

新聞部門

第2部

第1席 NEC



掲載日 9月14日/スペース 全15段

全15段を飾るのは、昨2017年に日本で初めての本格的な展覧会が開催された話題になったイタリアの画家アルチンボルドの代表作「寄せ絵」と呼ばれる野菜や草花を組み合わせたユニークな作品は何度も見ても面白い。その面白さの源は「何でできているのだろうか」という疑問にありそうだが、さまざまな物体を認識する同社の技術がこの疑問に答えてくれることを、レジのレシートデータでユーモラスに表現している。名画に負けない優れたアイデアだと思う。

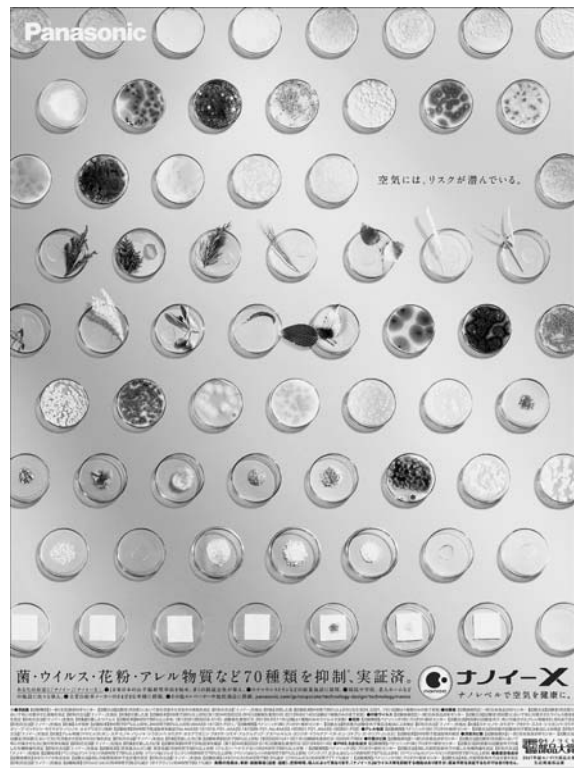
第2席 三菱電機



掲載日 9月13日/スペース 全15段

「一瞬なんだが良く分からないけれど、よく見るとなるほどよく分かる」という作品はよくあるが、「よく見てもさっぱり分からない」というところがある。この作品のミソは、ビジュアルがよく分からないことでメッセージがよく分かるという表現が、AI技術の特徴をうまく伝えている。私たちの仕事を奪うという、ややもすると怖い印象も持たれているAIについて、私たちがサポートして、私たちが意識を感じさせてくれる点も評価されるべきだと思う。

第3席 パナソニック



掲載日 2月16日/スペース 全15段

少し遠目に見ると、綺麗なおおほじきかじり玉が等間隔に並んでいるようなビジュアル。ところが寄ってみると、それぞれ気味の悪いカビのようなものばかり。このショックこそ、この作品が伝えようとしているメッセージだろう。一見無色透明で澄んで見える空気も、よく見てみれば、菌やウイルスが潜んでいる。空気環境を改善する同社の「ナノイ-X」「ナノイ-X」技術がなぜ必要なのかを、見えないものを可視化することで見事に伝えている。

第3部

第1席 三木プリー



掲載日 9月12日/スペース 全10段

錆びない機械部品の広告。銅製品は経年変化で緑青という錆がでて完成度を高めることもあって、喜ばれることもあったが、しかし機械ではそうはいかない。故障や破損の原因になりかねない。このことの比喩に上野の西郷さんの愛犬の銅像を使っている。適切な発想だ。いまテレビドラマ「西郷どん」が話題のようで、そんな時代の風潮を意識しているが、あえて肝心の西郷さんの首を切つて、薩摩大津を中心にして面白く、意外性がある。面白く、意外性がある。

第2席 三井物産



掲載日 3月23日/スペース 全7段

小型広告のお手本のような名作。各構成要素のバランスも適切だし、レイアウトもいい。コンテンツナーミナルの写真は、深い深度のピントと適切なカメラアングルで、その大スケールを十分に理解させてくれる。キャッチフレーズは簡潔で分かりやすく力強い。他の広告ではおぼろげに写っているようなポスターもしっかりと存在を主張している。だからさっとリーダビリティも高かろう。ロゴまわりも無駄なものがない。スッキリしている。だから認知率も高いはずである。今後小型広告はこうあってほしいと思う。

第3席 富士通ビー・エス・シー



掲載日 3月28日/スペース 全7段

開発事業のサポートシステムの広告。その成功は経験豊かな優秀な個人で編成されるチームの良しあしに関係するところが大きい。これはF1レースのピットクルーの機能と全く重なるという表現である。巧い比喩である。ピットでは多いときは20名のクルーが給油・タイヤ交換・故障修理・部品調整修理などの多種多様な作業を2秒でこなさない限り、優勝は望めないという。一糸乱れぬ作業はまさに補給。こんなクルーのサポートなら、失敗はありえないことだろう。

選評 第1部



石崎 徹
専修大学 教授

迫力ある作品ぞろい あらゆる手段を駆使

第3席のNECの作品は、足跡がなかった動線がさらに男性のような顔になっていて、同社の人工知能(AI)による映像解析技術が人々を驚かす様子をダイナミックに表現している。

選評 第2部



芳賀 康浩
青山学院大学 教授

美術的表現を広告に 自社の技術もアピール

「寸鉄人を刺す」山椒は小粒でもひりりと辛く、「その逆をいう」大きな大根は、この大スペースならではの優れたビジュアル表現だ。

選評 第3部



田保橋 淳
多摩美術大学 名誉教授

「寸鉄人を刺す」勢い 小スペース内で健闘

「寸鉄人を刺す」山椒は小粒でもひりりと辛く、「その逆をいう」大きな大根は、この大スペースならではの優れたビジュアル表現だ。