



일본신문협회 2009 신문광고상 수상작 ②

신문과 TV를 숨겨 있게 연동시켜 독자를 신문광고로 유도한 작품, 래핑광고와 연계해 신문의 매체 특성을 최대한 살린 작품, 지역공헌으로의 연계로 신문사의 종합적 역량을 발휘한 작품 등 신문광고의 새로운 활용법과 신문광고의 힘을 느끼게 하는 '2009 일본신문광고상 신문사 기획 부문 수상작'.

〈편집실〉

신문사 기획 부문 - 신문광고상



광고에, 사건을 <요미우리(讀賣)신문 도쿄 본사>

헤드라인: 나도, 하코네에 나갑니다 외
 기획: 요미우리신문 도쿄 본사 광고국 외 / 제작: 신가타·덴츠(電通)

신문의 1월 광고와 하코네(箱根) 역전 중계중인 TV-CF와 연동해 신문광고의 힘을 널리 알린 광고기획. TV-CF에서는 인기 캐릭터를 활용해 독자의 주의를 환기하는 한편, TV에서는 실제 게재된 광고지면을 삽입한 CF를 역전 중계에 맞춰 방송해 신문광고로 유도하는 등 '신문광고를 광고'해 눈길을 끌었다. 블로그에서도 큰 화제가 되는 등 신문광고에 대한 관심을 높이는 계기가 되었다.



제61회 신문대회기념 광고특집 '가상·홋카이도독립선언'
 <홋카이도(北海道)신문사>

헤드라인: Hokkaido be ambitious!
 기획: 홋카이도신문사 광고국 외
 제작: 미우라(三浦)광고사무소·아우라

'가상·홋카이도독립선언'을 테마로 홋카이도의 현상과 비전을 묻는 광고. 가상의 내각을 구성해 각 분야의 지식인이 홋카이도 자립에 있어서의 문제점과 향후 방향을 피력하는 등 자칫 딱딱해지기 쉬운 테마를 강약을 조율한 기획과 비주얼로 표현했다. 신문광고와 아울러 TV·거리에서의 폭 넓은 전개로 공감을 얻는 등 신문광고의 힘을 새삼 보여주었다.



녹색의 전언 프로젝트 '綠의 傳言 2008'
 <추고쿠(中國)신문사>

헤드라인: Green Greetings
 기획: 추고쿠신문사 광고국·추고쿠하쿠호도(博報堂)
 제작: 추고쿠하쿠호도 외

나무의 보존활동을 통해 평화의 존엄성과 생명의 강인함을 소구한 광고. 히로시마 원폭 투하일인 8월 6일에, 녹색봉투를 피복된 나무의 잎으로 표현한 광고로 평화를 희구하는 메시지를 전했다. 웹사이트와의 연동, 포스터 배포, 피복나무 견학 투어 등을 함께 전개해 효과를 높였다. 많은 기업의 호응 속에 광고협찬금 일부를 시에 기부하는 등 지역공헌으로도 이어졌다.



미야기(宮城)만화의 힘 <카호쿠(河北)신보사>

헤드라인: Hokkaido be ambitious!
 기획: 카호쿠신보사 영업본부
 제작: 카호쿠신보사 영업본부·유니그래픽

세계적으로 유명한 일본의 만화·애니메이션과 미야기현의 관계를 모색, 지역 활성화를 꾀한 시리즈기획. 이시노모리(石ノ森章太郎) 씨를 비롯한 인기 만화가를 배출하고 유관시설도 많은 특성을 소구. 만화가 인터뷰와 젊은층 육성현황 등 여러 활동을 소개했다. 만화를 테마로 지역창조에 결부시킨 기획이 큰 반응을 얻고, 젊은 층에 신문을 어필하는 데도 성공했다.

하늘에서 춤추자, 그 날에 <니가타(新潟)신문사>

헤드라인: 따오기에서 피어나는 일본의 미래
 기획: 니가타신문사 광고사업본부 / 제작: 에이티랜드

20년 만에 따오기가 자연방사되는 것을 계기로 사람과 자연이 공생, 지구환경보호 등을 소구한 시리즈기획. 방사에 즈음해 현 내의 유명인사의 메시지를 게재해 환경의 소중함을 일깨우고, 방사 전날에는 따오기 알을 연상케 하는 아름다운 비주얼의 래핑광고로 전개해 독자의 흥미를 끌었다. 신문사의 종합적 역량을 활용, 사회성을 살린 광고로 신문광고의 힘을 나타냈다.

신문사 기획 부문 - 장려상



아사히신문 130주년 · 후쿠야마 마사하루 20주년
세계가 이어진다 ~ 언어와 음악과 기억~
(아사히(朝日)신문사)

헤드라인: 세계가 이어진다 - 후쿠야마 마사하루
기획 · 제작: 어뮤즈 · 아사히신문사 광고국 외

데뷔 20주년을 맞은 톱 아티스트 후쿠야마(福山雅治)와 창간 130주년의 아사히신문이 협동한 광고. 후쿠야마의 자작 초상을 비롯한 사진, 노래가사를 모티브로, 신문사적인 관점의 칼럼을 더해 '현재' 편, '과거~미래' 편 등을 전개했다. 한 개인의 책임편집이라는 형태가 독창적이며 참신하고, 아름다운 크리에이티브와 빼어난 카피는 신문광고에 있어서의 표현의 가능성을 넓혔다.



생명 시리즈
(주니치(中日)신문사)

헤드라인: 히가시아마(東山)의 땅에서 생각하는 '생명의 미래'
기획 · 제작: 주니치신문사 광고국

생명을 여러 각도에서 재인식하고 풍요한 미래를 향한 생활을 제안한 시리즈기획. '생명'이라는 단어가 지닌 다양성을 최대한으로 활용해 의료 · 교육 · 물건 만들기 · 식품 등 다양한 업종을 소재로 했다. 긍정적인 시각에서 생명에 대한 전문가의 의견을 실어 소구력을 높였다. 48회에 걸친 연간 시리즈 모두에 공통하는, 깊은 취재내용을 기반으로 한 박력있는 지면 전개가 독자로부터 큰 반응을 얻었다.



파노라마와이드 '도쿄메트로 副都心線 산책 가이드' <마이니치(毎日)신문 도쿄 본사>

헤드라인: 도쿄메트로 부도심선 산책 가이드
기획: 마이니치신문 도쿄 본사 광고국 / 제작: 데코

도쿄메트로 부도심선 개통에 즈음해 노선 가이드를 와이드로 전개한 광고기획. 파노라마와이드의 특징점을 살린 다이내믹한 표현으로, 각 역의 특징과 새 노선의 개통에 따른 편리함을 알리며 개통 당일에 연선 구독세대에 배포했다. 또한 협찬 광고주가 전개하는 모델 활용으로 별도의 지면을 제작해 콘텐츠의 2차적 활용에도 성공하는 등 신문사로서의 역량을 보여주었다.



제57회 전일본광고연맹 나가노(長野)대회 개최 기념특집
創(Change) - '시나노(信濃)의 나라' 신시대 -
(시나노 마이니치신문사)

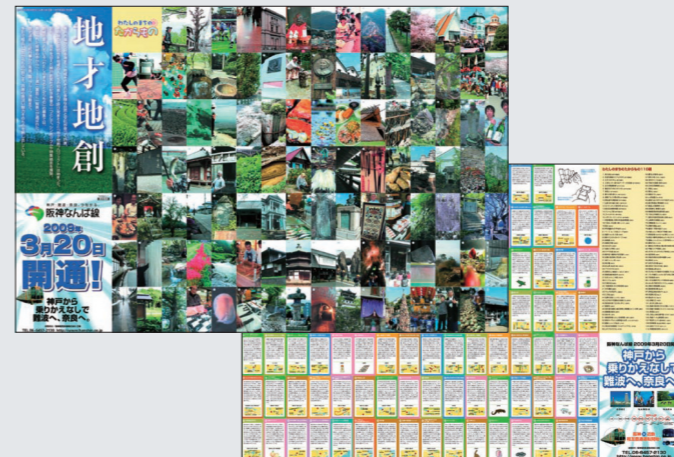
헤드라인: 고마워요
기획 · 제작: 시나노마이니치신문사 광고국

2009년 5월에 개최된 전일본광고연맹 나가노 대회를 기념한 별채 특집. 나가노 현가 '시나노의 나라'를 테마로 나가노현을 살살 소개했다. 미래지향과 활력, 현가 제정의 역사적 배경, 나가노현과 관련이 깊은 유명인사의 메시지 게재 등 다양한 전개로 현 내외의 커다란 반응을 일으켜 나가노현의 매력과 미래를 재인식시키는 데 성공했다.

후쿠이 제품 생산 이야기
(후쿠이(福井)신문사)

헤드라인: 후쿠이에는 좋은 기업이 있습니다
기획: 후쿠이신문사 광고국
제작: 하우스디자인

제조업이 번성한 후쿠이현이 자랑하는 '제품생산 기술과 지혜'에 초점을 맞춰 지역연고 기업의 우수한 기술 등의 정보를 전달한 시리즈광고. '현장' '상품' '사람'을 테마로 한 5단 시리즈광고에서는 기업의 특징을 표현했다. 또 5단 시리즈를 정리한 가이드북은 현 내외 학생들에게 배포되어 특설 웹사이트와 연계, 젊은 세대에게 효과적으로 소구하는 데 성공했다.



地才地創 프로젝트
(고베(神戸)신문사)

헤드라인: 지재지창(地才地創)
기획 · 제작: 고베신문사 광고국

효고(兵庫)현 내 각 지역의 재능 발굴, '거리'의 활력 창조를 슬로건으로 한 고베신문사 창립 110주년 기념 특집. 현 내 29개 시, 12거리의 풍토와 문화를 지역의 '보물'로서 모집하고 110가지를 선정, 소개했다. 총계 188페이지에 이르는 장대한 지면 전개로 지역의 매력을 남김없이 전했다. 또한 이를 계기로 심포지엄을 통한 제언, 지역진흥을 위한 지침 제기 등 신문광고의 새로운 가능성을 보였다.