

20th ▶ 21st

時代は今「原点への回帰か？」

広告表現の原点は、人間の本能を刺激することだと思ふ。いくら理屈が通っていても、人間の五感を反応させてくれない広告表現には魅力がない。

今、新ミレニアムが始まり、21世紀がもうそこまで迫ってきている。いつもより「時」が気になる時代に私たちはいる。以前、『電通報』の文化面に赤池学氏の「サナギの時代」というエッセイが連載されていた。その中に「セミ時計の不思議」(98年8月31日号)という一文があった。クロイワセミというセミが沖縄本島の一部に生息している。このクロイワセミは不思議なセミだ。毎日定刻の七時十五分から四十五分までの三十分間だけ鳴くのだそうだ。正確な脳内時計が、このセミにはセッティングされている。クロイワセミのような精緻な装置ではないが、人間の脳内の前頭葉にも「松果体」と呼ばれるバイオリズムの中枢に「脳内時計」の機能があるそうだ。私たち人間の「脳内時計」も、今確実に他の時代より刺激を受けていると思ふ。理屈から言えばこんな時代であるから、時をテーマにした広告キャ

ミレニアムと カップヌードルと オールドと



株式会社 電通
クリエイティブ統括局
計画推進部部長

相澤 秀一

ンペーンが増えることは不思議ではない。事実、最近そんな広告に数多く私たちは接している。しかし、その中に心に残る広告に出会うことがある。そんな広告の制作者の「脳内時計」は、より強く刺激を受けたのではないかと、勝手に想像してしまう。今年のテレビ広告電通賞になった日清食品のカップヌードルの「20世紀カップヌードル」シリーズがある。「1985年ゴルバチョフ、書記長就任。ベレストロイカの時代へ」「1989年ベルリンの壁、崩壊」「1973年エルビス・プレスリー、伝説のコンサート」の3本が広告電通賞を受賞した作品である。

ビートルズのジョン・レノン一家を使ったコマースシャルは、現在オンエアされている。日清食品のカップヌードルは20世紀の食生活に革命的な変化をもたらせた商品であり、そこでコマースシャルには20世紀の変革者や、忘れられない出来事が使われているわけだ。このコマースシャルを見た方は多分びっくりされたと思うが、20世紀を代表する人物や事件の実際の画面の中に、カップヌードルを持ったタレートの永瀬正敏が違和感なく上手に合成されていることだ。企画した木下CD(電通本社)によれば、数多くのニュースフィルムを見ながら、まずは自分で演技してどのフッテージが使えるかを決めたという。それだけでも大変な作業だと思ふが、さらにCMに使うための許可取りの確認など面倒で慎重な作業を繰り返して実現させたキャンペーンである。そんな苦勞を後押しさせたのは、多分、脳内時計を司る前頭葉の「松果体」が他の人より強く刺激を受けたしまったからではないか。

他にもある。サントリーの「オールド50周年」タイムスリップ・バーだ。50才を迎えた長塚京三扮するサラリーマンが登場する。誕生日に、彼は不思議なバーに足をふみ入れる。50年前にタイムスリップしていたのだ。男の子が産まれたと大喜びしている男がいる。自分の親父だ。もちろん、50才になった息子が目の前にいるなんて知る由もない。「お祝い」とバーテンが発売されたばかりのサントリー

・オールドをあけてくれる。二人の前にオールドのオン・ザ・ロックを差し出す。「息子に乾杯」と親父がグラスを上げる。「お父さんにも」と長塚京三がグラスを合わせる。父親なら誰もが思う、成人に育った息子と一杯の酒。不思議な「時空」がそんな父親の本能を実現させてくれた。このような「モノ」と「人間」の関係を五感で刺激してくれる広告は、見ていてうれしくなる。そんな広告が21世紀にはもっと増えるにちがいない。そんな予感を私の前頭葉の「松果体」のあたりが感じ始めている。



サントリーオールド50周年 「タイムスリップ・バー」

1901(明治34)年4月23日付山形自由新聞(現山形新聞)。100年前の新聞にも広告が掲載されている。...



「現在使っているラベルとレイアウトはほとんど同じですね。鷹の大きさや手の位置は何度か変わって...



戦争やオイルショック、バブル崩壊と様々な変動があったこの100年。...

「苦しい時も調子の良い時も、地味に手堅く地道に進む。失敗は許されないから失敗した処から教えてもらいながら行く。...



大事な部分は絶対に変えないと言いきった木村氏。さて、木村醤油の特徴は……

「特徴が無いのが特徴。いかに料理を作る人の味に染まりやすいか。調味料は自分が出しゃばって主張してはいけない、あくまでも脇役なんです。」



これら何代も続いて行くであろう木村醤油店。四代目社長はこう結んだ。

「味に対しては、常に謙虚でなくてはならない。」と……



株式会社木村醤油店 代表取締役社長 木村 健彦

現在も使われている創業当時の商標看板

藤日本プレス広告社 S 「本物の価値が問われる。」21世紀はそんな世の中になる気がする。...

藤ハイスタッフ O・A 世の中からチラシがなくなる!? 全てはインターネットで…

藤北宣 H・T ヒトゲノム解明により医学が進歩し、長寿化を促す。人・物の分子レベル解体・再生が可能となり...

藤木ロン 山形支社 K・T 21世紀日本人の遺伝子はどう進化(退化)するか? 子孫に残さない遺伝子は消滅するといふ単純な見地から仮説を立ててみた。

藤山形アドビューロ N・A もっともっと、「山形」を自慢してもいいんじゃない? 二千年培ってきた、御当地の価値と文化…もう一度見直しつつ、新千年紀は、自慢すべき「山形らしさ」を県民みんなで、創造する。...

山形コンベンションサポート藤 A・K 2002年日韓サッカーW杯後、日本サッカー界大改革、KINGこと「KAZUジャパン」誕生。...

藤山新広告社 K・O ヒトゲノムの解読により、サイボーグ人間の登場。ネットを利用した瞬間移動も可能になり、これまでの時間の概念が大きく覆される。

藤和広 山形支社 T・A あったらイナ・空想編 ①村山地方の民家のない地域に限石が落ち、湖が出現!! この事により、日本海に遠く内陸の人々の悩みが解消される。...

付録 中学生 ・食べても太らないお菓子ができて! H.T 15才女 ・学校に行かなくてもパソコンを使って授業受けられるようになってるだろう。 Y.T 14才男 ・国境がなくなったらいいなあ。 M.Y 15才女 高校生 ・宇宙人(地球外生命体)との共存。humanbeing(人間)とのハイブリットな子供が誕生。 J.K 18才 ・アンチコンピュータを唱えるアナログ派出現。すべてコンピュータを使わず、原始的な生活をする人々でコミュニティーが出来てくる。 G.S 16才 ・10代のカリスマ総理大臣誕生。学校もスキップし、15才頃で大学卒業。...

藤山新広告社 K・O ヒトゲノムの解読により、サイボーグ人間の登場。ネットを利用した瞬間移動も可能になり、これまでの時間の概念が大きく覆される。

21世紀の予言 驚くべき中率を示した「20世紀の予言」。明治人の発想の豊かさ、先を読む洞察力のすばらしさに、ただ感心させられてしまう。...

藤アイン企画 Y・A 私の予言 21世紀になったら… ●私は結婚して●子供もでき●高級スポーツカーを新車で購入しているでしょう。...

藤アドコーポレーション 山形支社 K・S 2001年、山形から総理大臣誕生。2007年YAMAGATAサミット開催。...

藤朝広東日本 山形支店 M・S 日本人の平均寿命は男性85歳、女性は90歳。定年年齢はほぼ男女差なく70歳まで働く。21世紀後半はガソリンの枯渇や環境問題で、街中を走る車は電気自動車が主流。...

藤アドバイジングエフ Y・T 20世紀、様々な開発、発明があり、今の私達の文化を大きく発展させました。20世紀、私達はどのような発展を遂げるのでしょうか。...

藤エス・アイ・エスコミュニケーションズ I・H ー21世紀は新しい価値(バリュー)の創造ー アナログ時代から完全デジタル化で新しい価値(バリュー)の創造時代になる。...

藤庄交アド・エージェンシー K・S 経験マーケティングの重要性 ヒット商品を見ると時代や消費者の行動が見えてくる。「なぜ買うのか」という消費者心理をもっと探っていく必要があるのではないだろうか。...

藤青陸社 Y・S 「来年の事をいうと鬼が笑う」というが、21世紀を予言すると100回も笑われる事になって身が持たないで先のことば語る而已。...

藤タス K・K 20世紀のテレビ・パソコン・スクリーン上のごことが2100年はその場にいることが(バーチャル)可能になる。★コンテンツ トラベル(宇宙を含む)・ゲーム・歴史(自分の思い出など) 映画・ドラマ・生命(動物も含む)・その他

想像が現実! 未来予想 20世紀の予言

いよいよ目前に迫った21世紀。科学技術の目覚ましい発達で生活様式がこれだけ変化をとげた時代は稀有であったろう。...

遠距離の写真 FAX・パソコン通信

数十年の後歐州の天に戦雲暗澹たることあらん時東京の新聞記者は編輯局にみながら電気力によりて其状況を早取写真となすことを得べく而して其写真は天然色を現象すべし

暑寒知らず エアコン

新器械發明せられ暑寒を調和する爲に適宜の空気を送り出すことを得べし亞非利加の進歩も此爲なるべし

買物便法 インターネット通販

写真電話によりて遠距離にある品物を鑑定し且つ 買貨の契約を並へ其品物は地中鐵管の装置によりて瞬時に落手することを得ん

テレビ電話 電話口には對話者の肖像現出するの装置あるべし

市街鐵道 地下鉄・モノレール

電氣車及び膨空氣車も大改良を加えられて車輪はゴム製となり且つ文明國の都會にては街路上を去りて空中及び地中を走る

七日間世界一周 旅客輸送飛行機

十九世紀の末年に於て尠くとも八十日間を要したりし世界一周は二十世紀末には七日を要すれば足ることなるべくまた世界文明國の人民は男女を問わず必ず一回以上世界漫遊をなすに至らん



「20世紀の予言」 報知新聞1901年1月2・3日掲載 23項目からなる

デザインの仕事は、常に謙虚でなくてはならない。と……

「製品デザインと云うものに食物の賞味期限的なものはあると思われませんか?」

「製品デザインと云うものに食物の賞味期限的なものはあると思われませんか?」

「製品デザインと云うものに食物の賞味期限的なものはあると思われませんか?」



モンローチェア ●1971年 ●デザイン:磯崎 新

「製品デザインと云うものに食物の賞味期限的なものはあると思われませんか?」

「製品デザインと云うものに食物の賞味期限的なものはあると思われませんか?」



バタフライスツール ●1956年 ●デザイン:柳 宗理

Advertisement for Takahashi Shigeo, featuring a portrait of the designer, his name in large characters, and a list of his achievements and awards.

仕事を語る

自分を大切に。たくさん大切なひと大切に。
無駄なく無理なくいかに仕事ができる女性を目指します。

仕事をしていると、いやというほど現在の自分の力のなさを思い知られるときがある。それ以上でも以下でもないありのままの自分。以前はそこで立ち止まってしまおう事が多かった。なんでこんななんだろうと思うだけだった。でもこの頃、それを基準にして逃げずに向き合って、自分に足りないもの、必要なものをこすすつ身につけ理想の自分に近づいていければいいかなと思う。

困難や不安から逃げずに格闘する。結果として成果ができれば喜びも多い。そこに到達するまでの困難も愛しく思える。格闘していればしらすのうちに力もついてくる。そう、ココロのチカラ。それから体力もつかないと。2時間ライブがこなせるくらいの。



広告のお仕事

この仕事に就いて2年が経ちました。振り返ると、最初は何が解らないのかも解らず、漠然とした日々が続いていました。ただひたすらお客様にとって何が一番いいのか、効果的なのか、等と考えていたものでした。以前印刷の営業をしていた私は「インパクトのあるデザインにしましょう」「カッコイイコピーにしましょう」そんな事ばかりを提案していました。1年もしてネタに困ってきたある日、お客様の方から手渡された1枚の原稿、それは正直インパクトのあるデザインでもなく、ましてやカッコイイコピーなどもないオーソドックスな原稿でした。ネタ切れに苦しんでいた私はしぶしぶそれを作成。ところがその広告は適中し大成功を納めます。オーソドックスながら売り手の気持ちのこもっ



”だだちゃ豆的” エッセンスの追及と発信

夏はやっぱりナイター中継を見ながら、冷えたビールに茹で立ての枝豆、この3点セットで決まりである。庄内に暮らす人間は、この枝豆とは「だだちゃまめ」でなくては行けない。「だだちゃまめ」のことを枝豆と言うのである。この豆、見た目、莢幅が広く毛は茶髪、ゴツゴツとふてふてしく膨らんでギョッと皺を寄せている。おそらく知らない人は、思わず賞味期限を疑いたくなるに違いない。しかし、ゴシゴシと毛を洗い落とし、3倍の量の沸騰したお湯の中に入れて2〜3分。素早くザルに上げ、すぐに水にサッと冷やす。そしてついに軽く塩をふられて放たれる甘〜い香りの見事なまでのプレゼンテーション。風味絶妙な逸品となるのである。だだちゃまめアイス、ムース、スープ・・・と人気者の活躍の場は広い。近年あまり



新しいことを始めるために今まで大切だと思っていた何かをリセットできる。そんな潔さも必要。大切だと思っていた事が意外と新しい事をはじめるとは邪魔になっていたりする。大切だと思い込んでただけだったり。西暦2000年の今年、DOINGは創刊10周年を迎え、つぎのステップへ踏み出そうとしています。DOINGがどんな顔を見せるのかとても楽しみ。期待して下さい。



株式会社 アドコーポレーション 山形支社
営業一課キャップ 高橋道子
〒990-0043 山形市本町1-4-27 (協栄生命山形ビル7F)
TEL.023-624-6621(代) FAX.023-624-6459

た広告が結果をもたらしたのです。今までただ単にカッコイイだけの広告は押し付けの提案でしかなかったのだと素直に受け入れる事が出来た瞬間でもありました。現在お客様と一緒に悩み、喜びながら広告を作っております。今後もっと数多くのお客様に広告のすばらしさを理解していただき、皆様と共に山形県が面白い広告に埋め尽くされる日を夢見て頑張りたいと思います。

株式会社 エス・アイ・エスコムコミュニケーションズ
営業 柿島 正
〒998-0875 酒田市東町1-15-25
TEL.0234-26-0050 FAX.0234-26-6151

の偽物出現に、やっとなら登録済は済ませたが、全国からの本物への指名手配は年々増加する。偽物が出ればホンモノである。上方・江戸・東北の文化潮流の交差する潮目として、ある種独特の発達をしてきたと言われる庄内。その中で生まれた、贅沢なまでの「本物の持つオリジナリティ」の認識と展開こそが、新世紀でも面白いのかも知れない。

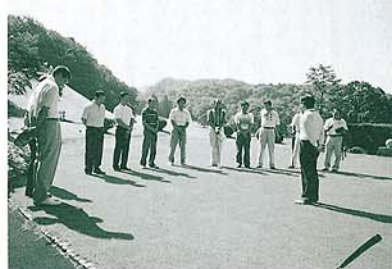


株式会社 庄交アド・エージェンシー
伊藤 淳
〒997-0031 鶴岡市錦町3-35
TEL.0235-22-3777 FAX.0235-22-5289

平成11年度事業報告

(平成11年4月〜平成12年3月)

- 5月13日(木) 臨時理事会
- 5月19日(水) 山形県広告業協会通常総会・懇親会
- 5月19日(水) 第10回定例理事会
- 5月26日〜28日 東北ラウンドテーブル (山形)
- 6月15日(火) 全広連東北ブロック会議 (岩手)
- 7月7日(水) 第2回ゴルフコンペ (主管/総務委員会)
- 7月21日(水) 第11回定例理事会
- 9月28日(火) 第12回定例理事会
- 10月 YAAA広報誌第2号の発行 (主管/広報委員会)
- 10月8日(金) 第2回親睦ボウリング大会 (主管/総務委員会)
- 10月18日(月) 全国広告業団体連絡会議 (秋期) (東京)
- 11月26日(金) 第13回定例理事会
- 1月14日(金) 第14回定例理事会
- 1月14日(金) 賀詞交歓会 (主管/総務委員会) (メトロポリタン山形)
- 1月18日(木) 臨時理事会
- 1月23日(日) 臨時理事会
- 3月10日(金) 第15回定例理事会
- 3月10日(金) 第2回YAAA広告セミナー (主管/企画委員会)



平成11年7月7日(水)
第2回ゴルフコンペ
(主管/総務委員会)
接戦の末、堀田総YAAA会長が第二回の優勝に輝いた。

平成12年度事業計画(案)

	定例会議	事業活動
4月	4/14 全国広告業団体連絡会議	
5月	5/19 平成12年度通常総会 第16回定例理事会	懇親会
6月		
7月	第17回定例理事会	7/6 第3回ゴルフコンペ
8月		
9月	第18回定例理事会 東北広告業団体連絡会議	YAAA広報誌第3号の発行
10月	全国広告業団体連絡会議	第3回親睦ボウリング大会
11月	第19回定例理事会	
12月		
1月	第20回定例理事会	2001年賀詞交歓会
2月		第3回YAAA広告セミナー
3月	第21回定例理事会	

◎各委員会の会議は、随時開催。

株式会社 アイン企画
代表取締役社長 松岡 宏和
〒990-0025 山形市あこや町1-3-13
TEL.023-642-4542 FAX.023-642-4597

株式会社 朝広東日本 山形支店
支店長 佐竹 正志
〒990-0047 山形市旗本町3-1-4 (食糧会館3階)
TEL.023-631-5233 (代) FAX.023-632-0187

株式会社 アドコーポレーション 山形支社
代表取締役社長 渡瀬 信行
〒990-0043 山形市本町1-4-27 (協栄生命山形ビル7F)
TEL.023-624-6621 (代) FAX.023-624-6459

株式会社 アドバイジング工房
代表取締役社長 沼沢 善右衛門
〒990-0042 山形市七日町2-1-3 (尊屋ビル3階)
TEL.023-625-8355 (代) FAX.023-625-8356

株式会社 エス・アイ・エスコムコミュニケーションズ
代表取締役社長 原口 謙
〒993-0875 酒田市東町1-15-25
TEL.0234-26-0050 FAX.0234-26-6151

株式会社 庄交アド・エージェンシー
代表取締役社長 本山 潤
〒997-0031 鶴岡市錦町3-35
TEL.0235-22-3777 FAX.0235-22-5289

株式会社 青陵社
代表取締役社長 佐竹 純一
〒990-2447 山形市元木1-10-45
TEL.023-624-0611 FAX.023-624-0625

有限会社 タス
代表取締役社長 金子 行雄
〒992-0031 米沢市大町3-5-46 (大日ビル4階)
TEL.0238-21-5803 FAX.0238-24-3587

株式会社 日本プレス広告社
代表取締役社長 佐藤 元亨
〒990-2462 山形市深町2-3-33
TEL.023-643-2292 FAX.023-643-2487

株式会社 ハイスタフ
代表取締役社長 高橋 雅宣
〒990-2422 山形市桜田1-7-23
TEL.023-632-6030 FAX.023-632-6032

株式会社 北雷
代表取締役社長 武田 寿美男
〒990-2423 山形市東青田2-13-3
TEL.023-631-1252 FAX.023-631-1374

株式会社 ホロン 山形支社
代表取締役社長 鈴木 英文
〒990-2413 山形市南原町2-9-47 (3F) (5772722)
TEL.023-624-3110 FAX.023-624-3111

株式会社 山形アドビューロ
代表取締役社長 堀田 穂
〒990-0042 山形市七日町4-16-18
山形新聞放送会館2号館
TEL.023-641-2160 FAX.023-641-2163

山形コンベンションサポート株式会社
代表取締役社長 齋藤 隆
〒990-0071 山形市流通センター2-9-7
TEL.023-633-4333 FAX.023-633-3976

株式会社 山新広告社
代表取締役社長 相馬 健一
〒990-0047 山形市旗本町2-5-12
山新放送会館内
TEL.023-635-5590 FAX.023-635-5595

株式会社 和広 山形支社
支社長 大竹 裕
〒990-0025 山形市あこや町1-1-1 (朝日ビル)
TEL.023-626-3330 FAX.023-635-6018

株式会社 山形新聞社
代表取締役社長 相馬 健一
山形市旗本町2-5-12
TEL.023-622-5271

山形放送株式会社
代表取締役社長 玉虫 義孝
山形市旗本町2-5-12
TEL.023-622-6161

株式会社 山形テレビ
代表取締役社長 堀田 穂
山形市城西町5-4-1
TEL.023-645-1211

株式会社 テレビユー山形
代表取締役社長 中澤 忠正
山形市白山1-11-33
TEL.023-624-8111

株式会社 さくらんぼテレビジョン
代表取締役社長 山本 悠一
山形市落合町85
TEL.023-635-2111

株式会社 エフエム山形
代表取締役社長 安孫子 敏雄
山形市山崎3-14-19
TEL.023-622-0804

株式会社 ケーブルテレビ山形
代表取締役社長 中村 松太郎
山形市あこや町1-2-4
TEL.023-624-5000

山形コミュニティ放送株式会社
代表取締役社長 玉井 恒
山形市本町2-4-14 (多摩ビル)
TEL.023-634-0762

株式会社 ニューメディア米沢
代表取締役社長 金子 剛三
米沢市春日4-2-75
TEL.0238-24-2525

株式会社 荘内日報社
代表取締役社長 荘内 俊治
鶴岡市馬場9-2-3
TEL.0235-22-1480

発行所 ● 会長 堀田 隆
事務局 ● 〒990-0042
山形市七日町4-16-18 山形新聞放送会館2号館
(株式会社山形アドビューロ内)
TEL.023-641-2160 FAX.023-641-2163