

News Release

2005年 3月28日

明日のために、いま始めよう。



第1回 公共広告CM学生賞

公共広告CM学生賞は、
日本の未来を担う若い世代が、
広告制作を通して公共広告への理解を深め、
また社会に主体的に関る「公」の意識を
育むことを目的として企画されました。
枠にとらわれることなく、「公」を鋭くとらえ、
社会へ向けた新しいメッセージを期待する賞です。



公共広告CM学生賞トロフィー
制作：東京芸術大学 ガラス造形研究室
林 亘／藤原信幸

思いの卵。

卵の中で
じーっと孵るのを待たないでください。
斬新なアイデアと、
強いメッセージと、熱い思いで
殻を破ってください。
人々の公共心をゆり動かしてください。

期待以上の作品が寄せられて驚きました。

この賞を始めようという私たちの目的が
学生たちにどこまで届くか不安でした。
しかし、寄せられた作品数と、内容に驚きました。
テーマは驚くほど広範囲にわたり、内容も学生らしく、
鋭い視点で企画されていました。
これだけのものを見ていると、第2回以降も楽しみです。

(社)公共広告機構 理事長 寺尾睦男

この賞は意欲がすべてです。

寄せられた60点という作品の数に圧倒されましたが、
テーマも企画も多岐にわたり選考には非常に悩みました。
学生たちは今、何を公共問題として捉え、
何を伝えるべきと考えているのか、作品の1点1点にこめられた
意欲が伝わってきて刺激されました。

公共広告CM学生賞 審査委員長 魚住政利



審査風景

《審査委員》

委員長／魚住政利(ライオン)

副委員長／豊田 皓(フジテレビ)・島崎紘而(カルピス)

委員／朝賀定夫(テレビ東京)・飯島達男(東京放送)

石井利始(アサツー デイ・ケイ)・北島光義(電通テック)

北村 豊(フジテレビ)・塩野弥千夫(日本テレビ)

島田 淳(ビー・エス・ジャパン)・中尾良宣(JAC)

野口 亨(テレビ朝日)・服部千恵子(東急エージェンシー)

早瀬佑一(東京電力)・藤森益弘(サン・アド)

宗形英作(博報堂) アイウエオ順

「第1回 公共広告CM学生賞」受賞作一覧

グランプリ

「2004.10.23そのとき僕らは」おにぎり篇 30秒
長岡造形大学／渋谷弘文

B S 賞

「目に見えない凶器」30秒
大阪芸術大学／松島名歩

「お地蔵さん」30秒
長岡造形大学／藤井佳代子

奨励賞

「STOP AIDS」30秒
岡山県立大学／細田 侑

「同じ命が赤信号」30秒
金沢美術工芸大学／田中靖之

「あいさつって、いいね」30秒
東京芸術大学／小島佳代

「ボクの夢は」30秒
東京芸術大学／伊澤瑞江

「環境BOX」60秒
名古屋学芸大学／早野義人

「パズル」30秒
日本大学芸術学部／柏木恵佳

「パソコンが泣いている」30秒
日本電子専門学校／高 銀敬

「食べるを考えよう」30秒
武蔵野美術大学／西 真由子

ファイナリスト

「2004・10・23そのとき僕らは」大切に篇 30秒 長岡造形大学／滝澤紗代

「2004・10・23そのとき僕らは」コンビニ篇 30秒 長岡造形大学／本間 亮

「明日は我が身」30秒 長岡造形大学／大谷健介

「誕生日はゴミの日」15秒 日本大学芸術学部／山崎洋志

「NON／痰」15秒 日本大学芸術学部／猪瀬広行

「僕のせいじゃないのに」30秒 日本大学芸術学部／猪瀬広行

(作品は学校名アイウエオ順)

※「BS賞」と「奨励賞」の賞名を変更しました。

グランプリ受賞作

「2004.10.23 その時僕らは…」
おにぎり篇 30秒

〈テーマ〉災害支援

企画意図

被災した人たち(自分たち)が、今、どんな気持で過ごしているのか。復興への思い。今、本当に必要な支援とは何か。「地元」でなければ感じられないリアルな思いを「地元」の目線で発信し、温かい心の支援を呼びかける。

※2004年10月23日 中越地震で、地元の学生が実際に体験したことをストレートに伝えることで、助け合うことの素晴らしさを訴える作品です。

第1回 公共広告CM学生賞「グランプリ」受賞作品

「2005.10.23 そのとき僕らは」おにぎり篇 30秒

スーパー：
2004.10.23.
その時、僕らは…

2004.10.23
その時、僕らは…

おにぎりを握る手



ボランティアの人々
(中越地震報道写真)



倒壊した家
(中越地震報道写真)



渡されるおにぎり



スローガン

助けてもらおうと、
助けたいくなる。

学生：

「そのとき、
知らない人に
おにぎりを
持っていったら
泣いて喜ばれた。
僕も
泣きそうになった」

Na：

助けてもらおうと、
助けたいくなる。

明日のために、いま始めよう。



BS 賞受賞作

「お地藏さん」
30秒

〈テーマ〉災害支援

企画意図

我慢強さの象徴を、まさに雪に埋もれそうなお地藏さんを比喻としてとらえました。

被災者に対し、決して一人ではない！ 皆な温かい気持を持っていることを伝えたい。

※2004年の中越地震を体験した学生の、支援を呼びかける作品です。

第1回 公共広告CM学生賞「BS賞」受賞作品

「目に見えない凶器」篇 30秒

バスを待つ人々。
列に並ぶ中年の男性。



ナイフを
耳にあてる男性。



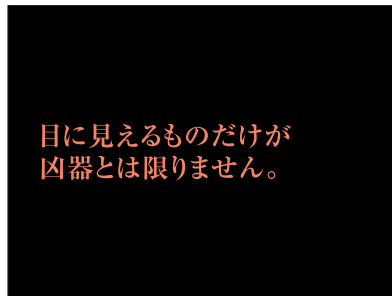
全員が携帯で
電話をかけている。



胸をおさえる中年の男性。
(ペースメーカーを
している)



スーパー：
目に見えるものだけが
凶器とは限りません。



明日のために、いま始めよう。



公共広告機構

第1回 公共広告CM学生賞「BS賞」受賞作品

「お地蔵さん」篇 30秒

お地蔵さんに
雪が積もる。



学生：
「人は雪国の人を
我慢強いという。」

倒壊した家
(中越地震報道写真)



でも、

そんなに強い人
ばかりじゃない。

お地蔵さんに
自分の帽子を
かぶせてあげる女性。



強い人だって
時には弱くなる。

スーパー。



あなたの強さを、
あなたの力を、
分けてください。」

明日のために、いま始めよう。



BS 賞受賞作

「目に見えない凶器」 30秒

〈テーマ〉公共マナー

企画意図

携帯電話のペースメーカーに誤作動を与える原因のひとつです。ペースメーカー使用者にとって、携帯電話が鳴ることは、あたかもナイフを突き付けられるようなものです。このCMでは携帯電話に潜む恐怖をナイフで表現しました。(実際にペースメーカーを使用している人に出演していただきました。)

※ペースメーカー使用者にとって、携帯電話がいかに恐ろしいものか、ということ、携帯電話をナイフに喩えながら、強く訴えかける作品です。