

ADVERTISEMENT NOW?

樂し　吾が家　心盡しの食卓には



二樂

三樂酒造株式會社

7

材料 薩摩の青譜油
片栗粉、胡麻油
調理 燗のひの皮を炒め
ふき醤油をかけ 片栗粉の中に入れる
取出し胡麻油で手早くからりと揚げ一人五粒位焼つて下さる

「喜の音つかう」

A black and white photograph of a man in a plaid jacket and dark pants, standing in a dynamic pose with his hands near his chest. He has dark hair and is looking towards the camera. To the right of the man is large vertical text reading "マジチしないよ". To the left of the man is a column of small, dense text.

8

明治の前中期はやたら説明調でボディーコピー中心の広告であったが、後期から大正に入ると、スローガンめいたキャッチコピーとイラストに手の込んだ広告が目につくようになる。④の御存知カルピスの広告。大正12年のものである「此の一杯に初恋の味がある」実に泣かせるコピーだ。初恋の甘酸っぱい思い出は誰の胸にも残っているものだ。当時の広告の中では情緒的に迫っている貴重な広告のひとつであろう。肩ひもが半分ずれている乙女も色っぽくてイイ。カルピスのこのコンセプトは、現在の広告にも生きている。60年以上も使われるコピーなんてショットない。偉だ!! 大正ロマンの極めつけは何と言っても⑤の赤玉ポートワインのポスター広告。これはもう何も語る必要はあるまい。コピーは「美味 滋養 葡萄酒」だけ。これ以上のコピーは必要なし。オンナの目で勝負。これは広告の範疇を超えて芸術の域に達していると言っても過言ではなかろう。カルピスの広告にしろこれにしろ大正時代の何かこう芸術が花開く自由さ、明るさ、甘美さ、と言ったものを感じざるを得ないのである。本当の意味の文明開化は大正なのだ!!と思わずりきんでしまった筆者である。⑥は第2次大戦中

の三越の催し物告知ポスター。これはもう広告が軍部に悪用された悲しむべき作品だ。後援 海軍省なんてシャレにならへん。背筋が寒くなってしまった。

戦後の広告は、また戦争前に戻り企業同志の競争となる。⑦の三楽オーションの広告。実際に柔らかく、平和を感じる広告だ。平和になった日本で広告は伸び伸びと育ち、今や広告は⑧のようなものになってきている。



8