

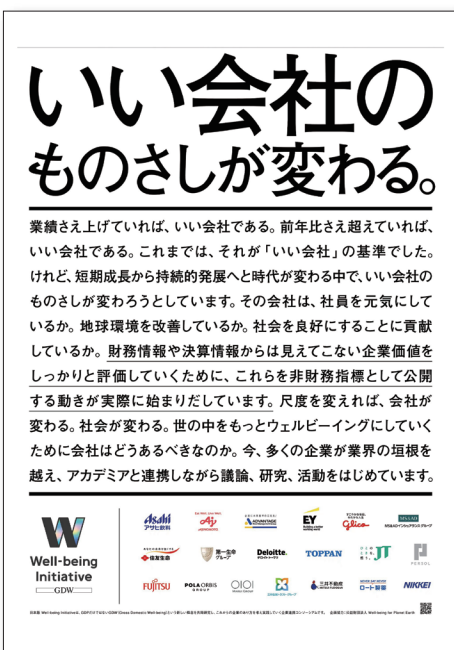
奨励賞

Well-being Initiative

日本経済新聞社 メディアビジネス



2021年3月19日付



2022年6月15日付



2022年12月1日付

- 広告主 —— アサヒ飲料、味の素、EY Japan、NECソリューションイノベータ、江崎グリコ、MS&ADインシュアランスグループホールディングス、サンフロンティア不動産、住友生命保険、第一生命ホールディングス、デロイト トーマツ グループ、凸版印刷、日本たばこ産業、パーソルホールディングス、富士通、ポーラ・オルビスホールディングス、丸井グループ、三井住友トラストホールディングス、森永乳業、ライズ・コンサルティンググループなど
- 掲載状況 —— 2021年3月19日、5月30日、6月27日、7月25日、8月29日、9月21日、9月26日、10月31日、11月21日、11月24日、12月19日、2022年1月30日、2月27日、3月20日、4月24日、6月15日、6月26日、7月31日、8月28日、9月25日、10月30日、11月27日、12月1日、12月18日、2023年1月29日、2月26日、3月18日、3月26日、4月30日、5月28日 / 全15段、全5段、カラー
- 広告活動 —— BS テレビ東京での関連番組、ウェブサイト、関連シンポジウム（4回開催）
- 企画 —— 日本経済新聞社メディアビジネス、電通
- 制作・扱い —— 電通

●企画の概要と選定理由
 コロナ禍を契機に従来の価値観が大きく揺らぎ、企業に人々の幸福度や満足度の向上と持続的成長の両立が求められる中、新たな社会の概念として「実感としての豊かさ」（ウェルビーイング）の確立に向けたプロジェクトを開始した。2021年に関連団体や企業、有識者などと連携し、同プロジェクトを推進する組織「日本版 Well-being Initiative」を設立した。新聞広告で企業トップや有識者へのインタビューを毎月掲載し、ウェルビーイングに関する最新動向や研究成果を紹介するとともに、テレビ番組やシンポジウムなどで情報を発信した。賛同する広告主とともに社会をより良くするための新たな価値観の創造に取り組み、新聞の持つ公共的な役割を十分に発揮した広告活動として高く評価された。

奨励賞

東京都交通局×東京すくすく「夏休みわくわくキャンペーン」

東京新聞 広告局



2022年9月19日付



都営交通ポスター



壁新聞



絵日記

- 広告主 —— 東京都交通局
- 掲載状況 —— 2022年7月9日、7月13日、7月17日、7月23日、9月19日、いずれも朝刊に掲載、7月7日、7月12日、7月14日、7月20日、7月22日、7月25日、いずれも夕刊に掲載 / 全15段、全5段、カラー
- 広告活動 —— ウェブサイト、Instagram、東京都交通局ホームページ、プレスリリース、駅貼りポスター、都営地下鉄車内動画、都営交通の駅や社内・関連施設にて制作物掲出、アナウンス放送、TOKYO MX 番組内で紹介
- 企画 —— 東京新聞広告局
- 制作 —— 東京新聞広告局、モスデザイン研究所
- 企画の概要と選定理由
 都営地下鉄や都電の車庫、都バスの自動車工場を取材してまとめる「わくわく子ども探検隊」と、安全やマナーを呼びかけるアナウンスを体験する「なりきりアナウンサー」を夏休み期間の8月に実施。東京都が社会全体で子どもを大切に育てる機運醸成のために取り組む「子どもスマイルムーブメント」に、東京新聞の子育て情報サイト「東京すくすく」が連携した。イベントに参加した子どもたちが制作した絵日記や壁新聞、収録したアナウンスは、駅構内ならびにバス車内等に掲出・放送した。新聞では告知に加え、実施後にはイベントでの子どもたちの様子を伝える広告を掲載し、ウェブサイトへ誘導した。東京都交通局のホームページなどで鉄道ファン層に訴求し、TOKYO MX 番組でも放送された。新聞社と広告主、協力会社の資産を活用し、子どもたちが未来の社会を考える体験を提供した取り組みとして高く評価された。

奨励賞

モリトミライ やまなしSDGsプロジェクト「moritomirai」

山梨日日新聞社 広告局

「moritomirai」が始まる
森と未来

山梨の森と暮らし続けよう

「やまなしSDGsプロジェクト」は多くの協賛企業・団体とともに進めています

2022年7月1日付

月刊 **moritomirai**

森林の恵み
切つてつなぐ

7月25日付

楽しみながら
森を知る
カードゲーム
作りました

11月から体験会
来年4月リリース予定

本物の木の家で健康に暮らす。
～「緑」と「木」の可能性～
甲府新展示場で体感
見学の予約は

望月建築株式会社

10月17日付別刷り

- 広告主——山梨県内を中心とした 132 社・団体
- 掲載状況——2022年7月1日、7月25日、8月27日、9月30日、10月17日、10月31日、11月30日、12月26日、2023年1月28日、2月27日、3月28日、4月29日、5月27日/ラッピング全60段、全15段、別刷り(8ページ)、カラー
- 広告活動——テレビCM、ウェブサイト、オリジナルカードゲーム、オリジナル木製プロダクト、イベント
- 企画——山梨日日新聞社広告局
- 制作——アドブレン社
- 扱い——アドブレン社など

- 企画の概要と選定理由
創刊150年の節目に、山梨県の78%を占める森林を守り、持続的な活用の必要性を伝える広告企画「moritomirai」を開始した。企画名には「森と暮らす未来を考える」という思いを込めた。ラッピング紙面や毎月の広告企画で森林の現状に関する記事を載せ、別刷り特集には県産ヒノキ材で作成した協賛社の広告を掲載した。森に関するさまざまなイベントを開催し、特設サイトでは紙面掲載の情報をまとめて紹介した。オリジナルカードゲームの制作や山梨県出身のプロダクトデザイナー深澤直人氏が地元の木材でデザインした木製製品の販売を通じ、森林資源循環の必要性を訴えた。地域が抱える課題に対し、新聞社のネットワークと企画力で応えた広告企画として高く評価された。