



東京広告協会報

112
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



(株)博報堂DYメディアパートナーズ
執行役員
メディアビジネス統括センター長
公益社団法人 東京広告協会会員

山田 寛さん

1964年、新潟県新津市に生まれる。早稲田大学卒業後、89年株式会社博報堂に入社。営業を12年経験後、04年メディア・コンテンツビジネス推進局などを経て、18年4月、現職に就任。「日本一になる」ことに強烈な情熱を持って、アメフト色の大学生活を送った。

縦横無尽に、人と人、 才能と才能をつなぎあわせていきたい

広告業界に入り、憧れの人との出会いを果たす

……大学生の頃から、就職は広告系を志望されていたそうですね。

私が大学生だった80年代は、仲畑貴志さんや糸井重里さん、川崎徹さんなど、コピーライターやCMディレクターの方々が華々しく活躍されていました。大学では体育会のアメリカンフットボール部でエネルギーを燃やしつつ、自分でコピーを書き貯めたノートを作っていて、アメフト部の新人勧誘ポスターのキャッチコピーも僕が考えました。「日本男児はアメリカン～現代の若武者は鎧兜をプロテクターに代えた」というものでした。

……89年の入社以降、最初の12年間は営業部でお仕事されました。

さまざまな経験がありますが、まず忘れられないのは、91年にデザイナーの高橋稔さんと出会ったことです。広告の世界を目指そうと思ったきっかけは、大学時代に見た英国車ジャガーの広告でした。そこには「Mr.J、僕

が君に最初に出会ったのは17歳で読んだサリンジャーの小説だったね」というコピーががついていました。車のジャガーをMr.Jと擬人化し、洒落たコピーと洗練されたデザインで作り上げられた世界はとても魅力的で、ジャガーのブランド価値を確立した表現でした。それが高橋稔という方の仕事だとわかり、将来、一緒に仕事をしてみたいと思ったのです。

後に私が自動車メーカーさんの仕事を担当した時に、憧れの高橋さんと一緒にすることができました。高橋さんからは、広告クリエイティブにとって大切なことをたくさん教えていただきました。ブランドの大切さ、ブランドを育てていくことの難しさ、時間のかけ方などを徹底的に叩き込まれました。今でも深く感謝しています。

熱意が通じたプレゼン

……営業部時代の印象深いお仕事はどのようなものでしょうか。

家庭用ゲーム機の広告です。当時、私が担

当したゲーム機は競合との激しい覇権争いをしていました。市場を調べると、競合ゲーム機に比べて男性ユーザーが7割と多く、ゲームCDの保有率はゲーム機1台あたり、競合の3.9枚に対して9.9枚。ゲーム好きの男性層に強く支持されていることがわかりました。

ファンにさらに支持され、なおかつ世の中に新しい流れを作りたい、ということで“ゲーム好きはおたく”というネガティブイメージを“ゲームをやっている男はカッコいい”というポジティブイメージに変えるべく、イメージキャラクターを打ち立て、それを俳優の藤岡弘さんをお願いすることにしました。「愛、勇気、正義」を信条とする藤岡さんは“ゲーム道”を邁進する正義の味方にぴったりのキャラクターでした。博報堂では、営業職はプロデューサーであるべしという心構えがあり、この企画もイニシアチブをとって進められるように努力しました。藤岡さんとの交渉も、クリエイターと私の2人で行きました。

藤岡さんに「ゲームが大好きなユーザーに俺たちの気持ちをわかってくれていると感じてもらうためには“たかがゲームだが死ぬ気でやれ!”と発破をかけてくれる正義の味方が必要です。その正義の味方は藤岡弘をおいて他にはいません」とプレゼンしました。数日後、ご本人から「お引き受けします」との連絡をいただきました。さらにその時、「CFの制作コンテでは人物の顔まで描かれていないことが多い。それはおそらく複数の役者に交渉するからだろうと自分は思っていた。でも今回は最初から自分の顔が描かれたコンテでプレゼンしてもらい、皆さんの想いは本物だと感じた」ということをおっしゃっていただきました。こうしてこのCMが世に出て、CM好感度で2位をいただくなど、多くの方に愛されるキャラクターになりました。

大事なのは「人の心をどうやって動かすのか」ということ

……現在のメディアビジネス統括センター長としてのお仕事、今後の目標などをお聞かせ

ください。

私自身は2001年からメディア部門の仕事に就いていますが、メディアビジネス統括センターは、広い意味でメディアビジネスの可能性を掘り起こしていくことが使命です。テレビやラジオ、新聞、雑誌などのメディアと向き合う組織と、データ分析を企画立案などに結びつけたり、クリエイティブをテクノロジーの力で新しく変えていくため、多彩な人材がそろっている各部署を縦横無尽に使うプロデュースしながら、得意先の課題を解決していくことがミッションだと考えています。

実はそれは、自分が営業時代にやっていたことにも通じると思っています。センター長になって、ある意味においては考え方が営業時代に戻ったような感じがしています。ただし、今はデジタル・SNSという情報の伝わり方が劇的に早いツールが増えているので、それらを最大限に活用しながらどのように新しいサービスを展開していくかを、ヒューマンリソースを活用しながら考えていくことが大切です。

とはいえ、昔も今も根底にあるのは“人の心を動かすためにどのようなプランニングをするか”ということ。これは時代が変わっても不変だと思っています。その部分を忘れずに、今後はテレビ業界の方とプラットフォーム、つまりデジタル業界の方をつなぐようなことをしていきながら、新しい商品を開発していきたいと思っています。

人をつなぐということが広告会社の一つの使命だと思っていますし、そこでインスパイアされて、何か新しいものができるのではないかと期待もあります。

私自身が昔からモットーにしている「情熱をもって臨めばきっと活路が見出せる」という思いを常に忘れずに、一人ひとりがお互いへの信頼でつながっている組織になることを目標として、今後もセンター一丸となって突き進んでいきたいと思っています。

(インタビュー・文 牧野容子)

【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

7月4日、電通銀座ビル8階会議室で平成30年度（第28回）大学生広告制作講座の作品発表会を開催した。

今年の課題は、第一三共ヘルスケア「ペラックT錠」(のどの内服薬)。先に行われたオリエンテーションでは、田中靖人氏（第一三共ヘルスケア(株)マーケティング部広告宣伝グループ）から、「ペラックT錠は、製品力のおかげで売上は好調だが、積極的な広告活動を行っていないので認知度が低いのが悩み。風邪をひいたときだけではなく、生活の中の幅広いシーンで起こりうる、のどのはれ・痛みを抑える薬であることを、若い人に向けて伝える広告を考えてほしい。」と説明があった。

6月14、22日に行われた個別指導では、クリエイター陣からラフ案に対して熱心な指導を受けた。

作品発表会では、嵐田光氏（博報堂）の司会進行のもと、大学生71名が自身の作品をプレゼンテーションした。

発表後、田中靖人氏と田中巖夫氏（第一三共ヘルスケア(株)、制作指導を行ってきた博報堂のクリエイター長島慎氏、嵐田氏、藤嶋童夢氏、中村彩子氏、橋本暦氏が別室で審査を行った。また、学生の人気投票で決定する学生賞を選出した。

審査の結果、全71作品の中から最優秀賞・学生賞に、TV-CM「改善要求」柳和輝さん（日本大学1年）、優秀賞（2位）にグラフィック広告「晴れの日」大坪奈央さん（東洋大学1年）、優秀賞（3位）にグラフィック広告「のど気持ち」清水こずえさん（明治学院大学1年）らが出選された。

表彰式では、各賞の贈賞と図書券、ノベルティグッズなどの副賞が贈呈され、講評が述べられた。高田豊造広報委員、石下佳奈子氏は当日欠席のため、メッセージを嵐田氏が代読した。閉会後も講師に質問するなど、熱気に満ちた会となった。



指導風景



発表風景

第28回（平成30年度）大学生広告制作講座 入賞作品

最優秀賞・学生賞 TV-CM「改善要求」 柳 和輝（日本大学1年）



女：なんかこいつ顔悪くない？（笑）



真実の口（仮名）職業：観光業

真実：なに人の口に手突っ込んでくれてんだよ。ずっと口開けばなしだし、そりゃ喉も痛くなるわ。ゲホッ ゲホッ。ブラックだよ。完全にブラック。こっちが喋れないのいいことにさ。業務改善命令でないかなあ。ゲホッ ゲホッ。あー、こんな状態...



真実：もう嫌だあああああああ。

苦しみから逃げる道は、ある。



NA：喉の痛みにペラックT錠



優秀賞(2位)

グラフィック広告「晴れの日」
大坪奈央 (東洋大学1年)



優秀賞(3位)

グラフィック広告「のどの気持ち」
清水こずえ (明治学院大学1年)



【実践広告スキルアップセミナー】 デジタルトランスフォーメーションをテーマに開催

平成30年度実践広告スキルアップセミナーを7月10日、17日、24日、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）で開催した。

総合テーマを「デジタルトランスフォーメーションの今」とし、会員・一般から、3日間でのべ約360人が参加。各界の第一線で活躍している講師陣の話を、来場者は熱心に聴講していた。



■ 第1週：デジタルトランスフォーメーション×クリエイティブ

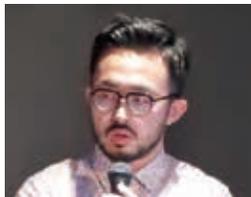
■ (株)電通 菅野薫氏

「デジタルテクノロジーで
広告の表現にどう新しさをもた
らすかの挑戦」



■ (株)電通 尾上永晃氏

「デジタル広告の変遷から
見る人間の欲望」



■ (株)Qosmo 徳井直生氏

「AI×クリエイティブ-人工
知能と面白くつきあうた
めのヒント」



【受講者アンケートより】

- ・「広告主の持っている技術を生かす」ことは、どの顧客に対しても共通して提案できる（広告の内容に反映させられる）と思った。最先端の技術を知ることができて面白かった。
- ・すでに存在する“枯れた”テクノロジーでも、見方や考え方を変えるだけで、別の課題の解決手段になりうる。違う角度から物事を考えることが大事だと思った。
- ・みんな思ってるけれど言えない、そのインサイトをつく方法やタイミングがデジタル広告におけるポイントだと理解できた。非常に話が興味深かった。
- ・「AI vs 人」というイメージが強かったが、「AI with 人」で、AIには最適解を求めずに考え方の幅をくれるパートナーということが理解できた。

■ 第2週：デジタルトランスフォーメーション×メディアビジネス

■ (株)HAROiD

安藤聖泰氏

「テレビのトランスフォーム・新しい価値を生み出す試み」

■ (株)講談社

長崎亘宏氏

「出版社IPをフル活用したコミュニケーションデザインとは」

■ (株)ニッポン放送

檜原麻希氏

「AI時代がもたらす“オーディオ・ブランディング”とラジオ新時代」

■ (株)西日本新聞社

吉村康祐氏

「西日本新聞のデジタル戦略」



【受講者アンケートより】

- ・「テレビ→デジタル」ではなく、「テレビ×デジタル」という指摘に気づきを得た。
- ・デジタルの力で実現できることは増えたが、最も重要なのは、元になるコンテンツ作りにある、ということを再確認した。
- ・地方紙ならではの歴史や記者の取材力を活かしたコンテンツ制作と信頼性を担保することを基本として、デジタル分野へ展開を広めていく取り組みは、新聞社系の生き方の大きなヒントだと思った。
- ・地方新聞社の取り組みが見られて興味深かった。ローカルの力をどのように生かしていくかの参考になった。

■ 第3週：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

■ (株)Handy Marketing

柴田貞規氏

「ミドルマネジメントの方の“デジタル&データマーケティングの全体像”のつかみ方」

■ (株)中川政七商店

緒方恵氏

「創業300年の老舗企業が『デジタル化』に積極投資する理由について」

■ (株)リノシス

神谷勇樹氏

「成功するデジタルトランスフォーメーションの発想方法とケーススタディ」



【受講者アンケートより】

- ・レジュメも分かりやすく、初心者にもデジタルマーケティングの構造の大枠が理解でき、とてもありがたかった。
- ・「違う感性やアイデアを無下にしない」、「デジタルへの投資はただの言葉、手段に過ぎない」という言葉が印象的だった。軽快なトークが非常に面白く、伝達すべき事項のポイントも絞られていたので、とても聞きやすかった。
- ・本質的な話と切り口で、とても刺激になった。経営視点の組織論がデジタルと掛け合わさっていて、とても分かりやすくなった。
- ・データ分析が売り上げに直結していると勉強できた。データ分析によって新しいアイデアが着想されることにも改めて気付かされた。

**【第2回特別講演会】「5Gで変わる未来社会・オリンピックとその後」開催 10月9日(火)**

平成30年度「第2回特別講演会」では、渡辺克也氏（総務省総務審議官）をお招きし、2020年の実用化が目前となっている次世代「5G」の導入によって、人々の暮らしやコミュニケーションにどのような変化がもたらされるのかについて、お話しいただきます。

本講演は、既に定員に達し、申込を締め切りました。多数のご応募、誠にありがとうございました。

演題 「5Gで変わる未来社会・オリンピックとその後」

講師 渡辺克也氏（総務省総務審議官）

日時 平成30年10月9日(火)

15:00～16:20（14:30開場）

会場 第一ホテル東京5F「ラ・ローズ」

参加費 会員無料、会員社非会員2,000円

一般3,000円、学生1,000円

【秋のアドフォーラム】「市場創造への新たな挑戦」をテーマに開催 11月12日(月)

平成30年度「秋のアドフォーラム」では、幅広い業種から、新市場を創造すべく取り組まれている広告主3名をお招きし、最前線の事例をお話しいただきます。

第一部では、マーケティング戦略を具体例を交えて紹介し、第二部のパネルディスカッションでは、それぞれが抱える課題や取組について、トークセッションを行います。この貴重な機会をお見逃しなく！

テーマ 「市場創造への新たな挑戦」（仮）

日時 平成30年11月12日(月)

13:00～16:30（12:30開場）

会場 コートヤード・マリOTT銀座東武ホテル2F「桜」

定員 180名

締切 11月9日(金) ※定員になり次第締切

参加費 会員社6,000円、一般8,000円、学生1,000円

スピーカー _____（順不同）

【柳田洋顕氏^{ひろあき}】ライオン(株)ヘルス&ホームケア事業本部オーラルケア事業部ブランドマネージャー

【水島剛氏】Indeed Japan(株)マーケティングディレクター

※もう御一方調整中

モデレーター _____

【田中洋氏】中央大学ビジネススクール教授

ク ロ ス ロ ード

C R O S S R O A D

ク ロ ス ロ ード

第91回定時総会（平成31年度）開催日時・場所が決定

6月19日に開催された第33回定例理事会において、第91回定時総会(平成31年度)開催日時・場所が決定された。

日時：平成31年2月22日(金) 午後3時30分から
場所：東京會館7階（千代田区丸の内3-2）

今年度の広告課税問題への対応について

全広連はじめ「広告・報道関係8団体」は、毎年広告課税に反対する活動の必要性を検討している。本年は8月に8団体が連携をとり情報を収集したところ、広告課税に向けた動きが出ていないことが確認されたため、情勢を静観しつつ変化が生じた際には8団体で直ちに対応することになった。

9月度 理事会・委員会等開催報告

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

11月度 理事会・委員会スケジュール

11月19日(月) 広報委員会
11月26日(月) 法務政策委員会
11月27日(火) 業務委員会
12月3日(月) 総務委員会
12月6日(木) 「東京広告協会 白川 忍賞」選考委員会
定例理事会

新入会員社（敬称略）

(株)PTP 代表取締役社長 有吉昌康、取締役CFO 武本柄徳