



静岡県広告協会10周年記念
「私と広告」感想文コンクール
特賞・入賞作品のご紹介

10周年の記念事業として、「私と広告」感想文コンクールを実施しました。

実施にあたって、静岡県教育委員会、静岡県商工会議所連合会、静岡県広告業協会、媒体各社のご後援をいただき、ここに厚くお礼を申し上げます。

この10周年記念誌には、寄せられた123編の応募の中から選ばれた特賞1編、入賞3編を収録いたしました。

ご応募いただいた皆さまに厚くお礼を申しあげるとともに、入賞の皆さまには心からお喜びを申し上げます。

応募作品は19名の高校生から米寿を迎

えられた人生経験豊かなご高齢者と幅広い年代層に及んでいました。

勇気が湧いてくる広告、豊かな生活を保障してくれる広告、郷愁をそそる広告、夢を与えてくれる広告など、生活と密着し暮らしの一部になっている様子が伝わってくる作品が多く一方、誇大や紛らわしい広告に対する厳しいご意見もありました。

これら消費者の声を謙虚に受け止め、当協会は広告文化の普及向上をめざすとともに、及ばずながら静岡県の産業経済の発展に寄与しようと考えております。

〔特賞〕

「本になった二つの広告」

荒木秀子（自営業・46歳）

1冊の本と出合った。

勤め帰りに立ち寄った書店で、数ある書籍の中から、私の視線を釘付けにした、1冊の本と出合った。

「諸君！この人生、大変なんだ」

凄いタイトルだと思った。著者は、山口瞳さん。今から14年前、1987年3月6日の出合いだった。

当時、32歳、独身の私は（今もその延長線上にいるけれど……）、輸入雑貨や化粧品を扱う店に勤めていた。仕事の内容も、人間関係も、概ねうまくいっていた。

けれど、自分の求めている、真の充実感を得るには至らず、どこか満たされない、もどかしい日日を送っていたのだ。

ヘナヘナした私の背中を、ポーンと一押ししてくれる人を、叱咤激励してくれそうな何かをいつも探していた。

「諸君！この人生、大変なんだ」このタイトルを見つけた時、私は、『引力の法則』を感じた。

2部構成の本文第1部は、かつて、「成人おめでとう」と「入社おめでとう」のシリーズで、年2回新聞全5段に載った、サントリー・オールドの広告、16編を集めたものだった。

「正直貧乏」という1編がある。

「正直に眞面目に働いても貧乏している人がいる。（中略）しかし、僕は、この人生、血も涙もないとばかりは思ってい

ない。正直にマジメにやっていれば何か良いことがあると信じている。第一、そうするよりほかに手立てがないじゃないか。そうするよりほかに美味しい酒を飲む方法がないじゃないか」

一言一言が胸に熱く染みてきた。私は、訳もなく、強い味方に出会えたような、そんな気がした。

1988年6月20日。静岡新聞は、素晴らしい感動の朝を運んでくれた。

「MESSAGE NOW」

「そして、夢は決意になった。」と、題した、飛行家リンドバーグの夢と冒險を、新聞一面に見事なレイアウトで掲載した。

企業名は、一番下に小さく、TAMIYAとだけ、そして商品名はどこにもなかつた。

1991年1月22日まで、20回にわたって掲載されたメッセージの中で、今も心の引出しに大切にしまってある言葉や、フレーズがいくつかある。

リンドバーグの愛機、スピリット・オブ・セントルイス号。この、スピリットという言葉の意味（精神、靈魂、意気）と、響き。スピリットという言葉を目にしたり、耳にするだけで、体のどこからか勇気が湧いてくる。不思議な力を持った言葉だ。

『物事は、十中八、九までを自分の手で行い、仕上げの一、二は他人に譲り、成功したときはその人の手柄にしてやるよう心がけなければならない』坂本竜馬の人と付き合う極意だそうだ。

「人は切り捨てるものじゃない、生かす

ものだよ」。竜馬と同時代を生き抜いた、勝海舟の言葉。

どちらも、私には、到底真似することが出来ない生き方だ。だからこそ、なお客さら憧れ、心に言い聞かせようと努力する。

私は、プラモデルというものを一度も買ったことがない。もちろん作ったこともない。けれど知り合いの子供たちが、星のマークのTAMIYAのミニ四駆で喜びとして遊んでいるのを見ると、たまらなく、嬉しくなる。まるで、自分自身がTAMIYAの社員になったような気持ちになってしまうのだ。

「諸君！この人生、大変なんだ」も、「MESSAGE NOW」も、広告という一般概念を根底から覆してくれた。

消耗品的要素の強い広告が、人を奮い立たせるだけの哲学的エネルギーを、無尽蔵に持っていた。

静岡広告を出発点に、やがて1冊の本となった2つの広告は、私にとって、一生涯手放すことの出来ない、人生の教科書であり、羅針盤なのだ。

（あらき ひでこ＝熱海市）

〔入賞〕

「私と広告」

吉野台二（無職・65歳）

もし、この世の中に広告がなかったら、どんなに味気ない暮らしになるだろうか……毎日の新聞に掲載される広告や折り込まれてくる多くの広告を見ながら、いつも考える。

新聞を読む、テレビを見るのと同様に

広告を見るのが楽しい。暮らしの情報源であると同時に、そこには、庶民生活の常識を超えた世界が広がっているからである。

ひと昔前と違って最近の広告は、紙質がよくなり、大型化し、表裏印刷、しかもフルカラーがほとんどで「見る・魅せる」楽しみを倍増させてくれている。折り込みだけでなく新聞や雑誌の広告、ポスターに至るまで、美しさと楽しさが追求され、芸術性も加わって私たちの生活は、広告によって「暮らし、にぎやか」「暮らし、生き生き」に変わっていった「暮らし、変わる」ようになってきた。

そんな私も、数年前まで現職のときは、広告を丹念に見ることはなかった。新聞記事を中心に読み、新聞に掲載された広告を横目で眺める程度で、折り込みを見ていた妻が「〇〇店が安い」と言っても、生返事しかしなかったようである。

退職して「主夫」となり、時間と気持ちに余裕ができるようになって広告への興味が湧いてきた。「主婦」の感覚が備わったとでも言おうか……。毎朝、折り込みのスーパー等の「お買い得情報」を見る。A店では百円市、B店は産直の朝市開催、そして、C店ではタイムサービス……など、それぞれの店が知恵を出して客の心をつかもうとしていることが紙面から読み取れる。「いらっしゃいませ」の掛け声が聞こえてくる。

目当ての食材を買いに行くと、やはり同じ品物を求めて来た主婦たちでにぎわっているのに驚き、広告の力の大きさや人々の情報吸収力の高さをあらためて見

をつけられる。

一方、最近の広告は時代の流れに敏感で、広告が私の知識の財源になっている。大げさに言えば、生涯学習のテキストである。それは、日常生活の衣食住に限らず、趣味や実益の分野でも「環境」に視点を当てた広告が多く、地球と人間へのやさしさを強調しているからである。衣では、新素材の開発で夏は涼しく冬は暖かい着心地よい衣服が生まれたし、食では、体に安全な食品群、無農薬野菜など。住では、耐震、バリアフリー、薬害のない素材が主流で、もはや環境問題抜きでは広告として用をなさない時代になっていることに気付き、暮らしを考える指針となっている。衣食住以外でも、車は低公害車、紙は再生紙など、見方によっては、広告界が環境主義をリードしているようにも思う。

時代を反映した広告で特に目立つものは、学習（進学）塾と旅行会社の広告である。

学習塾は、再来年から始まる「ゆとり教育」が、学力低下をもたらすのではないか、との心配から「学力確保・保障」をうたった内容の広告が多く、時代の流れを真正面から捉えている。学習塾が広告を出すのなら、小・中学校も自校の特色をアピールした広告を出したらおもしろいのに、と思うが、これは今の学区制をなくして学校を選択して入学する制度になったとき、学校同士が刺激しあう時代がくれば可能で、今その兆しが出始めているから、何年か後には「学校の広告」が実現するのでは、と今から楽しみである。

旅行の広告を見るのは、また楽しい。国内はもちろん、遠くヨーロッパまでもツアーを組んで客を募集している。「国際化」が端的に表され、こんなにも多くのプログラムを機能させる旅行社のシステムはどうなっているのか、不思議に思ったり感心したりする。

私も広告を見て、1年に2～3回ツアーに参加しているが、広告だけでは分からぬ部分もあることに気付いた。コースと見学場所の魅力に引かれて、1泊2日の信州旅行に参加したときのガイドさんはまだ若く「このコースは初めてです」ということであったが、名所旧跡などは、ガイドブックを見て一生懸命説明してくれた。決してうまくはなかったが、客を思うそのけなげさに心を打たれたことである。旅の広告にはコースと料金ぐらいいしか掲載されていないが、広告の後ろに感動することが潜んでいることを知った。

広告には、きっと目を通して終わりにする広告と、暮らしに働きかけて豊かな生活を保障する広告があるが、広告の後に隠れて見えない部分が充実、安心、納得できるものであることが求められているのではないか。一枚の広告は、人を引き寄せる「花」、その花を支えるのは根であり、茎や葉、つまり、広告の背後に自然や環境、文化や人々の暮らしへの温かさが込められていることが大切であろう。広告という「花」に命を吹き込むことができたとき、魅力ある広告となり、その真価を發揮するのではないかと思う。

（よしの　だいじ＝浜松市）

（入賞）

「私と広告」

近藤康子（主婦・51歳）

私には大好きな広告がある。故郷本川根町のテレビコマーシャルだ。2人のお年寄りが寸又峡温泉『夢のつり橋』の上から「いやんばいです」と川根弁で語りかけている。次のシーン、『森のいづみ』の温泉に浸かりながら楽しい会話をしている。故郷を懐かしむのは年を取つてきている証の気もするが、町を出て生活している者にとっては何ものにも代えがたく郷愁をそそらせる。

静岡県榛原郡本川根町は県のほぼ中央に位置し、日本の尾根、南アルプスからの伏流水を源とする大井川に沿って人口3300人ほどの小さな町。

春の新緑、夏の川遊び、秋の紅葉、冬の雪景色と四季を通して心に染みる景観を見てくれる。さらには静岡茶の名を全国に広めるのに一役も、二役もかっている。お茶の名産地でもある。

私が生まれた村落は町の中心部よりさらに山奥に入った静岡県最古『ぬたぶら遺跡』よりさらに、2キロメートル奥の戸数30戸の静かな処である。学校は集団登下校。村祭りも小学校の運動会も、みんな村をあげての一大イベントであった。隣のおばさんも、怖いおじさんも、子供のことはわが子のことと同じように褒め、叱り、見守ってくれた。

お茶の季節はどの子も一家の労働力として家の手伝いをし、夏には川をせき止めて作った大井川の支流で水しぶきをあ

げた。秋の燃えるような紅葉のなか、つるべ落としの日の短さに遊び足りなさを感じ、冬の寒い朝はザクッザクッと霜柱を踏み締める感触までしっかり覚えている。

こんなに素晴らしい故郷なのに山道を片道1時間以上かかる通学や、若い少女がもつ都会への憧れで早くこの地を離れ『都会暮らし』をしたいと願い、ここをあとにした。あんなに憧れていた街での生活だが、それとは別にあのころが無性になつかしい。

そんな心の拠り所にしている故郷であるが、ほかと同様、過疎化、老齢化という問題を抱えている。65歳以上の人口比率は30%を超える。“まちおこし”としていろいろイベントを開いたりしているが、なかなか人口増には結び付かない。安政6年（1859年）には112人の人が住んでいたというわが部落も、いまでは87人（平成13年6月1日現在）となっている。それもほとんどがお年寄り。当時、寄宿舎生活をしなければ学校に通えなかったほど不便な部落のひとつは、とうとう住民が1人もいなくなってしまった。

中学の同級生がこんな意味の大井川の詩を書いた。『あんなに滔々と水をたたえ、筏が行き来していた大井川よ、いまはその上をトラックが我が物顔で走っているではないか悔しくないか。もう一度奮い起こせ、昔のように勇姿を見せろ』というものだった。

高校の教師は進路の話をするときに、「君たちが教師となり、この地に戻ってくるのだ。そして地元の子供を育てるのだ。君たちが医者になり、無医村でなく

すのだ」と檄を飛ばしてくれた。そんな言葉を思い出すたびに、故郷が元気でいてくれることを願わざにはいられない。

ある夜遅くウトウトしながらテレビをつけていると「いやんばいです」と聞き慣れた声が聞こえてくる。「アッ、アッ、父さん元気」。寝ぼけ眼を振り絞り、思わず手が敬礼の形になる。吊り橋のうえの老人は80歳になる私の父親なのだ。おもわず涙がでるこのコマーシャル。だから私のわたしの大好きな広告なのです。

(こんどう やすこ=静岡市)

(入賞)

「私と広告」

阿部英子（主婦・49歳）

次男が幼稚園の時、夕食の仕度をしていると1冊の雑誌を持ってきた。

「お母さん、これ見てよ」

指さすページを見ると、コンバインやトラクターなどの農機具の広告が載っていた。

「すごいねえ、赤いのや黄色のもあるね」

私も一緒にのぞいて見る。次男は「僕ね、大きくなったら、おじいちゃんに買ってあげようと思っているんだ」と、言った。実家へ遊びに行った時、父が汗を流しながら田を耕しているのを見て来たからなのだろうか。

夕食時、次男は夫のひざに乗り雑誌広告を見せながら

「ねえ、これは何、どうやって動かすの？」

と、次々と質問していた。

「これは右回り、こうすると左回りだよ」

夫も楽しそうに答えている。小学校2年の長男も仲間入り。夫と長男の話を聞きながら次男は自分が運転しているかのように声を出し、目を輝かせながら体を動かしている。その晩、1ページの広告に魅せられた子どもたちは未知の世界へと広がっていった。

今、長女は東京、次男は青森の大学へ通い、長男は社会人とそれぞれの道を歩み始めている。家族が全員揃うことは、年に数回しかない。その日が来ると、にぎやかだ。長女は情報のキャッチが早い。長女が

「ねえ、お茶のコマーシャル、いいの出たよ。私の先生がね、見ているとほのぼのして懐かしさを感じて、いいなあって言ってたよ」

と、言うと、

「あっ、俺、それ飲んだ」

さすが新しもの好きの長男。

「お母さん、ジコ虫見たことある、この人ねあの広告、好きなんだって」

長女が長男を指さして言う。数匹のジコ虫とその目や生息地、習性が載っていて絵も楽しく、ユーモラスだ。

「あっ、知ってる。あの虫、家にもいそ
うだよね」

私と長女は同時に長男を見て大笑い。
「よく見るとあの広告、おもしろいけど、
痛いところを厳しくついているって感じ
がすると、思わない」
と、長女が言った。
「ジコ虫が、いっぱいふえたなら困るよね。」

よく効く反省殺虫剤があるといいね」と、私。まず最初に私が試されそうな気配。『ギクッ、あたしがジコ虫になってる』の言葉や『ここにご紹介したのはほんの数匹ですが』の注釈は思わず引き込まれドキッとして、考えさせられる。

長男と次男の興味は、オートバイや車、パソコンと幅も広い。二輪免許を持っている次男は、広告を集め、

「おやじい、このオートバイは、ツーリングには、いいぞ」

と、夫に買ってもらおうとあの手この手で策略を練っている。オートバイの好きな夫の夢は、息子たちとのツーリング。
「お父さん、この車、今買わないと年をとってから乗ったんでは似合わないよ」と、長男。夫も負けてはいない。電気店の広告を差し出し、

「おい、このパソコン最新型だぞ、お父さんは、お姉ちゃんと浩久の仕送りで金がないから、お前に買ってもらおうと思ってるんだ」

と、反対に催促している。我が家のは夜遅くまで続く。

子どもたちの成長とともに、広告は見る内容、興味の対象も違ってきてはいるが、世の中の動きとともに、最新の情報を常に的確に伝えてくれている。私たちは、広告を見ながら真の生き方を問われつつ、知らないうちに本物を見分ける力を養っているのではないだろうか。

長女と次男が帰郷したので、久しぶりに実家へ行くと父は、古い耕運機で畑を耕していた。

「おじいちゃん、僕が代わろうか」

と、次男。

「いいよ、まだ俺の方がうまいよ」

83歳になる父は、まだまだ元気である。
私が、

「ねえ、浩久、あんたが幼稚園の時、おじいちゃんにトラクターを買ってやるんだって、言ったこと覚えている、その時ね、おじいちゃん、嬉しそうにそれまで長生きしなくちゃなあって言ってたよ」と、言うと照れ笑いをしていた。次男は機械工学を学んでいる。十何年前に見た広告は、今でも夢を与え続けてくれているような気がした。

(あべ えいこ=磐田市)



皆さまから寄せられた感想文を小冊子として発行しました。特賞1編、入賞3編、佳作10編の合わせて14編が収録されています。