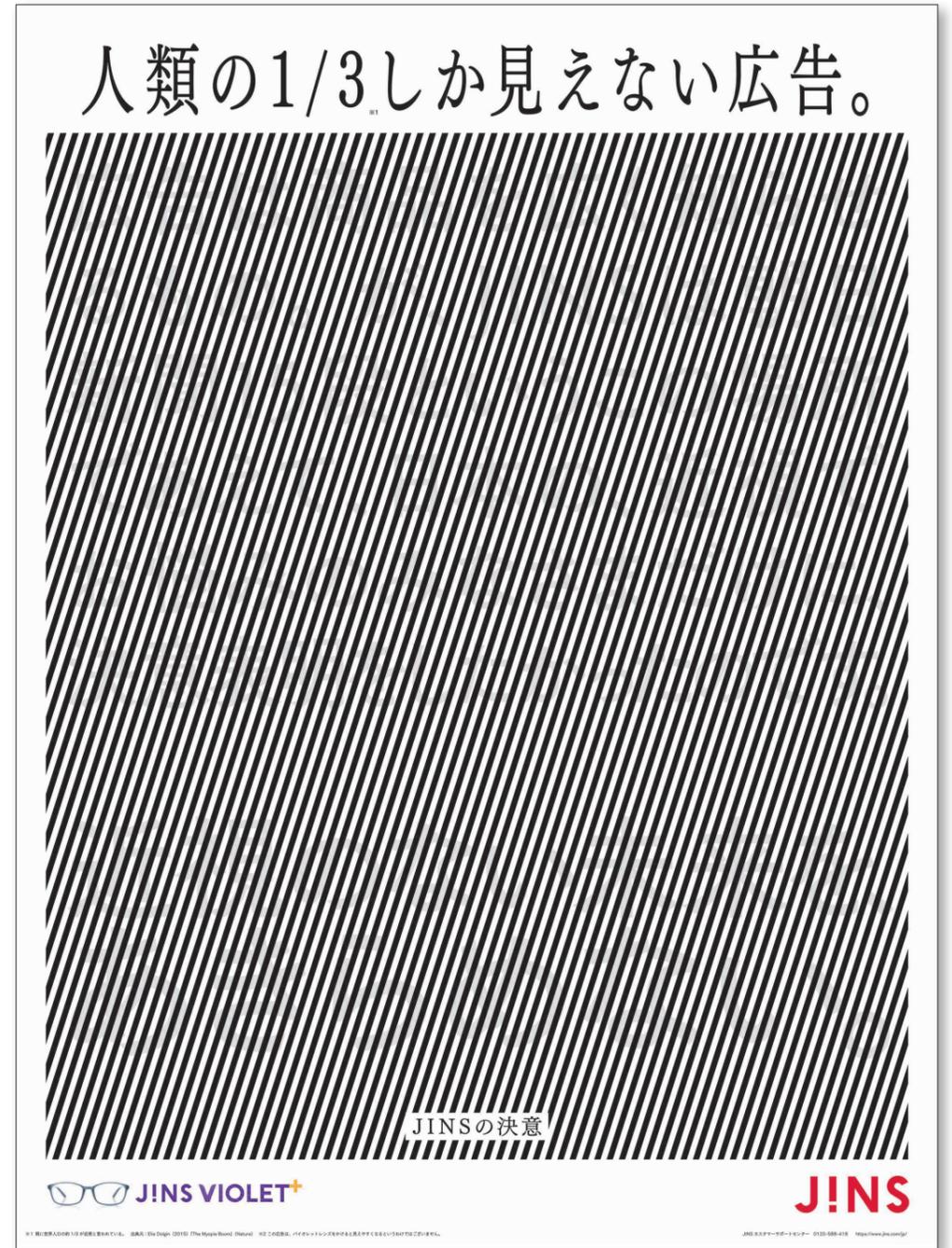
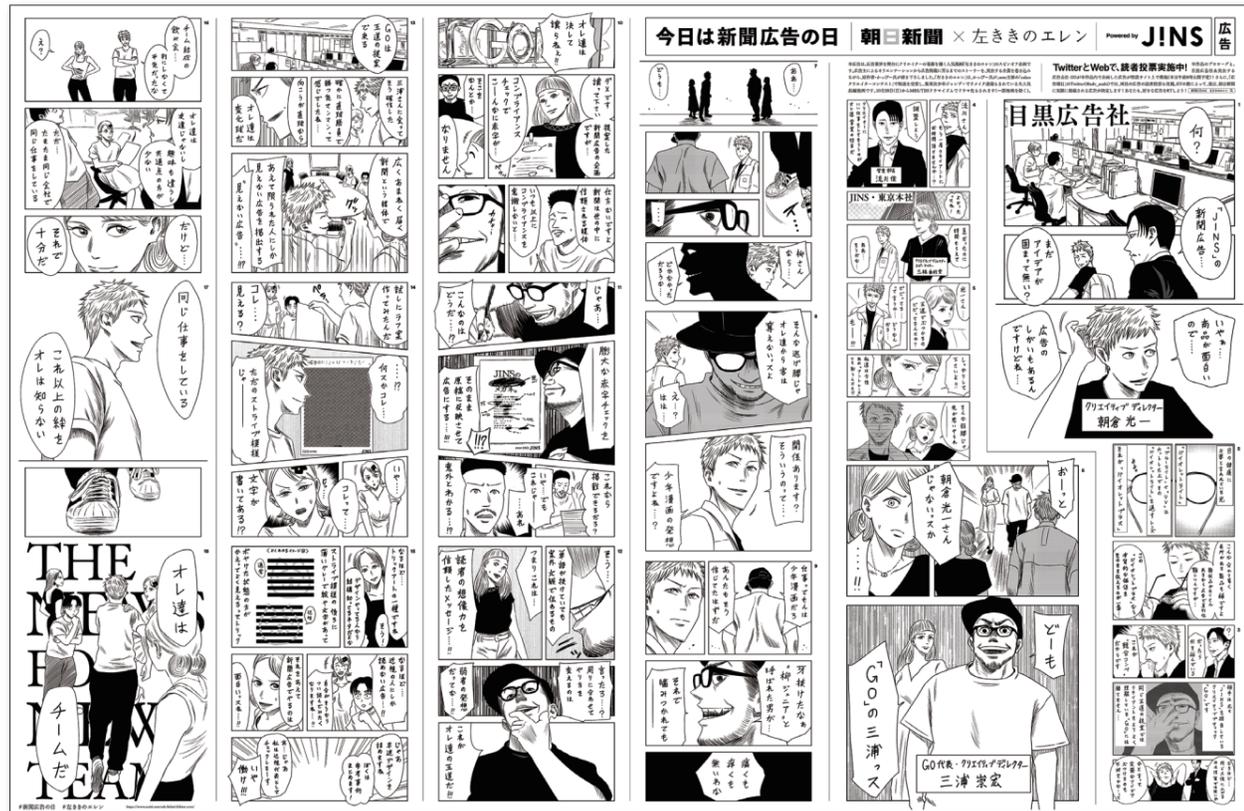


「新聞社企画・マーケティング部門」

# 新聞広告賞

## 新聞広告の日プロジェクト 朝日新聞社×左ききのエレン Powered by JINS

朝日新聞東京本社 メディアビジネス局



- 広告主 —— ジンズ
- 掲載状況 —— 2019年10月20日、11月21日／二連版全30段、全15段、モノクロ・カラー
- 広告活動 —— コンテンツ配信サイト「cakes」、朝日新聞デジタルの特設サイト
- 企画 —— The Breakthrough Company GO、朝日新聞社メディアビジネス局
- 制作 —— The Breakthrough Company GO、BASE、米、AID-DCC、unshift、かっぴー
- 扱い —— 電通

●企画の概要と選定理由  
 10月20日の「新聞広告の日」に合わせ、広告業界を舞台にクリエイターの葛藤を描く漫画「左ききのエレン」のスピノフ企画を新聞広告で展開した。広告主によるオリエンテーションから新聞広告の掲載に至るストーリーを、実在する企業と広告会社を登場させながら作者のかっぴー氏が書き下ろし、話題化を図った。新聞広告掲載の漫画に登場する競合コンペの結果は、ツイッターや特設サイトからの読者投票で決め、決定したクリエイティブを実際に紙面で掲載するという読者参加型の仕掛けも設定した。漫画の世界観と広告主のニーズを巧みに組み合わせ、ターゲットをうまく捉えた広告企画として高く評価された。

新聞広告賞

NIKKEI全国社歌コンテスト

日本経済新聞社 メディアビジネス

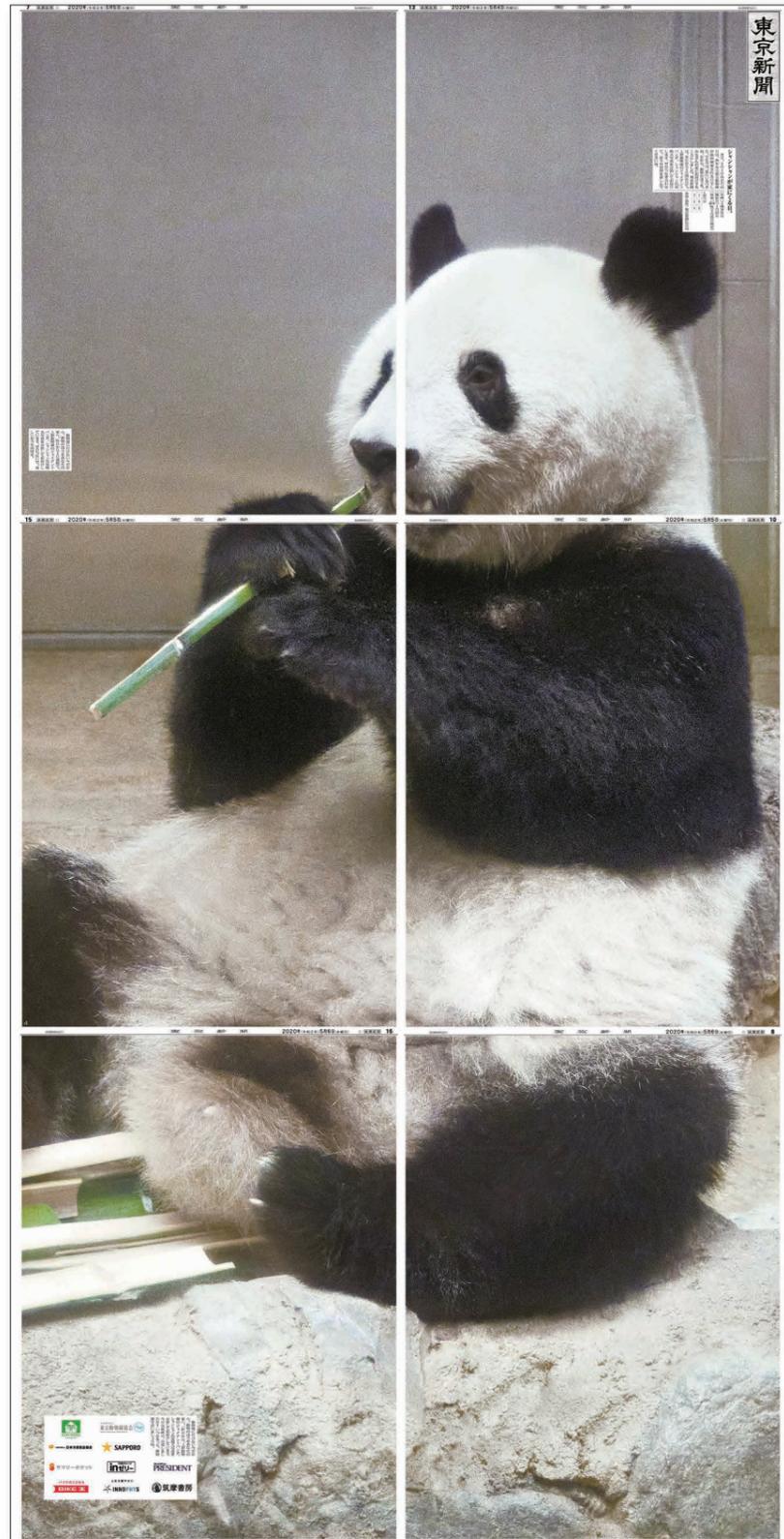
- 広告主 —— JOYSOUND (エクシング)、エブソндаイレクト、Origami ほか
- 掲載状況 —— 2019年9月13日、9月25日、10月10日、11月15日、12月27日 / 全60段、全30段、全15段、カラー
- 広告活動 —— 公式サイト、SNS、コンテスト表彰式
- 企画・制作 —— 日本経済新聞社、電通

● 企画の概要と選定理由  
 社内の一体感やモチベーションを高める手法として、導入企業が増えている社歌に注目し、日本一を決める読者参加型のコンテストを企画した。動画配信サイト・ユーチューブを活用して174社から社歌動画を募り、新聞広告と自社アプリ「日経AR」を連携させることで、読者が各企業の社歌を視聴することを可能とした。一般投票総数は38万票に達し、コンテストの盛り上がりはニュース番組でも取り上げられたほか、上位に入賞した社歌の通信カラオケによる配信を実現した。新聞広告とネットを連携させた立体的な展開で、古いイメージを持たれがちな社歌という企業文化に光を当てた企画力が高く評価された。

新聞広告賞

シャンシャンが家にくる日

東京新聞 広告局



- 広告主——サッポロビール、サマリー、森永製菓、プレジデント社、バイク王&カンパニー、イノフィス、筑摩書房
- 掲載状況——2020年5月4日、5月5日、5月6日/全15段、雑報、カラー
- 広告活動——インターネット
- 企画・制作——東京新聞広告局、電通
- 扱い——電通

●企画の概要と選定理由  
 新型コロナウイルスの感染拡大防止のため外出自粛が続いた首都圏で、上野動物園（東京都台東区）のパンダ「シャンシャン」の等身大の姿を新聞広告で届けた。大型連休中、例年であれば都立動物園が無料開園されるみどりの日から3日間連続で、15段6ページのボリュームで展開し、外出ができない読者に元気と癒しを提供した。セット販売した紙面の購入希望が相次ぎ、シャンシャン掲載紙面の写真がSNSにアップされるなど、時機を捉えた広告企画は大きな反響を呼んだ。新聞の大きさや保存性といった媒体特性を生かした企画力が高く評価された。

新聞広告賞

「WE'REガタ店サポーター」企画

新潟日報社 広告局

**「必ず行くからね」飲食店を県民みんなで応援しよう!**

県民の皆さまへ！  
**飲食店支援 クラウドファンディング**

本日10:00 START! 6.19から実施中

参加店690店舗

WE'RE Gata Store Supporters

**いいがた結ぶプロジェクト**

新型ウイルスに負けない!!  
飲食店を応援する「パートナー事業」を募集します!

支援事業に取り組んでいる、これから取り組もうと思っている皆さん、ぜひエントリーしてください!  
大変な今だからこそ、県民皆で力を合わせ、新潟のお店を応援しましょう!

6.19から実施中

「いいがた結ぶプロジェクト」始まります。

対象	飲食店・商店街団体等	宿泊施設	文化・スポーツ団体等
◆ 事業者募集	令和2年 5月1日(金)～5月20日(水)	◆ 事業者募集	令和2年 5月15日(金)～5月22日(水)
◆ クラウドファンディング期間	令和2年 5月27日(水)～6月19日(日)	◆ クラウドファンディング期間	令和2年 6月5日(金)～6月30日(水)
◆ 問い合わせ先	WE'RE Gata Store サポータープロジェクト 実行委員会事務局	◆ 問い合わせ先	文化・スポーツ団体等 実行委員会事務局

クラウドファンディング活用による支援 「いいがた、いっしょ」を活用し、飲食店、宿泊施設、文化・スポーツ団体等、県民の皆さまの応援を「結ぶ」ります。

6月5日(金)から寄付型支援申し込みスタート! 支援申請締切 6月30日(水)

飲食店支援

支援は2通り

A チケット購入型支援  
B 寄付型支援

**いいがた結ぶプロジェクト**

飲食店をみんなで支援しよう!

クラウドファンディング 「WE'RE Gata Store サポーター」プロジェクト

支援は2通り

A チケット購入型支援 (来店しなくてもOK)

B 寄付型支援 (来店しなくてもOK)

スケジュール

5/19 5/27 6/5 6/19 6/30

- 広告主 —— アサヒビール、キリンビール、サッポロビール、サントリー、新潟県酒造組合、新潟県酒類販売、新潟酒販、日本ミシュランタイヤほか
- 掲載状況 —— 2020年5月14日、5月15日、5月16日、5月27日、5月30日、5月31日/全15段、全5段、カラー・モノクロ
- 広告活動 —— テレビ、ラジオ、地域情報ウェブサイト
- 企画 —— 新潟日報社広告局
- 制作 —— セッサ
- 企画の概要と選定理由 —— 新型コロナウイルス感染拡大で苦境に立たされた新潟県内の飲食店を支援するため、新聞社が主導して官民一体のクラウドファンディング(CF)事業を展開した。新潟県や新潟市、新潟商工会議所などと実行委員会を組織し、協賛企業・団体を募集。自社のCFシステムを活用して広く県民からの支援を募った。新聞広告を軸にして活動をPRすることで、テレビやラジオで取り上げられるとともにSNSでも拡散されるなど、短期間で多くの県民に認知され、参加店舗の拡大や支援者の獲得を実現した。新聞社の広告企画が地域連携の起点となり、喫緊の課題に対する全県挙げての支援事業を成功させたことが高く評価された。

新聞広告賞

桃太郎外伝 鬼詣 岡山見聞録

山陽新聞社 営業局

140周年

# 急募！桃太郎

桃太郎伝説の地、ここ岡山。  
独自調査によると、その昔、桃太郎は二度と鬼が現れないように、現在の岡山県内各地に鬼の魂を小さく分けて封印したらしいのですが、2019年、夏。分けられた鬼の魂たちは長い年月を掛け、県内各地の地方を吸い取り個性豊かな変態をとり、現代に蘇ってしまいました。つきましては、桃太郎の意志を受け継いで、岡山各地に復活した鬼たちを封印してくれる方々を大募集いたします。

【年齢・経験】 不問  
【報酬】 岡山お宝  
【資格】 スマホを保有していて、鬼封印に前向きな方  
【稼働地】 岡山県内＆全国  
【案件】 専用アプリのダウンロード

桃太郎外伝 鬼詣

完全無料！ポイント集めると岡山お宝と交換！

桃太郎外伝 鬼詣

山陽新聞社 岡山営業局

ONI-MODE OKAYAMA

## 岡山県内27市町村

「鬼詣」キャラクター紹介

備前地域

岡山県民共済生活協同組合

ずっと、この美しい岡山とともに。

岡山県民共済

山陽新聞社

ONI-MODE OKAYAMA

## 備前地域

岡山県民共済生活協同組合

倉敷から世界へ。

50th Anniversary

KS GROUP

KIRIKAWA

axia

kerit

山陽新聞社

ONI-MODE OKAYAMA

## 美作地域

山陽新聞社

結の香 YUNOKA

山陽新聞社



桃太郎外伝 鬼詣

ダウンロードして  
きびだんごGET!



- 広告主 —— 岡山県、岡山県27市町村、JR西日本、JAグループ岡山、岡山木屋屋、廣榮堂、平林金属、山田養蜂場、池田動物園、餘慶寺、うらじや振興会、吉備津神社、西大寺観音院、最上稲荷、徳永こいのぼり、由加神社
- 掲載状況 —— 2019年7月17日から継続中/特集(8ページ)、全15段、全5段、雑報、カラー
- 広告活動 —— テレビCM(地元4局計74本)、ツイッターでのプロモツイート、ユーチューブのインストリーム広告、岡山駅構内デジタルサイネージ、岡山マラソンブースや岡山トヨタ自動車イベントのブース出展
- 企画 —— 山陽新聞社
- 制作 —— トンテンシ、ルート・アンド・アソシエイツ

● 企画の概要と選定理由

2018年の西日本豪雨で深刻な打撃を受けた岡山県内の観光事業者を支援するため、位置情報ゲームアプリを活用したPR事業を企画、展開した。ユーザーはアプリ上で岡山ゆかりの桃太郎に扮し、地元の特産品をモチーフとした鬼や、県内観光地に現れる鬼を退治し、きびだんごのポイントを集めると、特産品や観光地の入場券などを獲得できる。新聞広告を起点にテレビやSNSなどで県内外にPRすることで大きな反響を呼び、アプリは公開から2週間ほどで1万ダウンロードを突破した。県内全27市町村と連携し、災害からの復興と地域の活性化に寄与した画期的な取り組みとして高く評価された。