

フランスの名優アラン・ドロン & ジャン=ポール・ベルモンドがメッセージ

「世界は、日本を待っている。」

宝島社・企業広告 1月5日(金)掲載

ファッション雑誌販売部数トップシェア(※)の株式会社宝島社(代表取締役社長:蓮見清一 本社:東京都千代田区)は、2018年1月5日(金)、企業広告「世界は、日本を待っている。」を、朝日新聞・読売新聞・毎日新聞・日刊ゲンダイの新聞4紙(全国版)に同時掲載いたします。

弊社では、商品では伝えきれない“企業として社会に伝えたいメッセージ”を、企業広告を通じてお伝えしたいという思いで、1998年より企業広告を開始いたしました。これまでに数々の広告賞(読売広告大賞、朝日広告賞、朝日新聞読者賞、日本新聞協会 新聞広告賞、ADC賞、TCC賞、グッドデザイン賞ほか)をいただいております、Yahoo! ニュースのトップに掲載されるなど、様々なメディアで話題となっています。

今回の企業広告では、「世界は、日本を待っている。」をメインコピーに、フランスを代表する2人の名優、アラン・ドロン氏とジャン=ポール・ベルモンド氏からのメッセージを掲載。いまや経済大国となった日本ですが、昨今、欧米の合理性を追い求めるあまり、自らの手で、その“モノづくり文化”を傷つけ、自信を失いつつあるように感じられます。日仏友好160周年記念「ジャポニスム2018」がパリで開催される年のはじめに、あらためて「日本文化の素晴らしさ」について考える機会になればと思い、企業広告のテーマとしました。

宝島社は今後も、企業として社会に伝えたいメッセージを、企業広告を通じて世の中にお伝えしてまいりますと存じます。

※日本ABC協会 雑誌発行社レポート2017年上半年期(1~6月)より

世界は、
日本を待っている。

「私がどうしても感じておきたいメッセージは、それは日本人です。1921年から27年にかけて私はフランス大使を務め、著作家、脚本家、役人でもあったジャン=ポール・ベルモンドは、私の大使館、職員のバディを演じたこと、

両方を導いたのは東洋の長閑、ユッポシ、自然を愛し、自然と調和しながら独自の文化を開き上げた。ユッポシ、

東京1947年のパリ万国博覧会に出席された日本の美術工芸品は、ジャポニスムと呼ばれ、驚くことに同義語を創りました。でも、モノリス、ゴッホの印象派絵画をはじめ、ブルースの音楽「失われた時を求めて」にまでその影響は及んでいます。19世紀末のアーノ・ニューブローを模倣させ、後のアーノ・コロムビアの模倣された先人の巧みと意匠は、現代アート・デザインの源泉である。

建築、音楽、料理、生活、文化を享受し、美意識を追求して、新しい文化を生み出す精神と感性、一歩の壁にも突き進む文化がたいへん、驚異的な命を賭すモノづくりの誇りを、世界に誇れる無形文化といえよう。しかし今、その誇りを自ら奪って、萎縮してしまっているだろうか。

書籍『文藝が『いい』のうら』、『勝手にしやがれ』のシムルを演じたフランスの偉大な俳優二人は、ジャン=ポールが演じている。

"Un cadavre le Japon pouvait prendre le lead au niveau mondial... Lorsque le Japon va bien, le monde ne s'en porte que mieux et bien sur nous aussi." Jean-Paul Belmondo

"Le Japon peut être fier de sa grande culture aux fortes racines. Je partage avec lui son sens de l'honneur et de l'amitié. Continuons ensemble!" Alain Delon

2018年、日本人は待てない。宝島社、世界は、日本を待っている。

宝島社

アラン・ドロン
Jean-Paul Belmondo

※広告意図は2枚目に掲載

【掲載媒体】

- 朝日新聞 全国版 朝刊
- 読売新聞 全国版 朝刊
- 毎日新聞 全国版 朝刊
- 日刊ゲンダイ 全国版

【制作メンバー】

- アサツーディ・ケイ+ADKアーツ 能丸裕幸/エグゼクティブ・クリエイティブディレクター
- 三井明子/クリエイティブディレクター、コピーライター
- 後藤浩文/アートディレクター、デザイナー
- 鈴木 大/アートディレクター
- 服部昭彦/コピーライター
- 高橋 舞/コピーライター
- 新海宏明/プロデューサー

アラン・ドロン & ジャン=ポール・ベルモンドのメッセージ

Si seulement le Japon pouvait prendre le lead au niveau mondial...Lorsque le Japon va bien,le monde ne s'en porte que mieux et bien sur nous aussi.

「ジャポニスムは、自信をもって世界をリードすればいいのに... ジャポニスムが元気だとみんなが刺激を受けるよ。もちろん僕たちもね」

アラン・ドロン

Le Japon peut être fier de sa grande culture aux fortes racines. Je partage avec lui son sens de l'honneur et de l'amitié. Continuons ensemble!

「その深くで大きい精神性にも、美意識にも、私は誉れと友情を感じている。ともに胸を張って進もう！」

ジャン=ポール・ベルモンド

※出演者エージェントへの直接取材につきましては、ご遠慮いただきますようお願い申し上げます。

《お問い合わせ先》株式会社宝島社 広報課

東京都千代田区一番町25番地 TEL:03-3239-0967 FAX:03-3288-1305

【コピー全文】

世界は、
日本を待っている。
「私がどうしても滅びてほしくない民族があります。それは日本人です」。
1921年から27年にかけて駐日フランス大使を務め、劇作家、詩人でもあった
ポール・クロードルは、先の大戦時、戦火のバリでそう語ったという。
四方を海に囲まれた東方の島国、ニッポン。
自然を崇拜し、自然と調和しながら独自の文化を築き上げた国、ニッポン。
幕末期1867年のパリ万国博覧会に出品された日本の美術工芸品は、
ジャポニスムと呼ばれ、瞬間に西欧を魅了した。
モネ、ルノワール、ゴッホらの印象派絵画をはじめ、
プルーストの小説『失われた時を求めて』にまでその影響は及んでいる。
19世紀末のアール・ヌーヴォーを開花させ、後のアール・デコに学んで磨かれた
先人の巧みと産業芸術は、現代クールジャパンの源流である。
誠実、勤勉、礼節、友愛を尊び、異文化を取り入れて
新しい文化を生み出す技術と感性。一筋の黴にも美と喜びを見出す繊細さ。
細部に命を宿らすモノづくりへの拘りは、世界に誇れる無形文化だといえよう。
しかし昨今、その誇りを自ら傷つけ、萎縮してしまっていないだろうか。
映画『太陽がいっぱい』のトム、『勝手にしやがれ』のミッシェルを演じた
フランスの偉大な俳優二人から、メッセージが届いている。
" Si seulement le Japon pouvait prendre le lead au niveau mondial...
Lorsque le Japon va bien, le monde ne s'en porte que mieux et bien sûr nous aussi." Alain Delon
「ジャポンは、自信をもって世界をリードすればいいのに...
ジャポンは元気だとみんなが刺激を受けるよ。もちろん僕たちもね」アラン・ドロン
" Le Japon peut être fier de sa grande culture aux fortes racines.
Je partage avec lui son sens de l'honneur et de l'amitié. Continuons ensemble ! " Jean-Paul Belmondo
「その深くて大きい精神性にも、美意識にも、
私は誉れと友情を感じている。ともに胸を張って進もう！」ジャン=ポール・ベルモンド
2018年、日本人は何を生み出すのだろうか。
世界は、日本を待っている。
宝島社

*Le monde est dans l'attente
du Japon*

"Pour moi, il y a une population qui ne doit pas périr. C'est le peuple du Japon". Tels furent les mots de l'Ambassadeur de France au Japon entre 1921 et 1927. Paul Claudel qui était aussi dramaturge et poète, fit cette déclaration lors d'un passage à Paris avant que la seconde guerre mondiale éclate.

Le Japon, cet archipel de l'extrême orient avec la mer pour seul horizon ; un pays qui s'est bâti autour du respect de la nature, de l'harmonie et riche d'une culture unique.

Il aura suffi de la première exposition d'artisanats et d'œuvres d'art datant de la dernière période de l'ère Tokugawa, lors de l'Exposition Universelle de Paris en 1867 pour fonder le Japonisme et charmer l'Europe en un instant.

Après avoir influencé le mouvement impressionniste de Monet, Renoir et Van Gogh ; son influence s'étend à Marcel Proust et son roman « A la recherche du temps perdu ».

A la fin du XIXème, c'est de l'apparition de l'Art Nouveau, puis de l'Art Moderne, suivi de l'Art Industriel, dont découle aujourd'hui le courant « Cool Japan ». Une sensibilité et des techniques qui mettent à l'honneur la sincérité, l'assiduité, la courtoisie, la fraternité et regroupent diverses cultures pour en créer une nouvelle.

Même les plus âpres critiques y trouvent un grand plaisir et une beauté raffinée.

Jusqu'à maintenant il était possible de s'enorgueillir de ces œuvres.

Il s'agit de trouver la beauté et le plaisir exprimés tout en nuance.

Mais depuis quelques temps, notre fierté est blessée. Devons-nous la laisser se réduire à néant ?

Nous vous faisons passer ce message de la part de Michel dans « A bout de souffle » et de Tom de « Plein Soleil » ; un message de ces acteurs olympiens.

"Si seulement le Japon pouvait prendre le lead au niveau mondial..."

Lorsque le Japon va bien, le monde ne s'en porte que mieux et bien sûr nous aussi."

Alain Delon

"Le Japon peut être fier de sa grande culture aux fortes racines.

Je partage avec lui mon sens de l'honneur et de l'amitié. Continuons ensemble !"

Jean-Paul Belmondo

Le Japon répondra-t-il présent en 2018 ?

Le monde attend le Japon.

Maison d'édition Takarajima

【宝島社 広告意図】

自然を崇拜し、異文化を融合させながら常に新しい文化を創造してきた国、日本。誠実、勤勉、礼節、友愛を尊び、調和を「美」とし、「独自のモノづくり文化」を大切に育んできました。いまや経済大国となった日本ですが、昨今、欧米の合理性を追い求めるあまり、自らの手で、その「モノづくり文化」を傷つけ、自信を失いつつあるように感じられます。日仏友好160周年記念「ジャポニスム2018」がパリで開催される年のはじめに、フランスを代表する二人の名優、アラン・ドロン氏、ジャン=ポール・ベルモンド氏からのメッセージを届けて、日本人の心を鼓舞。このメッセージが、いま一度、悠久の歴史によって培われた、日本文化の素晴らしさと自信を呼び覚まし、プロアクティブな行動に駆り立てるきっかけになれば幸いです。

Objectif de l'annonce

Pays qui vénère la nature et qui a toujours su créer une nouvelle culture en fusionnant d'autres différentes, tel est le Japon. Respectant profondément la loyauté, l'assiduité, la fraternité et l'harmonie en tant que beauté, nous avons construit cette culture artisanale unique. Aujourd'hui le Japon est une grande puissance économique, mais depuis quelques temps, à trop vouloir faire la course à la rationalité, nous perdons confiance en nous, dans ce que nous savons faire, dans de notre culture artisanale. A l'occasion du 160^{ème} anniversaire de l'amitié franco-japonaise et de l'inauguration de l'événement « Japonisme 2018 », les deux célèbres acteurs ; Jean-Paul Belmondo et Alain Delon qui symbolisent une amitié indéfectible, envoient des messages enthousiastes qui iront droit au cœur des Japonais.

Nous serions très heureux si cette démarche proactive et notre message pouvaient susciter à nouveau de l'intérêt pour la magnifique culture japonaise, son histoire millénaire et aussi inciter ses habitants à avoir d'avantage confiance en eux.

宝島社のこれまでの「広告」の一部を紹介します。
 ～「商品」では伝えきれないメッセージを「広告」で～
<http://tkj.jp/company/ad>



2017年1月

企業広告

「忘却は、罪である。」

2017 朝日広告賞(進出版部門賞)

2017 読売広告大賞(学ぶ部門)

2017 日経広告賞

(出版・コンテンツ・教育部門 最優秀賞)

2016年1月

企業広告

「死ぬときぐらい好きにさせてよ」

【受賞】

2016 読売広告大賞(グランプリ)

2015 朝日広告賞(グランプリ)

2015 朝日新聞読者賞

2016 日本新聞協会 新聞広告賞

(広告主部門・本賞)

2016 ADC賞

2016 TCC賞

読売出版広告賞 審査員特別賞

JAA広告賞 新聞広告部門 メダリスト

2016年度 グッドデザイン・ベスト100



2012年

企業広告

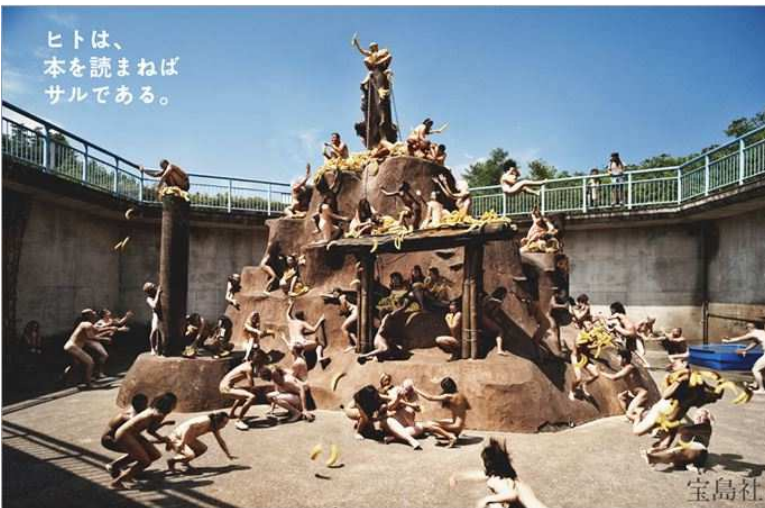
「ヒトは、本を読まねばサルである。」

【受賞】

2013 第66回 広告電通賞 優秀賞
(新聞広告 企業部門)

2013 第53回 消費者のためにあった広告コンクール
(企業PR部門 銅賞)

2012 第61回 朝日広告賞
(広告主参加の部:準朝日広告賞)



君よ、散財に
ためらうなかれ。
君の十銭で
浅草が建つ。



君のお金で
国が建つ。

1945年8月6日、広島に原爆が落とされた。その翌日、浅草は焼け野原となった。宝島社は、この惨状を伝えるために、このポスターを制作した。君の十銭で浅草が建つ。君のお金で国が建つ。

宝島社

2012年

企業広告

「君よ、散財にためらうなかれ。
君の十銭で浅草が建つ。」

【受賞】

2012 第61回日経広告賞
出版・コンテンツ・教育部門 部門賞(第1位)

いい国つくろう、何度でも。



2011年

企業広告

「いい国つくろう、何度でも。」

「Yahoo! ニュース」TOPにも
掲載され、話題になりました

【受賞】

2011 読売広告大賞(金賞)
2011 毎日広告デザイン賞(優秀賞)
2011 フジサンケイグループ広告大賞
(メディア部門 新聞 優秀賞)
2011 日経広告賞
(出版・コンテンツ・教育部門 部門賞)

日本の犬と、アメリカの犬は、会話できるのか。



<アメリカ掲載媒体>
ニューヨーク・タイムズ、
ワシントン・ポスト



<日本掲載媒体>
朝日新聞、読売新聞、毎日新聞、
日本経済新聞、産経新聞、
日刊ゲンダイ

2010年

企業広告

「日本の犬と、アメリカの犬は、
会話できるのか。」

日米同時掲載
6冠受賞

【受賞】

2010朝日広告賞(準朝日広告賞)
2010読売広告賞(銀賞)
2010フジサンケイグループ広告大賞
(クリエイティブ部門新聞優秀賞)
2010毎日広告デザイン賞(部門賞(出版))
2010広告電通賞(新聞広告電通賞)
2011新聞広告賞(広告主企画部門・本賞)

2003年

企業広告

「生年月日を捨てましょう。」

【受賞】

- 2003 朝日広告賞
(広告主参加の部: 出版・学校部門賞)
- 2004 読売出版広告賞 金賞
- 2003 毎日広告デザイン賞(出版部門賞)
- 2003 日刊スポーツ アドグランプリ
カラー広告部門 インパクト賞
- 2003 広告批評年間ベストテン 新聞3位
- 2003 スポニチ広告大賞(カラー部門優秀賞)
- 2003 TCC賞
- 2004 グッドデザイン賞(コミュニケーションデザイン部門)



2002年

企業広告

「ことし、子供をつくろう。」

【受賞】

- 2002朝日広告賞
- 2002日経広告賞(出版部門 優秀賞)



2002年

企業広告

「国会議事堂は、解体。」

【受賞】

- 2002朝日広告賞(朝日広告賞)
- 2002毎日広告デザイン賞
- 2002日経広告賞(部門賞)
- 2002TCC賞
- 2002ADC賞
- 2002読売広告大賞 金賞
- 2004第48回 グッドデザイン賞



1998年

企業広告

「おじいちゃんにも、セックスを。」

【受賞】

- 1998朝日広告賞(準朝日広告賞)
- 1998毎日広告デザイン賞(優秀賞)
- 1998読売出版広告賞(書籍部門賞)

