

広告界のレジェンド岩崎富士男

—日本のテレビCMの質の高さを世界に知らしめた人—

瀧川 忠 昭

はじめに

2016年4月9日、大阪芸術大学芸術学部放送学科学科長教授岩崎富士男先生がご逝去なさいました。突然旅立った広告界のレジェンドのニュースは、新聞やネットを通じて国内外に伝達され、その影響力の大きさを再認識させられました。

岩崎先生とは、クリエイティブとマーケティングという専門分野の違いこそありましたが、30数年間もの長きにわたり、同じオフィスや同じ研究室で向き合い、時には意見を戦わせたこともありました。緊張と興奮の醍醐味を学び且つ楽しみました。振り返れば感性と理性を磨く貴重な時間を戴いておりました。

先生から戴いたご厚情とトキメキの時間に深く感謝し、心よりご冥福をお祈り申し上げます。

長年のお付き合いの中で、学び感受した先生のお人柄、行動規範や功績について、以下に述べさせていただきます。

商品に潜むドラマを発見する

「君もやるねー」。と某クライアントのプレゼン後の反省会に同席した私に、満面の笑みを湛えて声をかけてくれたのが岩崎クリエイティブディレクターでした。私が株博報堂大阪支社にマーケティングディレクターとして東京から赴任して間もない頃のことです。大阪に馴染んでいない私の不安を察知して発した有難い一言でした。“広告は、商品に潜むドラマの発見から始まる”というのが岩崎先生の信念で、当時から相手が今一番欲しがっている言葉を察知し提供する名人でした。商

品に潜むドラマを発見できる人は、人の気持ちにも配慮できる人だと学ばせていただきました。

トワイライト

岩崎先生は、自然の光と人口の光の二つの光が交錯する時間帯“トワイライト”がお好きでした。芸術と科学、東洋と西洋、学びと遊び等等、異質が共存する揺らぎの場が発想の源流だったのでしょうか。「菜の花や月は東に日は西に」岩崎先生が大好きな俳句です。大阪平野のやや北側、現在の桜の宮駅近辺の一面の菜の花畑に立ち、西側の大阪湾に沈みゆく太陽と、東側の生駒山から上ってくる月を詠んだ蕪村の名句だと岩崎先生から伺いました。異質の光（才能）が融合する僅かな時間の、例えようのない緊張と興奮が、岩崎先生の創作意欲の原動力だったのだと思います。



日本のTV-CMの質の高さを世界に

国内経済が戦後の高度成長期を終え、国際社会へ打って出始めた1982年。偶然見たテレビCMに私は心を奪われました。美しい音楽、リッチな空間、そして奇跡と思える商品の登場の仕方。アナログ映像のテレビCMしか知らなかった私には、新たな時代の幕開けを告げる稲妻に見えました。後日分かったのですが、そのCMの作品名は「(ナショナルの)光のメニュー」、カンヌ国際映画祭広告部門のグランプリをはじめ、世界の三大広告賞の最高賞を総なめにした作品でした。日本のテレビCMの質の高さを、世界に知らしめた作品であることは、広告業界の誰もが認めるところです。そのCMの制作責任者こそ、元博報堂関西支社制作局長であり大阪芸術大学放送学科長の岩崎富士男先生でした。



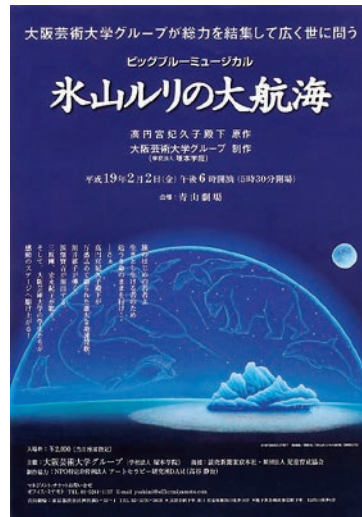
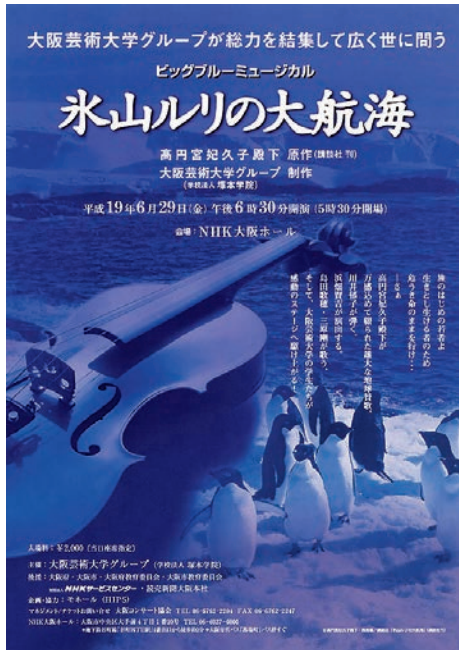
とりあえずやってみよう

岩崎先生は、私にとって上司であり、人生の師匠であり、腕白な兄貴でした。新しいことや面白いことには、目を輝かせ時を忘れて挑む「童心を失わない元気なおじさん=BIG-KIDS」でした。授業中もそうでない時も、いつも笑顔を振りまいて「とりあえずやってみよう」と声をかけていました。70歳を超えても岩崎先生はこの言葉を発し、楽しそうにナイフで何かを細工

したり、映像機器を操作する姿を見せていました。未知の世界に飛び込む勇氣さえあれば、どんなことをしても楽しくなることを、身をもって示すお考えでした。学生達はコースや学科を問わずそんな岩崎先生が大好きでした。

1995年の阪神淡路大震災の時にも、被災者に喜んでもらえることを「とりあえずやってみよう」と即日一緒に行動を起こしました。数日後「私はここにいます」「WE ARE HERE」と日本語と英語で書かれた「赤粋の伝言用紙」を満載した小型トラックに乗り、早朝から深夜まで避難所を巡り被災者に配布しました。時にはパトカーに先導され、時には被災者から感謝され弁当を手渡されたこともありました。出会った被災者の優しさに逆に励まされ、やってみて初めて分かることの多いことを学びました。





プロデューサーとしての魅力

高田宮妃殿下原作の絵本を基に実現した、ビッグブルーミュージカル「氷山ルリの大航海」では、岩崎先生のお人柄と才能と実績が遺憾なく発揮されました。世界水準の実績に加え“BIG-KIDS魂”と“言葉の力”を持つ岩崎先生が総合プロデューサーとなり、クロード・Qの名で全ての作詩を手掛け、笑顔で牽引したればこそ、他学科の著名な教授陣や学生達も気持ちを込めて連携し、傑作ミュージカルへと結実したものと拝察致します。

クロード・Q作詩・川井郁子作曲・三原剛歌唱のテーマ曲「旅立つ若者へ」は、若者の冒険心を促す、力強く格調高い作品で、家内は耳にただけで感動して涙を流しました。

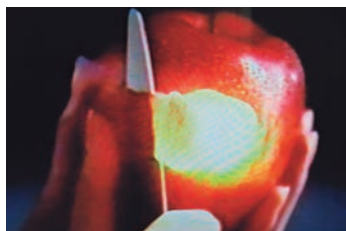
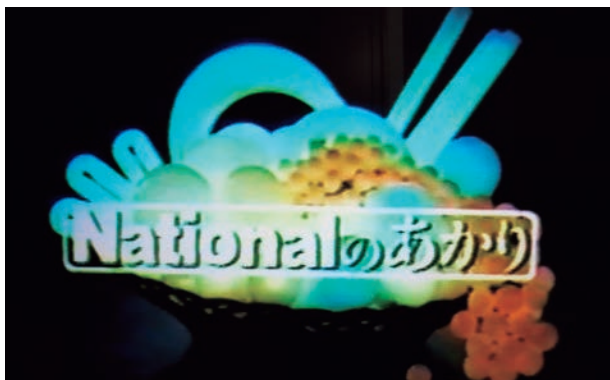
今日が最後の授業

数年前岩崎先生に招かれて、「広告の企画と表現」という授業を拝聴したことがありました。大教室は、岩崎ワールドへの期待に胸膨らます全学の学生達で超満員。アールヌーボーとアールデコ時代の社会情勢や価値観、芸術や広告作品の比較などの講義が始まりました。開始早々、大教室のスクリーンに映しだされた事例画像。その美しさに思わず息を呑みました。授業終了後に、「君も“今日が最後の授業”と思って授業をしてください」と言われ、「手を抜かない最高の授業を毎日心がけなさい」というメッセージだと心得、ありがたく拝受致しました。

作品は永遠に生き続ける

私が受け持つ授業「広告概論」では、毎年岩崎先生の代表CM作品「光のメニュー」を映写します。「先生が今まで見たCMの中で一番好きなテレビCMはなんですか?」という学生からの質問が、毎年繰り返されるからです。「光のメニュー」のCMを視聴させ、所感を書いてもらっています。学生にとっては初めて見るテレビCMですが、「こんなに感動したCMは見たことない」、「こんな素敵なCMをなぜもっと放送しないのだろう」、「もう一度しっかり見たい」等の感想文が毎年多数寄せられます。優れたCM作品は優れた芸術作品と同様、時を超えて輝き続けることを学生達の回答が証明しています。これからもずっと、岩崎先生の教えと作品は生き続けることでしょう。

あの笑顔で、学生達と大阪芸大を見守って戴いている岩崎先生を思いながら、改めて心より深くご冥福をお祈りいたします。



岩崎富士男先生の業績

- ・大手広告会社(株)博報堂のクリエイティブ部門で40年近く活躍し、関西支社クリエイティブ局長、役員待遇支社長代理を歴任。
- ・1982年、テレビCM「(パナソニックの)光のメニュー」の制作責任者として、カンヌ国際映画祭広告部門のグランプリを受賞。また世界の三大広告賞の最高賞や国内外の広告賞を多数受賞。
- ・1995年、阪神・淡路大震災時、阪神間に大量に配布された「赤枠の被災伝言用紙」の発起人の一人であり実施責任者。
- ・大阪広告業協会のクリエイティブ委員長を長年務めたほか、複数の広告関連業界の委員を務め、関西の広告業界及び経済界に貢献。
- ・アニメ番組「キューティハニー」の主題歌の作詞者クロードQとしても世に知られている。
- ・(株)博報堂退社後、大阪芸術大学芸術学部放送学科学科長・教授として講義・実習・学科運営を遂行すると同時に、近年は学長補佐としてOUA-TVの創設、学ラジ、70周年記念事業のプロデュースなど学内諸学科の融合、近代化に尽力なさいました。