

「新聞社企画・マーケティング部門」



新聞広告賞

企業のチカラ×東北の未来

河北新報社 営業局



- 広告主 —— アサヒグループホールディングス、キリンビール、KDDI、サントリーホールディングス、積水ハウス、大和ハウス工業、中小企業基盤整備機構、東日本高速道路、富士通、宮城県建設業協会、ロート製薬
- 掲載状況 —— 2021年4月27日/別刷り(20ページ)、カラーシンポジウム(協賛社プレゼンテーション、有識者パネルディスカッション。発行1か月前に実施)、特設ウェブサイト(協賛社プレゼンテーションとパネルディスカッションの動画配信、紙面PDFの掲載)
- 企画 —— 河北新報社営業局
- 制作 —— 南北社
- 扱い —— 電通、電通東日本、博報堂DYメディアパートナーズ、伸和エージェンシー、河北アドセンター、第一エージェンシー、東北博報堂

● 企画の概要と選定理由  
東日本大震災から10年の節目に、被災地の復興に尽力してきた企業・団体の取り組みを20ページにわたる別刷り特集で紹介した。「企業・団体が主役」をコンセプトに、広告主の復興支援活動を記事体広告で分かりやすくまとめた紙面に加え、シンポジウムの開催や特設ウェブサイトで立体的に展開することで、見えにくい企業・団体による地域への貢献活動を可視化し、広告主と地域社会をつなげる役割を果たした。震災からの復興という地域や住民にとって重要な切実なテーマを、新聞広告を中心に未来志向での確に捉えた企画力が高く評価された。

新聞広告賞

下野新聞認知症カフェプロジェクト

下野新聞社 営業局



- 広告主 —— 栃木県内の企業・団体・病院・施設など 48 社
- 掲載状況 —— 2020 年 9 月 21 日、9 月 25 日、10 月 1 日、10 月 8 日、10 月 19 日、10 月 20 日、10 月 21 日、10 月 30 日、11 月 1 日、11 月 21 日、12 月 21 日、2021 年 1 月 21 日、3 月 21 日、4 月 30 日、5 月 21 日 / 二連版全 30 段、全 30 段、全 15 段、全 5 段、カラー
- 広告活動 —— インターネット、イベント、PR グッズ配布、リサイズチラシ
- 企画 —— 下野新聞社営業局
- 制作 —— 下野新聞社営業局、くさか里樹、SPLASH、アルファ・クリエイティブ、fabrica tres

- 企画の概要と選定理由  
 今や誰もが無縁ではなくなった認知症を知ることで、不安や恐怖、偏見をなくし、発症しても自分らしく生きることの大切さを啓発するキャンペーンを新聞広告を起点に実施した。ポジティブなキャッチコピーとオレンジを基調にした明るいビジュアルで、AR (拡張現実) 動画や識者のコメントも交えるなど、深刻なテーマである認知症の問題を前向きに捉えた。紙面に加え、啓発イベントの開催やウェブとの連携で立体的かつ継続的に展開し、多くの新規広告主からの協賛を得ることに成功した。認知症という国民的課題に対する新聞社の取り組みの見本となる企画力が高く評価された。

新聞広告賞

実験 AR おうち花火大会

信濃毎日新聞社 広告局



AR 花火のイメージ



- 広告主 —— 養命酒製造、スカパー JSAT グループ
- 掲載状況 —— 2020年8月15日 / ラッピング全60段、カラー
- 企画 —— 信濃毎日新聞社広告局、電通
- 制作 —— 電通、CPU direct、アタリ、ビー・クス
- 扱い —— 電通

● 企画の概要と選定理由  
 新型コロナウイルスの影響で長野県内各地の花火大会が中止となる中、最新のAR（拡張現実）技術を活用し、紙面上で臨場感ある諏訪湖の花火大会を楽しめる広告を掲載した。特定のアプリ等を必要としない仕組みを用いたことで、幅広い年代の読者に花火の映像を楽しんでもらうことを実現した。紙面のみの告知にもかかわらず、SNSへの投稿は広告掲載後3日間で6万件、インプレッションは3792万件を記録、テレビの情報番組等で幅広く取り上げられ、新聞の販売・購読にも貢献した。新聞が持つメッセージ性とARによる娯楽性を巧みに融合させ、誰もが容易に観覧できる新たなイベントの楽しみ方を提案した広告企画として高く評価された。

