

# 新聞 広告 仕事人

## 全面イラストの意外性で 読者の興味を誘う

Vol.06 電通 クリエーティブ・ディレクター 畑野憲一さん

紙面いっぱいには「まねきねこダック」が鎮座する。アフラック(アメリカカンファミリー生命保険会社)の全面広告。もっと頼れる医療保険 新EVERRの登場を伝えるどこかユーモラスで福々しいキャラクターの姿に、朝刊を開く手を思わず止めた人も多かったのではないだろうか。

「新聞は色々」と語れるところが強みですが、情報ばかり詰め込んでも関係者以外の読者には伝わらねえから、とつつきやすさを重視しました。また、全面イラストの新聞広告は意外に少ないので、逆に興味を持ってもらえるのではないかと思ってたんです」

そう語るのには、この新聞広告のオートディレクターを務める電通のクリエイティブ・ディレクター、畑野憲一さんだ。

保障の対象となる手術が約1000種類に広がるなど、よりパワーアップした「新EVER」。その広告キャンペーンを担当することになった畑野さんから電通の制作チームは、まず「安心と幸せを招く目印」として、「まねきねこダック」を考案。CMには宮崎あおいさんが出演し、新聞ではまねきねこダックをイラストで表

現しようということになった。

イラストは、紙面デザイナー全体をディレクションする立場である畑野さん自身が描いている。

「以前、アフラックのウェブ広告で流すアニメを描いてみたら結構評判が良く、気に入っていたので、それ以来、アフラックの広告ではアニメやイラストを自分で描いています。責任は重いですが、学生の頃から絵が好きだったので、僕にとってはうれしい仕事です」

イラストは、最初のテクスチャーを手で描き、それをパソコンに取り込んで画面上で仕上げる。パソコン上で描いてデータ化することで、ウェブ広告で流すアニメーションへ転用しやすくなり、かつ思い通りに色や質感を印刷で再現しやすいからだ。

「朝起きて開いた新聞に自分の携わった広告が出ているのは素直にうれしいですが、その半面、きれいに刷られているかどうかは気になってドキドキします。今回の「まねきねこダック」は、背景の色が印刷でなかなか思い通りに出にくいグリーンでしたが、きれいにできてほっとしました。昔に比べて、今は新聞印刷の



色が本当に良くなりましたね」  
色はもちろんな、文字の微妙な間隔など、非常に細かいところまで徹底的に気を使う。細部にこだわってこそ、全体がいい作品に仕上がると知っているからだ。

「僕は昔からずっと絵が好きだったけれど、アフラックの仕事で絵が描けるチャンスが来たのは、入社して十七、八年たってからでした。すぐには、花開くことはなくても、『想い』は消さずいた方がいい。チャンスはいつやってくるか、誰にもわからないんですから」

文：大田聡 写真：星野章

「想い」があればチャンスは来る  
「広告を作っている」とすべてが一カ所に「カチッ」と決まる瞬間が必ずあります。それは、文字の大きさや色のバランスなのかもしれないし、原稿の調子やインパクトなのかもしれない。僕はその一カ所を、いつも探しています」



畑野憲一さん  
はたの・けんいち/1964年生まれ。86年東京芸術大学美術学部デザイン科卒業。88年同大学院美術研究科視覚デザイン修了。同年電通入社。アートディレクターを経て、現在クリエイティブ・ディレクター。主な広告賞受賞は、95年ニューヨークADC金賞、2001年カンヌ国際広告賞銅賞、03年ニューヨークADC銅賞、05年新聞広告賞、06年新聞広告賞・カンヌ国際広告賞銅賞など。東京TDC会員。

2009年8月24日付朝刊掲載