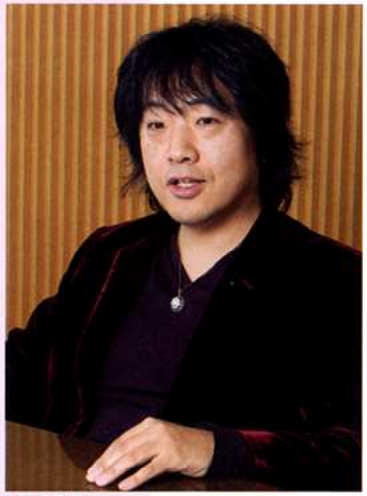
映画好き・社会学専攻から広告に「想い」を伝えるクリエイターの仕事へ

2007年のACC CMフェスティバルでテレビ部門の総務大臣賞／グランプリとジャーナリスト賞を同時受賞した日立マクセルDVD「ずっとずっと。新留小学校」を手掛けたクリエイティブディレクターのサトー克也氏。そのサトー氏に、新人時代のエピソードや仕事への取り組み方について話を聞いた。



サトー克也氏
ダイコク　クリエイティブ・ディレクター
1963年生まれ
日立マクセルDVD「ずっとずっとシリーズ」、三井のリハウス「リハウスで話そう。」、コスモ石油「ココロも満タンに宣言」、東京電力「テプコひかりに決めた唄」、三井のリパーク、第一三共ヘルスケア、読売新聞、日清食品、三井不動産を担当。ACCグランプリ、カンヌ国際広告祭ほか、各賞受賞。

先輩に与えられた機会から演出の重要性を学んだ

――広告会社、そして現在の職種を希望された理由、きっかけを教えてください。

大学時代のアルバイトで、映画雑誌のライターをしたのが、マスコミとの最初の接点でした。もともと映画が好きだったので、今度は雑誌といった平面媒体ではなく、映像を作ってみたいと思うようになりました。映画やテレビも考えたのですが、長い時間より短い時間で何かを表現する方が自分には合っているのではないか、また大学で社会学を専攻していてマーケティングも勉強していたので、広告が内容的に近いのではないかと思い、広告会社を志望するようになりました。

当時は広告会社の採用人数が少なく、制作部の採用も数年に一度でしたので、制作にこだわらずに就職活動を行い、当時の第一企画（ADKの前身）に内定しました。入社が決まってからは、何としても制作部に入りたかったので、会社の組織図を見てクリエイティブのトップに連絡。直接コンテを見てもらうなどアピールして、制作部への配属が決まりました。

――新人時代の失敗談や印象に残っている出来事はありますか？

新人時代は給料をもらっている分、貢献しなければいけないという気持ちが強く、どんなに遅くまで働いても次の日には始業時間の30分前に出社して、先輩の机を拭くというのを1年間続けていました。また3年間ぐらいは、夜中まで必死に働いていましたね。

印象に残っている出来事は、あるCMの撮影で出演者の動きに合わせて風を吹かせるシーンがあり、先輩の勧めで機材を持って風を吹かせる作業を行ったこと。たいていは制作会社の方が行うのですが、私の与えた風がフィルムにどう映るかということが、よく分かりました。それをきっかけに演出志向が強くなり、今は演出も自分自身で行うことが多いです。

――現在の自分に大きな影響を与えた言葉や書籍、そこから学んだことはどのようなことですか？

何度か転機はありました。考え方の大きな転機になったのは、1995年に経営コンサルタントの船井幸雄氏の『未来への分水嶺――人類はパラダイスを創るのか、破滅に向かうのか』を読んだこと。世の中、そして環境問題の大きな変化について書かれています。10年以上経った今、エコがよく話題になりますが、この本は私が環境問題を考えるきっかけになりました。

そして一番影響を受けているのは、ブルース・リーがあるインタビューで言った、「Be water, my friend.」という言葉です。水というのは、例えばコップに注げばコップの形、ティーポットに入れればティーポットの形というように、「水」という本質は変わらないけれど、形を自由自在に変えていく。そんな水のように、臨機応変でありながら「ジブン」であり続けるという意味です。広告は、広告主、制作者、出演者など関係者が10

「臨機応変でありながら『ジブン』であり続けることが大切」

0人単位で関わってくる世界です。その中で、クリエイティブディレクターは画家や小説家のように自分の世界だけを表現するわけではないので、自分が頑固に主張していてはまとまらない。だからよけいに、この言葉はいい言葉だなと思いますね。

広告で告げることは企業が持つ社会への愛情

――現在の自分に影響を与えた、または成長を実感した仕事にはどんなことがありますか？

1992年に作った「出前一丁」の、アニメの出前坊やのCMです。初めて世の中に広くヒットして、評判を得ることができました。香港でもオンエアされ、国内外のマスコミにも多数取り上げられました。外国にさえ影響を与える、「広告の力」みたいなものを実感しましたね。

――クリエイティブディレクターという仕事に、どのような意義を感じていますか。

広告で告げることは、メーカーの持っている商品やサービスを通した社会への愛情だと思っています。愛というと大げさに思われるかもしれませんが、広告主自身さえ忘れてしまった、「この商品を使って誰かに幸せになってもらいたい」という「想い」を広く告げる。私が制作に加わることで、商品に隠れている愛情をどう抽出してあげられるだろうかと考えて仕事をしています。

――広告会社、クリエイティブ職志望者への、アドバイスやメッセージをお願いします。

どの職業でも一緒だと思うのですが、成功し、人生を楽しむ秘訣は、本当の「ジブン」を生き続けること。自分がわくわくするものに正直に生き、まるで子どものころのような自分を生き続ける。型にはめようとする人がいるかもしれないけれど、組織は個性の輝きが集まるからこそ魅力的なのです。

ことクリエイターになった人には、「企画の中に『ジブン』を入れなさい」と伝えたいです。自分が企画の中に反映されているものほど、力強いものはない。自分の人生の中の経験と感動、悲しかったこと、傷ついたことさえも宝にして、それを表現して人の役に立ててみてください。きっと、役に立つと思いますよ。