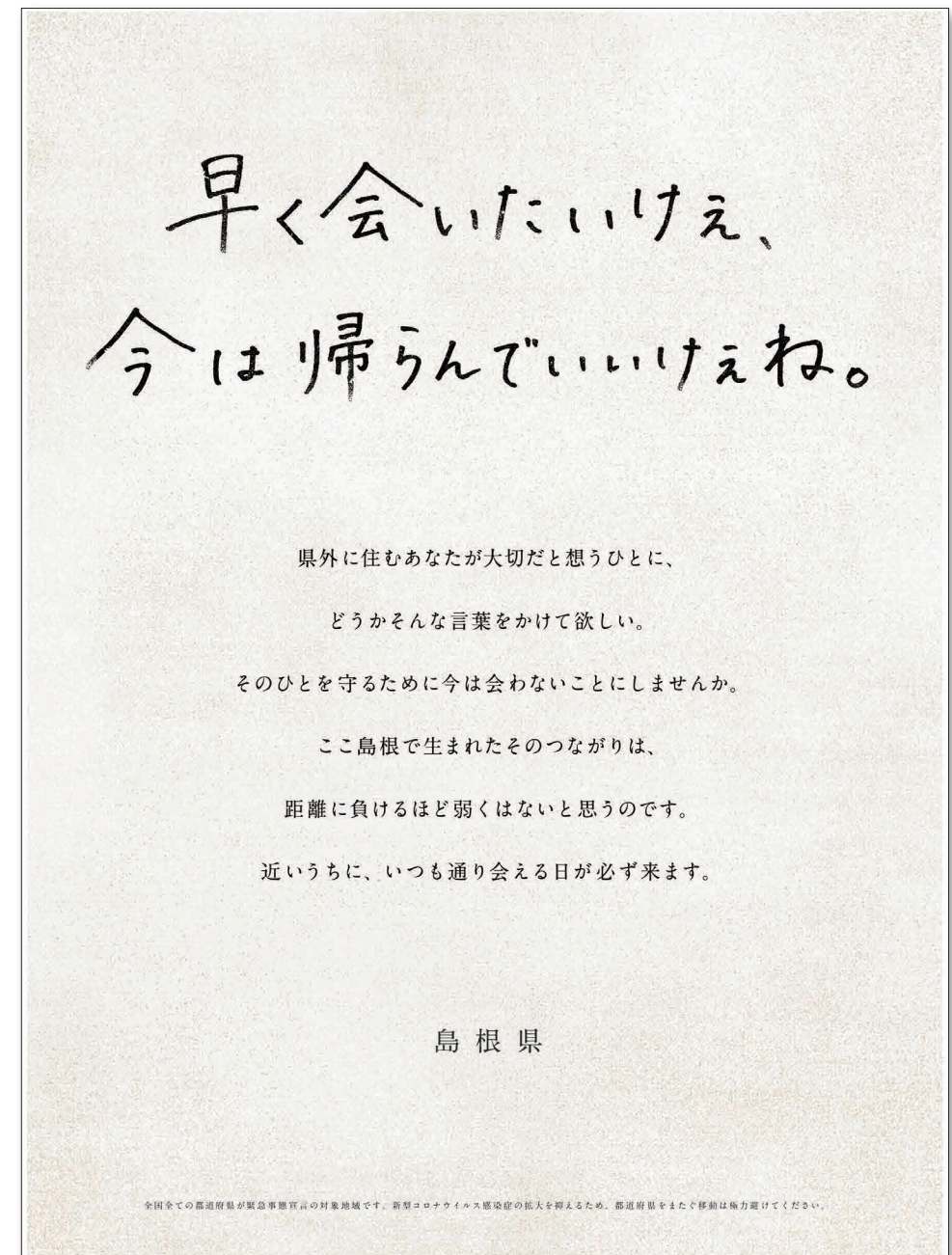
新聞広告賞

早く会いたいけん、今は帰らんでいいけんね。
早く会いたいけえ、今は帰らんでいいけえね。

島根県



山陰中央（出雲版）



山陰中央（石見版）

- 掲載状況——2020年4月29日、山陰中央（出雲版、石見版）に掲載／全15段×2、カラー
- 広告活動——SNS、テレビCM
- 企画——山陰中央新報社
- 制作——エードット島根支社
- 制作スタッフ——Pro＝安部潤、尾添大介、DR＝吉岡辰啓、石原雅人、CD＝飯田捷人、森下夏樹、AD＝飯田捷人、C＝森下夏樹、I＝志村彩香

●企画の概要と選定理由
新型コロナウイルスの感染拡大を受け、5月の大型連休を前に、島根県への帰省自粛を促すメッセージを2種類の方言で、二つの地域ごとに広告を切り替えて伝えた。「早く会いたいからこそ、今は会わない」という県民の思いを、便せんに見立てた背景に手書きの文字で表現することによって、県外に大切な人がいる地元読者の共感を得るとともに、ネット上でも大きな反響を呼んだ。多くの自治体が帰省自粛を呼び掛ける中、方言を用いた温かみのある新聞広告での協力要請は、自治体広報の成功事例として高く評価された。

新聞広告賞

わたしは、私。2020

株式会社そごう・西武

大逆転は、起こりうる。

わたしは、その言葉を信じない。

どうせ奇跡なんて起こらない。

それでも人々は無責任に言うだろう。

小さな者でも大きな相手に立ち向かえ。

誰とも違う発想や工夫を駆使して闘え。

今こそ自分を貫くときだ。

しかし、そんな考え方は馬鹿げている。

勝ち目のない勝負はあきらめるのが賢明だ。

わたしはただ、為す術もなく押し込まれる。

土俵際、もはや絶体絶命。

ここまで読んでくださったあなたへ。
文章を下から上へ、一行ずつ読んでみてください。
逆転劇が始まります。

幕内最軽量の力士
炎鵬

さ、ひっくり返そう。

わたしは、私。

SEIBU 西武

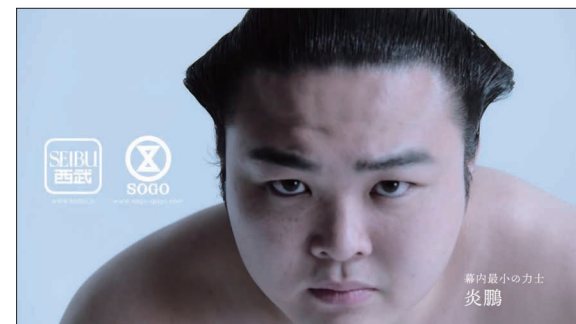
SOGO

www.seibu.jp

www.sogo-gogo.com

炎鵬の逆転劇 スペシャルムービーはこちら。
西武・そごう わたしは、私。 検索

動画（ウェブ、デジタルサイネージ等）



- 掲載状況——2020年1月1日、朝日、日経、秋田魁、北國、福井、中国に掲載／全15段カラー
- 広告活動——ウェブ動画、15店舗全店でのポスター掲示・デジタルサイネージ配信、屋外広告（池袋、渋谷、横浜）
- 企画——フロンテッジ
- 制作——フロンテッジ、オー・サンクス、太陽企画（動画）
- 扱い——電通
- 制作スタッフ——エグゼクティブCD＝田中英生、エグゼクティブCD・C＝島田浩太郎、シニアCD・C＝上島史朗、AD＝加納彰、岡田邦栄、C＝山際良子、D＝遠藤芳紀、PL＝宗政朝子、Pro＝松井徹、堤麻理子（動画）、AE＝河西きよら、Ph＝正田真弘、DR＝喜田葉大（動画）

●企画の概要と選定理由
百貨店業界を取り巻く経営環境が厳しさを増す中、元日の新聞に現場で働く社員を勇気づけ、企業姿勢を示す広告を掲載した。11行のネガティブなコピーを下から読むと意味が全く逆のポジティブなコピーとなる仕掛けで、逆境を跳ね返すという覚悟を表現した。モデルには幕内最軽量ながら真っ向勝負を挑む炎鵬関を起用し、「さ、ひっくり返そう。」というキャッチコピーに重ね合わせた。令和初の新年を迎え、じっくり読ませるメッセージで企業の心構えを表現した広告は、SNSやネットニュースで拡散し、大きな反響を呼ぶなど、新聞媒体の特性を生かし他メディアでの展開を実現したものと高く評価された。

新聞広告賞

「君の名は。」 地上波放送告知 瀧と三葉が出会う新聞広告

株式会社テレビ朝日



表面



裏面

●掲載状況 — 2019年6月30日、朝日に掲載／全15段×2（表裏）、雑報、カラー

●企画 — 電通、東宝、コミックス・ウェーブ・フィルム

●制作 — 電通、たぎ工房

●扱い — 電通

●制作スタッフ — エグゼクティブPro＝赤津一彦、Pro＝佐野敬信、伊東仁、萱沼崇英、水頭洋太、西岡佐知子、高橋宜嗣、落合千春、弭間友子、岩橋康平、丸山朋子、増原香絵、CD・PL・C＝有元沙矢香、AD・PL＝川腰和徳、上田美緒、PL＝宮地成太郎、D＝蒔田のどか、小林香奈、グラフィックPro＝遠藤聖也、メディアPL＝高木智広、永谷真美、クリエイティブPro＝杉田澄名

●企画の概要と選定理由

大ヒットしたアニメーション映画「君の名は。」の地上波放送を、当日の新聞広告で告知した。主人公の二人を新聞の表面と裏面に配置し、紙面を光にかざすことで二人が出会うという、物語の重要なシーンを再現できる構造にした。人気映画の名シーンを新聞の表裏を透かして表現するクリエイティブは、読者やファンに驚きと感動を与えとともに、SNSでも広く拡散するなど、紙媒体の特性を生かした新たな表現手法として高く評価された。

