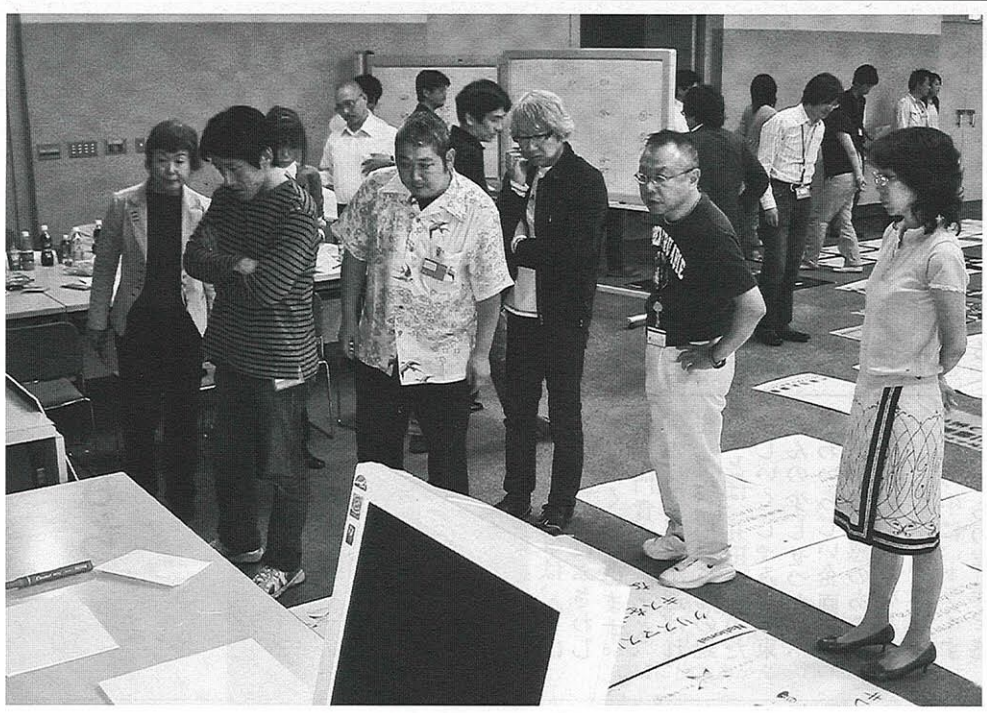


受け手のギャップを超えて届いてほしいコピーを。

コピー制作室
田中睦子

10年は前のこと、当時の運営委員長・三瀬日出男氏のスピーチで「情報コンフェッティ時代」という言葉を聞いた。紙吹雪のように払っても払っても情報が降ってくる…当時から見ると今や猛吹雪だ。自分が欲しいもの、心地よいものだけつまみ出す。見たいものしか見たくない。大人も子どもも同じだ。かつて映画監督の大林宣彦氏にインタビューした時、TVが一家に一台の頃は嫌でも同じ番組を見ることで異世代の考え方や価値観に触れたが、今はそのチャンスが極端に少ないと指摘された。その点、「広告」は個人のチョイスやさまざまなギャップを超えられるメディアである。超えて届くのにふさわしいコピーを選びたいという思いで臨んだ選考会であった。私が評価したのは新人賞の桂啓太さんの村田製作所ラジオ60秒CM「ものづくりの唄」だ。日本のワークソング民謡に合わせ、製品のITパーツを作るプロセスを唄ってみる。笑えた。製品を作る人はうれしいだろうなと思った。もっといろんな人の耳に触れてほしいと思った。もう一本がTVCM部門でクラブ賞を受賞した尾崎敬久さんの平安閣マリエールの一連のシリーズだ。中でも「あなたの名字」が何げないけれど女性の多くがワカルワカルと感じる秀逸なコピーだと思った。たった15秒なのに、見終わった後映画を一本見たような幸福感に包まれた。残念ながら選にはもれたが、ワンカップ大関のラジオCMも高く評価した。言葉から、空きカップをくくりつけた無人販売台に置かれたもぎたての野菜の元気な色や香りが伝わって、いい気分が残った。

電通関西支社クリエーティブ局
中治信博

まず率直な感想ですが、入賞するのはなかなか難しい。テレビ部門で今回だと3本、新聞雑誌部門で2本が入賞でしょう？この中に入るのは相当難しいと思いました。僕がふつうに丸をつけると、1部門あたり7本とか10本とかになります。それを減らしていく過程で「惜しいな」と思うものがたくさん落ちてしまう。新聞で「神戸から生まれたもの」「母子手帳から日光浴が消えた」「福井新聞・いいニュースがほしい」などはどれも入賞でいいと思うし、ポスターでは追手門大学（シリーズの方！）や「今死んだら『あの太った人』になってしまう」（フィットネス？）「体外筋肉」（シューズ）やテレビのタウンワーク「社員」なども表彰したい。そんな中で、グランプリ投票ではラジオの「くしゃみ会話」（井田さん）に入れました。面白さの質ではホットペッパーと比べてなんら遜色ありません。あとマルハン「7のチカラ」には「ほほーっ」と思いました。（他の入賞作やグランプリは会って直接ほめることにして割愛）

ところでこんな小さなスペースで言うのも何ですが、OCC賞の存在価値を上げるための提案として、思い切って名前を変えてみてはいかがでしょう？僕は「大阪広告大賞」という新ネーミングを提案します。主催はOCCとして（ここが肝心で、難しいポイントですが）大阪ならではの基準を設ける。どういう広告を評価するかを事前に明らかにして、賞の独自性を作ります。「今年の大阪広告大賞は……」というと、一般のニュースにもなりやすいし。どうです？

うなされました。

ひつじ堂
中谷悦子

ちゃんとした講評は、他の審査員のみなさんがしてくれると思うので、個人的に気になった作品（ノミネート選外）のことを書きます。「銀のさら」という宅配寿司やさんのテレビCM。長髪のロッカー三人兄弟のもとに現れ、仲間になる巨大マグロのにぎり（着ぐるみ。おなか側がしゃりでニョキッと手足が出てるんだけど、シャリのつぶつぶ感がキショク悪いのなんの。以下、ニギリ男と呼ぶ）。4回シリーズで、ニギリ男がワサビを不良の顔に塗り付けて（オエー）、兄弟を助けたり、ある時は「おなかすいたから焼き肉にしよう」「やったー」といって大喜びしたり（画面には「明日は食べてね」の文字）、最終回は、末弟が家の脱衣所に脱ぎ捨てられたニギリ男の着ぐるみを見つけ風呂場を覗くと、太った中年のおばさん（母親）が入浴中…という夢を見て目覚め、風呂場を覗くとやっぱり同じ光景が…というシュールな結末。ワケのわからなさに翻弄され、ニギリ男がぐるぐる頭を回って寝られなかった私（審査会前夜）。これを審査員として「頑張ってるよねぇハハハ」と大人な対応で流すのか、「キショク悪かった」と正直に言うのか、見なかったことにしてカックイイCMだけについて語るのか、どおすりゃええねん！と悩みました（アホですよ）。どこのどなたか作られたか存じませんが（制作者を伏せて審査するため）、私を寝かさなかった強烈に変なパワーに「勝手に審査員特別賞（OCC非公認）」を差し上げたいです。いらんと思うけど。また、どう見ても食欲の失せるキャラと企画にGOをだされた勇気あるスポンサーさんにも敬意を表したいです。これからもパワーを出す方向に気をつけつつ頑張ってください。

「はみ出す勇気」

大広クリエイティブ局第1クリエイティブグループ
橋本亮介

最近「広告における言葉の力」が、どんどんヘタってきてる気がする。それに対する解決の糸口でも見つけられれば、という思いも抱いて始めてのOCCの審査にあたった。会場を埋め尽く言葉、言葉、言葉。どれも練りに練られているのだろう。新人賞のエントリー作品を見ても、コピー技術の向上はあきらかで、自分が新人のときと比べても数段「うまいなあ」と思う作品の多さに驚かされた。

しかし、多くのコピーが「うまいなあ」の中に埋没してるようにも思われた。「うまい」の枠の中にきっちりと納まっていて「すごい」まで到達しているものは却って少ないような気がした。できるだけ「うまい」ではなく「すごい」を選ぶように心がけた。

「広告としてすごい」のではなく「コピーとしてすごい」。これは今の世の中では大変なことなのだろうなあ。しかし、一般部門でも新人部門でも、確実にその中を潜り抜けてきたものが、やはり選ばれている。選ばれた作品は「広告って、こうなんでしょ？」という規定の枠をどこかではみ出しているものなのではないだろうか。今までの枠を飛び越えて、新しいスタンダードになりえるもの、そこに僕らは「すごい」を感じるのではないだろうか。

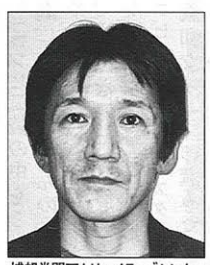
特に新人賞の「壷阪寺」と「オットー靴店」、何と言っていいのかわからないエネルギーを感じた。たぶん、クライアントとコピーライターが息のかかる距離にいて、お互い何らかの共犯関係が結べているからできた作品なのだろうけど、そういう化学反応のエネルギーがそのままアウトプットされている強さを感じた。

クライアントの姿や意思がなかなか見えにくくなってる時代だけど、だからこそ、クライアントの息遣いまで感じて、意識的に、はみ出していかないことには新しいものはできんのやなあ、と感じることができた。

いい機会をありがとうございました。

受賞された皆様、おめでとうございます。

オン・ザ・ボーダー



博報堂関西クリエイティブセンター
松岡　平

これこそ一票の重み、というのでしょうか。今回はこの言葉を改めて感じた審査でした。OCC賞、新人賞ともに、抜けた作品があって、その後に優れた大群がハナ差・アタマ差で続いている感じ。一着二着はすんなり決まったのに、三着がわんさかいて、写真判定。もちろん写真判定などできませんから、審査委員の間で激論を戦わすこととなるのですが、いやいや濃い討論でした。今回で4度目の審査になりますが、本当に討論に集中した一日でした。

個人的に引かれた作品のことなどを。まず、一般部門では、ラジオ部門の「くしゃみ会話講座」。聞いたとき、頭の中から炎が噴き出しました。テレビ部門の「7のチカラ」。見たとき、目から花火が飛び出しました。交通広告部門の「ぬいぐるみ供養祭」。読んだとき、心の中でザワザワと音がしました。あとノミネートでは「追手門学院」。コピーとビジュアルの見事な合体に、思わず背中がブルブルしました。WEBの「鮮度を売るスーパー」では、何度も何度もクリックをしてしまい、指がしびれました。

次に新人賞部門。「秘密のセール」では、見慣れた西天満の光景に手を合わせて拝みたくなりました。「ワンカップのある風景」では、飲んでもいないのに気持ちよく酔ってしまいました。「八女茶山唄」では、一緒に歌いたくなってしまいました。「ルネサンス」のポスターでは、下腹に力を入れておなかをへこましてしまいました。

ボーダーの上も下も、紙一重というか髪の毛一本の差でした。受賞された方、本当におめでとうございました。そうでない方も含めて、応募された方全員に、楽しさのぎっしり詰まった春の一日をありがとうございました。

OCC賞部会、活動報告。

せっかくOCCの会員になったのだから、できるだけ活動や交流の場を広げていただこう。と、立ち上げた「OCC賞部会」。（ホンマはネコの手も借りたい!?）4月20日の発足会以来、応募作品の整理、会場への搬出搬入、審査会、そして機関誌の発行。と、精力的に活動中です。現在、メンバーは4人（＋運営委員3名）。贈賞式以降も、来年へむけて活動は続きます。ぜひ、多くの方のご参加を、お待ちしています。

◎参加の問い合わせなどは
occ-syo@occ.gr.jp

審査会を終えて

お手伝いいただいた宣伝会議受講生の皆さん

力強い助っ人を得て、例年になくスムーズな作業でした。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、今年もお世話様でした。大阪の広告が元気になって、お返しします。

（赤井　宏）

'07年はOCCの転換期のきっかけになる予感。受賞者・ノミネートの皆様、掲載原稿のご手配ご協力ありがとうございました。せかせてゴメンネ。

（坂口二郎）

受賞コメントの原稿が集まってきた時、「業界発展にご協力を」という運営委員の方のコロシ文句を実感。快諾の中平社長にも感謝。

（清水浩司）

宣伝会議の田中さん、受講生の皆さん、お手伝いありがとう！審査員の皆さん、部会の皆さん、運営委員の賞担当の皆さん、それからワシも、お疲れさま！

（田中有史）

初めて選考の現場を体験。受賞作品はもちろん惜しくも賞を逃した広告にも素敵なコピーが多く、刺激をたくさんいただきました。

（谷　真琴）

審査委員、会員有志による賞部会メンバーのみなさんに感謝！次回OCC賞は部会メンバー増員を計画中です。

（永井雅之）

数年前審査員に選ばれて以来の審査会場。力作を一堂に見るのはいいが、やはり見られる側に回らなければ。来年は応募しようっと。

（西澤洋一）