

審査評

トライする気もち



審査委員長
電通関西支社クリエイティブ局
山本 良一

広告をつくる、という仕事はカンタンではありません。経験を積み、髪が薄くなったからといって、コピーがうまくなるわけではない。若くて、髪がふさふさだからといって、斬新なアイデアを思いつくわけでもない。いい仕事をしたい人ほど、地道な作業をおろそかにせず、あーでもない、こーでもないと考え、迷い、ざりざりまで粘っている。トライする気持ちを忘れずがんばっている。そういう人に、広告の神様は降りてくるのだと思います。今回、受賞された皆さんも、きっとそんな問題や制約にめげず、トライを続けている。クラブ賞受賞の山崎さんも、ときどきものすごく疲れた顔で、真夜中まで企画している。自分が満足するアイデアがでるまで、絶対にあきらめない。そういう姿勢を、よくはひそかに尊敬しているのではありません。受賞作であるホットペッパーに関する話は、常連だしの仕事に賞をあげたほうがいいのか、という声もあったが、投票の結果、圧倒的な差で、クラブ賞に決定。アフレコという手法であっても、毎年毎年、手を

かえ品をかえ、トライを続け、結果を出しているこの仕事は、やっぱりクラブ賞にふさわしいとばかりは思います。各部門賞についても、質の高い力作が選ばれました。西島さんの鋭いことば、井田さんのたのしいしゃみ、板東さんの少しせつなく、かわいらしい企画、尾崎さんの実感のあるひとことシリーズなどなど、すべての部門賞受賞作の中に、トライする気もちの存在を感じました。



受賞外のコピーにも拍手！



電通関西支社クリエイティブ局
岡崎数也

10時間を越える審査の結果、新人賞11名を含む19人の受賞者が決まりました。メディアに貴族なし。露出料や制作費の多寡には惑わされまいとしてや名前なんぞに！などという心配を吹き飛ばす熱い審査でした。権威も賞金もないがアホな派閥も無用なヨイショも存在しない。そんなOCC賞にふさわしいコピーたちでした。天下のSMA Pを、あそこまでオチクリ倒したホットペッパー「居

酒屋クーポン」。山崎さんの勇気ある企画力に、大爆笑です。文句なしのクラブ賞でした。松下電器のナショナル空気清浄機「くしゃみ会話講座」。井田さんの洒落なコピー、好きです。奈良新聞の西島さん。コピーは上手を競うのではなく、眼差しのありようが大切なのだということを、改めて教えていただきました。かようにですネ、ボクなんか解説するまでもなく、受賞されたコピーは、素晴らしいものばかりでした。ここでも是非とも報告させて欲しいのが、受賞に漏れたコピーたちです。個人的に好きなものがたくさんありました。特に、廣瀬さんのラジオCM、ロート製薬「手の話」。商品をど真ん中に構築してみせました。拍手です。西脇さんのグリーコアイス「牧場し



岡田直也事務所
岡田直也

ばり」。伝達力ある、ダジャレに大拍手！ボクはメモメロでした。福井新聞社「いいニュースがほしい」。の古川さん。ロート製薬「母子手帳から、日光浴」が消えた。の矢野さん。お二人の共感性たつぷりのボディコピーに、拍手拍手！熱闘甲子園「かあさんが17才に恋をした」。の今井さん&ナガシマス・パランドの新志さん&：嗚呼、受賞外のコピーたちに拍手を!!!

ちよつと前の朝日新聞紙上で、建築家の安藤忠雄さんがこんなことを言っておられた。「大阪は将来が危い。人と企業がどんどん流出していく中、役所は有効な策を何も講じられないでいる。また個々をまとめる強いリーダーシップをもつ人もいない」。私自身にしても、大阪に来てそろそろ10年になるが、まさにそんな「イケてない大阪」を目のあたりにしてきたような気がする。宣伝会議の講座などでも、つねづね若い人たちに「一番手はもう幻想だ。もっと目覚めてくれ」と言いつづけるを得ない状況であることは、もはや確かかなうた。

そんな中、OCCは、いったい何をめざし、何をなさねばならないのだろうか？

安藤さんは「いちばんの大阪らしさである、一人ひとりの民の力にこそ活路を見出すべきだ」と言う。なるほど、民力。これは、私たちコピーライターが誰よりも早く、誰よりも適確に代弁できるはず、なのではないだろうか。

私たちは民の代表。そしてOCCは、民のみならず、その代表の集合体。つまり、新人賞をとって自動的に加盟することが目的の団体ではなく、賞にかかわらず志のある者一人ひとりが輝く有機体へ……。そんな理想を掲げ、それに向かって行動を開始するときが来ているのではなからうか？

そんなことを考えさせられた審査会ではあった。応募する者、審査する者個人個人のモチベーションを持ちよることによって、答えはおのずとアウトプットに表れてくるのでは、ないだろうか。



電通西日本
川口 修

ぜんぜん、ちゃんと見てません。

ほんま、ちゃんと見なくてすいません。って、いえいえ。僕の審査の話やなくて仕事や学校や遊びやらで、あわただしい毎日をおくっている生活者のことです。広告は、そう簡単に見てもらえない。その原点を忘れず、見せることにこだわって設計された広告は、審査会場でも輝きを放っていました。

個人的にはクラブ賞に輝いた山崎さんの「ホットペッパー」をはじめ、セレクトビューティーの「形見篇」、タウンワークの「バード篇」がすばらしい！と思いました。そして、ラジオはナショナル空気清浄機の「くしゃみ会話講座篇」が秀逸。

新人賞部門では、スポーツクラブの「コンビニ袋の中を」と、西天満にある靴屋さんの「飲酒運転やめましょう。靴はいて」という、ぶぶぶなコピー。あと、入賞しなかった中にも、「スコール」の青春コピーが効いたポスターや「神戸親和女子大」の読みたくなる入学案内、「オーエフ工業」のエッチな小型広告、「朝日新聞」の実感系ポスター、「サミ」のウェーブCM(パチスロ・ゴジラ)などなど、元気な広告がたくさんありました。

今年、惜しくも新人賞を逃された方！審査会場では、ほんとに丁寧な小さな原稿も見ていますのでぜひあきらめずに来年もトライしてください。

受賞された皆様、ほんとうにおめでとうございました！



大広
黒田金次郎

初めて審査をさせていただき、審査する者個人個人のモチベーションを持ちよることによって、答えはおのずとアウトプットに表れてくるのでは、ないだろうか。



フリー
児島令子

賞の利用法。

新人賞がバラエティ豊かだった。村田製作所のラジオはシンプルで置き換える発想だけ、その置き換え自体が村田の本質をついていてしかもユーモアある定着にたいて秀逸。オットー靴店は地元でおなじみのあの靴屋さんがこういうことをやるというこの面白さ。見る人を共犯関係に巻き込むうまい手法。

ており、ありがちな表現に陥っていない点を評価しました。少しハチャメチャなくらいの人々が未来の大物クリエイターに育つてくれるのかな？と期待しています。とはいっても、その受賞を逃した人たちに個性が無いわけではなく、作品全体をその個性で支配できる仕事状況にまだ至っていないのかも知れないですね。来年、再来年のチャレンジを待ちます。

クラブ賞は応募作品が数多くあるものの、新人賞ほどの熱を感じられず、少し寂しい印象を受けました。



一般部門賞では、板東さんの「ぬいぐるみ供養祭」が琴線にふれた。同じ作者の仕事で「ミニートの坊ちゃん文学賞」のしおりシリーズにもいい視点のコピーがたくさんあった。あと、選外だったけど「銀のさら」のCMがすごいことになって個人的には惹かれた。グランプリは山崎さん。あなたのあの超強引なアテレコの言葉の選び方センスに一票です。

審査講評はこのへんにして、賞というものの利用法についてひとこと。去年の贈賞式でも話したけど活字としてといういちど。

賞を、年に一度の祭りと思えるのではなく、もっと年中フル活用すべきと思う。賞は年中そこにあるものと考え、常に意識しつつあることで、日々の仕事のクオリティをアップさせる。もうここでペンを書こうか、ケリをつけようかと思つたとき、これだけ賞がとれるのか？自分に問うてみる。いやまだジャンプできるはず、ねばうてみようという気持ちの燃料として賞を利用する。

そういう意識でとことんつきつめて一年間仕事をしたなら、賞を成長とらえないかわからず、自分は成長しているはず。考え抜いたことが財産になっているはず。賞の正しい利用の仕方はこれだと思つて、賞の存在意義もここにあると思つて、ほら、もうとつとつに、来年のOCC賞は始まりますよ。