

制作の一番のポイントは「顔パス」というワードの表現

第7回日本学生 BtoB 新聞広告大賞に5名入賞
創造社デザイン専門学校

金賞 万壽本光咲さん、指導の田中浩伸非常勤講師に聞く

第7回日本学生 BtoB 新聞広告大賞金賞に、創造社デザイン専門学校の万壽本光咲さんが輝きました。今回、同校からは銀賞、審査委員会特別賞、協賛企業賞2名の入賞があり、制作レベルの高さに審査委員も感心していました。そこで、金賞課題提供の Panasonic からパナソニック オペレーショナルエクセレンス株式会社アドメディア推進室アカウント推進課の椋本吉則課長と中島弘子主幹に同行いただき、同校を訪問。万壽本さんと指導した田中浩伸非常勤講師に、金賞作品制作にまつわるお話を伺いました。
(専務理事 長野光博)



左から椋本課長、中島主幹、(一人おいて) 万壽本さん、田中非常勤講師

■ BtoB聞いたことがないので逆に興味湧く

—— 金賞受賞おめでとうございます。日本学生 BtoB 新聞広告大賞に応募しようと思ったきっかけは何だったのですか。

万壽本 ありがとうございます。とてもうれしいです。応募のきっかけは、学校で田中先生の BtoB 広告の特別講座を受講したことです。BtoB 広告については聞いたことがなかったのですが、逆に何だろうと興味が湧きました。ただ、

BtoC と違って普段見ないものを広告にするのは難しいとも感じました。正直なところ講座の途中まではなかなか理解できませんでした。

田中 特別講座は毎年、年末から年明けまで5回行います。掲示板をネットに挙げ、希望する学生が受講します。3回までは BtoB の説明です。私自身、生産財広告や産業広告に携わってきたこともあり、それを元に BtoB 広告制作のやりがいを伝えました。

—— なじみのない BtoB を理解し広告制作するのに、かなり苦労したのではないですか。

万壽本 しんどかったです(笑)。特別講座で広告とは何か、BtoB と BtoC の違いは何かという基本を教わり、加えて田中先生から個別にアドバイスをいただき制作しました。サムネイルは20～30、コピーは40～50つくりました。途中で挫折しそうになりましたが、先生とやりとりしながら絞り込み、仕上げました。

—— 粘り強く取り組んだことが、素晴らしい



金賞に輝いた万壽本さんの作品

作品を生み出したのですね。

田中 コピーはまず「顔パス」という言葉が浮かび、それを病院という場所にあてはめていく過程で何度もやり取りをし、「顔が利く」から「顔が効く」に至りました。結果、40～50もつくったのですから、よくがんばったと思います。毎年指導をしています。BtoB広告は難しいと途中であきらめてしまう学生もいます。しかし最後まで制作を楽しんでくれる学生は、これまでも良い結果を出していますね。

■ 写真が見つかり「これはいける!」と思った

—— コピー以外で制作の決め手となったのは。

万壽本 私はイラストがあまり得意ではないので、写真とコピーで勝負しようと考えました。写真はデザインを決める大きなカギで、マスク着用とマスクなしの顔写真2枚が必要でした。

メインビジュアルにマスクをして顔認証を受けている写真、カードに登録されたマスクなしの写真を使うためです。これによって、マスクをしていてもカードにある本人写真と同一人物だと特定できる製品特性を表しました。写真はフリー素材ですが、同じ人のマスク着用とマスクなしの顔写真を探すのにはかなり時間がかかりました。見つけれなかったことで、これはいける!という気になりました。

—— 今回の課題は7社ありましたが、パナソニックコネクットの顔認証付きカードリーダーを題材に選んだのはなぜですか。パナソニックのことはご存知でしたか。(中島主幹)

万壽本 病院で使われることや顔認証という技術が、比較的身近に感じられたことから選びました。パナソニックのことは知っていました。ヘッドライヤーが有名ですね。

—— パナソニックは家電などのくらし事業、オートモーティブ、コネクト、インダストリー、エネルギー、エンターテインメント&コミュニケーション、ハウジングの7つの事業会社で成り立つ企業です。これを機に広く関心を持っていただけると嬉しいです。顔認証付きカードリーダーは、まだ普及率が低いですが、全国の病院・薬局への導入が進んでいます。万壽本さんの作品は特性を的確に表していて、当社内での評価は断然に高かったです。受賞はパナソニックコネクト株式会社アカウントのSNSで紹介させていただきます。(椋本課長)

万壽本 ありがとうございます。

■ 将来はグラフィックデザイナーになれれば

—— 当広告大賞の過去の受賞者では、卒業後に広告会社や出版社に就職した方、ウェブデザイナーになった方がいます。受賞作品が課題提供企業の広告素材に採用されたこともあります。万壽本さんは将来、どのような道に進もう



受賞を喜ぶ万壽本さんと田中非常勤講師

と考えていますか。

万壽本 グラフィックデザイナーになりデザイン事務所に就職できればと考えています。もともと海外に行ってみたくは思っていたのですが、コロナ禍で行けなくなりました。そこでもう一度自分がやりたいことは何かと考えた時に、頭に浮かんだのが好きなデザインです。学校ではグラフィックを専攻していて、今は毎日がとても楽しいです。

—— 万壽本さんの卒業は来年になりますので、次回も挑戦していただきたいと思います。創造社デザイン専門学校のみなさんには奮って応募いただきますよう、田中先生にはご指導を引き続きよろしく申し上げます。次回の開催に向けて当広告大賞に対してご要望はございますか。

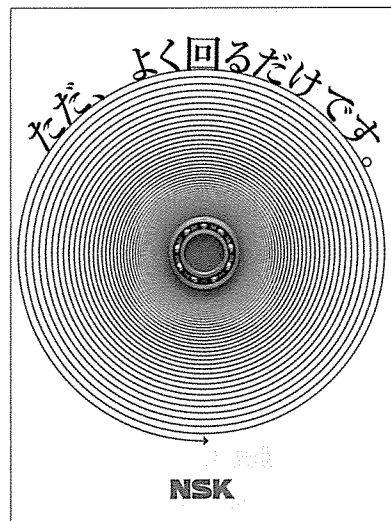
田中 BtoB ビジネス・製品を学生に理解させるのは、やはりハードルが高いです。広告制作を指導する際にも、専門性が高い課題になるとなおさらです。学生にとって難解ですと、挑戦者がどうしても少なくなります。課題の説明はできるだけ易しく、社会とのつながりが分かる

ようお願いします。その点、今回は BtoB と各社の課題について説明する動画を YouTube にアップしていただいたのは、大いに参考になりました。次回もお願いします。

—— 当広告大賞は学生ならではの感性を新聞広告としてデザインしていただいています。ただ、課題を詳しく教えすぎると、卒にはめて感性の発露を阻害することにならないかと悩むところです。その点は、どう指導されているのですか。

田中 私は毎回、第 1 回金賞作品を例に挙げて教えています。この作品は NSK（日本精工）のベアリングを課題にしています。ベアリングに求められる性能は安定して回転し続けることです。これを「ただ、よく回るだけです。」というコピーと渦巻状の赤い矢印線でシンプルに表現しています。企業の方からはまず出てこない発想で、こうした発想があっても企業内では採用されないと思います。学生の発想には大いに期待しています。

—— みなさま、ありがとうございます。日本学生 BtoB 新聞広告大賞の第 8 回がより盛んになるよう準備を進めます。



第 1 回金賞作品