

Artistic Advertisement CA

芸術新潮特別企画 アートな広告

ホルベイン工業株式会社

豪華な黄金色に輝く衣裳、まどろむ無垢の南国少女—
アートファンなら偏愛の絵を思い浮かべ思わず微笑むにちがいない。
時代に寄り添いながら、自由への想いを絵に託し
20年の歳月を刻んだ或る広告を紹介しよう。



咲く前に描いておこう、花の筆。

父は写生に出かけました。

なにを猫くにもホルベイン

こちらはかつて画材店で貼られていた販促用ポスター。
ホルベイン工業の広告のテイストがよく表われている。
黒猫、蓮の花のほか、とうもろこし、ナマズなんというのもあった。



卑怯者の一生。

holbein
ホルベイン 絵具



男は幼稚。



Occupation?
Artist!



幸せの下り坂。

〔右上〕「芸術新潮」2002年1月号
〔下右〕同2002年3月号
〔下中〕同2003年7月号
〔下左〕同2001年7月号
絵画を意識した一連の広告は次第に
意味深なものとなり現在も変化しつづける。

〔左上〕「芸術新潮」1988年7月号
 〔左下〕同1986年9月号
 初期の広告。シンプルな写真に対し、コピーはこれでもかというくらいの内容で溢れている。
 制作：博報堂関西支社MD局

不真面目な絵論論になった。ゴッホは怒り画と言ったのが発端。ならばミレーは折り画か。モネはおはよう画。ユトリロはつれづれ画。ミケランジェロはコノヤロ画。ロートレックは酔いどれ画。ローランサン香画。モジリアニ……そりやあキミ、X画じゃないか。

昼寝をしたり
 ごはん食べたり
 絵をかいたり



毎日つかう
 ホルベイン。

holbein

しぶみやまの画。

クリムト、ゴッタン、セザンヌ、ミレー
 ——「芸術新潮」の愛読者なら、ここに紹介したイメージの数々を見れば、すぐさま源になった画家たちを言い当てるに違いない。傍らのコピーに目を移せば、そこ

には小さな物語が語られている。日常の隙間に不意に現れる啓示の時、サラリーマンの脳裏に甦る果たせなかつた夢……。イメージと物語は直接の関係を持たない。ただ、絵画のもつ自由さと、物語から聞こえてくる自由を望む低い声が、通奏底音として響いている。イメージの源を推理する楽しみ、物語を読む喜び。このふたつが、味わえる広告はそう多くはない。

広告主のホルベイン工業株式会社は、創業明治33年（1900年）の老舗で、国内最

いそがしいから
 絵をかこう



油絵も
 いいにおいだ

時の畑を耕せ

広告がはじまったのは、1984年春のこと。このシリーズ広告は、その後、雑誌広告賞、電通広告賞などを受賞、高い評価を受けることになる。

当初は見開き2ページの広告で、鮮烈なビジュアルに添えられたコピーは「絵を描く」ことを提案していた。しかし時が経つにつれ、「絵を描く」という意識にとらわれない広告へと変化していった。現在では隅に絵具のチューブがあること以外は広告を思わせないほどのアートとなり、奇数月号の表紙裏を飾っている。

このシリーズは、長年にわたり同じスタッフの手がけてきた。アートディレクターの殿村勝巳氏がビジュアルを担当し、コピーライターの岩橋孝治氏がそれにドラマを付けていく。岩橋氏はいう。

「人生で出逢う様々な一瞬の心の動きを表現できればと思っています。コピーには、ある程度、個人的な体験とも重なり合う部分もあり、このシリーズには思い入れがあるんです」

同様にアートディレクターの三條場章氏は、

「固定したスタイルをとるのではなく、二、三年おきに変えてきています。いつも考えているのは次はどんなことをするのかということ。単なる商品広告ではなく精神性に訴えるものを目指しています。ホルベインさんが、最大限クリエイターの裁量に任せてくれたのも大きかったと思います。大人に向けた広告でありながら、社会に対し、エッジの立ったものでもありたい」という。

ちなみにこのシリーズ広告は「芸術新潮」用の特別バージョン。次回はどんな仕掛けが待っているのか読者とともに待ちたい。