



消費者が選んだ
広告コンクール

【Release】

報道関係各位

2026年1月15日

公益社団法人 日本アドバタイザーズ協会（JAA）

第63回 JAA 広告賞 消費者が選んだ広告コンクール 消費者の「心に響いた」広告が決定

115名の一般消費者審査員が選出した評価ポイントは
「人と人」「人と企業・組織」「人と世界」を結びつける『広告の力』

公益社団法人日本アドバタイザーズ協会（東京都中央区、理事長 川村和夫、以下 JAA）は、「第63回 JAA 広告賞 消費者が選んだ広告コンクール」の入賞作品を発表しました。

本年度は、プリント広告（新聞広告、雑誌広告）、オーディオ広告（ラジオ広告、デジタル広告）、OOH広告、フィルム広告（短編フィルムの部、中編フィルムの部、長編フィルムの部）に996点の応募がありました。

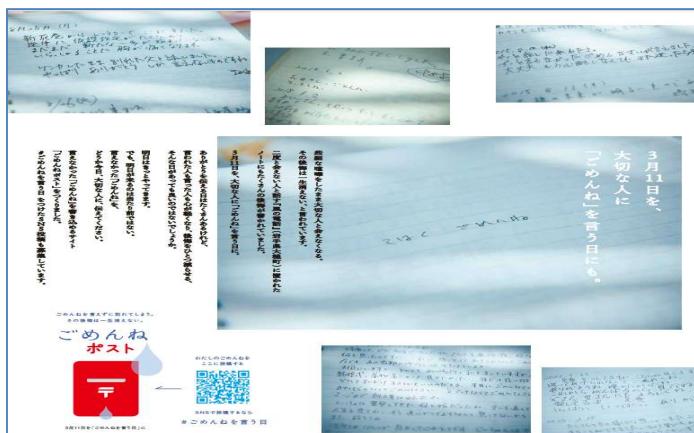
最高賞であるJAA賞グランプリは、全6部門から岩手日報社（2部門）、ライオン、サントリーホールディングス、ホクレン農業協同組合連合会、花王の各社が、また経済産業大臣賞は宮崎県西都市とまちづくり西都KOKOKARAが受賞した他、全67作品が入賞しました。

賞	部門	受賞社名	タイトル
JAA賞 グランプリ	プリント	株式会社岩手日報社	3月11日を大切な人に 「ごめんね」を言う日にも/教材化広告
	オーディオ	ライオン株式会社	「1分」篇
	OOH	サントリーホールディングス 株式会社	特茶ぴったり広告
	フィルム 短編の部	ホクレン農業協同組合連合会	牛乳といえば北海道、北海道といえば牛乳でしょ チーズといえば北海道、北海道といえばチーズでしょ
	中編の部	花王株式会社	卒弁証書
	長編の部	株式会社岩手日報社	「広告シリーズの教材化」篇
経済産業 大臣賞	OOH	宮崎県西都市/一般社団法人 まちづくり西都 KOKOKARA	18歳の図書館

JAA 賞グランプリ 受賞作品

■JAA 賞グランプリ プリント広告部門

株式会社岩手日報社 3月11日を大切な人に「ごめんね」を言う日にも/教材化広告



【審査員コメント】

- ・震災の悲劇や悲しみを伝えつつ、記録を残し若い人に伝えていく大切さがわかる
- ・日常的に、大切な人への気持ちを言葉で伝えようと思った
- ・響く、惹きつけられる、心に残る
- ・後世に残してほしい取り組み
- ・普段の生活を大事にしたいと思った

■JAA 賞グランプリ オーディオ広告部門

ライオン株式会社 「1分」篇

NA：1分で人は何もできないことが多い。。
SE：ゲームの音。
母：いつまでゲームやってるの！
子：あと1分！
NA：少なくとも10分。。
SE：ドライバーの音。
父：洗面所いつまで占領してんだ？
娘：あと1分でメイク終わるから～（ちょっと離れた洗面所から）
NA：どんなに急いでも15分。。
SE：ホームの音。
彼氏：ごめ、1分で駅着く！（電話越しの声）
NA：なんだかんだ20分は遅れる。。

【審査員コメント】

- ・商品の機能性を1分で上手にアピールできていて面白い
- ・60秒の尺をうまくいかしている
- ・日常のアルアルに思わず笑ってしまう
- ・掃除の手軽さがわかりやすい
- ・最後の一言がキレイなオチで◎
- ・本当に1分で？と試したくなった(笑)
- ・商品への落とし込みがスマート！

■JAA 賞グランプリ OOH 広告部門

サントリーホールディングス株式会社 特茶ぴったり広告



【審査員コメント】

- ・日本ならではの電車の正確さを利用した日本にしかできない広告
- ・伝え方がとても面白くて最高！！
- ・実際に見てみたい
- ・コンセプト、アイデア共によい
- ・ずれたらズれたでまた話題になりそういうところも含めすごい

■JAA 賞グランプリ フィルム広告部門 短編フィルムの部

ホクレン農業協同組合連合会 牛乳といえば北海道、北海道といえば牛乳でしょ □
チーズといえば北海道、北海道といえばチーズでしょ 🏠



【審査員コメント】

- ・ミルクとチーズの映像美について見いってしまう
- ・北海道が強い！
- ・食材の魅せ方がうまい
- ・北海道の名産品であることがシンプルなのによくわかる
- ・牛乳やチーズを素材だけで表現していくとても魅力的

■JAA 賞グランプリ フィルム広告部門 中編フィルムの部

花王株式会社 卒弁証書



【審査員コメント】

- ・子供の卒業と親への感謝のメッセージがよい
- ・家族の物語に共感、心にささる
- ・全国のお母さんへの感謝状のようで、とても感動的で素敵なストーリー
- ・証書のお弁当に愛情を一杯感じる
- ・365日家事を支えてる商品ということがわかる

■JAA 賞グランプリ フィルム広告部門 長編フィルムの部

株式会社岩手日報社 「広告シリーズの教材化」篇



【審査員コメント】

- ・後悔のない生活をしたいと改めて思える素晴らしい広告
- ・震災を風化させない今までの取り組みが学校の教材になることがさらに素晴らしい
- ・心理的防災はとてもよい言葉
- ・震災に限らず想いを伝えることの重要性心がしっかり伝わってくる

経済産業大臣賞 受賞作品

■OOH 広告部門

宮崎県西都市/一般社団法人まちづくり西都 KOKOKARA 18歳の図書館



【審査員コメント】

- ・本の力の再認識
- ・とてもステキな取り組み。他の市町村でも是非！！
- ・引き止めでなく可能性を広げるという発想が若者に寄り添っていてとてもよい
- ・過疎化、本離れ等の社会問題に向き合い、若者に未来を託す活動

審査講評（芳賀康浩審査員長）

今年の審査会に参加して感じたのは「広告の力」です。それも、単に商品を買わせる力ではなく、商品・ブランドや事業を通じて、人と人、人と企業・組織、人と世界を結びつける力です。このことは高く評価された作品に寄せられた審査員のコメントに、これまでに気にも止めていなかった商品の有用性に気づくこと、無関係だと思っていた社会的課題が自分ごとになること、自分とは属性や立場が違う人に共感できることなどが繰り返し出てくることからも分かります。

同時に不安に感じたこともありました。審査会の運営を手伝ってくれた大学生が審査対象作品に見入っている様子が印象的だったので、審査会後に聞いてみたところ「感動した」「面白かった」と言っていました。優れた作品ばかりなので当然の反応ではあるのですが、もう少し聞いてみると日常の中で広告に感動したり、面白がったり、話題にする機会は非常に少なくなっているようです。広告はいま大きく二極化しているのかもしれません。JAAが定めた広告の定義にある通り、すべての広告が「生活者に便益をもたらす」ものであり続けることを期待せんにはいられません。次回もこうした力のある作品が多数集まることを祈っています。

入賞作品について

当協会ウェブサイト (<https://www.jaa.or.jp/>) にて公表しています。

JAA 広告賞とは

審査員に広告の関係者を含まず、広告の受け手である消費者が生活者の視点から審査を行う、世界でも類を見ない大きな特徴を持つ総合広告賞です。

今回は、プリント、オーディオ、OOH、フィルム（短編の部、中編の部、長編の部）の6部門合わせて996点の応募がありました。「好感、共感、親近感がもてる広告であるか（感性）」「わかりやすく、納得できる広告であるか（理性）」「オリジナリティを感じられる広告であるか（創造性）」の審査基準のもと、115名の一般消費者審査員が約1ヶ月間に渡り選考に携わりました。

公益社団法人日本アドバタイザーズ協会について

日本の有力なアドバタイザー企業・団体自らが共同して、広告活動の健全な発展のために貢献することを目的として活動する公益社団法人です。マーケティング・コミュニケーションにデジタルを活用すべく研究・情報収集を行っているデジタルマーケティング研究機構を有し、「人材育成事業」「調査研究事業」「表彰事業」「情報発信・共有事業」「相談助言事業」「他団体への支援連携事業」「広報事業」の7つの事業をもとに、活動しています。

正会員社 267社

賛助会員社（デジタルマーケティング研究機構会員社）310社

（2025年12月末現在）

本件に関するお問い合わせ先

公益社団法人 日本アドバタイザーズ協会 JAA 広告賞事務局

E-mail : contest@jaa.or.jp