

Foreword / 一倉 宏 ———— 2

クリエイターの日 ———— 4

イラストレーター・絵本作家 坂崎千春さん

特集 いま、クロスメディアの“質”を考える ———— 6

2011「消費とメディア」調査結果より

[NTTドコモ 間伐材を使った携帯電話「TOUCH WOOD SH-08C」

プロモーション映像がカンヌライオンズで3部門受賞] ———— 12

NTTドコモ プロモーション部長 樺沢正人さん

スペース・インタビュー ———— 14

集英社 宣伝部 書籍宣伝課 主任 平 あすかさん

気になる広告 / 岩崎俊一 ———— 16

新しい広告の道 / 石崎 徹 ———— 18

チャイナNOW / 松浦良高 ———— 20

えらいすまへん。 / 中島信也 ———— 22

「コレクション 戦争×文学」刊行記念イベント

「次世代フォーラム」を開催 ———— 23

2011年(第29回)「毎日ファッション大賞」表彰式 ———— 24

BO-SAI 2011 in 豊洲 ———— 25

10月20日「今日は新聞広告の日」企画 ———— 25

データ・フラッシュ ———— 26

第57回学校読書調査

ワンガリ・マータイさんが播いてくれたMOTTAINAIの種。

思い新たにキャンペーンを展開 ———— 28

イベントカレンダー ———— 30

WEB版SPACE 毎月更新中!  
http://macs.mainichi.co.jp/space/「SPACE」についてのお問い合わせ……SPACE編集部03-3212-3283  
spaceinfo@mainichi.co.jp印刷 / 大日本印刷(株) 表紙デザイン / SUN-AD (AD葛西 薫・D増田 豊)  
今号から新たに表紙デザインを担当していただくことになりました!

## Foreword

はじめに ことばを

新聞広告の日に、

ことばの力を考えた。

一倉 宏

10月20日の「新聞広告の日」には、各紙それぞれに特集が組まれました。毎日新聞においては中面30段にメッセージ広告を掲載しました。その制作をアートディレクターの葛西薫さんとともに担当しました。これは公共広告、発言広告といわれる種類のもの。はからずも、本年は多量の公共広告の流れた年です。そして、広告そのものの意味や価値についても考えさせられた年といえるでしょう。この原稿制作も、文字どおり「新聞と広告」について考える機会となりました。

いつもは「宿題が早い」といわれるこの私なの

解説するまでもありません。この主語の「ことば」とは、私自身です。そして、多くのひとの感じたことに違いありません。仕事の仲間たちとも、そう語り合いました。広告って、いったいなんだろうか。平和な、平穏な日常を前提として成り立つものだとすることが身にしみてわかった、と話す友人もいました。いちはやく、被災地支援に取り組みはじめた仲間もいます。けれども、私たち、広告関係者の多くが体験したのは、なにをすべきかを見出せない、じりじりするような、沈黙だったでしょう。そのあいだに、多くの「公共広告」が流れ。時は、無為に流れていきました。

ことばは がれきをかたづけることができない。  
ことばは おなかをみたすことができない。  
ことばは 電気をつくることができない。  
ことばは 病気をなおすことができない。

この「ことば」も、私自身です。個人、生活者としての私でもありつつ、マスコミ、広告という仕事に従事する私たちです。社会に、なにがしかの影響をもつといわれる、そういう仕事をしている立場なのに。ことばの力、コミュニケーションの力とは。あらためて考えざるをえません。

ことばは やりきれない怒りをつたえた。

ですが。今回はずいぶんと葛西さんを待たせてしまいました。今年、公共的な、社会的な発言をするとなれば、震災を避けて語るわけにはいかない。では、なにを「発言」できるだろうか。あれこれと悩みながら、夏も終わる頃に、決断して書きはじめたのは、こんなメッセージでした。

そのとき

ことばは なすすべもなく立ちつくしていた。

ことばは じぶんの無力を感じていた。

ことばは 満開の桜の下でかわされた。

ことばは 日々のくらしをとりもどそうとした。

ことばは それでも忘れることはない。

やがて、広告活動は通常運転に戻りはじめました。しかし、私たちは忘れるべきではありません。あの、絶句した日々のことを。

企業市民、ということばがあります。震災とその後体験は、そのことばの意味を噛みしめさせたはず。もうひとつ、ユーザー目線、ということばの意味も。被災地にいない、けれどもなにかを共有した、私たちの得た教訓はそれです。ともすれば、定量的、定性的にしか測らなかつた、その人間としての気持ちを、考えてみることに。

ことばは もつとはたかなければならない。  
ことばは がんばろうというだけではない。

まさに自戒として、私はこれを書きました。

一倉 宏(いちくら ひろし)

コピーライター。1955年、群馬県生まれ。筑波大学卒業後、サントリーに入社。宣伝部「コピーライター」として勤務。独立し「倉」広告制作所を設立。代表作に、サントリーモルツ「うまいんだ、これが」NTTデータ「ホーキング編」、パナソニック「きれいなおねえさん」シリーズなど。TCC最高賞、ADC賞、毎日広告デザイン賞等。毎日広告デザイン賞審査員。著書に「ことばになりたい」(毎日新聞社)事務所のホームページ: http://www.t-kura.com