

新聞部門

建設機械というのは、画になる男性的な魅力いっぱいな存在だ。機械をカタチのように一見するが、工業品としても巧い処理がしてあるし、レーターの居住環境にも注意が払われて、なかなか高度な機械である。この機械は手が二本ある。斜面でながらなお作業を続けるダイナミックが、プレ写真に生きて見事である。双腕ショベルには、50年の伝統があるといふ。スペースなどはございません。

第2席 日立建機

掲載日9月15日／スペース全5段



四字熟語としては漢字の特長を生かした巧い表現である。中国伝来だろうが、いかにも中国人らしい発明だ。複雑
で難解な情報を、単純化し明確化し憶えやすくした、この先人のチ工は見事である。この広告はその特性を十分に利用しながら、自社のメッセージを巧みに潜りこませているのだが、その手法には感心する。かるたのバックに置を使い、かるたとりの素早い手の動きをフレ写真で表現するなど、細部まで注意の行き届いた作品である。

第1屏

富士通エフサス



掲載日 8月31日 / スペース金 6段

選評　この部門は、2・5段以上7段未満とする区分で、さらに、ハンディが大きくなる2・5段といえば、新聞全ページを使う15段の1／6の面積でしかない。これはもう大スペースの縮小版という考え方では通用しない。このサイズ特性に応じた、全く新しい発想で考え、新しい技術で完成させる必要がある。そのためには、前述の第3部と同様だが、表現の類型と日常性を破り、覆す意外な創造が求めら

れるのだ。想像力と創造力が欠如し、予見能力が皆無な連中が連発する、責任逃れのいわゆる「想定外」の結果というのは、制作者にあつてはならないことなのだ。

制作者とは、常に想定外の仕事をし続けること

想像力と創造力

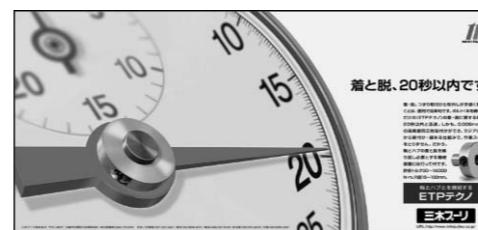
新しい発想、新しい技術で

スでは存在すら認められない。まずこの常識を破ることから発想をスタートしてみるとことだろう。また、いい表現の裏側には、想定外の立場で、それを決定し採用する人たちがいることが多い。

この環境も大事なものだ

る。　（田保橋淳）

第3席
三木ブーリ



掲載日 8月30日 / スペース全 5 段

ら、注目度を高める手法のお手本のような表現である。たとえば斜め。新聞は記事面も広告もほとんど水平・垂直である。その中ではただ垂直でないというだけで、目立つ。その辺の計算もしっかりしたものである。

第1席 旭化成

「問題」と題して30段のインパクトのあるビジュアルで問い合わせ、「昨日まで世界になかったものを。」の共通したストーリーで答えるというシリーズ展開で一貫していて、しかも大変力強いビジュアルである。「問題」ではローソクを持ったナース、風車、富士山のビジュアルで感情に訴えかけながら、答では、技術的な製品を中心にコピーでじっくり説明する説明型の表現になっていて、感情、理性の両側面に上手に訴えかけている作品となっている。

掲載日11月4日他／スペース45段
(全30段+全15段)×3

