

桃太郎といふおとこは、
木を切りました。



一方的な「めでたし、めでたし」を、生まないために。

広げよう、あなたがみている世界。

2013年度「新聞広告 クリエイティブコンテスト」 結果発表

的に「新聞広告クリエイティブコンテスト」を実施し、今年度はしあわせをテーマに募集した。全国から1069作品の応募があった。クリエーターの副賞として、倉食氏、児島令子氏、佐野研一郎氏、服部一成氏、前田知和氏と広告委員会副委員長は審査を経て、入賞作品を決定していた。入賞作品は当協会ウェブサイト (<http://www.hiroshige.or.jp/rank/>) に、載っていた。作品タイトルと賞者は次のとおりです。敬称略か、ご内製作家の所属。

[illegible]

人日違ひ。言葉や形にするのが難しいテーマだったと、
裏で諷刺を込めて「何となくしめした」などと信じて
いた。桃太郎に父親を殺された鬼の子どもを描いてた
た最優秀賞の作品は、目にした誰しもが立ち止まら
ず考えてという点で、新聞協会の広告コンテストの
グランプリにふさわしいエッジの効いた作品でした。
昨今、問題提起ができている広告が少ないように感じ
ています。読者に新聞広告の価値を再認識してもらっ
てほしい。このコンテストには既存の価値観に石を投
じる役割を期待したいです。

多かつた中、選者のふりにかけてみれば、これだけの
・倉宏 審査委員、形だけの幸せを考えた作品が
優れた作品が残りません。最優秀賞は、ただ面白いと
か、かたがた上にならまわっているというのではなく、と
がっているところがよいですね。優秀賞のいつも通
じ、見上げる青空と街の構図に福島の連想せざる
を得ず、強烈なメッセージ性を感じます。コピー賞は
幸せが日常の中にあることを言い換えた「ボーワーク
がなかなかのものでした。

男長子 長崎屋敷の者の一人に生まれました。時から低成長傾向の中で生きていますが、日常の身近なことに幸せを見ていると感じました。それを新聞広告に仕立てる際に、表現の仕方・視点のものを工夫した。シンプルながら強く作品を選びました。最優秀賞は読み手の心・心小石を投げたような作品です。いつも通りの道路標識のバックにある青空は、3・11以前の日本に戻った、想いと戻ることの難さへの暗示とも読める点がジャーナリストで評価しました。

「まじで二回、おかしなことをして、同じことをして、苦しいけれど、例えはありますが、しあわせからずんずんに思っているの。例えはありますが、四葉のクロバートと赤ちゃんといたステレオタイプのイメージではなく、どう見るか、という。視覚的な位置から見るとは、逆説的な位置から見るものとして、最後優秀なポイントの発見が重要だったのではないかと感じています。賞の『鬼の子ども』が象徴的でした。選外ですが、作者本人の病から見える風景をドクメンタリー的に仕上げている作品があり、新聞などではその表現として深く印象に残りました。

かし、「幸せ」をどう捉え、どう表現すれば読者に共感してもらえるのか、敏感に幸や不幸を作ったものが最後には残ってしまった。等身大の幸せをテーマにしたのが最終的に残ったと思うます。」等身大の幸せをテーマにしたのが最後に残ったと思えます。」

「あはれ」という言葉が、この中で、道外の提言にも、社会的視野を広さく感じるべきものでありましたが、コピーやデザインが不熱で、訴える力弱く入選に至らなかったが残念でした。

・前田だい 審査委員長「昔『しあわせって何だった?』というB&WCMがあった。『しあわせ』という言葉は自分から見た概念はない。人と共有するの難しさがあるけれどもいいかもしれない。最優秀賞は、『しあわれ』とある意味でジャーナリスティックな作品である。広告制作者はある意味でジャーナリスティックであるべき」という見本とあるところ、優秀賞のいつも通りと見比べると、より味わいが深くなる。「しあわせ」という状況は、常に「怖ろしい」と同居しているのだ。

●上の作品..最優秀賞「めでたし、めでたし?」

一般社団法人 日本新聞協会
〒100-8543 東京都千代田区内幸町2-2-1
日本プレスセンタービル 03-3591-4407