

9月2日付の朝日新聞や読売新聞、毎日新聞、米ニューヨークタイムズ、ワシントンポストなどの日米の新聞8紙に、宝島社の大きな企業広告がいっせいに掲載された。出版社が日米同時に企業広告を展開するのは、業界では初めてとあって注目されたが、私にはメッセージの意味がよくわからなかった。

テーマは、「コミュニケーションの大切さ」というが、広告では米国の犬の「代表」というラブラドル・リトリバーと、日本犬の「代表」の柴犬がいっしょに並んで、こちらを見ている姿が大写しになっているだけ。それに、コピーは「日本の犬と、アメリカの犬は、会話できるのか。」と、一読しただけでは、なんのことかわからない。しかも、英語版のコピーは「Can a Japanese dog and an American Dog talk to each other?」と、宣伝コピーとは思えないような洗練されていない英語だ。



なんなのだろうか、この広告は？

私だけではなく、この広告を見て首をかしげた人間は多かった。いったい誰が、こんなアイデアを出し、こんなコピーを考えたのか、ぜひ知りたいものだ。