



三井 明子 氏

Mitsui Akiko

コピーライター／クリエイティブディレクター
静岡県清水市出身。中学校教員、コーセー宣伝部、マッキンゼーエリクソンなどを経てADKマーケティング・ソリューションズに所属。益田ミリスさんのマンガとクイズ番組と劇団ドラマティックゆうやが好き。ブランディング、デジタル、PR施策など多数手がける。新聞広告とラジオCMの制作がとくに好きです。

蓮見清一さまへの手紙

とつぜんあらたまってお便り、失礼いたします。最初にご一緒させていただいたのは、ベッキーさんの新聞広告(①)でした。社長であられる蓮見さんへのプレゼン、緊張したことを覚えています。すぐにわかったのは、蓮見さんが事実上のCD(クリエイティブディレクター)だということ。ビジュアルにコピーにあふれるアイデア! 考えてみれば当然ですよ、唯一無二の経営者であり、ジャーナリストの視点をお持ちなのですから。

佐々木宏さんと、樹木希林さんの追悼広告(②)をご提案した時には、「追悼文なんてつまらない。樹木希林がいいこ

とをいっぱい言ってたから、それを集めたらしい」と。さすがです。言葉を集めることもコピーだと教えていただきました。

プレゼンは、いつもランチ会食形式。入稿直前に蓮見さんとレストランに居残ってコピーを書いたこともあり。あの時はご迷惑をおかけしました。そして、いつも^{おい}美味しいランチをごちそうさまです。

「もしもし、蓮見です」。ふいにスマホにお電話をいただきます。雑談からお仕事の話まで、たのしいお話ぜんぶがコピーのヒントです。たいてい会話の途中で「じゃ、寝ます」ツーツー…。お電話は、気を抜くなよというメッセージでもありますよね、蓮見さん。

蓮見さんは新聞の媒体価値や、新聞読者の知性を信じて、新聞広告を選ばれていました。そして一貫して「賛否あっていい。考えることや議論のきっかけになれば」というスタンス。いまの時代にそんな大胆な経営者、蓮見さんのほかにいないのではないのでしょうか。

今年(2024年)1月の広告(③)にあたっては、「日本人は自信を失っている。みんなを元気づけたい」と何度もおっしゃっていました。企画のご提案で「企画書の言葉がいいから、それをコピーに

しよう」と。コピーを再提案すると「わかりにくくなるな」とお叱りをいただきました(苦笑)。いつもは斜めからの視点や鋭さを好まれるのに、今回はストレートで前向きなメッセージ…。内心、わたしは戸惑っていました。

まさかこの広告が、蓮見さんとの最後のお仕事になってしまうなんて。悲しくて残念でなりません。そんななか、宝島社の広告を多数手がけられたAD(アートディレクター)の石井原さんから、「この広告が蓮見さんの遺言のように感じました。蓮見さんはこのメッセージを伝えたくて今まで企業広告を続けていたのでは」とお言葉をいただき、はっとしました。

蓮見さん、蓮見さんとご一緒した時間は、わたしの宝物です。さまざまなニュースを目にしては、「このテーマ、蓮見さんにどう提案しよう」と考えてしまう自分がまだいます。

※宝島社の創業者で、代表取締役社長の蓮見清一氏が2023年12月14日にご逝去されました。心よりご冥福をお祈り申し上げます。



①日本経済新聞 2016年9月29日付



②朝日新聞 2018年10月29日付



③読売新聞 2024年1月5日付