



東京広告協会報 111

VOL. 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



大塚製薬株式会社
専務取締役
ニュートラシューティカルズ事業担当

井上 眞さん

1983年 大塚製薬株式会社入社。
2002年 横浜支店医薬部長などを
経て、08年 執行役員診断事業部事
業部長。13年 常務執行役員ニュ
ートラシューティカルズ事業部、15
年専務執行役員ニュートラシュー
ティカルズ事業部長へ。18年3月より、
現職に就任。

広告は、コストではなく投資。 次の100年につながるロングセラーを生みだしたい

医療関連事業で約30年の経験を経て、
広告宣伝に携わる

……大塚製薬は「医療関連事業」と健康維持・増進をサポートする「ニュートラシューティカルズ関連事業」の両輪で事業を行われています。井上さんは医療関連の部署のご経験が長かったそうですね。

私は文系で経済学部出身でしたので、入社したらポカリスエットなどの営業をするのだらうと思っていたのですが、医薬品の方の配属になり、営業を皮切りにトータルで約30年間、医療関連事業に携わりました。その後、2013年にニュートラシューティカルズ事業部に異動になりました。

ニュートラシューティカルズ(Nutraceuticals)とは、Nutrition(栄養)とPharmaceuticals(医薬品)から作られた言葉で、人々の健康の維持・増進のための製品を開発、提案する事業です。ポカリスエット、カロリーメイト、オロナミンCドリンク、ファイブミニなどが主な製品です。2014年末からは事業全体を見るようになり、宣伝業務にも携わっています。これだけ長く医薬品に関わった後に宣伝を担当するケースは、なかなかないことかもしれません(笑)。

医療用医薬品は医療機関が中心となりますが、ニュートラシューティカルズは一般消費者向けですから、広く「伝える」ことが非常に重要です。異動してきた当初は事業がやや低迷していた時期でもあり、ポカリスエットやカロリーメイトのようなロングセラー商品も、広告のあり方から見直す必要を感じました。また同じ頃に、大学を卒業したばかりの新入社員らと食事をした際に「ポカリスエットってどう思う?」と聞いてみたら、「ダサイ飲料」とあっさり言われてしまい、若者が離れている現実を痛感しました。風邪や体調不良の時は飲むけれど、日常や、スポーツシーンで飲むものとは思われなくなっている……これは

医療用医薬品は医療機関が中心となりますが、ニュートラシューティカルズは一般消費者向けですから、広く「伝える」ことが非常に重要です。異動してきた当初は事業がやや低迷していた時期でもあり、ポカリスエットやカロリーメイトのようなロングセラー商品も、広告のあり方から見直す必要を感じました。また同じ頃に、大学を卒業したばかりの新入社員らと食事をした際に「ポカリスエットってどう思う?」と聞いてみたら、「ダサイ飲料」とあっさり言われてしまい、若者が離れている現実を痛感しました。風邪や体調不良の時は飲むけれど、日常や、スポーツシーンで飲むものとは思われなくなっている……これは

やっぱり変えなきゃいけないと。機能性と世界観という2軸で広告を作り直したいと考えるようになりました。そこで、宣伝に本格的に携わるようになって手がけた最初の広告が、ポカリスエットの『ポカリ、のまなきゃ。』でした。

ロングセラー商品の広告を刷新

……『ポカリ、のまなきゃ。』は、現在もシリーズとして続いていますね。

母と娘というモチーフを使って親が子供を思う気持ちを、体を思いやるコモンフレーズに託すことで、ポカリスエットの機能価値をユーモラスにわかりやすく表現できたと思います。ただ、人によっては強制とも受け取られかねない強めのコピーや、商品名を略していることなどもあり、これまでのやり方とは大きく変わるチャレンジでした。結果としては、商品により親しみを持っていただけて、評判も良かったので安心しました。

『ポカリ、のまなきゃ。』は機能を軸としていますが、もう1つ、世界観を更新するものとして、QUEENの「WE WILL ROCK YOU」をベースに女子高校生が学校を飛び出して街を疾走する潜在能力というフレームでCMを作りました。続いて、生命力を感じさせるポカリスエットという商品との距離を縮めて、さらに身近に感じてもらうために、中高生との親和性が高いダンスを通じて単なるTVのマス広告だけでなく、デジタルの動画サイト、屋外広告など、接点を広げていき、その反応を見ながら立体的にプロモーションを展開してまいりました。体育祭や文化祭で踊りたいので音源を貸してほしいというご要望もこれまでに全国約930の学校からいただいています。この2つのシリーズで広告を一新したことで、商品イメージの抜本的なリフレッシュと、売上面でも大きな成果を出すことができました。

製品開発と同じレベルで広告宣伝を考える

……これらのポカリスエットやカロリーメイトなどの広告は2016年から2年連続で「総合広告電通賞」各賞を受賞されました。

とてもありがたいことです。2016年に初受賞したカロリーメイトの『見せてやれ、底力。』は、34名の美大生が延べ2623時間・6328枚の黒板アートを描いては消し、描いては消していくのを実写で撮影し、膨大な時間と労力をかけて作成したものです。一度消したら再現できない黒板アートに受験という人生における後戻りできない特別な時間を重ねあわせ、切り取る事ができないかと考えました。そして同時に、「見せてやれ、底力。」というコピーは、受験生のみならず弊社の社員に向けたメッセージにもなったと思っています。

弊社はコーポレート広告というものを作っていませんが、ポカリスエットやカロリーメイトなどは商品のブランドであると同時に、会社を表現するものとして捉えています。製薬会社として科学的根拠をもった製品であることにこだわり抜きながら、同時に、広告表現で感情や情緒を付加していくことが大切です。ロングセラーになる商品はベーシックで普遍性があるので、それをどのように時代に合わせて表現し、伝えていくか、というチャレンジです。

医療関連事業を経てニュートラシューティカルズ事業に携わったことで、製品の「研究開発」とそれを伝える「広告宣伝」は、等しく非常に重要であると考えようになりました。広告費はコストではなく、研究開発費と同じ“投資”と考えています。未来のお客様作りのために、同様の重さを持って取り組んでいきたいと考えています。

大塚グループとして、2021年に創業100周年を迎えます。オンリーワンの製品を作るために先入観を打破して創造性を発揮していくことが、会社の風土として受け継がれています。これまでのロングセラーを生み育ててくれた創業家からバトンを受けつぎ、次の100年を目指すために我々が新しいロングセラーを作り出していかなければならない。今ある資産の根源的な価値を大切にしながら、現状を打破し、進化させることを実現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66回全日本広告連盟秋田大会 全国から約1,500名が参加



第66回全日本広告連盟秋田大会（主催：同大会組織委員会、(公社)全日本広告連盟）が、5月16日、秋田市の秋田県民会館で開かれた。大会テーマ『ここからはじまる 確かな鼓動～あつきた！広告新時代～』のもと、一般を含む全国から約1500名が参加。東京広告協会からは259名が参加した。

オープニングでは秋田民謡・民舞に励む子どもたち約30人による秋田草刈唄と秋田音頭が披露された。

船木保美大会実行委員長が開会宣言を行い、式典がスタート。小笠原直樹大会会長が、「秋田は、四季折々の自然と伝統文化、独特の食文化がある日本の原風景的なものが多く残る地。急激に進化する情報通信技術の流れをつかみながら、日本人の心の奥底で鳴る鼓動にも耳を傾け、広告が社会に発信できるメッセージを考える大会にしたい。」と歓迎挨拶を行った。

続いて、大平明全広連理事長が登壇。前日の通常総会の開催報告後、「本大会のキーワードは広告の未来と地域の未来。デジタルの進化によって地域の壁、そして言葉の壁がなくなり、地域と世界が直接結びつくグローバルな社会に変化する中で、地域の発信力は飛躍的に高まっていくだろう。秋田は中国・ロシアを含む環日本海経済圏の中心的な地域になることも期待されている。全広連は、引き続き『広告の元気は、ニッポンの元気。』をスローガンに掲げ、各種事業に取り組んでまいります。」と開会挨拶を行った。来賓の佐竹敬久秋田県知事、石井周悦秋田市副市長がそれぞれ祝辞を述べた。

続いて、「第12回全広連鈴木三郎助地域キャンペーン大賞」が新潟広告協会に贈られ、阿曾晋氏（新潟日報社 読者局次長兼ふれあい事業部長）が謝辞を述べた。「同・地域クリエイティブ大賞」は寛文五年堂に贈られ、佐藤君蔵氏（同社・代表取締役）が謝辞を述べた。優秀賞は



大平明理事長による
大会挨拶

平安閣に贈られた。

パネルディスカッションは『広告の未来、地域の未来』をテーマに、新谷明弘氏（秋田銀行 取締役頭取）、田中孝司氏（KDDI 代表取締役会長）、宮澤弦氏（ヤフー 常務執行役員 メディアカンパニー長）、山本敏博氏（電通 代表取締役社長執行役員）、コーディネーターに田中里沙氏（宣伝会議取締役メディア・情報統括）が登壇した。

昼食をはさみ、「第6回全広連日本宣伝賞」各賞の贈賞式では、松下賞を田中孝司氏（KDDI 代表取締役会長）、正力賞を秋元康氏（作詞家・プロデューサー）、吉田賞を鏡 明氏（ドリル エグゼクティブ・アドバイザー）、山名賞を佐々木宏氏（クリエイティブディレクター）へ贈り、各受賞者が謝辞を述べた。

記念講演を姜尚中氏（東大名誉教授）が『広告が拓く人と人との出会い—地方創生は人から』の演題で行った。

最後に、来年5月の第67回全広連富山大会開催に向けて、同大会組織委員会実行委員長の高木繁雄氏が富山広告協会関係者らと大会への参加を呼びかけ、式典が終了した。

懇親会開始までの時間に、秋田県立美術館にて藤田嗣治の『秋田の行事』などの無料観覧や、国の重要無形文化財にも指定されている竿燈の演技が披露された。

懇親会は秋田キャッスルホテルで開かれ、秋田各地の伝統芸能による歓迎が行われ、なまはげも登場。参加者は秋田の美酒・美食を堪能し、懇親を深めた。

翌日は見学会と懇親ゴルフ会を実施。秋田の豊かな自然や民俗芸能、特産品である発酵食品の工場見学などを楽しんだ。懇親ゴルフ会は、県を代表する秋田カントリー倶楽部、秋田椿台カントリークラブにおいて行われた。

【大学生意識調査プロジェクト (FUTURE2018)】 テーマは「大学生の『集団と個』に関する意識調査 (仮)」

平成30年度(第24回)大学生意識調査プロジェクト(FUTURE2018)のキックオフミーティングが4月16日、電通銀座ビル8階会議室で開かれ、大学生48名が出席した。

プロジェクトへの参加は、下記5大学。

- 青山学院大学経営学部・芳賀康浩教授ゼミ
- 駒澤大学経営学部・中野香織准教授ゼミ
- 上智大学経済学部・杉谷陽子准教授ゼミ
- 専修大学経営学部・石崎徹教授ゼミ
- 千葉商科大学サービス創造学部・松本大吾准教授ゼミ

アドバイザーは、石寺修三氏、古賀 晋氏、井上雄二氏、小池健人氏(博報堂)および野中祐輔氏(電通)がつとめる。

調査テーマは、「大学生の『集団と個』に

関する意識調査(仮)」。SNSでの複数アカウントの使い分けや、大学生・バイト・サークルなどでの“キャラ”の違いなど、現代ならではの価値観について今後さらにテーマ設定を深めたうえで7月に実査、9月に博報堂・軽井沢クラブで調査結果の分析合宿、11月末頃に調査報告書の発行・プレス発表の予定。



キックオフミーティングの様子

【大学生広告制作講座】 第一三共ヘルスケア「ペラックT錠」が課題

平成30年度(第28回)大学生広告制作講座のオリエンテーションが5月29日、電通銀座ビル8階会議室で開かれ、大学生72名が参加した。

同講座は首都圏大学の広告研究会連絡組織であるMARKS(マークス)、東京学生広告研究団体連盟(東広連)を対象に毎年開催している。

今年のテーマは、喉の治療薬である「第一三共ヘルスケア/ペラックT錠」。高田豊造氏(広報委員、博報堂)の司会のもと、はじめに田中巖夫氏(第一三共ヘルスケア)がオリエンテーションを行なった。田中氏は「ペラックT錠は、SNS等で話題になり売り上げは好

調だが、認知率の低さが課題。20代の若者をターゲットに認知向上を目指し、喉が痛い時にはペラックT錠がさっと思い浮かぶような広告を制作してほしい。」と語った。

続いて、制作指導にあたる高田氏、長島 慎氏、石下佳奈子氏、橋本 暦氏(博報堂)、嵐田 光氏(博報堂DYメディアパートナーズ)、中村彩子氏(TBWA\HAKUHODO)が広告制作に関するレクチャーを行い、質疑応答後に閉会となった。

学生はオリエンテーションを受けて広告制作をスタートし、6月14日、22日の2日間、クリエイター陣から個別指導を受けた。作品発表会は7月4日に実施する(次号で掲載予定)。



田中氏によるオリエンテーション



個別指導風景

【第1回 特別講演会】『テクノロジーにより拡張する人間：ヒューマンオーグメンテーションの未来』 暦本純一氏招き開催

平成30年度第1回特別講演会が、6月20日、日比谷コンベンションホールで開かれた。

『テクノロジーにより拡張する人間：ヒューマンオーグメンテーションの未来』を演題に、講師：暦本純一氏（東京大学大学院情報学環教授（理学博士））、インタビュアー：日塔 史氏（電通ライブ 第1クリエイティブルームチーフ・プランナー、電通 BD&A局新領域開発部主任研究員）を招き、会員社・一般から約135名が参加した。

従来『IoT』とは、あらゆる物がネットワークに接続される「ユビキタス・コンピューティング」とイメージされていたが、暦本氏は、『カーン・テクノロジー＝日々の生活と区別がつかなくなるまでに編み込まれた、深く、静かな技術』を研究していると解説。例えば“液晶の窓ガラス”は、より多くの情報を出すのではなく、日差しや人の視線を適切に遮るなど、人間の普遍的な欲求を満たし、生活の満足度を高めることができるはずと語った。

そして『IoT』からさらに進めた、『Internet of Abilities = 能力のインターネット化』として、「身体」「知覚」「認知」「存在」の拡張についての研究を多数紹介。代理人がマスクを



暦本純一氏

被って歩いて情報を送り、指示や応答は別の場所にいる主人が行う「カメレオン・マスク」等が示された。これらは、拡張により性能や効果が向上するEfficiency（効能性）の追求よりも、充足感が向上するEfficacy（効能感）の実現、ひいては人間の自己実現をサポートするために研究していきたいと語った。

インタビュー・質疑応答では、研究分野における日本の強みや、テクノロジーの進化による新たな人間心理の発見、時間の超越の難しさなど多数のトピックが話され、受講者は熱心に聴講していた。

【「広告未来塾」第2期】 電通・元井康夫氏を塾長に迎え、12月まで全6講で開講

昨年よりスタートした事業、「広告未来塾」の第2期を、元井康夫氏（電通顧問 彫刻家）を塾長に迎え、7月より開講する。

若手・中堅層を対象とし、激変する広告界において、今後の広告コミュニケーション領

域でイノベーションを創造し、可能性を広げていくことを学び、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す。（申込・抽選はすでに終了。講義の様子は追って掲載予定。）

全体テーマ『未来の広告のエコシステム』～広告はこれからの社会でどう働くか～

各回テーマ・講師

- 第1講 7/18 「未来の広告のエコシステム」元井 康夫（電通）
- 第2講 8/29 「インサイト、現代の人間観について」岡本 裕一郎（哲学・倫理学者）
- 第3講 9/18 「プランニング、自由なアイデアについて」樋口 景一（電通）
- 第4講 10/24 「ワード、最も基本的なプラットフォームとしての言葉について」伊藤 公一（電通）
- 第5講 11/14 「コミュニケーション、PR視点でコミュニケーションを設計する」嶋 浩一郎（博報堂ケトル）
- 第6講 12/11 「エグゼキューション、未踏領域へ踏み出そう」朴 正義（バスキュール）

株式会社 グレイブ

心に響くコンテンツをユーザーにお届けするMAU約800万人のWEBメディア



WEBメディア grape を運営する(株)グレイブは2016年2月に、フジ・メディア・ホールディングス・ニッポン放送のグループ傘下になりました。Facebook等のSNSを中心に、ニュースキュレーションメディアや検索流入などを通じてユーザーの心に響く優しいコンテンツを日々お届けしています。月間のページビューは5000万前後で、定期購読者とも言えるFacebookのファンは85万人超（2018年5月末時点）、主なユーザーは20代～40代で、女性ユーザーの比率が高くなっています。スマホでの閲覧が93%というのが特徴的で、家事の合間や移動時間中に楽しめるコンテンツが中心です。グレイブ社内の編集部で、毎日20～30程度の記事を執筆・掲載しています。グループ入り以降は、ニッポン放送をはじめとしたグループ各メディアのコンテンツも多

数配信しています。

サービスローンチ以来、自主編集と拡散力が強みのgrape



は、ネイティブアドや動画広告等が主力のメディアビジネスを行っています。また、国内向けのgrapeのみならず、インバウンドマーケット向けの英語版grape japanも運営しています。こちらは、訪日意向・親日志向の高い英語圏の外国人に、英国、米国出身者による編集部が日本の魅力を切り口にした記事を配信しています。

まだまだ新しいメディアで成長途上ですが、皆様のご指導、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

株式会社 サイバー・コミュニケーションズ

デジタル広告市場の健全な成長・発展のパートナーとして



(株)サイバー・コミュニケーションズ (CCI) は、インターネット広告誕生の1996年に設立以来、電通グループのデジタル広告関連事業者として、デジタルマーケティング全般のサービスを展開しています。インターネット広告業界とともに成長を続け、現在は国内主要の500社以上の広告会社及び1,500以上のメディアとの取引を行っております。

「The Media Growth Partner」を経営ビジョンに掲げ、優良なメディア・コンテンツを支えるパートナーとして、情報発信の源であるメディアの健全な発展と、多様なコミュニケーションの発達により豊かな情報社会を創造する一翼となることを目指して事業を展開して参りました。

昨今、日本を含め世界中のデジタル広告市場において、アドフraud・ブランドセーフティ・ビューアビリティ等の課題が注目を浴びつつあ

る中、当社はそれらの課題解決に向けた、信頼性の高い計測手法や技術の確立にも日々取り組んでおり



ます。2018年には、当社が提供する広告配信プラットフォーム「BEYOND X」が国際的なデジタル広告業界団体であるIAB (Interactive Advertising Bureau) の「IAB Tech Lab Measurement Compliance Program」の認定を世界で初取得しました。これはデジタル広告の効果計測について世界基準への適合を監査するもので、国際的なデジタルマーケティング基準に対応していることを証明しています。

引き続き当社は様々な活動を通じて、デジタル広告市場の健全な発展の為に取り組んでまいります。今後とも、よろしくお願いいたします。

株式会社 電通デジタル

グループ力を活かした統合ソリューションでビジネスの成功に貢献する

DENTSU
DIGITAL

電通デジタルは、2016年7月に電通グループのデジタルマーケティング専門会社として設立しました。デジタル領域における成長戦略を加速させるため、電通グループのデジタル領域のグループ会社2社と電通本社のデジタルマーケティング専門部隊が統合して誕生しました。

デジタルマーケティングに関する各種「コンサルティング」「開発・実装」「運用・実行支援」の機能を持ち、顧客企業のビジネスおよびマーケティング構造のデジタルを変革する「デジタルトランスフォーメーション」支援、見込み客の発見と顧客獲得からCRMまでの「カスタマージャーニー（顧客の行動プロセスを可視化）」における統合ソリューションの提供、そしてそれらを支えるプラットフォームの構築支援を行っています。

様々な才能や専門性・個性を持った各領域の専門家が、電通をはじめ電通グ



ループとの円滑な連携により顧客企業のビジネスの成功に貢献します。また2017年9月には、電通グループのマーケティング手法を結集・高度化し「人」を基点とした統合プラットフォーム「People Driven Marketing」を電通と共同開発しました。認知から（再）購買に至るフルファネル全てをマネジメントし、ROI視点で人の動きをデザインします。そして結果をPDCAで回し続け成果の最大化を目指す、次世代型のマーケティングを支援します。

ヤフー株式会社

マルチビッグデータの総量と活用でNo.1を目指して

YAHOO!
JAPAN

ヤフー株式会社は、日本最大級のポータルサイト Yahoo! JAPAN の運営のほか、広告事業、イーコマース事業、メディア事業、会員サービス事業などを展開しております。1996年の設立当初より、安全で便利なインターネットサービスを利用者に提供することを主眼に事業を運営してきました。今後も情報技術で人々や社会の課題を解決する「課題解決エンジン」であり続けるという基本理念のもと、インターネットの利便性、公共性、社会性、将来性を認識して、利用者の求めるサービスを提供し続けていきます。

当社の強みは、国内インターネット市場において最大規模の利用者数を有することです。多数の利用者の皆さまに100を超えるサービスを回遊していただくことが、メディアパワーの強化やeコマース取扱高の拡大に

寄与しています。特にeコマースサービスでは、圧倒的な市場シェアを誇るオークション事業に続いて、ショッピング事業においても国内最大の取扱高を達成するために、積極的なサービス改善と販売促進活動を展開しています。



今後は、こうした利用者数や提供サービス、収益力を基盤に、マルチビッグデータの総量と活用でも圧倒的なNo.1になることを目指します。また、このマルチビッグデータの活用により、さらなる利用者数と利用時間の拡大、サービスの品質向上と差別化、収益力の強化を実現していきます。



平成30年度実践広告スキルアップセミナー開催

7月10日(火)、17日(火)、24日(火)

生活者を取り巻くメディア環境のデジタルシフトが進む中、『デジタルトランスフォーメーションの今』をテーマに、クリエイティブ、メディアビジネス、データ・マーケティング

の各領域で活躍する講師陣が登壇します。

広告界の最前線の動きを知り、ビジネスのヒントをつかむ場としてぜひ貴社内で周知いただき、ふるってご参加ください！

全体テーマ『デジタルトランスフォーメーションの今』

第1週 7月10日(火) 「デジタルトランスフォーメーション×クリエイティブ」

【解題】電通 菅野薫氏

【講演1】電通 尾上永晃氏

【講演2】Qosmo 徳井直生氏 【3氏によるトークセッション】

第2週 7月17日(火) 「デジタルトランスフォーメーション×メディアビジネス」

【講演1】HARoiD 安藤聖泰氏 【講演2】講談社 長崎亘宏氏

【講演3】ニッポン放送 檜原麻希氏 【講演4】西日本新聞社 吉村康祐氏

第3週 7月24日(火) 「デジタルトランスフォーメーション×データ・マーケティング」

【解題】Handy Marketing 柴田貞規氏 【講演1】中川政七商店 緒方恵氏

【講演2】リノシス 神谷勇樹氏 【3氏によるトークセッション】

開催日時 7月10日(火)、17日(火)、24日(火) 各日とも13:45～16:45を予定

会場 千代田区立日比谷図書文化館B1 日比谷コンベンションホール(大ホール)

受講費 会員社 3日通し10,000円 1日通し4,000円

一般 1日通し5,000円 学生 1日通し3,000円 ※1講座のみの受講料はナン

申込・詳細は東京広告協会ホームページより

ク ロ ス ロ ード

C R O S S R O A D

ク ロ ス ロ ード

4月度・6月度 理事会・委員会等開催報告

9月度 理事会・委員会スケジュール

4月度

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) 定例理事会

6月度

6月6日(水) 広報委員会

6月7日(木) 法務政策委員会

6月8日(金) 業務委員会

6月14日(木) 総務委員会

6月19日(火) 臨時総会

定例理事会

9月度

9月7日(金) 法務政策委員会

9月12日(水) 広報委員会

9月18日(火) 業務委員会

9月20日(木) 総務委員会

10月2日(火) 臨時総会

定例理事会

新理事(敬称略、順不同)

6月19日開催の臨時総会において、理事2名の選任が異議なく承認されました。

土屋洋介 (株)ツムラ 理事コーポレート・コミュニケーション室長

平田喜裕 (株)日本経済新聞社 常務取締役クロスメディア営業／文化事業／特別企画／イベント事業統括