

**合格御守 たくさんの栄養と「がんばれ」をこめて**

味の素株式会社

本気を出し切る!  
「ほんだし」おにぎり  
温かいご飯に「ほんだし」を混ぜただけで想像以上のおいしさに。  
粘れば点数も伸びる!  
納豆トースト  
納豆とチーズの粘りで伸びを楽しんで! 勝者になるぞ!  
栄養満点 Winner ポトフ  
たっぷり野菜とウィンナーで、体もやる気もしっかり温めよう。  
試験に勝つ!  
カツサンド  
「味の素 EX コンソメ」で炒めたキャベツがカツとの相性抜群。  
サクラサク 合格!豚バラ大根  
型抜きした野菜で見た目も栄養も満点に。  
ホットひと息  
ホットきなこミルク  
疲れたやさしい甘さでひと休み。ホットできる時間を大切に。  
合格をとに行!  
鶏肉とかぶのシチュー  
野菜もたっぷり食べて勝利を手中(シチュー)に!  
他を抜くぞ!  
たぬきうどん  
腹この時は、焼いた餅をのせてプラスちからうどんに。  
受験に勝つぞ!  
かつおの角煮  
「勝つ魚」にはDHAもたっぷり! 白いご飯にびったりの味。  
キミの未来に幸あれ  
だし炊きたこ飯  
「ほんだし」としょうがでおかわり必至のおいしさ。  
戦意アップ!  
繊維たっぷり根菜スープ  
たっぷりの食物繊維で戦意をアップしよう!  
やる気アゲアゲ  
揚げ出し豆腐  
おいしいだしでご飯が進む! 気分も实力もアゲていこう!  
受験を乗り越える!  
海苔パスタ  
「ほんだし」とバターでシンプルかつ鉄板のおいしさ。  
結果に結びつく  
ウインナーおむすび  
Winner(勝者)でボリューム満点のおむすびはいかが。  
積み重ねこそ大事  
豆乳重ね鍋  
学力も、白菜と豚肉も、積み重ねの効果はあなどれない。  
がんばるキミは最強!  
西京漬け豚ロースのグリル  
白いそだれに漬けて保存しておけば、食べたい日に焼くだけOK。  
合格!の五角形  
オクラのみそ汁  
オクラでネバーダブアップ。ラストスパートを粘りきろう。  
結果につながる!  
ツナたまチャーハン  
ツナ缶と「丸葱がらスープ」でチャーハンの味が決まる!  
点をとります  
やわらかとり天  
テストに向けてさくと「点とり」の「とり天」! お弁当にも。  
出世魚で成績アップ!  
ぶりの照り焼き  
DHA豊富なお魚は受験生の強い味方! ぶり大根もおすすめ。  
マメにがんばる!ツナと豆の  
コーンスープがけごはん  
「クノール® カップスープ」で夜食にも良いリセット風。  
勉強は進んでいるかな? 睡眠時間は足りてる? 疲れもたまってないかな?  
気になるものの、いろいろ言ってプレッシャーをかけたくない。  
受験のラストスパート期は、受験生の精神面にとっても大変な時期かもしれません。  
子どものがんばりに親として応えるならば、  
あなたがつくる料理に勝るものはない味の素(株)は思います。  
栄養のバランスやその日の体調を考えて、  
ゲンを担いだその料理はきっと受験生の力になる。  
栄養満点の料理こそ、確実に届けられる応援。味の素(株)がお手伝いします。  
栄養満点の御守  
たくさんの栄養に  
がんばれ!を込めて。

●掲載状況——2023年1月30日、毎日新聞(東京)夕刊に掲載、2月2日、読売新聞(東京)夕刊に掲載、2月3日、朝日新聞(東京)夕刊に掲載。(二連版合計22版)、十二

●広告活動——OOH掲出（東京メトロ表参道駅）、OOHと連動したタイマー（電車）、マイク（バス）（日本語）、lastman

◎企画・扱い——電通

●制作——たきコーポレーション、トーン・アップ、電通クリエイティブキューブ

●制作スタッフ——CD=玉山貴康、AD=林耕平、沼澤祐治、太田久美

子、C=石橋涼子、佐藤日登美、D=唐鎌大也、馬木大輔、坂巻友理、内藤薰、Ph=村井真哉、レタッチ=木村修、CRD=八杉貞治、製版=菱輪義行、CPR=渋谷由美子、BP=伊藤真一、小野瀬麻斗

#### ◎企画の概要と選定理由

受験シーズンの到来に合わせ、受験生とその家族を栄養たっぷりの食事で応援する新聞広告を掲載した。お守りをモチーフにした色鮮やかな料理の写真と縁起を担いだメニューを21種類並べ、二次元コードで自社商品を取り入れたレシピを紹介するサイトに誘導した。地下鉄の駅構内に掲出した特大ポスターにレシピ入りの「合格御守」を貼り付け、自由に持ち帰れるようにしたプロモーションは、複数のテレビ番組で取り上げられた。受験生を応援する料理がランダムに表示される仕掛けもSNSで展開し、大きな話題を呼んだ。新聞広告を起点に他媒体を組み合わせ、ブランドイメージや商品の認知度を高めた活動として高く評価された。

## 新聞廣告賞

## 別府から佐伯いこうキャンペーン

一般社団法人佐伯市観光協会



2022年8月26日付 大分合同新聞



8月27日付 西日本新聞

●掲載状況——2022年8月26日、大分合同新聞に掲載、8月27日、西日本新聞に掲載／全15段、カラー

●広告活動——体験型プロモーション「寿司ネタリウム」

●企画・扱い——九州博報堂

●制作——PISTON

●制作スタッフ——CD=岡本和久、AD=音丸雄、C=岡本和久、小川温輝、D=松元博孝、Ph=知識たかし、PR=丸山敦子、AE=原崇紀、東田晋伍

●企画の概要と選定理由

830万人に対し130万人——。大分県別府市に比べると年間観光客数が少ない佐伯市への来訪を呼び掛ける新聞廣告を掲載した。県内一の漁獲量を誇る佐伯市の寿司職人が防波堤に腰掛け、「いつも別府ばかりなんだから。」とふてくされ嫉妬したビジュアルはSNSで好意的な反応が多く寄せられ、テレビやラジオの番組でも紹介された。別府市の宿泊者が佐伯市で使える食事券のプレゼント企画が1か月前倒しで終了するなど、大きな反響を呼んだ。シンプルでありながら印象的なクリエイティブで観光客の注目を集めた企画として高く評価された。

## 新聞廣告賞

世界を敵にまわして、生き残ったヤツはいない。

株式会社宝島社



●掲載状況——2022年10月24日、朝日新聞、読売新聞に掲載 / 二連版全30段、カラー

●企画——宝島社、ADKクリエイティブ・ワン

●制作——副田デザイン制作所

●扱い——ADKマーケティング・ソリューションズ

●制作スタッフ——CD=能丸裕幸、三井明子、AD=副田高行、C=三井明子、D=綿田美涼、AE=三角啓一郎、CPR=林美将

●企画の概要と選定理由

世界で相次ぐ悲惨な争いの早期終結と平和への切なる願いを込め、軍縮週間の初日で「国連の日」に当たる10月24日に見開き広告を掲載した。澄み切った青空と広大な黄色い麦畑というウクライナ国旗を連想させる風景にシンプルなコピーを重ね、反戦を訴えた。「世界も試されている。」というメッセージを入れ、国際情勢を自らの問題として考えるよう促したクリエーティブは多数のメディアで記事化され、SNSを通じて世界中に拡散された。新聞広告の持つ訴求力を生かし、社会問題への企業姿勢を継続的に発信する取り組みとして高く評価された。

#タナカヒロカズを探しています 尋ね人広告

一般社団法人田中宏和の会

# 尋ね人

## 至急参集セヨ

タナカヒロカズ運動全国大会2022  
タナカ(十月二十九日イザ決行)  
ヒロカズ(同姓同名ヨ集エ)  
タナカ(仲間ガ会イタガツテイル)  
ヒロカズ(東京・渋谷ニ結集ヲ)  
タナカ(世界一ニナリタクナイ)  
ヒロカズ(カ?今ナラ間ニ合ウ)  
タナカ(旧姓ガ田中ナラ良シ)  
ヒロカズ(第一ニエントリー乞ウ)  
タナカ(我ラギネスニ挑戦ス)  
ヒロカズ(我ラギネスニ挑戦ス)

#タナカヒロカズを探しています

9面ニ詳細アリ見ヨ

一般社団法人 田中宏和の会

東京・渋谷で 同姓同名の最大の集い  
ギネス世界記録<sup>®</sup>に挑戦します。

東京・渋谷で 同姓同名の最力の  
ギネス世界記録<sup>®</sup>に挑戦します。

# タナカヒロカズ運動全国大会

この日、164人以上のタナカヒロカズさんが集まれば、公式認定員により、世界一となります

田中宏和が、1994年のプロ野球ドラフト会議の「近鉄バファローズ第1位指名田中宏和」ではじめた勘違いから活動開始で、今年28年目を迎えるタナカヒロカズ運動。現在、180人以上のタナカヒロカズの会となっていますが、田中宏和さんにはじまり、今年から漢字は違う田中尋和さん、田中浩一さん、田中弘和さん、田中弘一さん、田中寛和さんと続々とタナカヒロカズさんとお会いしています。もちろん、当日はその「ピッチャーハウス」もご来場。北は北海道のタナカヒロカズさん、南は沖縄のタナカヒロカズさん、3歳のタナカヒロカズさんから88歳のタナカヒロカズさんが参加予定。過去2回の挑戦を経てついに3度目の正直の世界一が見えてきました。もちろん産まれてすぐのタナカさんの家のヒロカズくんも、お父さんお母さんに抱こられて、その場に集まることができたら世界一認定です。産まれて間もなくギネス世界記録保持者っていいですね。某国立大学医学部産婦人科の「ドクターのタナカヒロカズさん」が会場におられるので安心です。婿養子に入られた、過去にタナカヒロカズさんだつたヒロカズさんも記録認定資格有ります。あと二十人ほどのタナカヒロカズさんのイベント参加でついに記録を達成できそうです。タナカヒロカズさん、ぜひ一緒に世界一になりましょう。お知り合いのタナカヒロカズさんにぜひともお知らせください。人はちょうど同じで仲良くなれる。タナカヒロカズ運動は、社会実験型の平和活動です。PEACE by the SAME. 遠方からご参加のタナカヒロカズさんには交通費補助があります。

尋人

## #タナカヒロカズを探しています



詳細と、  
エントリーは  
←こちらから

一般社団法人 田中宏和の会 本件に関する問い合わせ先 : info@tanakahirokazu.com

## #指導ですか暴力ですか

公益財団法人日本バレー ボール協会



## それって、指導ですか？ 暴力ですか？

あきらかな暴力ではないけれど、健全とは言えない、疑問に思える指導があります。それが暴力へ向かうことを、防ぐために。みんなで話をしたいと、日本バレー ボール協会は考えました。  
視点の数だけ、気づきが生まれ、よりよい指導が見つかるはず。#指導ですか暴力ですかで投稿されたあなたの体験や意見から、未来への会話が広がっていきます。



●掲載状況——2023年3月25日、日本経済新聞に掲載 / 全15段、カラー

●広告活動——ウェブサイト、X(旧Twitter)

●企画・扱い——電通

●制作——たきコーポレーション、トーン・アップ、マテリアル、電通クリエイティブフォース

●制作スタッフ——CD=橋本卓郎、AD=山口さくら、C=高階壮秀、D=長田昂大、隈井美歩、Pro=井ノ本宙、コミュニケーションプランナー=前田星平、CPR=大聖アシ、統括 Pro・PL=富山成貴、BP=藤村瞳、崔創喜、製版=子田純一、PRプランナー=島田雄輔、岩本彩貴、山脇壮平

## ●企画の概要と選定理由

バレー ボール指導の現場において、暴力・暴言・ハラスメントなど行き過ぎた指導が問題となっている状況を踏まえ、暴力の未然防止に向けた啓発メッセージを新聞広告に掲載した。同じ事象でも指導をする側と受ける側では考え方や感じ方が異なることを、上下逆さまのクリエイティブで表現した。特設サイトを開設し、「#指導ですか暴力ですか」のハッシュタグを付けてSNS上で暴力撲滅に関する議論を喚起すると、相談窓口には暴力に苦しむ選手や指導に悩む指導者から、前年を大きく上回る数の問い合わせが寄せられた。新聞広告の特性を生かした斬新な手法により、るべき指導についての議論を広げた活動として高く評価された。