

令和元年度「広告価値向上キャンペーン」 テーマ設定について

私たちの暮らす名古屋が名古屋市の調査で
「魅力のない街 全国第1位」（名古屋市調べ）となったのが平成28年。
名古屋広告業協会が「名古屋を元気にする広告」というテーマで
新しい広告の募集を始めたのが2年前。

毎年名古屋広告業協会の元には、
元気で魅力的な「名古屋再発見」の広告表現が多数寄せられました。

「魅力のない街第1位」を気にもしていないような
名古屋市民の9割が「住みやすい」と答えている事実の発掘。



平成29年度作品

さらに、制作された作品は
名古屋市の主催する名古屋応援事業
（名古屋なんて、だいすき事業）に
承認され、広告業界のみならず、
市内の小・中・高校や図書館など
約500カ所に配布・掲出されて、大きな話題にもなりました。

インバウンドの波の中、身近な場所が
世界から注目される観光名所になっていたという
新たなる発見など。
毎回、名古屋の新しい魅力を
広告というキャンバスに描いてくることができました。



平成30年度作品

そして今年も引き続き実施いたします。

【テーマ】 ～名古屋を元気にする広告～

名古屋を元気にする広告を
私たちならではのアイデアと、表現で。

今年度もみなさまからの素晴らしいご提案・ご応募をお待ちしております。