



Uターン促進新聞広告「親のひとことが島根へ帰るきっかけでした」が 第42回(2022)新聞広告賞の広告賞を受賞しました

島根県が令和3年8月14日(土)と12月30日(木)に山陰中央新報に掲載した新聞広告「親のひとことがきっかけでした」が、一般社団法人日本新聞協会が主催する「第42回新聞広告賞」の広告主部門で広告賞を受賞しました。

島根県が同賞を受賞するのは第40回新聞広告賞に次いで2回目となります。

■広告賞

部門：広告主部門（応募総数220件 大賞1件、広告賞5件、優秀賞11件）

広告主：島根県

広告活動・キャンペーン名：Uターン促進企画「親のひとことが島根へ帰るきっかけでした」

※贈賞式は10月20日(木)に東京都内で行われます。

■広告内容

・山陰中央新報ラッピング広告(60段) 令和3年8月14日掲載

「親のひとことが島根へ帰るきっかけでした。」をキャッチコピーに、親をターゲットとした若年層のUターン促進広報を掲載。

デジタルとの融合広告として、紙面に動画閲覧用の二次元コードを掲載。

動画は親と子、それぞれの視点で2種作成。

・山陰中央新報見開き広告(30段) 令和3年12月30日掲載

島根にUターンした人の「Uターンするきっかけとなった家族とのエピソード」を掲載。

■受賞コメント（地域振興部長 藤井洋一）

Uターンを呼びかける手法として「親から子へのアプローチ」に着目し、このような広告を企画しました。都会と島根のコントラストを用いながら、親を想う子の気持ちと、子を想う親の気持ちを新聞広告とWEBでの動画を組み合わせるなどして表現したところ、多くの方から反響をいただきました。

島根県としては、一昨年に続き2回目の受賞とのことで、大変嬉しく思っております。

今後も、新聞を開く読み手の姿をイメージしながら、心に届く広報に努めてまいります。

島根創生計画	IV島根を創る人をふやす 2新しい人の流れづくり (3) Uターン・Iターンの促進 (P.50)
---------------	--

【県 HP】

(島根創生を進めるための新規・拡充施策(令和4年度版))

<https://www.pref.shimane.lg.jp/admin/seisaku/keikaku/shimanessousei/index.data/shinkakujuuR4.pdf>



(島根創生計画)

https://www.pref.shimane.lg.jp/admin/seisaku/keikaku/shimanessousei/index.data/souseikeikaku_illustrated.pdf



山陰中央新報ラッピング廣告 (R3.8.14)

【おもて面】 (動画 <https://www.youtube.com/watch?v=YsqyjtVYvQU>)



【なか面】(動画 <https://www.youtube.com/watch?v=XS4zPQz97qQ&t=0s>)



山陰中央新報見開き廣告 (R3.12.30)