

News Release

2006年 3月30日

明日のために、いま始めよう。



第2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。
このトロフィーは、そんな思いで制作されました。

女性の活躍が目立ちました。

今年度の提案作品数63点の中に、
過去、公共広告機構でも取り上げたことのない
斬新なテーマを追求した作品がいくつもあり、
改めてこの賞の役割を認識させられました。
今回の提案総数の約半数は女性の作品でした。
しかも、受賞作12点の内、
実に8作品が女性という快挙でした。

(社)公共広告機構 理事長 寺尾睦男

完成度の高さに驚かされました。

いままでにない斬新なテーマの作品。
驚くほどの技術力で完成された作品。
胸があつくなるような感動的な作品。
今回応募された作品には選考委員一同が
その完成度の高さに圧倒されました。
学生たちの意欲がひしひしと伝わってきました。

公共広告CM学生賞 審査委員長 魚住政利

応募作品総数	応募学校数	受賞作品数
63作品	11校	12作品



審査風景

《審査委員》

委員長／魚住政利(ライオン)

副委員長／島崎紘而(カルピス)・武田信二(東京放送)

委員／浅田寛信(資生堂)・奥 浩一(電通)代理

森田幸一郎(東急エージェンシー)代理

三富和則(日本テレビ放送網)・石井利始(アサツー デイ・ケイ)

早川和良(Camp KAZ)・北島光義(電通テック)

市嶋文裕(BS日本)・鮎川昭平(ビーエス・アイ)

豊田進吉(BS朝日)・首藤 徹(BSジャパン)

佐藤連子(ビーエスフジ)

順不同

グランプリ受賞作

「食べきれない」 30秒

〈テーマ〉食品ロス

企画意図

50年前は、食べ物が足りなく、米粒ひとつ残さない時代であったのに、段々豊かになり、食べ物を残す量も増えている現状に問題提議をするために、この作品を制作しました。

食べることができないのに、食事を用意しすぎてしまう状況を見せることで、食品ロスについて少しでも考えるきっかけになればと思います。
(森川麻弥)

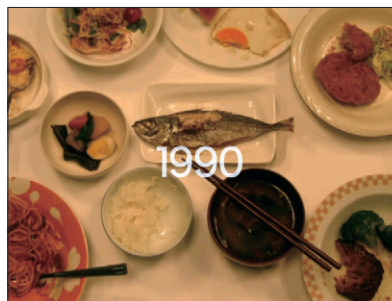
テーブルに並べられた料理だけで、日本人の食生活の変化と、食に対する意識の変化を分かりやすく訴えた作品です。

最後の「おなかいっぱい!」が印象に残ります。

第2回 公共広告CM学生賞「グランプリ」受賞作品

「食べきれない」 30秒

はじめは食品が少なく、
食べ残しもしないが
時代が進むにつれて
食品数が多くなり、
次第に食べ残しも
増えてくる



ナレーション：
「かつて日本には
食べ物の足りない
時代もあった」

ナレーション：
「あれから50年」

ナレーション：
「食べきれない」

明日のために、いま始めよう。



BS 賞受賞作

「太陽が最初に昇る島の物語」
60秒

〈テーマ〉地球温暖化防止

企画意図

太陽にいちばん近い島はキリバス島です。もしこのまま温暖化が進めば地球でいちばん早く海に沈むと言われていています。日本も東方にあります。早番、海に沈むことになります。

(右近 晶)

ミレニアムを最初に迎えた島が、温暖化では最初に沈む、と地球温暖化を訴える作品です。「同じ島国の日本は何番目でしょうか」という言葉は身につまされます。

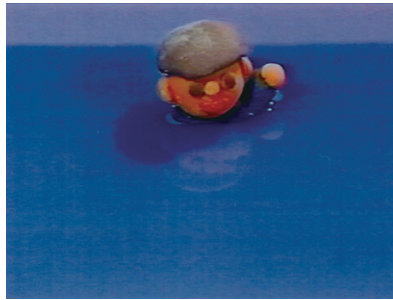
第2回 公共広告CM学生賞「BS賞」受賞作品

「太陽が最初に昇る島の物語」 60秒



ナレーション：
世界で一番初めに
ミレニアムを迎えた国を
覚えていますか？

世界で一番初めに
ミレニアムを迎えた国
キリバスは



地球温暖化により
世界で一番初めに
海に沈む国でも
あります。



同じ島国である日本は
何番目でしょうか。

電化製品の
コンセントを抜く

冷暖房を1度控える。



車のアイドリングを
止める。

こんな小さなことで
私たちの島を
守ることができます。



私たちの未来のために。

明日のために、いま始めよう。



公共広告機構

BS 賞受賞作

「つらいことがあるなら、話してみて」
30秒

〈テーマ〉いのちの電話

企画意図

まず第1に「押し付けがましくないこと」ということを念頭に置いたこと。広く社会に訴えるよりも一人一人の個人に訴えかけることを目的とした結果、このテーマに自然と行き着きました。

何かしら心にひっかかるような親密さが表現として現れていれば幸いです。

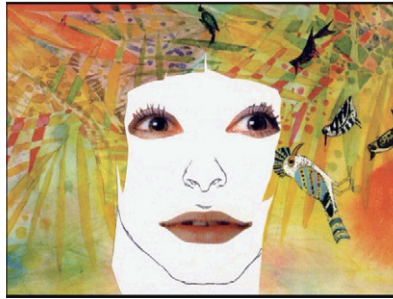
(恩田亜祐美)

女性の気持ちの変化をカラフルなイラストで表現しながら、悩みがあるならまず「いのちの電話」に電話して、と訴える作品です。

第2回 公共広告CM学生賞「BS賞」受賞作品

「つらいことがあるなら、話してみて」 30秒

笑顔の女の子の
目と口がぶるぶる震えだし
あっという間に
悲しい顔に変わり
泣き出してしまう



あわてて手でなおし
元の笑顔に戻してみる



1文字ずつ現れる

つ ら い こ と が
あ る な ら 、

それが
いのちの電話の
番号とわかる



明日のためにいま始めよう。

AC
公共広告機構