



東京広告協会報

VOL. 102
2016

TOKYO ADVERTISING ASSOCIATION (TAA)

発行・公益社団法人東京広告協会 東京都中央区銀座7丁目4番17号 電通銀座ビル7階

TEL.03 (3569) 3566 FAX.03 (3572) 5733 <http://www.tokyo-ad.or.jp> E-mail info@tokyo-ad.or.jp

INTERVIEW

TAA サロン あの人にきく



産経新聞
取締役 営業・事業担当
公益社団法人東京広告協会 理事

松本 肇さん

昭和34年、大阪府出身。59年、関西学院大学社会学部卒業後、産経新聞大阪本社広告局に入社。広告畑を歩き、平成21年、東京本社営業局長～執行役員大阪営業局長～取締役営業担当・東京営業局長を経て27年6月から現職。趣味はジャズ鑑賞。ジョン・コルトレーン、ソニー・ロリンズ、スタン・ゲッツなどのサクソス系が好み。

新聞社の総合力を広告のビジネス展開に

入社4年目、産経新聞の紙面大刷新に直面

……昭和59年に大阪本社に入社以来、一貫して広告分野を歩いてこられました。印象深いエピソードは何でしょうか？

昭和63年の春に一度目の東京転勤を経験しました。その年の5月29日に「全く新しい新聞を作る」という号令のもと、広告、編集、販売などあらゆる部門が一丸となってそれに向け取り組みました。新聞名がカタカナの「サンケイ」から漢字の「産経」となり、紙面も業界の先陣を切ってフルカラーの24ページに。編集内容、広告商品も一新され、大いに士気が上がりました。まだ入社4年目の新人でしたが、激動に面食らいつつ、学んだものも大きかったと思います。

当時はバブルが絶頂に向かう時期。「24ページ×フルカラー」が限界でしたから、増ページもできません。歯がゆい思いもしましたが、カラー化により売り上げも上がり、大いに手応えも感じました。

新しい事業展開、グループ連携を推進

……担当は営業と事業の2分野です。新聞社の屋台骨を支える営業部門として、どのような広告ビジネスを展開しているのでしょうか。

30年前に新聞の販売収入以外はずべて営業局が取り組むという考えのもと、広告局から営業局に呼称変更が行われました。その考えは現在にも引き継がれています。背景には、産経新聞社の持てる力、フジサンケイグループの総合力をフルに生かしていこうという考えがあります。新聞社グループ、フジサンケイグループとの連携に加え、社外の企業・団体との協業によるビジネス展開も、積極的にやっていきたいと考えています。

この3月3日から6日まで、産経新聞が主体となって、東京の日比谷公園で魚の魅力とおいしさを伝える初の魚食促進イベント「ジャパン・フィッシャーメンズ・フェスティバル2016 極旨! さかな祭」が開催されました。全国の魚介料理や物産を売る「ご当地おさか

なエリア」や、有名シェフが旬の魚介類を使った料理を提供するブースを設け、訪れた人は「和・洋・中華のあらゆる魚料理」を堪能することができる。全漁連の協力、超人シェフ倶楽部とのタイアップなどにより、日本で初めての大規模な「さかな」の食イベントが実施できました。期間中に7.5万人のお客さまが来場してくださりました。

グループ連携では、ネット広告の分野で大きく成長している「動画広告」に力を入れています。コンテンツ制作能力を持つグループの「フジスマートワーク」との協業により、実現するものです。

この4月18日には、自然や環境と調和した社会づくりに貢献した企業を表彰する「第25回地球環境大賞」の授賞式が行われます。フジサンケイグループの主催で、環境にやさしい社会づくりや新たな時代の創造に貢献する企業を表彰するものです。グループ連携による代表的な事業の一つです。

2005年、別会社でデジタル化に取り組む

……いまほどの新聞社でも、デジタル化の成否が命運を握っているといわれます。産経新聞では、デジタル部門を別会社にしてかなり早く（2005年）から取り組みましたね。

産経デジタルの設立は11年前で、分社化したのは産経が初めてです。2007年にはマイクロソフトとの共同運営「MSN産経ニュース」で大幅にページビューを伸ばしました。2014年にその関係を解消後もニュースサイトとしての存在感を示し、産経新聞のデジタル戦略の中核としての役割を担っています。また、2008年にスマートフォンの電子新聞サービスをスタートし、先駆的な役割を果たしました。新聞社としての取材力やニュースにデジタルの最新技術やノウハウを加えて、お客さまのニーズに応えていかなければならないと考えています。

産経デジタルとの協業による新しい事業展開も視野に入れ、収益化を図りたいと考えています。

東京五輪に向け、独自の展開を

……来る2020年の東京オリンピックに向けて、産経新聞として、どのように対応していく予定ですか。

日本最大のイベントですから、新聞社として応援していくことは当然のことです。産経新聞のテーマは、大きく二つあります。一つはジュニアスポーツの応援です。オリンピックに向け、子どもたちに体力をつけてもらい、運動の面白さを知ってもらうことです。

子どもに人気の新しいスポーツにティーボールがあります。打者はバッティングティーに載ったボールを打つので親しみやすい。そして学校の授業にも取り入れられています。リトルリーグを応援している産経新聞としては、全国大会の主催などを通じて、ティーボールにも力を入れていきます。

一方、子どもに積極的に運動をしてもらおうと、昨年から学研と連携して親子のための運動・遊び情報誌「ソトイコ!」を発刊しています。これからも年4回、1回60万部を全国1700の小学校に配布し、スポーツ大会などのイベントも行っていきます。

もう一つのテーマはパラリンピックです。2020年に向けて支援していく他に、新聞社としては「その先」も視野に入れるべきではないかと考えています。ユニバーサルデザインの普及と実現をめざす「国際ユニヴァーサルデザイン協議会」と連携したり、セミナーや事業の展開を通じて、ユニバーサル社会の実現にも力を入れていきたいと考えています。

やる気のある人には自己実現の場

……これから広告業界、新聞業界をめざす若い方々へのメッセージをお願いします。

やる気のある人、力のある人にぜひ来ていただきたい。いま、新聞も広告も大きな変革期にあります。このような時期だからこそ、大きなチャンスがあると考えています。自己実現できる面白い仕事があります。一緒に挑戦しましょう。（インタビュー・文・古俣慎吾）

第88回 定時総会開く

東京広告協会の第88回定時総会が2月23日(火)、午前10時より帝国ホテル3階富士の間に開催され、会員・関係者ら約170名が出席した。(委任出席者を含む出席正会員数は465名)

審議に先立ち大平明理事長は、「国内の経済活動は着実に改善し、特に後半からよくなっていくと考えている。皆様にもじっくりと広告活動の作戦を練っていただきたい」と力強く語り、5月に行われる『第64回全広連仙台大会』への参加を呼びかけた後、総会の開会を宣言した。

内田公至専務理事による進行のもと、大平理事長を議長に議事に入った。議題第1号『平成27年度事業報告の件』の報告に続いて、第2号『平成27年度決算承認の件』(第1号議案)、第3号『定款の一部変更の件』(第2号議案)が諮られ、いずれも原案通り委任出席者を含む出席会員全員一致で承認された。最後に第4号『平成28年度事業計画及び収支予算の内容報告の件』が説明され、本総会は閉会となった。「第35回東京広告協会 白川 忍賞」の贈賞式



定時総会で平成27年度決算などが承認された

では、大平理事長から成田純治氏(株博報堂DYホールディングス取締役会長、株博報堂取締役会長)に同賞が、野末敏明氏(一社)日本アド・コンテンツ制作社連盟理事長)に特別功労賞が贈られた。(贈賞理由は4ページ参照)

続いて、映画監督の大林宣彦氏が「広告は、『風化せぬジャーナリズム』の演題で記念講演を行い、一般参加者を含む約300名が出席し、盛況裏に終了した。(講演概要は5ページ参照)

記念講演終了後は懇親パーティーが開かれ、会員関係者が和やかに懇談し、親睦を深めた。

《定款新旧対照表》

新定款	旧定款
(顧問) 第28条 この法人に任意の機関として顧問を置くことができる。	(顧問) 第28条 この法人に任意の機関として顧問を置くことができる。
2 顧問は、この法人に特に功労のあった者又は学識経験のある者の中から理事長が委嘱する。	2 顧問は、この法人に特に功労のあった者又は学識経験のある者の中から、理事会の決議により、任期を定め、理事長がこれを委嘱する。
3 顧問の選任及び解任は、理事会において決議する。	3 顧問の選任及び解任は、理事会において決議する。
4 顧問は、理事長の諮問に答え、理事長に対し、意見を述べることができる。	4 顧問は、理事長の諮問に答え、理事長に対し、意見を述べることができる。
5 顧問は、無報酬とする。	5 顧問は、無報酬とする。

第35回 東京広告協会 白川 忍賞
成田純治氏（株博報堂DYホールディングス取締役会長、株博報堂取締役会長）に贈賞

第35回「東京広告協会 白川 忍賞」贈賞理由

成田純治氏
（株博報堂DYホールディングス取締役会長、株博報堂取締役会長）
株博報堂DYホールディングス及び株博報堂の代表取締役社長、会長などを歴任し社業の発展に力を尽くされてきた。博報堂DYグループを強力なリーダーシップで牽引し、広告をとりまく環境の変化に対応しながら半世紀にわたり広告業界の発展向上に寄与された。また、各広告業界団体の活動にも積極的に関わり、広告界全体の課題解決、活性化に大きく貢献した実績は贈賞に値する。

受賞のことは

このような賞をいただき、感謝の気持ちでいっぱいです。
伝統と歴史のある白川忍氏にまつわる賞をいただけたということは、わたしの生涯においてたいへんな栄誉であります。この場を借りて、皆様に御礼を申し上げます。

第35回「東京広告協会 白川 忍賞 特別功労賞」贈賞理由

野末敏明氏
（一社）日本アド・コンテンツ制作社連盟理事長
株電通入社後、長年トップクリエイターとして活躍し国内外の広告賞を多数受賞、アドフェストのチェアマンとして大きな役割を果たすなど、日本のみならずアジアの広告の発展に尽力された。現在も日本アド・コンテンツ制作社連盟の理事長として、映像コンテンツ制作に携わる人材と企業の組織化・育成に大きく寄与されている同氏の功績を特に認め、「特別功労賞」を贈賞する。

受賞のことは

長い間クリエイティブの仕事に携わってきたので、「賞」というのはこちらから積極的に獲りにいくものだと思ってきました。カンヌ、ク

賞に冠されている白川忍氏はどのような方か、お若い人はご存じない方もいるかと思い改めて調べてみました。広告の黎明期に資生堂でご活躍され、今でいうところの「CMO（チーフ・マーケティング・オフィサー）」の役割を担われ、戦後の経済復興の中で現在の広告ビジネスを確立された大変偉大な方でおられました。



成田氏

全広連の活動目標である「広告の元気は、ニッポンの元気。」を標榜し、われわれも向かってまいりましょう。戦後70年がすぎ、デジタルテクノロジーの進化などで広告界も厳しい環境になっていますが、厳しい時ほど力を発揮し、新しいエネルギーを次の世代に渡していきたいと思います。私も微力ながら元気にいまして頑張っています。

本日は素晴らしい賞をいただきましたことを改めて感謝申し上げます。ありがとうございました。

リオ、ACCなどの賞を得るためには、狙いを定めて応募する必要があります。「応募なくして受賞なし。」応募は大前提であると考えていました。



野末氏

そんな私に、昨年12月初旬に突然受賞のお知らせをいただき、思わず「応募していないのに何かの間違いではないか、考えさせていただきたい」ということを申し上げてしまいました。電話の後、自分は応募したのか…？ 大事なことを物忘れしているのかと自問自答する中で、昨年の日本人ノーベル賞受賞の記者会見の様子が思いうかび、これは応募のない受賞であったか、と思い至りました。

このような私に贈賞いただきましたことに心から感謝申し上げます。本日は誠にありがとうございました。

第88回定時総会記念講演

講師：大林宣彦氏

演題：「広告は、『風化せぬジャーナリズム』」

これまで広告に携わってきて2千本ほどCMを作ってきたが、今日は里帰りをしたような気持ちです。

「演題にあるように、広告とは“ジャーナリズム”なのでしょうかね？」という事前質問をもらったが、私は当然そうだと考えている。映画もCMも虚構だが、嘘からでた誠、花も実も根も葉もある嘘八百を描いているからこそ面白くてためになる。根や葉がなくなったら単なる嘘になってしまう。車の撮影でも制限速度は必ず守っていたし、CMだからこそ規範は守らなくてはならない。フィロソフィーがあるべきなのに、今は映像がデザインになってしまって、フィロソフィーはどこにいったかと思っている。表現者は、過去はどうだったか、どういう未来をひきよせたいかというフィロソフィーを持ってこそ、表現がジャーナリズムになる。

我々が大人になったのが高度経済成長期だった。終戦で死ぬことなく、アメリカ文化が入ってきて、復興は進んだものの、戦争と平和とは何かと思ってとまどう時代だった。どこかでこのままではいけないと思っていた。物を売るための宣伝ではあるけど、それが流行となり、アートとなり、ジャーナリズムとなっていつか日本をリードする。35mm映画は戦争世代の先輩たちが中心だから、8mmで新しいことをやろう、師匠はエジソンだと思っではじめた。それで映画界ではなく美術界でフィルムアーティストとして認められるようになった。CMは日常の中で見られ、無意識の中で子供たちを育てていくものだというのを改めて皆様に申し上げたい。昔、映画は学校だといわれたが、今は広告も学校。そこに誇りと自信と夢をもって、私たちが広告をやっている限り日本は戦争なんておこさない、この広告を見てくれたら諍いをして人たちはそれをやめるはず、そういう力を作品にこめるべきだと思う。

当時、黒澤監督はがんこおやじでもう古い、というのが映画界の趨勢だった。「夢」という短編作品集の中に、ある日世界中の人たちが武器を捨てて目の前の人と抱き合ってしまう、という作品があり、それこそ夢物語で笑いものになるよと周囲から言われた。CG担当のジョージ・ルーカスが、監督は日本でブルースクリーンの前で撮影してくれれば背景は合成しますと言ったのに対して、「ぼくは映像作家ではなく映画監督だ。僕が各国に行つてその国の人たちに銃をもってもらってから銃を

捨てて抱き合ってもらう。すると10人に1人はこのほうがいいと思う人がでてくる。それが映画になれば、1千人、1万人が見てくれ、上映し続ければいつか世界に平和がくる。その力が映画にはある。しかし俺の人生では間に合わない、50歳の大林君が続きをやってほしい。そして子や孫にも伝えて5百年もたてば世界はきっと平和になる、それを信じて表現していくのが映画監督だ。」これが黒澤さんの遺言だった。

3.11以降、長岡などで、シネマゲルニカといって過去から未来へつなぐ永遠の平和への祈りを伝えるエッセイムービーを撮影している。そう決意させてくれたのはCMがあったからこそで、温故知新で平和をつくるためにやっている。世の中では「正義」が動いていて、売れば正義、国同士の正義が戦争して勝った方が正義。その限界に学んだ私は正気を信じている。戦争という狂気を経験したからこそ、正気を信じ、そうでないものは世の中に送り出してはならない。

政治経済はNo.1を争うけれど、芸術はOnly Oneをめざすから争いが無い。これからは、政治・経済・芸術が三位一体となって、Only Oneの思想で未来をつくる必要がある。先日、駅前で「私たちの未来は私たちが作る」というピラを中学生が配っていた。日本をテーマにした学生の動画コンテストなどで審査を行うと8割が戦争をテーマにしている。過去を知る我々が過去を伝え、若い人たちが未来をつくるのを支えるのが責務だと思っている。広告界にいる我々には、彼らに毎日届く広告をつくるチャンスがある。これを生かせば、黒澤さんが願った未来が実現するかもしれない。この誇りと希望をもってまい進していただきたい。

私もこれから6順目の16歳になる。16歳の時、人類はみな16歳になると昇天してしまうので政治でも争いが起こらないという筋の小説を読んだ。それ以来私は16歳以上になるのをやめると決意している。だから今でも現場で、16歳の自分ならOKをだすかと自問して仕事をしている。ベテランの16歳が現役の16歳に何を示せるかが大切だと思う。「広告の元気は、ニッポンの元気。」元気とは争いのない、誰もが穏やかでニコニコと暮らせる、平和な世界であると信じている。





平成28年度実践広告スキルアップセミナー開催

4月19日(火)、20日(水)

平成28年度「実践広告スキルアップセミナー」を、4月19、20日に開催します。

本セミナーは、新しく広告に携わる方、若手広告関係者のみならず、現業に取り組む中堅の方々にも役立つプログラムとなっています。

本年は『これから世界とどう向き合っていくか』をテーマとし、各分野の第一線でご活躍の方々をお招きしました。ぜひ貴社内で周知いただき、研修・教育の場としてもご活用ください!

4月19日

第1講 13:00~14:10

「グローバルブランディングにおける広告とパッケージデザイン」

名久井 貴詞氏 味の素(株)

第2講 14:25~15:35

「ミラノ万博日本政府出展事業に見る、国際コミュニケーション戦略の実践」

福井 昌平氏 (株)コミュニケーション・デザインニング研究所

第3講 15:50~17:00

「デジタル・テクノロジーと広告表現」

菅野 薫氏 (株)電通

4月20日

第4講 13:00~14:10

「勝利を至上とせよ」

藤島 大氏 スポーツライター

第5講 14:25~15:35

「猫の目流・情報収集活用術」

- Know Where & Get Free (or Cheap) -
中山 幸雄氏 (株)電通

第6講 15:50~17:00

「メディア環境変化に対応するこれからのコミュニケーション」

小出 誠氏 資生堂ジャパン(株)

会場 コートヤード・マリオット

銀座東武ホテル3F「龍田」

受講料 会員社の方 6講座通し20,000円

1講座4,000円

詳細・お申込は東京広告協会ホームページをご覧ください。

第64回全広連仙台大会開催

5月18日(水)~20日(金)

第64回全日本広告連盟仙台大会が、5月18日、仙台国際センターを主会場に、大会テーマ『復興の力を創造の力へ。~社の都から広告の未来を発信~』のもと開催されます。

川島隆太氏が「創造性と脳の働き」の演題で記念講演を行います。また、「実りある地方創生へ向けて」と題した基調講演、



全広連仙台大会
ロゴマーク

一力河北新報社社長のコーディネートによる特別シンポジウム「日本の未来を築く震災復興力」も開かれます。

翌19日からは、見学会、懇親ゴルフ会を実施。見学会では、東日本大震災発生後の被災地を視察する3コースに加え、2つの観光コースが準備されています。

大会プログラム等は東京広告協会ホームページをご覧ください。

ク ロ ス ロ ード

C R O S S R O A D

ク ロ ス ロ ード

(1月度理事会・委員会等開催報告)

1月14日(木) 広報委員会
1月15日(金) 業務委員会
1月20日(水) 法務政策委員会
1月22日(金) 総務委員会
1月27日(水) 定例理事会
2月23日(火) 定時総会

(4月度・委員会等スケジュール)

4月5日(火) 法務政策委員会
4月7日(木) 業務委員会
4月8日(金) 広報委員会
4月13日(水) 総務委員会
4月15日(金) 定例理事会