

新聞広告賞

フェムケアプロジェクト 2024-2025
国際男性デー「ぼくたちはどう生きるか」
国際女性デー「半径5mの世界を変える！」

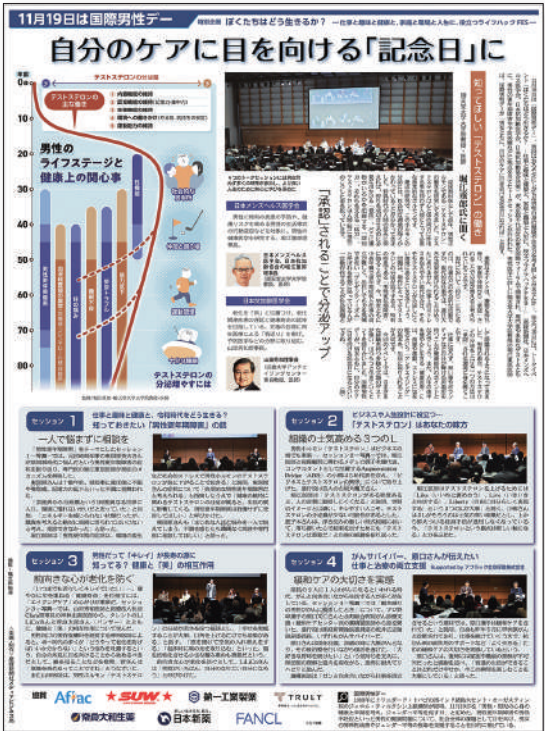
産経新聞東京本社 メディアビジネス局



2025年3月8日付(ラッピング)



2024年10月20日付



11月19日付

●広告主

日本メンズヘルス医学会、日本抗加齢医学会、日本抗加齢協会、アフラック生命保険、SUW、第一工業製薬、TRULY、奈良大和生薬、日本新薬、ファンケル、あいおいニッセイ同和損害保険、サイボウズ、東京ガス、富士紡ホールディングス、明治安田生命保険、Ridgelinez

●掲載状況

2024年10月20日、11月19日、2025年3月8日／ラッピング全60段、全15段×2、全15段、カラーウェブサイト、X(旧 Twitter)、イベント、プレゼントキャンペーン、雑誌『メトロポリターナ 2025年 3月号』、テレビ、ラジオ

●企画

産経新聞東京本社

●制作

ADKクリエイティブ・ワン、ADKマーケティング・ソリューションズ、トーン・アッパ

●企画の概要と選定理由

女性特有の健康課題をケアするため、まずは相互理解や対話から始めようと2021年に始めた「フェムケアプロジェクト」を発展させ、誰もが生きやすい社会を目指す社内横断プロジェクトを展開した。認知度の低い11月19日の国際男性デーに男性の心と体の健康に注目した広告を掲載した。1000人規模のイベント開催や関連記事、グループ会社挙げての多角的な発信で関心を高めた。3月8日の国際女性デーでもラッピング紙面やイベント、関連記事で訴求した。新聞社の企画力と発信力を生かし、多様な人の健康上の悩みや生き方に寄り添うために行動変容を促すことで、協賛社の企業ブランディングや新聞社の収益性に寄与した点が高く評価された。

新聞広告賞

北海道フードフィルムフェスティバル

北海道新聞社 アンビシャス・プロジェクト推進室／営業局

2024 11.22—24 FRI SUN

HOKKAIDO FOOD FILM FESTIVAL

北海道フードフィルムフェスティバル

札幌が映画とフードで満たされる3日間・全27プログラム

11月22日(金) 11月23日(土)

15:00～ オープニングイベント

15:40～ 大塚・安住のずみずみトークショーをお楽しみするぞー！

16:10 『Muguritz. No bread, no dessert.』

13:30 映画『フードロア Life in a Box.』

16:30 映画『深夜食堂』

TEAM NACS

ほくてん Coca-Cola Calbee 旭化成食品 北海道 COOP Nipponham 平和不動産 PORSCHE 雪国メグロ

2024年10月20日付



11月18日付



11月19日付



11月22日付



11月25日付

- ◎広告主
- ◎掲載状況
- ◎広告活動
- ◎企画
- ◎制作
- ◎扱い

北海道電力、北海道コカ・コーラボトリングなど22社
2024年10月20日、11月18日、11月19日、11月22日、11月25日／全15段、全5段、カラー
テレビ、ラジオ、雑誌、ウェブサイト、イベント、OOH、ポスター、チラシ、講演
クリエイティブオフィスキュー
3KG
北海道新聞社

◎企画の概要と選定理由
食文化の担い手育成や北海道ブランドの訴求を目指し、行政や芸能プロダクションと連携して開催した映画祭を、紙面広告を含む新聞社の総合力で成功させた。食にまつわる映画の上映、俳優など豪華ゲストが登場するイベント、上映作に関連するメニューの市内レストランでの提供など立体的な展開で盛り上げ、3日間で6700人を集客した。名物のラーメンと映画のフィルムをかけ合わせたクリエイティブの新聞広告で告知し、話題を喚起した。構想から10年を経て実現にこぎつけ、22社の協賛を得て地域振興に貢献した点や、持続可能性のある企画で新聞社として新たな収益源を確保した点が高く評価された。

新聞広告賞

あきた弁博特集 帰ってきたアキタベン - あきた弁企業かるた -

秋田魁新報社 営業局



2024年10月15日付(別刷り)



10月15日付(別刷り)



2025年2月23日付

- 広告主
- 掲載状況
- 広告活動
- 企画
- 制作

秋田県庁、秋田大学、秋田県立大学など73社
2024年10月15日、2025年2月23日、3月9日、
3月30日、4月6日、4月20日/別刷り20ページ、
全5段×2(見開き)、カラー
ウェブサイト、デジタルサイネージ、SNS、かるた制作、
イベント
秋田魁新報社
サキガケ・アド・ブレーション

●企画の概要と選定理由
読者が秋田弁の魅力を再認識する機会を作るため、複数回にわたり広告企画
を展開した。初回に20ページの広告特集を発行し、その後かるた形式の企業
広告を掲載した。広告特集では万博をモチーフに、さまざまなご当地言葉や
地域ごとの特徴、名作に登場した方言などを紹介した。二次元コードから遷
移する音声ガイドや語彙集、メインコピーも秋田弁で統一した協賛社広告で、
読者を楽しませた。続いて掲載した企業広告は切り取ってかるたとして楽しむ
ことができ、教育現場からも大きな反響があった。方言を通じて活字メディアで
展開した企画は広告主などから好評を博し、地方紙として地域のアイデンティ
ティー保持に貢献した点が高く評価された。

りんごと脱炭素社会 Go!ゼロカーボン!

信濃毎日新聞社 マーケティング局



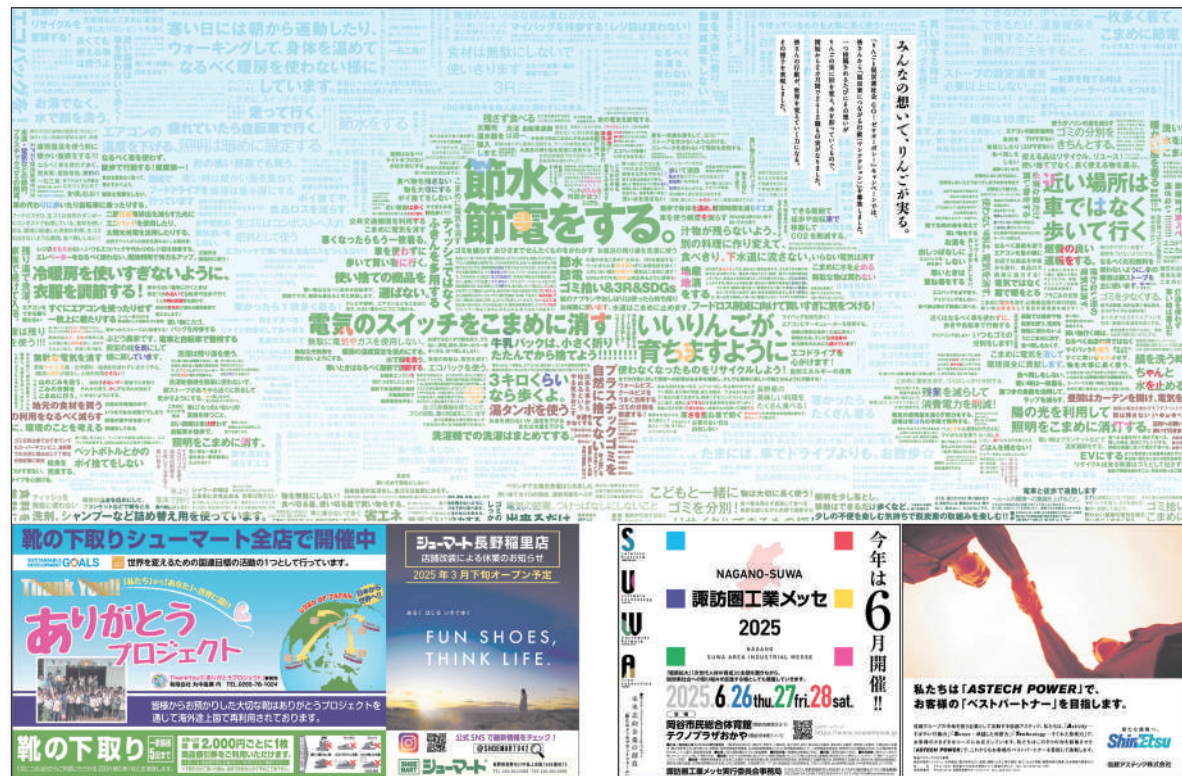
2024年11月22日付(ラッピング)



2025年1月29日付



1月30日付



1月31日付

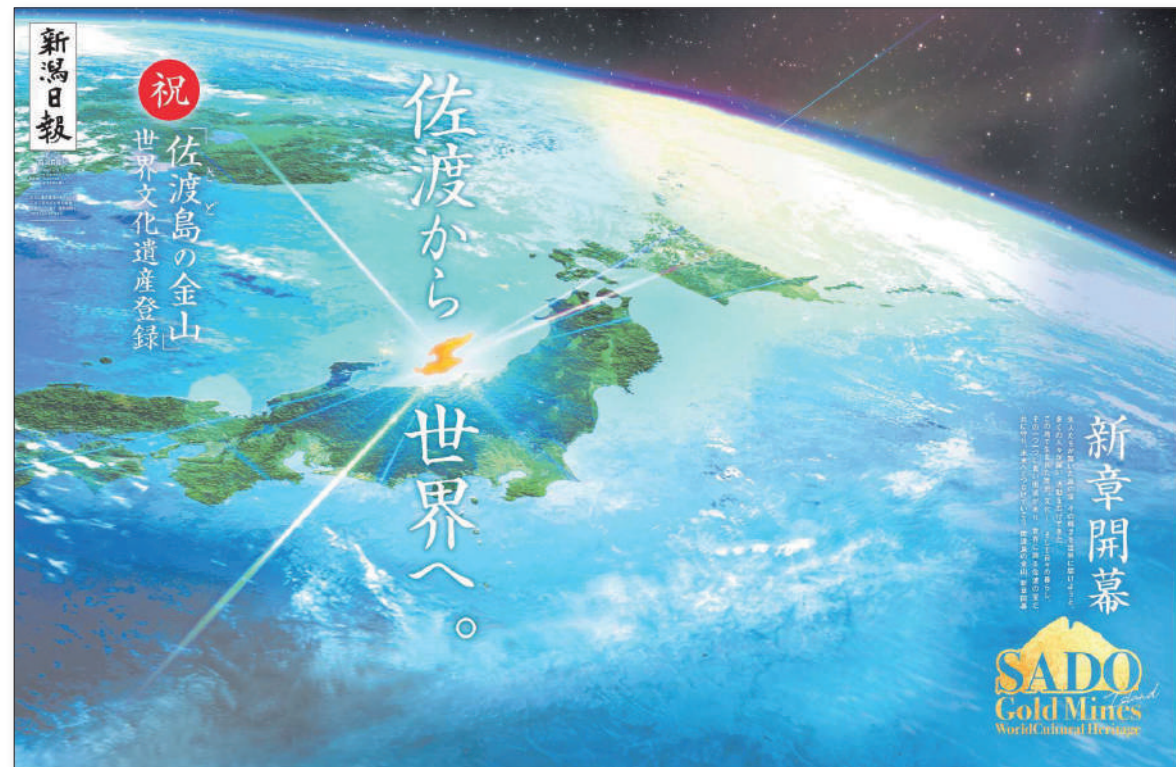
- | | |
|-------|--|
| ●広告主 | スバル信州、ディーアイシージャパン、長野日産自動車、長野ダイハツモーターズ、電算、寿高原食品など70社・団体 |
| ●掲載状況 | 2024年11月22日、2025年1月28日から1月31日／ラッピング全60段、全60段、カラー |
| ●広告活動 | ウェブサイト、イベント、ワークショップ、寄付金付きりんご販売 |
| ●企画 | 信濃毎日新聞社、電通 |
| ●制作 | フィールドデザイン、palan、F'LOYD |

- ### ●企画の概要と選定理由
- 信州で西洋りんごの植栽が始まって150年となる節目に、異常気象が栽培環境に悪影響を及ぼしている問題を訴え、脱炭素への行動を促す広告企画を展開した。初日のラッピング広告は、実がないりんごの木で地球温暖化が進む世界を表現した。スマートフォンで紙面を読み取り環境を守る行動を投稿すると、AR（拡張現実）上に現れる木に実が成る仕掛けを施し、1投稿につき50円を環境団体などに寄付した。2か月後に4日連続で広告特集を掲載し、脱炭素に向けた行動を紹介したりんごの木のモザイクアートで紙面を飾った。イベントの開催と合わせ脱炭素への関心を高め、70社の協賛社とともに環境保護への行動変容を促した点が高く評価された。

新聞広告賞

「佐渡島の金山」世界遺産登録推進キャンペーン SADOプライド

新潟日報社 ビジネス局



2024年7月28日付(ラッピング)



7月21日付



10月30日付



2025年3月8日付

◎広告主

佐渡を世界遺産にする会(佐渡・新潟・首都圏)など約70社

◎掲載状況

2021年8月30日から2025年3月8日/ラッピング全60段、二連版全30段、全15段、カラーウェブサイト、イベント、金の名刺普及、YouTube(NGT48連携)

◎広告活動

新潟日報社、セッサ各社

◎企画

◎扱い

◎企画の概要と選定理由

新潟県民にとって長年の悲願だった「佐渡島の金山」の世界文化遺産への登録実現に向け、2021年8月から広告企画を展開した。伝統芸能の紹介や佐渡観光応援公式サポーターのNGT48を起用した島の魅力発信など、毎年テーマを変えて特集を組んだ。24年7月には登録を審議する世界遺産委員会の初日に読者からの応援メッセージを紹介し、決定の翌日はラッピング紙面で祝福した。ウェブサイトや動画での発信により観光促進に寄与し、島内で実施したスタンプラリーには県内外から5000人以上が参加した。70社の広告主とともに長期にわたり、県民の誇りである文化遺産を後世へ残す機運を高め、登録の後押しした点が高く評価された。