

企画展
紹介

「ほほ笑みをとりにどす世界の広告 -Good Ideas for Good III-」展 2022年6月4日(土)～8月27日(土)



左: ユーモアの語源となった「体液」をポップに表現したモチーフが、会場を印象的に彩った。右上: 来場者の動きに合わせて映像が反応する、デジタル体験コーナー。右下: アンケート協力者に配布された「ユーモアステッカー」



「ほほ笑みをとりにどす世界の広告 -Good Ideas for Good III-」展では、社会の閉塞感を打ち破る笑いや知的で上質な笑いなど、ユーモアの力で社会課題に取り組んだクリエイティブを紹介。展示作品を7つの作品群に分け、それぞれに「歯を食いしばってバットを振っても、ボールは遠くへ飛ばない。」や「ユーモアを増やそう」をSDGs 18番目の目標に。いや、本気で。」といったキャッチコピーを冠することで、コーナーごとに一つの気持ちを醸成する展示構成としました。

会場はユーモアの語源である「体液」をモチーフにしたうねりのデザインで統一し、元気の出る楽しい空間となりました。広告コミュニケーション作品のほか、一



角に来場者の動きにインタラクティブに反応して「ユーモア」が流れ出すデジタル体験コーナーを設置。またアンケートに協力いただいた方々に配布した「ユーモアステッカー」も人気で、予想を超える多くの声が集まりました。

特に来場者に人気の高かった作品は、性的マイノリティへのヘイトを逆手に取ってコーラ缶にファンタを入れた「このコーラはファンタ」や、破壊される地球環境の惨状を動物たちによる自撮りで表現した「#アニマル・セルフイー」など。社会課題というテーマにちなんだ「あなたの考える18番目のSDGsを教えてください」という設問には、「自分を認めよう」「美意識を高めよう」「投票率を上げよう」といった考えさせられる回答をたくさん頂きました。



ライブラリーでは、コピーライター太田恵氏による書籍展示「じぶんさがしなんかあとでいいから。」を実施。その優しくもしなやかなコピーライティングを支える知の源流を探る、興味深い企画となりました



「このコーラはファンタ」コカ・コーラ



「#アニマル・セルフイー」WWF JAPAN

次回
企画展

TCC賞展2022

2022年9月16日(金)～10月29日(土)

第75回広告電通賞 特別展

2022年11月3日(木・祝)～11月19日(土)

ACジャパン50周年広告展～つなげよう「気づきを、動きへ。」

2022年11月25日(金)～12月24日(土)



→ YouTubeにて太田氏による選書の解説をご覧いただけます

トークイベント・レポート

『for GOOD』ってナンだろ？

ゲスト：倉成 英俊 × 聞き手：角田 誠

「ほぼ笑みをとりにもどす世界の広告 -Good Ideas for Good III-」展の一環として、

トークイベント「『for GOOD』ってナンだろ？」が7月27日(水)に開催された。

当日は倉成英俊氏をゲストスピーカーに、本展のクリエイティブディレクター角田誠氏が進行を担当。

数々の「GOOD」なプロジェクトを手がける倉成氏に、そのクリエイションのキーポイントを伺った。

text: Itaru Tashiro photo: Takao Ohta



息の合った掛け合いを披露し、会場を沸かせた2人。角田誠氏(左)と倉成英俊氏

「『誰もが持って生まれる。ユーモアはギフトだと思う』。これ、角田さんのコピーですよね？ さすが、いいですね！」

登壇してすぐ、会場の壁に書き出されたフレーズを眺め、感嘆の声を上げた倉成氏。電通時代の先輩でもある角田氏とは在籍時、共に同じ広告を手がけた縁もある。和やかな雰囲気の中、トークイベントが始まった。

倉成氏の“事前情報”

倉成氏からまず明かされたのは「GOOD」なプロジェクトを生み出す心構え。「創ろうというより、ただ面白い

らやってきただけ」と断りつつ、自身が手がけるプロジェクトの意図と着想の源が語られていく。例えば「good title books」は文字どおり、良いタイトルの本だけを集めたWebストアだが、「良いタイトルは、コピーを創る際の参考になるのはもちろん、自分の仕事をより良くするためのインスピレーション源にもなってきた」そうだ。「『売上を、減らそう。』『逆風満帆』……普通の本屋だと埋もれてしまうかもしれない本を僕が通訳となって紹介し、誰かにパスをする。するとその人の人生や仕事が変わり、その影響でまた誰かが変わっていく。本のタイトルが多

くの人のインスピレーション源になると信じてやっています」。それに対して角田氏からは「good titleはどれも、言葉としてある種のアンチテーゼというか、真っ直ぐでなく、ひっくり返して物事を見ている。その視点の変換こそfor GOODを考えるヒントにもなる」との貴重な指摘も。

続いて倉成氏は、自身のプロジェクトの一つとして、仲間と立ち上げた「電通Bチーム」と日本NPOセンターとの取り組み「課題ラボ」を披露。「全国のNPOと企業をつなぐハブ組織である日本NPOセンターさんに社会課題を集めてもらい、それらに例えば『賞味期限信じ過ぎ問題』『遊び場減少問題』など『〇〇問題』と名前を付けて、世の中に発信する活動です。普通は企業の依頼をNPOにつなぐのですが、これは逆。最新課題を企業と社会につなぎます」と説明されると、角田氏は「『問題』と付けると課題が顕在化する、解きやすくなる。素晴らしいアイデア！」と感心していた。

そしてこの日、来場者から最も歓声が上がったプロジェクトがある。アフリカの電化率向上のため、学校などの屋根に太陽光パネルを設置する事業「GOOD ON ROOFS」だ。日本のテレビでも活躍



広告のほか、社会貢献活動に興味を持つ人も集まった



イベントは楽しげな雰囲気の溢れる展示会場内で行われた

したゾマホン氏がアドバイザーを務め、倉成氏は彼の案内でベナン共和国を訪れた。「ゾマホンは学費無料の日本語学校を運営しています。北野武さんの寄付もあったから名称は『たけし日本語学校』。ここで『何か、授業を！』ということで、生徒さんたちに誰かに教えたい日本語を挙げてもらい、意味と例文も添え、日本語の辞書を作ることになりました」

そこで紹介されたのが「まずジョゼさん。教えたい日本語は『信じる』。もう、この時点でグッときます。for GOODですね。意味は『人のことを疑わないこと』。例文として『何が起っても友人を信じてください』。こんな答えが続くわけです。中にはこんなのもありました。ミガンさん、『へべれけ』。『たくさんお酒を飲んだ後の人の正体』。例文は『あの人はここで1人で残ったらへべれけになります』など。会場は思わず笑いに包まれていた。

for GOODの本質とは

イベント後半では、for GOODの核心へとさらに迫っていくことに。「そもそもどんな職業も僕はfor GOODだと思っ

ています。そこで大事なのは一生懸命にやること、無心であること。そうするとみんながいいなと感動する、奇跡のようなことが起こる。それは本屋さんも魚屋さんも、誰もが同じだと思う」と倉成氏。

一方、角田氏は「大先輩のコピーライター、岩崎俊一さんの一文を思い出します。『幸福になること。人は間違いなく、その北極星を目指している』。そして企業や商品もまた幸福を目指すために生まれる。広告やコピーはその手伝いをするものでありたいという決意。個人としても大切にしたいですね」と語った。

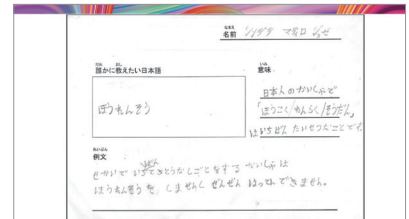
さらに倉成氏がこう続ける。「この会場には広告やコピーに興味がある方も多いと思いますが、皆さんに伝えたいのは、広告の仕事はそもそも何のためにあるのかということ。それは誰かに喜ばれるため。賞を取るのも時には大切だけど、誰かに



イベントの最後は来場者を交え、18番目のSDGsを全員で模索。積極的な発言も多かった

喜んでもらうマインドに早めにシフトしたほうがいい。褒められるための仕事は辛く虚しいし、そこからGOODな副産物は生まれないから」。これには角田氏も大きく頷いていた。

トークが白熱する中、最後はこの企画展を通じて募集された「○○○を



ゾマホン氏がベナン共和国で運営する「たけし日本語学校」の話もスライドで紹介された

SDGs18番目の目標に。」のお題について、来場者の回答を聞く時間が設けられた。「わがままになる」「粹に生きる」「自分を愛する」など、次々とアイデアが披露されると、倉成・角田の両氏ともに感心することしきり。

「今はトップダウンが難しい時代です。日本だけでなく世界も同様で、大国の論理も通用しなくなっている。こういう時こそ気づいた人が声を上げ、勝手にfor GOODなことを始めるべき」(倉成)

「18番目のSDGsは個々の小さな思いかもしれないけど、それがうまくアイデアに転嫁されると、世界を変えられるはず。何かそういうことを信じて、僕らもまた仕事に向かいしたいと思います」(角田)

困難な状況でも諦めず、一人一人ができることをユーモアを持って始めれば、世界を変えることができるかもしれない——そんな未来への希望に気づかせてくれた“熱い”1時間半のイベントは、こうして終了した。

Makoto Tsunoda

コピーライター&クリエイティブディレクター。電通入社後CR局長、ECDを経て2016年独立。広告クリエイティブのほかブランディング、展覧会ディレクションなども手がける。コピー代表作に「距離のためにさて、ふたりは強くなる。」(JR東海)など。

Hidetoshi Kuranari

2020年、さまざまな案件をプロジェクト化して解決する専門会社Creative Project Baseを創業、代表取締役。「Good」関連では一般社団法人GOOD ON ROOFS理事やオンライン書店good title booksの店長を務める。幼い頃の夢は発明家。



このイベントのアーカイブはアドミュージアム東京のYouTube動画でも視聴可能です

