

優秀賞（中川商業 伊藤優花さん） 『死後7日目 あなたに仕事が残っているかも。』

課題図書が「自殺のような死」を内容とするものであるため、生の意味を問いかけようとするコピーが多く応募されていたが、それはともすればありきたりの言葉になってしまい、消費者への訴求力という点では弱い。この作品のように、物語の内容の新奇性をアピールして、消費者の注意をひきつける「ひねり」がやはりほしいところである。「死」という非日常の、怖れを抱く状況に対して、「仕事」という日常的な状況を持ってくることで、何かユーモラスな、ほっとするような感じも醸し出し、同時にもちろん本書の珍妙な設定もアピールしている。「7日目」という具体的な数字の使用はコピーの力を強める常套手段であるし、「あなた」の死後を問題にするのも、読み手の感情移入を誘う基本的な手法であるが、これらが効果的に使用されているのは、作者の広告に対するセンスの良さを感じさせる。よくできた作品である。

優秀賞（市立山田 沢田龍真さん） 『考えるな、間違えろ。』

課題図書は、様々な失敗を検証し、失敗の予防策、あるいは失敗を次の成功にどうつなげるかを探るような内容であるため、多くの作品が「失敗は成功のもと」のような文言で、いまひとつインパクトに欠けていた。本作では趣旨は同じであるが、一歩踏み込んで「間違えろ」とまで言い切ってしまうっており、なかなか力強い。「考えるな」ともあわせて、本作のように短い言葉で断定し、リズムよく言い切るのは強いコピーの一つの方向である。図書内容からは若干逸脱するようにも思われるが、POP コピーは必ずしも図書の著者の意見を述べるわけではなく、一読者としてのPOP 作者の感じ方を反映することが可能なのであり、その観点からすれば本作は消費者サイドからの本書の意味を的確に教えてくれているとも言える。二語の命令形言い切りという形はそれなりによく見られるが、「考えるな」と、特に「間違えろ」は、なかなか目にしない斬新な組み合わせでもある。思い切りのよい作品である。