

# Information

公益社団法人 全日本広告連盟  
〒104-0061  
中央区銀座7-4-17(電通銀座ビル7F)  
TEL. 03-3569-3566 FAX. 03-3572-5733

記者各位

## 第1回「鈴木三郎助全広連地域広告大賞」に 輝け！みんなの九州プロジェクト『流れ星新幹線』(イベント、空間表現、車体ラッピング、動画広告)

第1回「鈴木三郎助全広連地域広告大賞」選考委員会が4月21日に開かれ、26広告協会および一般による147作品の応募の中から、最優秀賞およびチャレンジ部門賞に、「輝け！みんなの九州プロジェクト」による『流れ星新幹線』が選出された。また、優秀賞およびフィルム・オーディオ部門賞に、長崎県南島原市による『突撃！南島原情報局【神回】』が選ばれた。

本賞は、昨年度まで「全広連鈴木三郎助地域キャンペーン大賞／クリエイティブ大賞」として15回開催されてきたが、令和4年度より名称を「鈴木三郎助全広連地域広告大賞」と変更し、内容をリニューアルした。地域の産業・経済・文化スポーツに関する広告活動を通じて、日本各地の地域活性化に貢献した優れた広告コミュニケーション活動を顕彰することにより、地域活性化を促進することを目的とし、「フィルム・オーディオ部門」「プリント部門」「チャレンジ部門」「キャンペーン部門」の4部門で構成される。

贈賞は、5月19日の第70回全日本広告連盟沖縄大会式典席上で行われる予定。

### ■第1回「鈴木三郎助全広連地域広告大賞」最優秀賞およびチャレンジ部門賞

受賞者：輝け！みんなの九州プロジェクト

受賞作：「流れ星新幹線」(イベント、空間表現、車体ラッピング、動画広告)

推薦協会：福岡広告協会

### ■同・優秀賞 および フィルム・オーディオ部門賞

受賞者：長崎県南島原市

受賞作：「突撃！南島原情報局【神回】」(動画広告)

推薦協会：長崎広告協会

### ■同・選考委員会特別賞 および キャンペーン部門賞

受賞者：岩手日報報社、協賛延べ843社

受賞作：「3月11日『県民の日』制定プロジェクト」(新聞、TVCM、動画、WEBサイト、SNS、イベント広告)

推薦協会：岩手広告協会

### ■同・プリント部門賞

受賞者：青森県

受賞作：「#縄文式ビリビリ健康法」(新聞広告)

推薦協会：青森広告協会

### ◆「流れ星新幹線」 概要・贈賞理由

【概要】 この10年、地震や豪雨さらに新型コロナウイルスによる影響もあり、明るい話題が少なかった九州。人々が未来への希望を感じ、少しでも明るく前向きな気持ちになれないかと、九州に拠点をおく、九州旅客鉄道・西日本シティ銀行・LINE Fukuokaの3社が協力し、本プロジェクトが発足した。事前にLINE上で願い事を募集し、777通を車両ラッピング等で掲出。2021年3月14日に一夜限り、光を放ちながら鹿児島中央駅～博多駅間の約250kmを特別走行した。ラッピングされた新幹線は同年5月まで通常運行され、全国47都道府県から集まった合計8350通の願い事は太宰府天満宮に奉納されている。



【贈賞理由】 大切な人に会えない。県を越えた移動はいけな。コロナ禍の「新幹線」は、経済的に計り知れないダメージを負ったはず。逆境だからこそ、こんな時代だからこそ、新幹線にしかできないチャレンジがある！そしてそのやり方は、すべての地域が今後参考にできる新しいアイデアにあふれており、なによりも、課題を越えて地域をひとつにした「熱量」に、これぞ大賞！という評価が集まった。

### ◆「突撃！南島原情報局【神回】」 概要・贈賞理由

【概要】 南島原市の魅力的な観光資源や特産品などを全国に発信すべく、動画広告を制作。主演に俳優・満島ひかりさんを迎え「情報番組の中で想定外の出来事が次々に起こり、神回となる放送回がYouTube上にアップされた」という設定を採用。満島さんが一人6役を演じ分け、ストーリー性のある展開で、市の多彩なコンテンツをインパクトにあふれた演出によって表現することで、キーワードが記憶に残り、「南島原に行ってみたくなる」ことを目指した。公開直後からSNSで話題となり、情報番組で取り上げられるなど全国的にも注目を集め、動画は2022年4月現在で84万回再生を突破している。視聴者からは「ふるさと納税した」「そうめんを取り寄せた」「コロナ終息後に訪れたい」などの反響が寄せられ、本作が市のファンを作るきっかけとなった。



【贈賞理由】 圧倒的なクオリティによる今まで見たことがないような新しい表現、他の何とも違うずば抜けたオリジナリティ、視聴者を最後まで楽しませようという心意気が高く評価された。送り手が伝えたいメッセージを記憶させることも実現している。挑戦度が高く、他の制作者もインスパイアする作品であることから同賞にふさわしいと評価された。

### ◆「3月11日『県民の日』制定プロジェクト」 概要・贈賞理由

【概要】 東日本大震災から6年目の2017年、当地においても急速に進んでいた記憶の風化をくい止め、100年後に震災体験者がいなくなっても語り継げるプラットフォームづくりを目指し、「3月11日を岩手県民の日に制定する」ことを目指して本プロジェクトがスタートした。4年にわたり、キャンペーンコピー「最後までわかっていたなら」をテーマに広告および署名活動を展開。最終的に寄せられた23669筆の署名を携え、2021年2月に、3月11日を県民の日「東日本大震災を語り継ぐ日」とすることが岩手県議会の全会一致で採択され、県条例で定められた。これにより、未来に震災の悲劇と防災が伝えられていくことを目指している。



【贈賞理由】 強い決意のもと、関係者が力を合わせて取組みを継続することでキャンペーンとしての成果を高め、地域の人々の心を繋ぎ、ついに政治を動かすに至った継続力と実行力が高く評価された。広告が世の中に働きかけることができる可能性を提示し、勇気を与えてくれる作品であることから同賞にふさわしいと判断された。

## ◆『#縄文式ビリビリ健康法』概要・贈賞理由

【概要】 青森県を含む「北海道・北東北の縄文遺跡群」が世界文化遺産登録間近だった2021年3月、本来ならばメディアから注目を得て観光客の増加も見込まれたはずがコロナの影響でほとんど全国的な話題にならない状況となってしまった。そこでアフターコロナを見据え、県と遺跡群の想起を深め、話題を作るための広告を制作。ほとんどの土偶が一部欠けた状態で出土している有力な説に「健康祈禱・身代わり」があり、それをコロナ禍で誰かの健康を祈る現代の人々の気持ちに置き換えた。新聞をやぶるという仕掛けを作り、広告内で土偶自身が「SNSでバズりたい」というメッセージを出し、遺跡群のアピールを行うことで実際に多くの投稿を生み出した。遺跡群は2021年7月に正式に世界文化遺産に登録された。

【贈賞理由】 地域が持つ課題に対して、「新聞をやぶる」という新しいアイデアを通じて土偶の意味を知ってもらう・体験してもらうことができおり、その結果として知名度の向上という成果までを導いた、新聞メディアを活用したフレッシュな作品である点が高く評価された。



### 【鈴木三郎助全広連地域広告大賞とは】

全広連第三代理事長鈴木三郎助氏の寄付金を基に平成19年度より制定された「全広連鈴木三郎助地域キャンペーン大賞」「全広連鈴木三郎助地域クリエイティブ大賞」は、令和4年度より名称を「鈴木三郎助全広連地域広告大賞」と変更し、内容をリニューアルしました。

地域の産業・経済・文化スポーツに関する広告活動を通じて、日本各地の地域活性化に貢献した優れた広告コミュニケーション活動を顕彰することにより、地域活性化を促進することを目的とし、「フィルム・オーディオ部門」「プリント部門」「チャレンジ部門」「キャンペーン部門」の4部門で構成されます。

※当リリースに関するお問い合わせは全日本広告連盟（☎03-3569-3566）まで。

※受賞作品サムネイル画像は協会HPよりダウンロード、動画は視聴いただけます。

<http://www.ad-zenkoren.org/activity/kenshoukatsudou.html>