



東京広告協会報

VOL. 110
2018

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



大正製薬株式会社
マーケティング本部 本部長 副理事
公益社団法人東京広告協会 理事

梅岡 久さん

1970年、東京都出身。93年、成蹊大学経済学部卒業、大正製薬(株)に入社。17年にマーケティング本部長に就任。趣味の野球はかなりの本気モード。「野球を続けていることで、責任感やリーダーシップが培われたことは事実。それは仕事においても生かされていると思います」

チャレンジし続ける強いブランドでありたい

『リボビタンD』と格闘した8年間

……数ある会社の中から大正製薬を志望された理由と、入社以来、どのような仕事をしてこられたのか、お聞かせください。

就職を考えた時に最初に思ったことは、自分の関わった仕事が社会でどのように評価されているのか、品物の売れ行きや評判など身近に肌で感じることができる職種がいい、ということでした。当初は消費財メーカーを考えました。その中から製薬メーカーを選んだのは、大学で野球部に所属していたので、健康に関わるものがないかと思ったからです。それで、治療薬だけでなくドリンク剤等も取り扱っている大正製薬を希望しました。

入社後、これまでで一番長く関わったのが『リボビタンD』の仕事です。いくつかの部署を経て、2003年からリボビタン・ブランドマネージャーとして8年間、携わりました。この8年間は正直、きつかったです。(今もきついですが……。) ご存知のように『リボビタンD』は会社の屋台骨ですから、売り上げや収益の面でも責任は重い。また、ドリンク剤の代名詞的な存在ですので、ブランドマ

ネージメントとして『リボビタンD』の評判がドリンク剤市場そのものを流行らせる・活気づかせるという責任もあるわけです。2004年頃からペットボトル入り緑茶飲料の消費量が大幅に拡大し、以前は競合品とは見ていなかったお茶類も視野に入れなければならなくなってきました。さらに、この頃には嗜好飲料としてコーヒーやジュースなどもすべてが競合品という意識になりましたので、その意味でも重圧と格闘しながらの日々でした。

その後、2011年に、ブランドコミュニケーション部に異動となり、会社の全ブランドの広告制作の担当になりました。そして、2016年から現在のマーケティング本部に移り、商品の発売や、ブランド育成に関わる仕事をしています。

時代とともに「頑張るとき」も変わっていく

……主力商品である『リボビタンD』はここ数年、定番CMのリメイクや新たなキャッチフレーズを打ち出すなど、さまざまなチャレンジをされています。

やはり、近年携わった作品の中でも印象深いのは『リボビタンD』の広告です。リボビ

タンDといえば、1977年から始まった「ファイト一発」のキャッチフレーズが定着していますが、2016年にメインのキャッチフレーズを「Have a Dream」に変えました。これまでにメイン・キャラクターにプロサッカー選手のカズこと三浦和義さんを起用して、彼がユーチューバーのヒカキンさんや、ソーラーカーを作る学生さんたちを応援するCMシリーズを展開しています。また、プロ野球選手の大谷翔平さんを起用したCMも作りました。

「ファイト一発」が誕生した背景には、いわゆる高度成長期の肉体疲労時の栄養補給のためのドリンク剤として、頑張る人たちを応援しようという意味合いがありました。しかし今の時代、特に20代30代の人たちにとっては“頑張るとき”というものが、もっと多様でパーソナルなものになってきて、“疲れ”を一概に定義できなくなっている。むしろこれからは、“夢や目標に向かって頑張る人たちを応援する”という立ち位置が、より今の時代にフィットするのではないか。そのような思いから、頑張る人のエネルギーの最後の一押しをする役を『リボビタンD』が担おう、という動きになったのです。

とはいえ、「変える」という決断は自分の中でもかなり厳しいものでした。40年近く愛されてきたメインのキャッチフレーズを変えろということは、ある意味で、先輩達からの流れの否定ともいえるかもしれませんから、それなりの労力と勇気が必要でした。結果として、ブランドのイメージ戦略はうまくいったのではないかと思いますので、ほっとしているところです（笑）。

また同時に、「ファイト一発」のシリーズも継続していて、こちらは「いっぱ一つ!」と叫ぼうとしても叫ぶことができない「ファイト不発」など、定番CMをリメイクしたところかなりの反響があり、若い方たちにも喜んでいただいております。改めて見直す作業をしたことで、やはり「ファイト一発」は、みんなのものなんだなあと再確認することができました。

……「ファイト不発」で物足りなかった人のためにウェブでの「無限ファイト一発ボタン」

をはじめ、新商品の『クラリチンEXOD錠』では、人気声優の囁きを聴くことができる期間限定サイトを開設するなど、SNSで話題になるコミュニケーションも行われていますね。

ブランドの特性によって使い分けはありますが、お客様の懷に飛び込んでいくために、これまで使ったことのないメディアも活用してみようという思いでトライしたものです。寄せていただいたメッセージを見ると、今まで当社のCMを見たこともなかった人が、ウェブなどの媒体であれば受け入れてくれる、むしろそういう展開を待っていてくれるのだなということが感じられ、手応えがありました。

仕事も野球も、常に全力投球

……オフの日にはどのようなことをしてリフレッシュされているのでしょうか。

社会人野球のチームに所属していて、日曜日は必ずといっていいほど試合に出ています。中学の時から野球部で、簡単にやめられないというのが本音です。うちのチームは経験者ばかりで、東京都代表として東日本大会ベスト4までいったこともあるくらい、けっこう強いんですよ（笑）。ポジションはキャッチャーですが、さすがに最近は歳のせいかな、ちょっとキツくなってきて、監督をしながら時々、打席に立っています。

ただ、自ら代打として自分を指名するのはものすごい重圧で、大差で勝っていれば「ちょっと俺にも打たせてよ」でいいのですが、競り合っている時に「俺が打つ」と言って出て行く時もあります。これは自信と責任の問題ですから、やはり日頃からしっかり練習しないとイケない。平日夜の素振りは欠かせませんし、この年末年始にはバッティングセンターで2000回くらい振りました。

これからも、仕事も野球も常に全力で挑んでいきたいと思っています。少子高齢化と人口の減少で、これまでと同じことをしていたのではブランドは弱くなる。たとえば地方経済との協業など、チャレンジし続けることによって強いブランド、強い会社にしていきたいと思っています。

（インタビュー・文 牧野容子）

第90回定時総会 開催

東京広告協会の第90回定時総会が2月22日午後3時30分より帝国ホテル3階富士の間にて開催され、会員・関係者ら約200名が出席した。(委任出席者を含む出席正会員数は459名)

審議に先立ち大平明理事長は、「広告界は、デジタル化やAI技術の進展など、新しいテクノロジーが未来を拓く可能性がある、おそらく、大きな変化の時代にあると思います。異なった意見や新しい知見をしなやかに受け入れ、時代の潮流を読み取り、どう対応するかを考えて、新たなビジョンを描いてまいりましょう」と力強く語り、総会の開会を宣言した。

その後、長崎之保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29年度事業報告の件』に続いて、第2号『平成29年度決算承認の件』(第1号議案)の説明に続いて、林慎太郎監事による監査報告があり、第1号議案を全出席者一致で異議なく承認。さらに第3号『理事選任の件』(第2号議案)についても全出席者一致で異議なく承認された。次いで第4号『平成30年度事業計画の件』、第5号『平成30年度

収支予算の件』を説明し、本総会は閉会となった。

第37回「東京広告協会 白川 忍賞」の贈賞式では、大平理事長から宮崎 晋氏(株)博報堂チーフクリエイティブオフィサー)に同賞が贈られた。(贈賞理由は4頁参照)

続いて、FC今治オーナー/サッカー日本代表元監督の岡田 武史氏が「チームマネジメント～今治からの挑戦～」の演題で記念講演を行い、一般参加者を含む約350名が出席し、盛況裏に終了した。(講演の概要は5頁参照)

記念講演終了後は懇親パーティーが開かれ、石井直副理事長が乾杯の発声を行った。会員関係者は和やかに懇談し、親睦を深めた。



大平 明 理事長

総会次第

- 挨拶 理事長 大平 明
- 議事録署名人選任
- 議 題
 - 第1号 平成29年度事業報告の件
 - 第2号 平成29年度決算承認の件(第1号議案)
 - 監査報告
 - 第3号 理事選任の件(第2号議案)
 - 第4号 平成30年度事業計画の件
 - 第5号 平成30年度収支予算の件



第37回（平成30年）「東京広告協会 白川 忍賞」

宮崎 晋氏（株博報堂 チーフクリエイティブオフィサー）に贈賞

贈賞理由

株博報堂入社以来、半世紀にわたりクリエイティブディレクター、チーフクリエイティブオフィサーとして常に広告クリエイティブの最前線で活躍。数多くの話題作を生み出し、各賞の最高賞を受賞。企業の広告活動の健全な発展に貢献するとともに日本各地の地域活性化プロジェクトや大学での後進の育成に尽力するなど、日本の社会や産業に対して広告クリエイターとして大きな役割を果たす。2007年から2015年まで（一社）全日本シーム放送連盟副理事長を務め、広告界に尽くすとともに、ACC CM フェスティバル審査委員長をはじめ様々な広告賞の審査にも関わるなど、広告の発展に寄与し、永らく業界を支えた功績は贈賞に値する。



受賞の言葉

本日は栄えある賞を頂き誠にありがとうございます。個人というよりもチームで仕事をしてまいりましたので、私のクリエイティブへの携わり方をお話できればと思います。

学生時代から広告が好きで、1969年にデザイナーとして入社しました。しかし制作の研修が始まってすぐ、この世界は厳しいのではと思いました。というのも、同期が上手い絵を書くので聞けば、お姉さんはモデルで、洋風の家に応接セットがあるらしい。服装のセンスもいい。一方私は昼にちゃぶ台で食事をする様な堅い家の出身で、たとえ何十年かで経済は同等になってもパリコレの様なものは難しいように、センスで戦うのは容易ではないと感じ、大変なショックを受けたのです。

何か新しい方法はないかを考え続け、「アイデアを出す」ことについては、大学でも、研修でも教わらなかったことに気が付きました。そこで、どうしたらアイデアが出せる

かをひたすら考え抜きました。朝に喫茶店で飲むコーヒーをコーヒーと思わないようにすることが最初で、「サンバのリズムが聞こえてくる、ブラジルのカーニバルだ」と捉えるようにしました。見たものを置き換えることで、新しいものが生まれる。映画でも端から置き換えていくので何を見ていたかわからなくなってしまった程です（笑）。その様に、20代は置き換えたものやアイデアをノートに貯め続けながら仕事をしていました。



30代になって新卒を2名預かり、彼らと話すのがとても楽しいと思っていたところ、「一人が優秀でも、仕事量には限りがある。それよりも、チーム全体でより多くの仕事ができたらその方がいいのだよ」と上司から言われました。それに感化され、以来“チームの在り方”というのを考えるようになり、会議の手法を考えて様々な場所に行ったり、朝や夜に開催したりと試行錯誤を重ねました。

そして40代になり、“自分のわからないもの”、自分は採用できないと思う面白い広告に出会うと、広告主の宣伝部長様に初めましてと言って電話し、「なぜあの案を採用できたのですか？」と尋ねて色々教えて頂きました。競合他社のクリエイターにも聞きに行きました。チームで動きながら楽しく仕事できた時代だったと思います。

賞を頂くにあたり、白川氏が「部員と夜に杯を傾けながら仕事の議論をするのがすごく楽しい」と仰っている記事を拝見しました。チームを愛していた方なのだなと思い、自分とも近い感じがしています。これからも若い人の手本になれるように、青臭く、あと数年は現場の仕事をやりたいと思っています。これまで自由にやらせてくれた会社へのお礼と共に、わがままな僕に付き合ってくれたメンバーやお得意様、ご列席の皆様には厚く御礼を申し上げます。ありがとうございました。

第90回定時総会記念講演

講師：岡田武史氏（FC今治オーナー/サッカー日本代表元監督）
演題：「チームマネジメント～今治からの挑戦～」

「オカ、「プレイモデル」という、サッカーの型と言えるものがスペインにはある。日本にはないのか？」とかつて友人に問われました。型にはめてはいけないと日本で言われてきたが、スペインでは共通認識としての型を16歳までに体得させてから、自由にするという。ならば、日本の伝統芸能の「守破離」のようなモデルを作り、世界で勝つために実践したい。そのためにはイチからできる方が良くと考え、思い至ったのが今治でした。

今治にある企業とアマチュアチームを継承し、58歳でオーナーになりました。お金がないので代表取締役社長も兼務したところ、とても現場の監督をやる余裕がありません。それまで経営者向けセミナーで語ってきたのと現実とは全く違って、会社の通帳残高が0になる夢を見て夜中にがばっと目が覚める、大変なプレッシャーを痛感しています。

今治の街は人影少なく更地だらけで、これではFC今治が成功しても元も子もない。共に活性化するため考えたのがサッカーの「今治モデル」です。FC今治を頂点として地域全体が連携すれば、人が集まり、世代を超えたコミュニティが生まれると考えました。

しかし、サッカーの交流人口だけでは限界があります。J1では15万人のスタジアムが必要で、レストランやショッピングモールを併設してスポーツと健康を柱とした複合型のスマートスタジアムを作りたい、と夢を語って6名の仲間とスタートしました。まずは、無謀と言われた5千人のスタジアムを日本一ローコストで実現させました。

次に、集客です。スタジアムビジョンに準じたイベントを考えるのが難しい。来場するお客様は、賑わいがあり、絆ができるという期待を持っているのではないかとすれば、そのインサイトを満たす施策が必要です。「山ほどあるエンタメからサッカーを選んでもらうには強いだけではだめ、お客様に満足してもらうこと」と、僕自身が従来とは正反対の考えになりました（笑）。エンターテインメントとしてのニーズを満たす“フットボールパーク”にすると宣言し、わくわくする仕掛けを作り、パークにすれば試合に負けても、試合を見ない人でも満足してくれることを目指しました。

オープン日、5200人が来場しました。社員の想いを共有するノートに、「席で泣いてる女性に声をかけたら、『3年前に岡田さんが来た時はまた有名な人が来てちょっと何かして帰るんだろうと私も周囲も否定的だったけれど、今日こんな姿が今治で見られるなんて嬉しい』とっていただけた」と書いていました。その後も、J3昇格不可能がわか

っていた最終戦でも3千人が来場されました。ひとりひとりに感謝をお伝えし、「楽しかった、来年も来るよ」の言葉ですべてが吹き飛びました。

この次は15万人、費用80億円の複合型スタジアムを作るには、投資を募り配当を実現する必要があります。一昨年にユベントスで4万人の複合型新スタジアムを見学したら、従来は試合直前に来て終了後すぐ帰宅していたお客様が、2時間前に来て試合後1.5時間滞在、100マイルより遠方の来場者が1割以下から5割超になったそうです。半日過ごせる場所なら、遠方からもくる。ならば我々も同様です。まずは建設予定地向かいのショッピングモールとの提携を実現し、より多くの企業のご参画を目指して、話を進めています。

しかし、こういったビジョンがすぐには社員に伝わりませんでした。集客への危機感がないのです。ファン感謝デーに來たりピーター様を本当に逃したくないと思っているかと問うとみな下を向いてしまいました。「任せる」ことの大切さに気づきましたが、丸投げをしたら今度は職場のモラルが低下しました。任せると丸投げは違うことが、当初は本当にわかりませんでした。そこで、企業としてのルールや、努力を正しく反映する評価制度づくりなどを進めました。

先日、「個人事業から脱皮しようとしている今、企業文化を変えるべく、プロフェッショナルな集団になると宣言してはどうか」とアドバイスを頂戴しました。僕がサッカーの監督をする時には、試合に出せなかったとしても必ず成長させるからと言うのですが、成長することこそがプロフェッショナルの証なのは社員も同様ですよ、と。翻って僕は、“成果を出す”という意味で使おうとしており、これまで社員の成長を願うのではなく結果の不足を叱責していた事にその時気がつき、物事の見え方が全て変わったと思っています。

『次世代のため、物の豊かさより心の豊かさを大切にする社会創りに貢献する』が弊社の企業理念です。サッカーで？と言われますが、高度成長の時代を生きて子供と孫もいて、その結果残すのが、莫大な財政赤字、隣国との緊張、環境破壊……、一人の父親としての大きな疑問が全ての行動の原点です。「地球は子孫から借りているもの」という真理は知りつつも、行動が伴わない。それを少しでもなくした社会をつくりたいのです。皆様からのサポートを頂戴できればとても嬉しく思います。ありがとうございました。



【「広告未来塾」第1期】 須田和博塾長と共に『広告の未来のカタチ』を考える全6講が完結

当協会の新事業である「広告未来塾」第1期が、須田和博氏(博報堂 ECD スタラボ代表)を塾長に迎えて昨年10月から開講し、3月16日に全6講を完結した。『広告の未来のカタチ』を全体テーマに、中島祥文氏(クリエイティブディレクター)、斉藤精一氏(ライゾマティクス)、大石芳裕氏(明治大学)、横澤大輔氏(ダウンゴ)、宮崎晋氏(博報堂)らのゲスト講師を招いた。

会員社に加えて一般からも、広告主・地域メディア・デジタル系広告会社など平均年齢31才の56名が受講。激変する広告界におい

て、イノベーションを創造し、塾を通じて業界や企業を超えた共創・交流の場になることを目指した。須田塾長は、「全講義を通じて共通して語られていたことの中に“普遍”があり、それが広告の未来を捉えるヒントになる。皆さんの今後の活躍を心から期待しています。」と締めくくった。第2期は、詳細が決定し次第、HP・郵送等でご案内します。



東京広告協会・全広連のイベント案内

お申込・詳細はHPまで

東京広告協会



実践広告スキルアップセミナー 会期3日間にて開催!

7/10(火)・17(火)・24(火)

平成30年度「実践広告スキルアップセミナー」を、本年は7月10日(火)・17日(火)・24日(火)に、日比谷コンベンションホール(大ホール)で

開催を予定しています。各分野の第一線で活躍の方々に講師にお招きします。詳細が決定し次第、HP・郵送等でご案内します。

第66回全広連秋田大会開催

5月16日(水)～18日(金)

第66回全広連秋田大会は、5月16日～18日に、大会テーマ『ここからはじまる 確かな鼓動～あっきた! 広告新時代～』のもと式典、パネルディスカッション、記念講演、懇親会

などが催されます。大会プログラム等の詳細は全広連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・委員会開催報告

1月15日(月) 広報委員会
1月18日(木) 法務政策委員会
1月19日(金) 業務委員会
1月23日(火) 総務委員会
1月26日(金) 第31回定例理事会

4月度理事会・委員会スケジュール

4月9日(月) 広報委員会
4月12日(木) 業務委員会
4月16日(月) 法務政策委員会
4月17日(火) 総務委員会
4月23日(月) 第32回定例理事会