

審査員総評

服部幸應／審査員長



「オレンジページ」本誌をめぐっているといふ食べ物に目がいきますが、電気製品や化粧品など、幅広いものが紹介されているんだな、と審査をしながらあらためて実感しました。また、どの広告をとってもそれぞれが主張したいことがしっかりと表現され、完成に至るまで制作者と企画者との間には苦労があったんだろうな……と思わせるものも。どの広告も点数をつけるのがつらくなるくらい、とても質のいい広告ばかりでしたね。

浜内千波／審査員



今年は「クロスメディア賞」となったこともあり、広告自体が去年からさらなる進化を遂げている、そのスピードの速さに驚いています。いろいろなコンテンツとコラボして情報発信をするだけでなく、必ず結果もフォローしていて、マーケティングがしっかりしていますね。また、読者の皆さんが「オレンジページ」に持つイメージは「安心」「安全」「信頼性」というものなのだと、今年の広告を見てあらためて実感させられました。

角田光代／審査員



「特別賞」や「読者賞」はある意味従来型の広告の印象が強く、やはり（物語）があるものが印象に残りました。一方、「クロスメディア」は紙の広告でありつつ、読者を巻き込んだり、SNSで拡散したり、といった仕掛けを持つもの。広告が変化してきていることがよくわかりますね。アナログ人間な私にはそれらがどう影響を及ぼし合うかがまだよくわからない部分もあるので、勉強し、それらの流れについていかないと……と思っています。

鏡リュウジ／審査員



「特別賞」の広告に関しては（人・個人）が前面に出ているものが印象に残りました。これは一般のかたも自分で発信をするようになってきたことが影響しているような気がします。今後、読者の発信力とコラボレーションすることも多くなっていくでしょう、そういう場合、プラットフォームを用意するのも雑誌の役目になるのかもしれない。「クロスメディア」がその延長線上にあると考えると、今後さらなる広がりを見せていく気がします。

コウ ケンテツ／審査員



自分自身が親として実感しているのは、みんな先行きが見えず、不安を抱えながら子育てをしている、ということ。そんな時代に雑誌に求められているものは（安心感・確実性）だと思えます。広告にしてもそれは同じで、読者が「背中を押してもらえた」気持ちになったり、「生活に寄り添ってもらっている」気持ちになれるものが高く評価され、多くの共感を生むのでは。従来は「クライアントありき」だった広告ですが、変化を感じますね。

「オレンジページ広告大賞」の審査風景



読者の投票から選んだ

2018年 第14回 オレンジページ

広告大賞

発表

読者の皆さんの投票で選ばれる「オレンジページ広告大賞」。今年もたくさんの投票により、ついに受賞作品が決定！『オレンジページ』はこれからも、暮らしに役立つ広告を発信しつづけていきます。どうぞご期待ください。



クロスメディア総合賞 金賞



「オレンジページ」2018年4月2日号掲載



「オレンジページ」
2018年1月2日号掲載



「オレンジページ」
2017年12月2日号掲載



オレンジページnet



読後調査



イベント

暮らしワンランクアップ作戦

三菱電機株式会社

読者の声

お米と、それに合うおかずを合わせて紹介しているところがおもしろいなど思いました。炊飯器の性能のよさもよくわかりました。
(34歳・フルタイム勤務)

いろいろな家電やその機能が幅広く紹介されており、おもしろく読めました。
(51歳・フルタイム勤務)

受賞一覧

【クロスメディア総合賞】 銀賞

資生堂ジャパン株式会社
アクアレーベル
スペシャルジェルクリーム(オイルイン)

銅賞

宮城県
旬のかきでメリークリスマス

【読者賞】 銀賞

キュービー株式会社
キュービー マンゴードレッシング

銅賞

高知県
〈青とロマン〉の仁淀川の旅

【特別賞】(五十音順)

花王株式会社
キュキュット「卒業証書」

パナソニック株式会社
「いまでも、これからも。」
(炊飯器・オーブンレンジ・冷蔵庫)

ユウキ食品株式会社
「化学調味料無添加のガラスープ」で作る
野菜だけでおいしいスープ

読者賞 金賞

スイーツの糖質 “カット”しちゃいます。

旭松食品株式会社



「オレンジページ」2018年2月2日号掲載

読者の声

ケーキに「OFF」のホワイトクリームが新鮮で目をひき、メーカーの意図もひと目でわかる、すばらしい広告だと思いました。
(29歳・商工自営業)

写真のインパクトがあって目に留まる。伝えたいことが文字と写真で一目瞭然。商品を知る、興味を持つきっかけになる広告だと感じた。
(42歳・フルタイム勤務)