

新聞  
広告  
仕事人

情報過多の時代にはシンプルな表現を  
「標識のような広告」を作りたい



「基本、休まず仕事をしています。僕自身は楽しいので平気なんですけど、他の人から見るとツマラナイ人生に思えるかもしれませんね笑」

自らの生活を「受験生みたいな毎日」と語るコピーライターの照井晶博さん。広告は企業が開発した商品やサービスの魅力を世間に伝えるためのもの。「考えれば考えただけいいものができると信じているので、考えてないと不安なんです」と。

中にBIGが売られる店先のようなスペースを作ろうと考えた。

「玉くじ売り場の前に、1等3本出ましたなどと貼つてあると、購買意欲が増しますよね。それを新聞紙上でやろうと思いました」

情報過多という時代性を踏まえた上で、BIGの仕事を含め「道路標識のような広告が作りたい」と語る。「めんどくさいコピーは好きじゃないんです」

森三中がイメージキャラクターを務めるBIGの広告は、照井さんが手がけている仕事のひとつ。BIGはどんな内容のくじであるかの認知を高めていく段階の商品であることから、コンセプトは「おなじみなものにする」と。森三中はこれまでキャッチアップ、キャンディーズ、現在はプリンセスプリンセスに扮している。既に世の中で親しまれている存在とBIGを重ね合わせ、「おなじみなものにする作戦だ」。

BIGの新聞広告のコピーも1等6億円、キャリアオーバー中、ネットでも24時間購入可能という事実をベースにしたコピーがほとんど。疑問があればその場で検索して答えを求めることに慣れている現代の人たちには、標識のように即座に情報を得られる広告が合っている」と照井さん。目をひくキャッチコピー、意味を説明するポディーコピーという、昔ながらの重んじられた広告は「今の時代には合わなくなってきたのかもしりませ

世の中の役に立つ  
広告を作りたい

「ひとつの商品が世に出るまでにはたくさん時間と人が必要です。広告は最後にそのパトンを預かって、世の中の人に届ける仕事。だから、きれいに聞こえるかもしれないけど、みんなの役に立つものが作りたいんです」

6億よ! 6億円よ!  
6億円なのよ!

今週の  
販売終了は  
明日

**BIG**  
最高6億円くじ

キャリーオーバー約55億円発生中!

コンビニでも  
ネットでも  
www.toto-dream.com

2010年5月7日付新聞掲載

6億円当せん100人突破!  
先週も2人! 出てるわよーBIG!

キャリーオーバー約55億円発生中!

**BIG**  
最高6億円くじ

キャリーオーバー約55億円発生中!

コンビニでも  
ネットでも  
www.toto-dream.com

2010年8月19日付新聞掲載

今年の6億円チャンス、  
ついに残り5回なのよーっ!

キャリーオーバー約60億円発生中!

**BIG**  
最高6億円くじ

キャリーオーバー約60億円発生中!

コンビニでも  
ネットでも  
www.toto-dream.com

2010年11月4日付新聞掲載

6億円、コンビニで  
狙おうよ!

LAWSON  
セブンイレブン  
愛知 豊田駅前店

**BIG**  
最高6億円くじ

キャリーオーバー約55億円発生中!

コンビニでも  
ネットでも  
www.toto-dream.com

2011年6月16日付新聞掲載

ネットなら  
24時間いつでも  
6億円チャンス!

キャリーオーバー約55億円発生中!

**BIG**  
最高6億円くじ

キャリーオーバー約55億円発生中!

BIGマークのお店、コンビニでも狙おう!

2011年6月23日付新聞掲載

土曜の日の  
つなごもいりけど  
BIGもいいよ!

キャリーオーバー約48億円発生中!

**BIG**  
最高6億円くじ

キャリーオーバー約48億円発生中!

コンビニでも  
ネットでも  
www.toto-dream.com

2011年7月21日付新聞掲載



照井晶博さん  
ていへんあきひろ/1969年生まれ。博報社、高田ブロードを経て、2011年3月、株式会社照井晶博を設立。最近の主な仕事に、サンリーボックス「このくじでなくてもいい、おはらい世界」、ホンダFREED「TははサイコーにきょうどいいHonda」、日本スポーツ振興センターBIG「出てきた6億円」、ユニクロ、ソフトバンク、富士通「コラーゲン」女でよかった!、大塚ガス「たのめよ!人間」、LGエレクトロニクス「TV or LGTV?」、シャープ「シャープとの共存絵本「ちよんちよん48人」等、TCC「アクリル、ACCグループ」、電通「アクリル」、東京インテック「アクリル」アワードグループ、カンタ「アクリル」サイバー部門「アクリル」一海受賞。

「たと言えは、お正月の新聞が薄いと年始早々、今年も景気が悪いのか、とさびしくなっちゃるじゃないですか。だから来年のお正月は、新聞が広告で分厚くなる方がいいなと思います。日本には震災に負けず、前を向いて歩んでいる企業がたくさんある。そのことを各企業が発信するだけでも、多くの人に安心感や希望をもたらすことができるはず。日本全国に一斉にいいニュースを届けられる新聞のメリットを生かさない手はないですよ」

2012年の正月は今までにはいほど厚みを増した新聞が届くことを期待したい。その中に照井さんによる「未来への道標」となるような広告がいくつか含まれていたから、日本はもっともっと元気になると思う。

文：山下 真希 / 撮影：藤原 大輔