

日本のテレビ CM60 年

— 「JAC・テレビ CM500 選」 から —

野末敏明

2012/12/08

報告者のプロフィール

野末敏明氏は、日本アド・コンテンツ制作社連盟理事長。電通常務取締役、日本広告学会副会長を歴任。

日本アド・コンテンツ制作社連盟（JAC）では、60 年間に放送されたテレビ CM の中から後世に残すべき秀作を 515 本選出。これをテキストにテレビ CM のありかたを論じた本『THE CM』（宣伝会議、2012）を刊行。

[1] 本日の報告内容

CM500 選を素材に、クリエイティブ視点から提案

理事長を務めている「日本アド・コンテンツ制作社連盟」は、もともとはテレビ CM 制作会社の集まりです。名称を「コンテンツ」と変えたのは、仕事の領域が CM だけではなく、web などにも広がってきましたので、それに合わせたものです。

今日の研究報告は、そこでまとめた『JAC・テレビ CM500 選』を中心に行います。

とって、CM 登場からの 60 年の単なる縮刷版では申し訳ないし、藝がない。そこで、私なりの独断と偏見によるクリエイティブ視点で、次の通り、分類を設定しました。

- | | |
|---|---------------------------|
| A | クリエイティブの表現 |
| | 1. コトバの力——コピーとは |
| | 2. ビジュアルの力——ビジュアル・アイデアを |
| | 3. ストーリー・テリング——音とコトバと映像で |
| B | 日本ならではの |
| | 1. 15 秒の威力——言い訳無用？ |
| | 2. “タレント CM” ——キャスティング視点で |
| C | 時代 |
| | 1. 新機軸——もっと冒険を！ |
| | 2. 時代を超えて |
| D | ローカルの力 |

タイトルの「——」印の右側が提案です。たとえば、「コピーとは」という項目は、コトバの力の理想の姿を示します。

温故知新で、日本の CM を元気に

長年勤めた電通を退任して、いまはフリーな立場ですから正直に申しますと、いまの日本の CM は、「ツマラン！」——面白くない。そこで、500 選の CM をもとに、これからの日本の CM を元気にするにはどうしたらいいか、提案をそれぞれの項目に従って申し上げます。

本日のテーマは、「温故知新」。古きを訪ねて、新しきを知る、です。『500 選』、日本の CM の 60 年の歴史の中には、これからの CM を面白くするためのヒントがたくさん含まれている。古い CM を見て、これからはこういうことをすればいいんじゃないか、ということをお願いしていきます。

1 本 1 本の CM へのコメントはしません。ともかく、たくさん見ていただく。全部で 100 本以上をご覧いただいて、お生まれの年代によっては懐かしんだり、若い人は想像したりしながら、そこに籠められているコンセプトやアイデアを考えて下されば、と思います。

[2] A クリエイティブの表現

1. コトバの力——コピーとは

では早速、「コトバの力」から。

CM を企画・制作する際に用いる要素は 3 つ、「音」と「コトバ」と「映像」です。

いまの CM で私が感じるのは、コトバが多過ぎる、ということです。それも広告に関するコトバというよりは、せつかくの映像を説明するコトバ、ナレーションという形で映像をなぞるだけのコトバが多過ぎる。

「コピー」というものは違います。これから 18 本連続して、「これがコピーだ」という CM を見ていただきます。

【CM 上映】作品リスト「A-1 コトバの力」 ①コピー

以上がコピーの代表的な CM です。

さっき、CM を企画・制作の 3 要素、音・コトバ・ビジュアルということを申し上げましたが、コトバに音楽を入れたのが CM ソングです。それは、伝えたいコトバを音で刷り込む、何回も繰り返すことで効果を高めます。これから 9 本、そういう CM をご覧ください。

【CM 上映】作品リスト「A-1 コトバの力」 ②CM ソング

2. ビジュアルの力——ビジュアル・アイデアを

次に移ります。コトバに次いで、ビジュアルの力です。

コトバが語るののは当たり前ですけど、ビジュアルは場合によってはコトバ以上に語ることができると、私はいつも思うんですね。日本は識字率が高く、コトバが普及しています。それでつい、コトバにすれば伝わってしまうんじゃないかと、そういう安心感から、ビジュアルがどうも、なおざり、と言ってはおかしんですが、ビジュアルが単独で語る CM が少な過ぎる、と思うんですね。

日本語という均一な言語があって、それぞれに行き渡ってるんで、メディアを通したコトバの影響力が強いと思うんですが、広告の場合、平凡なコトバを CM で連続させると、飽きられてしまう。そうした場合、ビジュアルで語れば、コトバ、すなわちコピーは一言、言いたいことだけを言えばいい。商品とかサービスとかブランドとかの一番伝えたいこと、それがコピーだと、ぼくは思うんですね。最近はそうでなくて、映像を説明するためにコトバを浪費してしまう、そういった CM が多過ぎるんじゃないか。

ということで、ビジュアルの力を発揮している CM を 13 本、見ていただこうと思います。

【CM 上映】作品リスト「A-2 ビジュアルの力」

何を伝えるか、という時の核心にビジュアルのアイデアがあるものは、力強いアピールになる気がします。

3. ストーリー・テリング——音とコトバと映像で

広告は、商品とかサービスとかブランドとか、「何かを語る」ものなんです。これをしゃれて、「ストーリー・テリング」と言ったのですが、3 つの表現要素をどうやって発揮して、ある事柄を物語るのか、が大事だと思うんです。これからお見せするのは、その模範となる例です。

【CM 上映】作品リスト「A-3 ストーリー・テリング」

[3] B 日本ならではの

1. 15 秒の威力——言い訳無用？

次に、Bに移りたいと思います。

短い秒数のCMは、他の国にもあります。が、日本のように15秒CMがオンエア本数の80%、あるいはそれ以上にも達するのは珍しい。これらが、番組と番組の間のステブレ（ステーションブレイク）に流されます。

昔は8時台の番組は8時59分に終わって、ステブレ枠は9時までの1分間だったんですけども、いまは必ず、4分くらいニュースが入るミニ番組を作ってますよね。あれはスポット枠を増やすためなんです、放送局の収入を増やすための。

1分2分の枠に15秒のCMを入れていくのは、日本ならではの特徴です。

コトバの力で、5秒CMを3本、お見せしました。私は最初の5年間はラジオテレビ局に勤め、最後の3年間はスポット部におりました。その頃のスポットは、15秒が中心ですが、10秒、5秒というのもあったんですね。

5秒スポットは、1964年に中止になりました。メディア費が安いから、小さいクライアントは参加しやすい。それでメチャメチャ多くなって、見る側から目まぐるしいというクレームが相次いで、無くなりました。短期間の現象だったんです。

CM企画に携わるとき、「せめて30秒あれば」と、私も思ったんですね。でも、15秒の需要が多くなって。

これからお見せする15秒CMは、相当の本数がありますけれども、いま振り返ってみると、素晴らしいんですね。

カンヌやクリオのCMもいろいろ見ましたけれども、15秒20秒のCMはほとんど、ワンカットで処理することが多いんですね。器用にカット割り出来ないんです。

私は常々申し上げてるんですが、日本の15秒CMのいいものばかり選んで、世界文化遺産に登録できないか。それくらい素晴らしいと、ぼくは思うんですね。で、ここに「言い訳無用」と言ったのは、「せめて30秒」と言ってるけれども、この15秒を見たまえ、日本の技術はすごいぞ——というところで、39本、一気にいきます。

【CM上映】作品リスト「B-1 15秒の威力」

2. “タレントCM” ——キャスティング視点で

もう一つ、カッコ付きの、いわゆるタレントCMです。

タレントを使って悪いことは全然ないんですけども、いろんな事情で——私も現役時代経験しましたが、一つは、人気タレントならクライアントもOKするんじゃないか、そういうことを考えて提案することがありました。一方でクライアントの方からも、特に宣伝部長といった地位の上の人が「いま、彼女は人気があるね」と言った、そういう一言が、「彼女を使え」みたいな“伝言ゲーム”になって広告会社に降りてくる、ということもあります。

一番日本的な現象は、その時その時代で人気のタレントが、6社も7社も8社も9社も10社も出てる、ってことです。おかしいですよね、ふつう。広告ってのは区別する、他の商品や企業と区別するわけですから、1人のタレントが、業種は違いますが、8つも出るってのは、これは日本だけの現象だと思うんですね。

これは、広告主・広告会社と、企画の上流の方が、「タレントありき」と考えてしまう傾向が強いから。そうでなくて、私が言いたいのは、「企画ありき」なんですね。企画で、こういう役割だったらどういうタレントを選ぶか。「キャスティング」だと思うんですね。そういうキャスティングの視点が日本のCMには足りない過ぎるのではないかと。人気にすぐ負ぶさってしまう。そうすると、企画が二の次になる。で、そういう風にした場合、その「タレントの良さ」を発揮させるCMになってしまうんですね。商品CMやブランドCMじゃなくて、“タレント”CM、つまりタレントさんのCMになっちゃう。相当な契約金を出して、そういうことが多過ぎるんじゃないか。

で、「キャスティング」をちゃんとやってる CM を、日本人と外国人の場合に分けて、ご覧いただきます。

【CM 上映】作品リスト「B-2 タレント CM」

[3] C 時代

1. 新機軸——もっと冒険を！

広告、特に CM は、「時代を映す鏡」とよく言われます。ただ、それを意識しすぎると、類型的なもの、表面的に時代を表現した CM が増えてくると思うんですね、いま、とくに。

クリエイティブは何かを打破する、これまでになかったことをする、これまでの壁を破る行為ですから、「時代の鏡」を打ち破ることも必要なんですね。

ということで、その時代その時代の新機軸を切り開いた、新しい試みをした CM をまずご覧いただきます。

【CM 上映】作品リスト「C-1 新機軸」

以上、その時その時にこれまでにない新機軸を打ち出した表現の仕方、アイデアの例をご紹介します。

2. 時代を超えて

時代のもう一つは、それを超えて、いつの時代になっても人々の心に届く、人の気持ちを動かす、そういう CM です。10 本、お見せします。

【CM 上映】作品リスト「C-2 時代を超えて」

[4] D ローカル

CM を企画・制作するとき到最后まで問題になるのは、予算、制作費です。東京・大阪を除いたローカルでは、CM 制作費が非常に低い。不思議なことに、制作費が高いとその分、CM の質が高くなるかということ、むしろ逆比例に近くなるんですね。

少ないお金で効果的、というと、アイデアしかない。ギャラの高いタレントを使うとか、海外ロケをするとか、すごいセットを組むとか、そういうことはまず念頭にない。伝えるためのアイデアの核心は何か。そういう強さはローカル、特に九州・福岡で目立ちます。

いま衆議院選挙たけなわで、二極化・三極化が話題になっていますが、クリエイティブに関しては多極化、賛成ですね。東阪二極集中、どうしてもそこにビジネスの宝・原石があるので、みんな集まってしまうんですけども、やはりローカルの文化的な力というのはありますね。発想が違う。こういうアプローチが活発になれば、日本の CM はもっと元気になると思うんですね。極が集中すると、みんな同じことをやってしまう。違うアイデアが出ない。

ナイキを有名にしたワイデン&ケネディの所在地は、ニューポートです。アメリカではニューヨーク、シカゴ、特にマディソンアベニュー、なんですね。そこへローカルが刺激を与えることで、広告が元気になる。

そこで最後に、東阪を除くローカルの CM を集めました。

【CM 上映】作品リスト「D ローカルの力」

以上、『JAC・テレビ CM500 選』から、日本の才能が生んだ CM をもとに、テレビ CM

をもっと面白くするにはどうすればいいか、勝手に分類したものです。お付き合い下しまして、ありがとうございます。

CM上映：作品リスト

A-1 コトバのカ

① コピー

	年号	クライアント名	商品名	タイトル	秒数	広告会社	制作会社
1	1962	アサヒビール	アサヒスタイン	アッ	5	中央アド新社	東洋シネマ
2	1963	アイデアル	アイデアル	洋傘の音	5	信和クリエイティブ	オールスタッフ・プロダクション
3	1963	山本本家	清酒神聖		5	電通	電通映画社
4	1969	パイロット	エリートS	はっばふみふみ	30	電通	日本天然色映画
5	1969	丸善石油	100ガッシュ	オー猛烈	15	電通大塚支社	東北新社
6	1970	富士ゼロックス	企業	ビューティフル	30	電通	電通映画社
7	1972	ネスレ日本	ゴールドブレンド	遠いが行かぬ男 BOOK	30	電通	電通映画社
8	1976	ハウス食品	ハウスシヤンゲン	私、つくるひと	15	東急エージェンシー	キャット
9	1980	富士フィルム	フジカラープリント	お名前	30	電通	電通映画社
10	1984	大日本除虫菊	キンチョーどんと	ちゃぶぶい	15	電通 大塚支社	高映企画
11	1984	小学館	小学一年生	ピッカピカの一年生	60	電通	太陽企画
12	1984	アルマン	パイボ	これでやめました	15	三友エージェンシー	新映
13	1986	大日本除虫菊	金鳥ゴン	取内会	15	電通	テレビック・クリエイティブ・センター
14	1985	サントリー	サントリーニューオールド	宵中	30	電通	東北新社
15	1985	サントリー	サントリーニューオールド	医学生	30	電通	東北新社
16	1985	サントリー	サントリーニューオールド	落書き帳	30	電通	東北新社
17	2003	大日本除虫菊	水性キンチョール	つまらん	15	電通 関西支社	響企画
18	2008	東京ガス	ガスパッチョ!	ピピッとコンロ・僕長	30	電通	シー・エム・エヌ

② CMソング

	年号	クライアント名	商品名	タイトル	秒数	広告会社	制作会社
1	1961	文明堂	カステラ	カステラ一番 電話は二番	60	協同広告	村谷グループ
2	1968	森永製菓	エールチョコ	大きいことはいいことだ	30	東映エージェンシー	東映シーエム
3	1983	松下電器産業	アクションマックロード	人学式・うちの子一番かわいいな	30	電通	電通映画社
4	1987	キッコーマン	ぼん餅しようゆ	プギ	15	SSS	二番工房
5	1988	日本コカ・コーラ		I Feel Coke' 87	60	マツキャンエリクソン博報堂	東北新社
6	1989	三共	リゲイン	エアポート'89夏	30	電通	電通ボックス
7	1992	サントリー	モルツ	飯塚さん登場	30	電通	電通ボックス
8	1992	サントリー	モルツ	お見合いモルツ	30	電通	電通ボックス
9	1992	サントリー	モルツ	仲直りモルツ	30	電通	電通ボックス

A-2 ビジュアルのカ

	年号	クライアント名	商品名	タイトル	秒数	広告会社	制作会社
1	1965	東生堂	口紅チェリーピンク	チェリーピンク	90		日本天然色映画
2	1979	松下電器産業	カセットテープ	ドミノゲーム	60	博報堂	キャップ
3	1984	三菱鉛筆	ハイユニ管芯	3800本の管芯	60	電通	キャップ
6	1989	いすゞ自動車	いすゞジェミニ	HOP・STEP・JUMP	15	マツキャンエリクソン博報堂	東北新社
7	1980	雪印乳業	100%フルーツアイス	果物からアイス	30	電通	キャップ
8	1997	リーガル・コーポレーション		ジャンボ	30	アンサー	東洋シネマ
9	1989	サッポロビール	サッポロ生ビール 黒ビール	温泉卓球	30	博報堂	サッポロ・フィルムズ
10	2000	日清食品	カップヌードル	ベルリン	30	電通	ゲネプロ
11	2000	日清食品	カップヌードル	世界の王	30	電通	ゲネプロ
12	2000	日清食品	カップヌードル	エルビス伝説	30	電通	ゲネプロ
13	2004	サッポロビール	エビスビール	エビスビール2004 雪と夜汽車	30	博報堂	東北新社

A-3 ストーリー・テリング

	年号	クライアント名	商品名	タイトル	秒数	広告会社	制作会社
1	1975	松下電器産業	トランジスタラジオ クーガ115	森の園の声	60	電通	ブラウン
2	1981	サントリー	トリス	雨と犬	60	サン・アド	エヌ・ピー・チカヤマプロダクション
3	1986	東生堂	企業	源野物語	60		東生堂宣伝部
4	1992	ライオン	クリニカ	がんばれタイガース	60	電通	ティー・ワイ・オー
5	1996	日立製作所	暗号化技術	知られずきた男	90	電通	二番工房
6	1998	日本衛星放送		THE BIRDMAN	95	電通	シェフ
7	2001	日本コカ・コーラ	ジョージア	明日があるさ・登場	30	ピーコンコミュニケーションズ、ワンスカイ	マザーズ
8	2001	日本コカ・コーラ	ジョージア	元陽旗	30	ピーコンコミュニケーションズ、ワンスカイ	マザーズ
9	2001	日本コカ・コーラ	ジョージア	新しい上司	30	ピーコンコミュニケーションズ、ワンスカイ	マザーズ

CM上映：作品リスト

B-1 15秒の威力

	年号	クライアント名	商品名	タイトル	秒数	広告会社	制作会社
1	1974	松下電器産業	バナカラー クイントリックス	英会話	15	電通	ビッグ・ヒル新社
2	1979	富士写真フイルム	フジカラープリント	心の写真・愛ちゃん	15	電通	電通映画社
3	1979	関西電気保安協会	企業	問診	15	電通 関西支社	電通映画社 大阪支社
4	1987	ソニー	ウォークマンWM-501	さる	15	緊急エージェンシー・インターナショナル	仲畑広告映像所
5	1987	朝日新聞社	企業	橋	15	電通 関西支社	電通映画社 大阪支社
6	1989	湖池屋	ジャガッツ	主婦と犯人	15	電通	電通ブロックス
7	1980	ソニー	ハンディカム55	入国	15	博報堂	ブラミッドフィルム
8	1982	日本電気	バザールでござーるシリーズ	審り道	15	電通	太陽企画
9	1982	日本電気	バザールでござーるシリーズ	トロッコ	15	電通	太陽企画
10	1982	日本電気	バザールでござーるシリーズ	冬山	15	電通	太陽企画
11	1983	ワコール	グッドアップブラ	父の心配 春	15	第一企画	ハイスクール
12	1984	湖池屋	ドンタコス	ストリート・オブ・ドンタコス	15	電通	電通ブロックス
13	1984	ニッセン		見てもだけ	15	電通 関西支社	春企画
14	1985	東生堂	HQスーパーハードムース	ペンギン	15		ポリゴン・ピクチュアズ
15	1997	コミー	TBC	ナオミに変わる日	15	博報堂	東北新社
16	1986	東亜合成	アロンアルファ	スーパー懸垂	15	博報堂	ロボット
17	1987	富士写真フイルム	写ルンです スーパースリム	号作	15	電通	電通テック
18	1987	富士写真フイルム	写ルンです スーパースリム	ギンギラ	15	電通	電通テック
19	1987	富士写真フイルム	写ルンです スーパースリム	あず22号	15	電通	電通テック
20	1988	サントリー	灌漑改正第二弾	ラベル	15	電通	太陽企画
21	1988	スタッフサービス		入社式	15	電通 関西支社	ニッセンアルティ
22	1988	スタッフサービス		総集	15	電通 関西支社	ニッセンアルティ
23	1988	スタッフサービス		会議	15	電通 関西支社	ニッセンアルティ
24	2000	サントリー	DAKARA	小便小便登場	15	電通 TUGBOAT	東北新社
25	2000	サントリー	DAKARA	塩分とりすぎ	15	電通 TUGBOAT	東北新社
26	2000	サントリー	DAKARA	カルシウム不足	15	電通 TUGBOAT	東北新社
27	2002	キューピー	キューピーマヨネーズ	料理は高遠へ、黄ピーマン	15		ライトバザリシティ
28	2002	日本コカ・コーラ	Fanta	ドラゴン先生	15	博報堂	西プロモーション
29	2002	日本コカ・コーラ	Fanta	革ジャン先生	15	博報堂	西プロモーション
30	2002	日本コカ・コーラ	Fanta	激安先生	15	博報堂	西プロモーション
31	2002	リクルート	ホットペッパー	スゴイヤン	15	電通	春企画
32	2002	リクルート	ホットペッパー	食べました	15	電通	春企画
33	2002	リクルート	ホットペッパー	腹立ってきた	15	電通	春企画
34	2003	サントリー	燃焼系アミノ式	回転少女	15	電通	東北新社
35	2003	サントリー	燃焼系アミノ式	上昇サラリーマン	15	電通	東北新社
36	2003	サントリー	燃焼系アミノ式	ピラミッド高校生	15	電通	東北新社
37	2008	トヨタ自動車	IQ	PARKING	15	電通	ビクト
38	2008	トヨタ自動車	IQ	CLEAN UP	15	電通	ビクト
39	2008	トヨタ自動車	IQ	CATCH	15	電通	ビクト

CM上映：作品リスト

B-2 タレントCM

1	1972	松下電器産業	テープレコーダー-MAC	あんだ松 downstream?	30	博報堂	東北新社
2	1977	鐘紡	カネボウ夏のキャンペーン	ラウダ群像	15	ジャパニ・マート・テイティング・サービ ビス	TCJ
3	1980	ミノルタカメラ	ミノルタX-7	美子・水着	30	電通	東北新社
4	1983	サントリー	レツド	電話	80	博報堂	遠近企画
5	1983	日本国産鉄道	フルムーン夫婦キップ	フルムーン旅行	15	電通	テレビバック・クリエイティブ・セン ター
6	1989	大阪府	めいわく駐車	おじさん・おばさんシリーズ	15	電通 関西支社	電通プロックス 大阪支社
7	1991	エーザイ	チョコラBドリンク	バカが多くて疲れますか?	15	協同広告	仲廣広告映像所
8	1999	象印マホービン	企業 圧力炊飯ジャー	登場	30	電通 関西支社	高映企画
9	1999	象印マホービン	企業 圧力炊飯ジャー	平助	30	電通 関西支社	高映企画
10	1999	象印マホービン	企業 圧力炊飯ジャー	おもち	30	電通 関西支社	高映企画
11	1999	象印マホービン	企業 圧力炊飯ジャー	私の娘	30	電通 関西支社	高映企画
12	2000	大日本除虫菊	タンスにゴンゴン人形用	人形	15	電通 関西支社	テレビバック
13	2005	サントリー	伊右衛門	師匠に	30	博報堂、HAKUHODO DESIGN、 博報堂イン・プログレス	東北新社
14	2005	サントリー	伊右衛門	のれん HOT	15	博報堂、HAKUHODO DESIGN、 博報堂イン・プログレス	東北新社
15	2009	トヨタ自動車	オールトヨタ/子ども店長	登場	30	電通、石川広告制作室、ワンス カイ	太陽企画
16	2009	トヨタ自動車	オールトヨタ/子ども店長	エコカーの減税	30	電通、石川広告制作室、ワンス カイ	太陽企画

<外国人>

1	1971	マンダム	マンダム	男の所往	60	電通 大阪支社	ホリプロ
2	1974	レナウン	ダーバン	ハンター	60	電通	電通映画社
3	1978	ニッカウエスキー	G&G	第三の男	60	電通	井出プロダクション
4	2007	ソフトバンクモバイル	ブランド広告	キャメロンディアス・NY	30	電通、シンガタ、大貫デザイン	東北新社
5	2007	ソフトバンクモバイル	ブランド広告	ブラッドピット・インド	30	電通、シンガタ、大貫デザイン	東北新社
6	2008	サントリー	BOSS	宇宙人ジョーンズ・地上の星	60	電通、シンガタ、大貫デザイン、 ワンスカイ	東北新社、ギークビジュアル

CM上映：作品リスト

C-1 新機軸

年号	クライアント名	商品名	タイトル	秒数	広告会社	制作会社
1961	サントリー	トリス	トリスを飲んでハワイへ行こう	60		寿屋宣伝部
1975	明治生命保険	ダイヤモンド保険	アトム・ア・チャンピオン	30	電通	電通映画社
1982	本田技研工業	CITY	CITY誕生	30	原宿サン・アド	CMランド
1982	サントリー	ローヤル	ランボオ	60	電通	CMランド
1994	東海旅客鉄道	京都キャンペーン	冬、天龍寺	30	電通、ジェイアール東海エージェンシー	ティー・ワイ・オー
1994	東海旅客鉄道	京都キャンペーン	真、比叡山	30	電通、ジェイアール東海エージェンシー	ティー・ワイ・オー
1994	東海旅客鉄道	京都キャンペーン	春、仁和寺	30	電通、ジェイアール東海エージェンシー	ティー・ワイ・オー
1996	東京都		古紙の主張	90	電通	太陽企画
1995	フジテレビジョン	フジテレビが、いるよ	主婦	30	電通	電通プロックス
1995	フジテレビジョン	フジテレビが、いるよ	サラリーマン	30	電通	電通プロックス
1995	フジテレビジョン	フジテレビが、いるよ	祝福	30	電通	電通プロックス
2001	KDDI	企業	出演依頼電話	30	電通	東北新社
2001	KDDI	企業	出演者選択	30	電通	東北新社
2001	KDDI	企業	ポスター企画の打合せ	30	電通	東北新社
2007	富士ゼロックス	企業	ピアノ	60	TUGBOAT	東北新社
2008	黄桜酒造	企業	出会い	30	博報堂	資プロモーション
2008	黄桜酒造	企業	乾杯	30	博報堂	資プロモーション
2008	黄桜酒造	企業	初対決	30	博報堂	資プロモーション
2008	ソフトバンクモバイル	ホワイト家族	家族で通話	30	電通、シンガタ	ギークピクチャーズ
2008	ソフトバンクモバイル	ホワイト家族	同窓会	30	電通、シンガタ	ギークピクチャーズ

C-2 時代を越えて

1987	レナウン	イエイエ		60	電通	電通映画社
1973	サントリー	ホワイト	Get with it	30	文化社	日本天然色映画
1974	サントリー	サントリー・オールド	顔	60	サン・アド	アニメーションスタッフルーム
1977	松下電器産業	白黒テレビトランザム	高見山	30	電通	電通映画社
1978	龍角散	龍角散	プロンプター	30	博報堂	東映シーエム
1982	松下電器産業	電球	光のメニュー	90	博報堂	キャップ
1982	東京海上日動火災保険	損害保険	ビリーヤード 危険がいっぱい	30	電通	大日
1987	平凡社	動物大百科事典	動物巻帯	60	電通	プロシード
1988	東海旅客鉄道	JR東海ホームタウンエクスプレス	クリスマス'88	60	電通	ティー・ワイ・オー
1992	日清食品	カップヌードル	マンモス	30	博報堂	東北新社

D ローカルの力

1985	オリエンタル	オリエンタルスナックカレー		15	三農社	中部写真プロダクション
1978	名古屋堂機工務店	企業	風船	30	大広 名古屋支社	MTG
1992	愛知県	交通安全キャンペーン	大逆転おばさん	15	電通 中部支社	電通プロックス 名古屋支社
1999	滋賀県		MOTHER LAKE	30	大広	新造
2000	アバマショップネットワーク	アバマショップ(企業)	狭い部屋(4人)	15	電通九州	電通テック福岡支社
2002	岡山県真庭郡新庄村	PR	健康で元気な村づくり	30	岡山毎日広告社	山陽映画
2003	松平不動産	企業	コンパクトゴルフ	30	電通西日本 松山支社	ワンダーランドハウス
2004	四季エンタープライズ	海鮮れすとらん四季庵	ピククリ	15		ピクト
2006	新日邦	コンコルド	コンコルド道を往く者 タバコ	15	ダン	ザ・ないん
2006	新日邦	コンコルド	コンコルド道を往く者 アパート	15	ダン	ザ・ないん
2006	福岡ソフトバンクホークスマーケティング	福岡ソフトバンクホークス	コーチな人々・松中	60	アサツー・ディ・ケイ九州支社	ビデオ・ステーション・キュー
2007	福岡市/福岡市教育委員会	人権尊重週間・インターネットによる人権侵害	黒板	45	電通九州	電通テック、ハット