

# 第36回 (2019年度) 読売広告大賞

2019年3月  
読売新聞社

読売広告大賞事務局

〒141-0031 東京都品川区西五反田7-24-4 KUビル8F

TEL : 03-5740 - 8256 FAX : 03 - 3779 - 3900

読売新聞東京本社 広告局企画営業部

〒100-8055 東京都千代田区大手町1-7-1

TEL : 03-3216-8796

読売広告大賞ホームページ  
<https://yab.yomiuri.co.jp/adv/award/yaa/>

## ごあいさつ

読売広告大賞は、1984年に読売新聞創刊110周年記念事業としてスタートし、2019年度で36回を数えます。これもひとえに皆様のご支援の賜物と、厚く御礼申し上げます。

本賞は、読売新聞に掲載された広告を顕彰するものです。「消費者にとって良い広告こそが真に優れた広告である」という理念に基づき、読者審査の評点をベースにしなが、  
「新聞広告のクリエイティブの先端をいく」「新聞広告の未来に一石を投じる広告」を称え表彰します。

選考委員が選ぶ最高賞のグランプリをはじめとする各賞と、読者が選ぶ読者大賞ほか各賞で構成されています。

選考委員が選ぶ各賞は、全国で約6000人のネットモニターによる読者審査で高得点を獲得した掲載広告の中から、選考委員がクリエイティブや話題性といった視点で選定し、贈賞します。

読者が選ぶ各賞は、読者審査の得点を選定の基準にし、得点が高い掲載広告に贈られます。

読売新聞は、日本を代表する新聞メディアとして、本賞を通して新聞広告の活性化に寄与して参ります。

今後とも変わらぬご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

## 選考委員（予定）



〈選考委員長〉

佐々木 宏

クリエイティブディレクター



谷山 雅計

クリエイティブディレクター  
コピーライター



箭内 道彦

クリエイティブディレクター  
東京藝術大学美術学部  
デザイン科教授



森本 千絵

コミュニケーション・  
アートディレクター



秋元 康

作詞家



瀧本 幹也

写真家



福部 明浩

クリエイティブディレクター  
コピーライター

松田 陽三

読売新聞東京本社  
専務取締役広告・事業担当

# 賞と賞典

## 選考委員が選ぶ各賞

読者の評価をもとに選考委員が選定します。

**グランプリ** (1点) ……賞金100万円

読売広告大賞の最高賞で、選考委員が最も優秀と認めた作品の広告主に贈られます。

**制作者賞** (1点) ……賞金20万円

グランプリ受賞作品の制作者に贈られます。

**準グランプリ** (2点) ……賞金50万円

選考委員が優秀と認めた作品の広告主に贈られます。

**制作者賞** (2点) ……賞金10万円

準グランプリ受賞作品の制作者に贈られます。

**部門賞** (9部門×2点=18点)

**最優秀賞** (各1点) ……賞金20万円

**優秀賞** (各1点) ……賞金10万円

9の部門ごとに選考委員が優秀と認めた作品の広告主に贈られます。

**東京2020オリンピック・パラリンピック広告賞**  
(1点) ……賞金20万円

東京2020オリンピック・パラリンピックに関する広告のうち、選考委員が優秀と認めた作品に贈られます。

※「東京2020オリンピック・パラリンピック」スポンサーが出稿した広告に限ります。

## 読者が選ぶ各賞

読者の評価をもとに選定されます。

**読者大賞** (1点) ……賞金50万円

読者モニターの評価が最も高い作品の広告主に贈られます。ただし、読売新聞読者の過半数が在住するエリア（東京本社版を含むエリア）に掲載されていることを条件とします。

**読者賞** (3点) ……賞金20万円

全国にある本・支社の発行エリアに単独掲載された作品から、当該地域の読者に高い評価を得た作品の広告主に贈られます。大阪本社1点、西部本社1点、支社（北海道、北陸、中部）1点の計3点です。

※ 第36回読売広告大賞のエントリー対象広告は【2019年4月1日付～2020年3月31日付掲載分まで】です。

※ 読売広告大賞へのエントリーには、J-MONITOR調査が必要です。（ただし、支社読者賞は別の調査となるため、読売新聞社の担当者にお問い合わせください。）

※ 部門賞と東京2020オリンピック・パラリンピック広告賞、「選考委員が選ぶ各賞」と「読者が選ぶ各賞」は重複受賞が可能です。

※ 「グランプリ」と「準グランプリ」の受賞作品は、読売新聞読者の過半数が在住するエリア（東京本社版を含むエリア）に掲載されていることを条件とします。

## エントリー部門

読売広告大賞へのエントリーは、読売新聞社の担当者を通じて、掲載4営業日前までにお申し込みください。支社読者賞を除き、J-MONITOR調査が必要です。

部門名		想定する広告内容例
食・飲料	食	食全般に関する広告
ファッション・ビューティー	装	ファッション、アクセサリ、化粧品など装いに関する広告
健康・くらし	健	医療や医薬品および健やかなくらしを提案する広告
ショッピング	買	店舗や通信販売で商品やサービスの購入を促す広告、その流通を便利にする広告
カルチャー・エンターテインメント	楽	出版物や映画、演劇、音楽、放送などエンターテインメントコンテンツに関する広告
運輸・レジャー	旅	旅行などレジャー関連やその移動手段に関する広告
テクノロジー	技	技術やデジタルテクノロジー、さらにはそれらと人々の暮らしに関する広告
社会・教育	知	教育、政府、自治体など公共的な機関が発信する広告、および企業広告
住・資産	財	住居や生活環境に関する広告、およびマネープランを提案する広告

# 読者審査

読売広告大賞の読者審査は、ネットモニターが行います。東京、大阪、西部の各エリアは、新聞広告共通調査プラットフォームJ-MONITOR（300人×19グループ）を使用し、掲載された広告に関する設問に答えます。北海道、北陸、中部エリアに単独掲載された広告は、各エリア在住の読者の中から、読売新聞の読者構成に合った各50人をモニターに選出し、ネット審査を行います。

モニターへの設問で、「好感度」（10点満点）、「興味度」（10点満点）、「信頼度」（10点満点）、「理解度」（10点満点）、「センス評価」（15点満点）、「心理受容」（15点満点）、「オリジナリティ評価」（30点満点）を調査。特定の選択肢を選んだ人数の割合に応じてカテゴリーごとに得点を算出していきます。



## 【モニターへの設問】

Q1) あなたは、「○○○○○」の広告をご覧になって、どのように感じましたか。（それぞれ単数回答）

	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない
広告が理解できた	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
広告に興味を持った	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
広告に好感を持った	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
広告が信頼できる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q2) あなたは、「○○○○○」の広告をご覧になって、どのような印象をお持ちになりましたか。あてはまるものをすべてお選びください（複数回答）

1. 目立つ	6. 説得力がある	11. おもしろい
2. センスがよい	7. よい広告を出していると思う	12. タイミングがよい
3. 文章が読みやすい	8. 自分たち向けの	13. 話題性がある
4. 文字の大きさがちょうどよい	9. 役に立つ	14. この中にはない
5. 共感できる	10. 個性的である	

【得点算出方法】※J-MONITORの設問・回答をもとに読売広告大賞が独自に算出します。

カテゴリー	得点となる選択肢	得点算出方法
好感度（10点満点）	広告に好感を持った	$(「あてはまる」の割合【\%】 + 「ややあてはまる」の割合【\%】 \times 0.8) \times 0.1$
興味度（10点満点）	広告に興味を持った	
信頼度（10点満点）	広告が信頼できる	
理解度（10点満点）	広告が理解できた	
センス評価（15点満点）	センスがよい	「センスがよい」の割合【\%】 $\times 3 \times 0.15$
心理受容（15点満点）	よい広告を出していると思う	「よい広告を出していると思う」の割合【\%】 $\times 3 \times 0.15$
オリジナリティ評価（30点満点）	個性的である	「個性的である」の割合【\%】 $\times 3 \times 0.15$
	おもしろい	「おもしろい」の割合【\%】 $\times 3 \times 0.15$