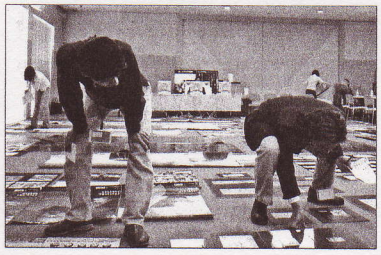
「ラブ賞しつこい部門」カーセンサー「サウンドロゴ篇」サウンドロゴの替え歌というシンプルなアイデアをここまでいじり倒すしつこさに感動しました。

「ラブ賞エロおか部門」ピップの「舞い上がる女篇」の「ビールにする？私にする？私は飲み物じゃないか・・・」はエロおかしかったです。吹きました。

「ラブ賞運動量部門」リクルートの「フリ卒」本来はポスターでエントリーしていたコピーですが、時代を名づけたネーミングとして運動量が大きいと思いました。

そして（ドラムロール）「ラブ賞100以上あるやんか部門」は東急ハンズの「100のいいわけ」。100と言いながら100以上あるやんか。しかも一個ずつ、ちゃんとおかしい。大好きです。

各賞、賞品は無いですが、いつでも一杯おごります。おごらせて、おねがい。あ、最後になりますが「ラブ賞特別賞」を、審査当日のお弁当にさしあげます。以上、愛してます。



電通／絹谷公伸

「真実を表していること」が審査基準でした。

言うまでもなく広告制作者は多かれ少なかれ嘘をつく。つまり、広告世界は嘘をひとつの源泉としている。けれども、どんな嘘のビジュアルもコトバも必ず「真実」を表していないと消費者に伝わらないというのが「広告の逆説」である。カンタンに言うと、ウソを使って、真実を表現するのが広告だ、ということである。さて今回、そのような「逆説」に適合しているか否かを、私なりの審査基準において、応募作品をていねいに吟味してみた。よーく見てみると、テクニックに満足してしまって、最終目的地の「真実」に至るを忘れてしまっている仕事も少なくない。それらは、消費者から見ると、ウソをつきっぱなしで終わっている広告にしか見えない。

話は横道にそれるが、カンヌなど世界の広告シーンで、日本の広告がいまいち評価されないのは、この「真実」に帰結していない広告が多いからだと私は思っている。カンヌの入賞作品なんかを見ていると、結構、人間の真実みたいなものにズドンと帰結していて、人種や国籍を超えても理解できるものが多い。考えてみれば、大阪はこの「真実」をつかまえることが得意なはず。キンチョー、関西電気保安協会、関西公共広告はじめ豊富な実績もある。大切に守っていきたい「大阪の技」のひとつかもしれない。

今回の受賞作は、すべて、「広告の逆説」に沿って作られたものばかりである。そう意味では、とても大阪らしい広告が受賞したということになる。

受賞されたみなさま、おめでとうございます。

博報堂／原　浩子

審査したのではなく、審査されました。

若い奴は嫌いや。経験も少なく何も解っていないくせに自信満々で仕事をする。メール世代やから、会話力と聞き取り力がない、彼らと話していても得した気分にならん。その点オッサンやオバチャンと話すとホッコリする。知らないことをたくさん教えてもらえるから・・・あー、いやだ、いやだ。近頃の年下・ホストブームのせいか、「若い男を担当にお付けします」なんてね、たまーに仕事での冗談で言われるんですよ。しかし、この場を借りて（なんでやねん）ハッキリさせます。私は若者が嫌いだ!!!・・・

と思ってたんです、常々。が、しまった！OCC賞出品作は違ってましたね。新人部門、元気あるある。とくにラジオ。表現に遠慮のない感じがいい。パターンにはまっていない作品が多く、「おっ！」と思う瞬間がずいぶんありましたね。グラフィックもそう。コピーに人柄の良さが見えてきました。新人賞を逃した人、落ち込む必要なし！全体にレベルが高かった。いいやん、いいやん。大阪の未来は明るいやん。姉さん、宗旨替えせなあかんなあ・・・

ところがクラブ賞はその逆。全体に手馴れた印象なんです。悪く言うと「パターン」。自分もそうだけど、年齢を重ねると、得意先の事情やしがらみが見えてくるからですかね。あかんやん、やばいやん。もっといちびらなオモロナイやん。日本はこれから高齢化が加速する。クラブ賞世代ががんばらなければ、と自分を戒めました。

こんな風に、審査とは作品と向き合うというより、自分と向き合う作業でした。審査しながら、審査されている。自分の弱さ・足りなさを突きつけられる。価値観が計られる。げっそり疲れ体重も減りました。エクササイズならぬシンササイズ。体・頭・心に効いたOCC賞審査でした。

51年目のOCC賞に。

藤井則行事務所／藤井則行

今から21年も前の1986年、初めてOCC賞の審査をさせて頂いた。もちろん一番若い審査員であった。その折、一番若い審査員として新人部門の設立を提案し、その賞はコピーライターの登竜門として今も健在だ。

今年、7年ぶりに審査員にご指名頂いた。もちろん、最年長の審査員である。役割としては当然「賞の公正さ」と目の前の面白さや、その場の空気感などに左右されない「広告としての精度の評価」である。新人部門で最も気になったのは、松岡貴之さんの「中古の車ですが、買う人にとっては、すべてアタラしい車です。」というコピー。賞では、一般に「何を言うか」という視点やアイデア（鮮度）の評価と、「いかに表現するか」の技量が基準と考えるが、将来プランナーとしての活躍も期待される新人部門ではやはり「商品に対する新しい視点」を評価基準としたい。

他方、クラブ賞部門では「文句なく上手い」コピーライターとしての技量が求められる。広告業協会の賞ではないのだから、その年もっとも売れた広告ではなく、もっとも「上手い」広告が選ばれるのが、ある意味当然だと私は思います。

さて、審査委員長の「自分の関わった作品に一票入れるのは無しね！」で始まった「極めて公正」な今年のOCC賞。クラブ賞の井田万樹子さんの作品は全員一致の推挙ではありましたが、実はノミネート作品の「探し物」とどっちを押すかでは票が割れ、アイデアの評価という意味からも「連鎖」の受賞となりました。部門賞の湯浅さんのコピーもやや意見の分かれた広告。ここは「工事現場のシート」というマイナーな媒体ををきちんと評価した審査員の皆さんに拍手を送りたいと思います。

今から21年前の自身のコメント。応募の皆さまありがとうございました。ちょっと心配な点もいっぱいあるけど、皆さんこれでカンペンしてください。・・・この気持ちは今も変わりません。

電通／松本恭彦

OCC史上、最も厳正・公正な審査会だったのではないかと思います。児島令子審査委員長のもと11人で行った審査会。1、自分が関わった仕事には投票してはいけない。2、各タームで審査員一人一人の一票の重みを確認することで絶対評価なのか相対評価なのか、疑問の余地を排除。3、TV、グラフィック…部門間の得票数比率考慮（審査委員総票数／応募総数）4、各部門ノミネート作品に対する遠慮なき熱い議論。5、応募作品に対する匿名審査スタイル。これらに各審査員の皆さんの審査基準が合わさって選ばれた今回のOCC賞。入賞された皆さんおめでとうございます！今年の入賞は価値がありますよ（なんて）。

では、あとはゆるーく思いの丈をつらつらと脈略もなく。一等賞（クラブ賞）の井田さんのラジオは、もう芸術。言葉とレトリックのマジシャンのようであっという間の60秒でした。クラブ賞を争った湯浅さんの「家は、途中も見てほしい。」ゲリラ的な媒体発掘。社会事情。一見普通に感じるコピーだけど、これ以上の装飾もゆるされない。ましてやこれ以下の表現でもだめ。考え抜かれた距離感だと思いました。個人的には石井さんの「かるくやバイ」が一等賞でした。僕もいつかこんなヒットを飛ばしたいと嫉妬心でいっぱいです。それから、古川さんの「遅刻のいいわけ」シリーズのパワーにも脱帽です。あっそれから象印のサーモグラフィ篇　どうして入賞しなかったんだろう？それから、あれとかこれとかどうして出品されてないんだろう？あ、それから…あっ、紙面の都合上これにて失礼します。

西日本広告祭誕生か。

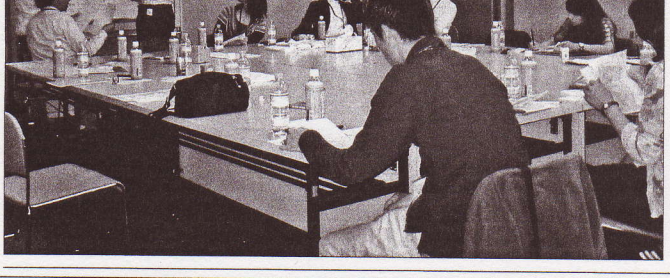
大広／森本晃史

テレビ・ラジオについては、事前に審査員にリールが渡され、審査当日までに見ておくことになります。これが結構な量で、文字どおり一日仕事になるのですが、途中で、不思議な錯覚におそわれました。「あれっ、これ大阪コピーライターズ・クラブの選考だったっけ。なんだったっけ。」と。要は、いわゆる大阪的、関西のりの作品というものが、明らかに少ないのです。さらに、見知らぬ作品、はじめて見聞きする広告主が、次々に登場しました。もちろんどこの誰の応募かは予め確かめる術はありませんから想像するだけなのですが、おそらく名古屋から、九州地からエントリーがあったのでした。応募の告知ポスターでは、「東京に行った人も、応募してね。」とのことでしたが、「何言ってるの？オレたちのこと忘れてもらっちゃ困る。日本は東京と大阪だけじゃないよ。」という熱いシャウトを聞いたような気がしました。

審査当日。グラフィックが、ずらり並んだ会場でも、その傾向は同じでした。今回は、審査員が関わっている作品には、各自投票してはならないというルールにのっとってきわめてフェアーな審査が行われました。その結果、当然のことなのですが、先入観に囚われない、またキャンペーンの規模や媒体スペースの大きさでもない「同じ、日本語という言葉で書いた一行のコピーそのものが、訴えかけてくる響き。」いわばコピーライターの肉声をしっかり耳を傾けることができたと思います。審議の結果、多様な地域の方が受賞されました。

OCCとは？その位置付けは？ということへのケアもあって、今回運営委員でありながら審査員という変則参加になりましたが、はからずもOCCのターニング・ポイントに立合ったように感じています。

もはや、完全なローカルというのはあり得ない。その意味ではOCCは、さらに開かれた団体へと変わる、その戸口に立ったのかも知れないと思ったある春の一日でした。



審査会を終えて

審査用のテレビ・ラジオ作品のテープ編集に、ニッポンムービー大阪の加根さん、イマジカウエストの山本さんはじめ、多くの方々に、今回も大変お世話になりました。審査料を頂かず、ボランティアで運営しているOCC賞。少しでも負担を軽くするように努力していますが、まだまだ審査システムは改良すべきところがあります。皆様のご理解とお知恵を！

㈱博報堂関西クリエイティブセンター（赤井宏）

審査は、審査委員のみなさんはもちろん、裏で支える多くの皆さんのボランティアで成り立っています。それは審査会の直前にあったOCC50周年パーティ、記念誌発刊、Tシャツ展も同じです。皆さん、ほんとうにありがとうございました。

㈱電通関西支社（永井雅之）

宣伝会議の大越さんと梶本さん、コピーライター養成講座の受講生の多賀さん、西原さん、藤井くん。OCC事務局の石坂さん、アルバイトの岸本さん、わが社の新人陽太君。皆さん、いろいろお手伝い、ありがとうございました。おかげで、スムーズに運びました。感謝、多々！

（田中有史）