

## INTERVIEW

TAAサロン

あの人にきく



株式会社 東京放送ホールディングス 常務取締役  
株式会社 TBSテレビ 常務取締役

## 菅井 龍夫さん

1959年生まれ。慶応義塾大学法学部卒業後、83年、株東京放送に入社。報道局取材部、ニューヨーク支局を経て、90年、報道総局報道局報道センターに配属。94年、テレビ編成局編成課に。2000年12月、株JDC(現BS-TBS)編成部長。18年6月より現任。大学時代は体育会テニス部で活躍。オフの日には半分仕事も兼ねて、足しげく劇場へ足を運んでいる。

# 東京 広告 協会報

2018  
VOL.  
113

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  
E-mail info@tokyo-ad.or.jp

<http://www.tokyo-ad.or.jp>

## 広い分野での文化創造企業を目指す

### 世界を見たくて憧れのテレビ局に入社

……菅井さんがTBSテレビを志望された理由はどのようなものだったのですか？

父親が仕事で長くドイツにおり、子供の頃から休みになるとよく父のところに行っていました。成長してもっと色々な場所に行ってみたくて、海外を舞台にできる仕事に就きたいと思うようになりました。テレビならば世界に向けた窓が開いているのではないかと、中でもTBSは、古くは兼高かおるさんの世界の旅番組もあり、学生時代の70年代後半～80年代にナンバーワンステーションとして先頭を走っていて、とても魅力的な放送局だなと感じていました。

……最初は報道を希望されていたのですか？

はい。希望通り報道局取材部に配属され、最初はニュースのカメラマン、3年目からはニューヨーク支局で特派員をしました。当時はまだ衛星回線もその都度ブッキングするような時代だったので、今のように生中

継でどんどんニュースを伝えるようなことはなく、わりと平和なものだったと思います。日本はバブルに向かう頃でアメリカ景気は不振の時代。87年10月にブラックマンデー(ニューヨーク証券取引所を発端とした史上最大規模の株の大暴落)があり、89年には三菱地所がロックフェラーセンターを買収。海外資産を買い漁るジャパンマネーが批判的になっていました。

90年に帰国して報道センター配属となり、その後、編成とBS(現BS-TBS)の立ち上げなどに携わりました。前線で何かを作るといよりは、裏方に回る仕事になったわけですが、報道機関としての土台になる部分を、早い時期に学ばせてもらうことができ、とても良かったと思っています。

### 体感型劇場システム

#### 「ステージアROUND東京」をプロデュース

……TBSテレビは2017年3月に豊洲にオープンしたアジア初の“没入型”エンターテインメント施設「IH1 ステージアROUND東京」をプロデュースされています。これは菅井さんのご担当ですね。

ステージアROUNDは、1300人以上の観客を乗せて360度回転する、客席を円形に配置した施設です。客席の周囲を舞台と巨大スクリーンがぐるりと取り囲む壮大な劇場システムで、芝居の進行に合わせて座席全体が回転するという、他では味わえない新しいエンターテインメント体験をご提供します。もともとはオランダで生まれたもので、ブロードウェイの専門家の方から紹介されたのが始まりでした。担当者が視察したところ、大変面白そうだからどうしても日本に導入したいというのです。それで決めました。

オープンから1年3ヵ月の間、劇団☆新感線の『髑髏城の7人』をシーズン1から5まで上演し、来場数は55万人。チケットは完売し、着席率は99.9%です。座席の仕組み上、立ち見はできないので100%は超えられないので、信じられない大盛況ぶりです。これもひとえに劇団☆新感線と演出のいのうえひでのりさんのおかげです。彼らの作り出す舞台と劇場の仕組みがぴったりとはまった、理想的な形だったと思っています。

また、本劇場には日本ならではの良さもあります。7年前にオープンしたオランダよりもシステムが一代代新しくなっているので、改良点も多くあり、さらにもともとの躯体はオランダから運んで日本で溶接したのですが、日本には溶接のスペシャリストがいて、とても緻密な組み立てができたのです。座席の回転が格段にスムーズになっており、日本の高いものづくり技術を生かしたクオリティを実現することができた。それもありがたなことだと思っています。



## さまざまなメディアを複合的に生かす

……加えて、ライブハウスの「マイナビBLITZ赤坂」や「TBS赤坂ACTシアター」など、TBSは劇場ビジネスに積極的に取り組んでいらっしゃいますね。

ライブエンターテインメントは私どもにとって、重要なビジネスの柱の一つです。赤坂は交通の便が良いこともあり、どちらも非常に良い効果をあげています。また、都心に宿泊して帰りの交通の心配がない海外からのお客様にとっては、実は東京は健全

なナイトエンターテインメントが少ないというのも事実です。今よりもう一段階遅い時間帯、たとえば夜9時スタートのプログラムも成り立ち得ると思っています。パリの「ムーランルージュ」は深夜に2ステージくらいやっていますし、東京でも十分マーケットは考えられると思います。

……今後の展望をお聞かせください。

テレビ放送が中核であり主軸であることは不動として、さまざまなエンターテインメントを始め、私たちが提供できる“安心して安全なプログラム”を軸にしながら、広い分野での文化創造企業のような姿に変わっていかれたと思っています。テレビで培ってきたノウハウがあり、舞台やステージがあり、ラジオ、BS、パラビ（動画配信サービス）があって、さらに様々なジャンルでトライしたいと思っています。例えば、テレビドラマの制作チームがそのドラマを同じチームで舞台向けに新しく制作することもしており、多様なメディアを持っている強みを複合的に生かした事業を展開させていけるのではないかと考えています。

また最近、社内で「eスポーツ研究所」を立ち上げました。eスポーツはエレクトロニック・スポーツの略称で、コンピューターゲームやビデオゲームを使ったスポーツ競技のことです。海外では10億円規模の大会が開催されたりしていて、この数ヵ月、視察と勉強を兼ねてスタッフに世界中の試合を見に行ってもらっています。まずは世界の事例を学んでいる段階ですが、将来的に仕掛けをきちんとビジネスモデルとして成長させられれば、何らかの挑戦を試みたいと思っています。

現在我々が擁している多様なメディアは、僕たちの先輩の代が生み育ててくれたものです。我々の代は、次の世代にむけてそれを継承し、新たな可能性の種も植えていきたい。そういった気持ちで、これからもチャレンジ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2回特別講演会】「5G」をテーマに総務省 渡辺克也氏招き開催

平成30年度第2回特別講演会が、10月9日、「5Gで変わる未来社会・オリンピックとその後」を演題に、渡辺克也氏（総務省総務審議官）を招き、第一ホテル東京5F「ラ・ロース」にて開かれた。会員社、一般から約200名が参加した。

渡辺氏は、5Gの特徴である「多数同時接続」と「超低遅延」をもとに、産業構造が大きく変化していくと指摘。2025年までに世界を変えると目されている12の破壊的技術のうち、6つがワイヤレスをはじめとするICTの活用がキーになっており、どのような企業と協業して新たなビジネスモデルを組み立てていけるか、日本企業の真価が問われると解説した。次いで、5G導入による変化の具体例として、医療、

農林水産・建設、日常生活などの分野における予想図を提示。世界各国および国内携帯電話キャリアなどの取り組み状況を紹介した。

広告界に向けた提言として、これまで新たな移動通信システムが導入されてきた歴史において、事前の想定用途と普及後の実用途にかい離が発生してきており、今後、広告界が持つ生活者のニーズをくみ取る力を、新たなサービス開発・実現の場で発揮してほしいと語った。

質疑も行われ、来場者らは熱心に講演に聴き入っていた。



渡辺 克也氏

## 【大学生意識調査2018】大学生の「人間関係とキャラクター」調査結果発表

東京広告協会が指導している大学生意識調査プロジェクト(FUTURE2018)のプレス発表会が、11月30日に電通銀座ビル8階会議室で行われた。調査テーマ「大学生1,000人にきいた『大学生の人間関係とキャラクター』に関する意識調査」について、同プロジェクトに参加した学生自ら発表を行った。

これは首都圏5大学（青山学院、駒澤、上智、専修、千葉商科）のマーケティング関係のゼミ生で構成される同プロジェクトが、首都圏の大学に在籍する1～4年1,000人の男女を対象に調査を実施したもの。

昨今、“キャラ”という言葉を目にするが増えてきたが、その使われ方は“いじられキャラ”“真面目キャラ”のように、本来の意味である「性格」よりも、所属する集団の中での「役割」に近いように思われ、しかも、SNSの普及などで人間関係が複雑になるなか、若者を中心に複数の“キャラ”を使い分けたり、本来の自分とは違う“キャラ”を演じざるを得ない人もいるようである。調査では、そんな環境に身を置く大学生の人づきあいと、そこに欠かせない「キャラクター」に関する意識と実態を探ることを目的とした。

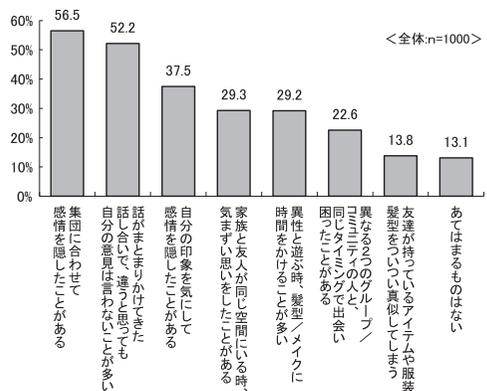
大学生の人づきあいを探ると、「キャラクター」を集団によって意識的に使い分けられていることが判明した。ただし、それは取り繕った仮面のような“偽りの自分”ではなく、

手との関係性によって自然と使い分けられている、性格も含んだ“自分の一部”と認識しているようだ。主なファインディングスは以下の通り。

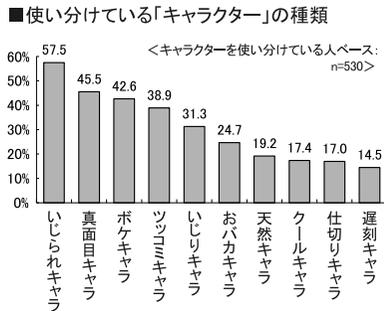
### 1. 集団に溶け込むために、“気配り・気遣い・空気読み”を大事にする大学生

大学生の81.1%が、「自分は気を遣う方だと思う」と回答。『自分オリジナルの処世術』TOP3は、1位:「相手に合わせて話す量や内容を変える(167人)」、2位:「相手の目を見て話を聞く(165人)」、3位:「気持ちを察したり、意見を否定せず相手に安心感を与える(157人)」。円滑な人間関係に必要なと思う力のTOP3は、1位:「細かなことに気配りできる力(61.7%)」、2位:「相手の話を傾聴する力(60.9%)」、3位:「空気を読む力(60.6%)」という回答が上がった。

■グループ/コミュニティの中でとったことがある行動



2. 使い分けで、人間関係を充実させる“キャラ充”な大学生  
 大学生の53.0%が、「“キャラクター”を使い分けしている」と回答。使い分けないと認識している大学生も、「グループによって、話し方やメール等の使い方を変える」など、平均2つほど使い分ける行動を実践していた。全体の93.2%は、「自身の“キャラクター”作りを成功していると思う」と回答しており、48.9%が、キャラクターを使い分ける目的を「自身の立ち位置を作るため」と回答した。



3. 大学生にとって、「キャラ」は“仮面”ではなく、らしさを伝える“自分”の一部

全体の76.0%が、「“キャラクター”を使い分けることは自然なことだと思う」と回答。57.2%が、「“キャラクター”は性格の一部だと思う」とし、キャラクターを使い分ける大学生の61.7%が、「自分らしい“キャラクター”が多いと思う」と回答していた。



プロジェクト参加学生で記念撮影

※調査結果詳細は東京広告協会HP、事務局まで

## 【アドフォーラム】広告主が「市場創造への新たな挑戦」テーマに登壇

12月4日、コートヤード・マリオット銀座東武ホテルにて東京広告協会アドフォーラムを開催した。「市場創造への新たな挑戦」をテーマとし、約120名が参加。

モデレーターは田中洋氏(中央大学ビジネススクール教授)、スピーカーは柳田洋頭氏(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)、高谷成夫氏(RIZAP(株)取締役/健康コーポレーション(株)代表取締役社長)の3氏が務めた。

第1部では個別プレゼンテーションを行った。水島氏は、転職市場におけるIndeedのシェア拡大のこれまでの取り組みについて解説し、「マーケティングとは既存市場でシェアを拡大することではなく、新しい市場を創造することではないか。つまり、世の中を変えること、すこし大きめに言えば企業やサービスの存在意義を規定するのもマーケターの仕事だと考えている。また、市場の大小を気にしなければ、本来市場創造しないマーケティングは存在しないと思う。」と語った。

高谷氏は、「RIZAPグループの企業理念は『人は変わる。』を証明する』。ボディメイク、ゴルフ、英語などに代表される自己投資産業は言い換えれば“三日坊主”市場でもあるので、自力では挫折してしまいがちなテーマに対して徹底して寄り添い、自己実現を可能にしていく事業を



水島 剛氏



高谷 成夫氏



柳田 洋頭氏

展開していきたい」と話した。

柳田氏は、「NONIO開発のきっかけは、20-30代が従来型の「予防歯科」という疾患への啓発と機能訴求によるマーケティングが届いていないという問題意識から。一方で身だしなみに気をつかい、自分では分かりにくい口臭を気にしている世代でもあり、そのサポートができる商品として開発した。サンプリング施策も、口臭が気になる時(モメント)を捉えた場を選んで行うなど、マーケティング施策をひとつひとつ組み立てている」と語った。

第2部では、スピーカー同志の質問を交えながら、トークセッションを行った。満員の会場の中、参加者は各講師の話に熱心に耳を傾けていた。



## 【高校教諭に対する広告研修会】ニュースパークで開催

第21回「高校教諭に対する広告研修会」が、12月6日、ニュースパーク(日本新聞博物館)で開催され、東京都公民科・社会科教育研究会(都公社研)、東京都商業教育研究会(都商研)から約30名の教諭が参加した。これは、(一社)日本新聞協会様の協力により実現した。

同施設の見学に先立ち、「情報社会における新聞博物館の活動趣旨と社会教育施設としての教育連携について」と題し



て館長の尾高泉氏がレクチャーを行った。

常設展の見学では、博物館事業部博物館担当主管兼学芸員の赤木孝次氏が展示物について解説。次いで企画展「密着!写真部@新聞社～東京新聞のレンズから～」・「南極観測60年一定点観測者としての通信社一」を見学した。

その後、自分独自の記事と見出しを入れられるマイ新聞づくりも体験。参加者らは熱心に見学していた。

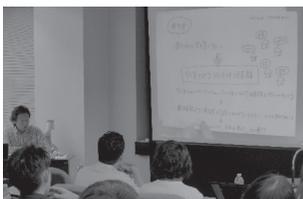


## 【広告未来塾】元井康夫塾長(電通)を迎えた全6講が完結

「広告未来塾」第2期が、元井康夫氏(電通顧問 彫刻家)を塾長に迎えて昨年7月から開講し、12月11日に全6講を完結した。「『未来の広告のエコシステム』～広告はこのからの社会でどう働くか～」を全体テーマに、岡本裕一朗氏(哲学・倫理学者)樋口景一氏(電通)、伊藤公一氏(電通)、嶋浩一郎氏(博報堂ケトル)、朴正義氏(バスキュール)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30才の58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。

元井塾長は、「塾長をお引き受けする前に、主にヨーロッパで広告の新しいビジネスモデルの構築を模索している企業から多くの示唆を得た。生活者が広告に触れるスタイルが大きく変化している中で、広告ビジネスもアップデートする必要があると強く感じた。今回登壇いただいた各講師は、仕事の前提条件やテーマそのものに問いを立て、ゼロから最も良い方法や手段を考えて実行に移していく姿勢が一貫していたと感じている。正解のない時代だからこ



第3回講義では「図書館」をテーマに課題に取り組んだ。

そ、トライする勇氣を持つことが大切で、これから仕事をしていく中で、講義で話されていたことが役立つ時が来ることを祈っている。皆さんのこれからの活躍に大いに期待しています。」と締めくくった。

受講生からは、「自分はまだ20代で、いずれ大きな経済システムのティッピングポイントを迎えると思うが、未来の姿や正解はわからない。しかし、今の自分にできることとして「考え続ける」事はできると思い、それを徹底的にやろうと思っている。今回の各テーマは明日からの実務に即役立つというものばかりではなかったと思うが、実際にそのような話を求めていたわけではなく、本塾では一貫して「答え」よりも「若者たちよ、もっと考えよ。」と言われている気がした。考えるきっかけとして非常に示唆の多い話が聞けて、参加してよかったと思う。(広告主)」といった感想が寄せられた。

第3期は、詳細が決定し次第、HP・郵送等でご案内します。



第6回講義の最後のメッセージは「Let's fail fast!」。



各回とも多くの質疑が行われた。



元井 康夫塾長



岡本 裕一朗氏



樋口 景一氏



伊藤 公一氏



嶋 浩一郎氏



朴 正義氏

### 広告未来塾第2期プログラム

【第1回】 7/18 「未来の広告のエコシステム」

元井 康夫(電通)

【第2回】 8/29 「インサイト、現代の人間観について」

岡本 裕一朗(哲学・倫理学者)

【第3回】 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回】 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回】 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回】 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)

## 新入会員社紹介

### 株式会社PTP

テクノロジーでテレビの情報をサービスに変えるベンチャー企業



株式会社PTPIは、テレビの全録時代に向けた情報サービスインフラ構築を目的として2000年5月に設立しました。

日本で初めてテレビを検索できる全録型ハードディスクレコーダーSPIDERを2007年に販売開始。一般企業の広報部、宣伝部だけでなく、中央官庁、地方自治体、放送局、広告代理店など幅広い業界で活用いただいています。2018年7月には、1クール録画やPC視聴を実現させ、さらなる進化を続けています。

また、全国のテレビCMデータベースを日本で初めて構築し、クラウド型のWebサービス「Madison」として2018年4月より提供開始しています。Madisonにより、テレビCMの効果測定を全国エリア別に行うことができるようになりました。Madisonでは、今までは分からなかった競合ブランドの各エリアへの予算配分などがタイムリーにわかります。翌日にはテレビCMの実績がわかるので、デ

ジタル等との連携も可能になりました。

当社は、イノベーションが一過性のものでなく、定着するためにはユーザーに最高のインターフェースを提供することが重要であると考えています。そのため、SPIDERのハードウェア設計やソフトウェア開発だけでなく、検索やソーシャルサービスを実現するためのクラウドサービスや、Madisonのために蓄積される年間4,000,000素材を超えるCMデータベースの運用まで全て自社で行っており、日本でも珍しいテクノロジー・ベンチャー企業です。



## 株式会社オプト

デジタルマーケティングを軸に新しい価値を創造するInnovation Agency



オプトは、デジタルを軸としたマーケティング活動に関わるサービスを幅広く提供しています。企業のデジタルシフトの動きが活発になる中、戦略立案から実行までトータルにサービスを提供しており、インターネット広告の設計や運用をはじめ、近年増えつつあるナショナルクライアントのデジタルメディアを通じたブランディングの支援にも注力しています。マスとデジタルの最適化や、統合型マーケティング・コミュニケーション(IMC)など、デジタルを起点に多様なコミュニケーションチャネルを踏まえたマーケティング戦略を数多く提供しています。

また、オプトでは、国内初のインターネット上での広告効果測定ツールとして、「ADPLAN」のサービス提供を2000年より行ってきました。以降、端末やデバイスの進化、広告配信手法の変化など、時代の変遷に合わせたプラットフォームの構築を行い、複雑化する広告効果の分析

やレポートの簡略化、ニーズが高まるブランディングプロモーションの効果計測機能の追加など、広告費用対効果の可視化にも取り組んでいます。



オプトでは、持続的な成長を志す企業のビジョンやミッションと並走しながら、企業のデジタルシフトを推進し、新しい価値の創造を目指してまいります。

## 株式会社サイバーエージェント

「テクノロジーとクリエイティブで、インターネット広告の未来を創る」



株式会社サイバーエージェントは1998年に設立後、インターネット広告事業を主力事業として始まり、現在は「AbemaTV」「AWA」などのメディア事業、「グランブルーファンタジー」などのゲーム事業を加え、3本の事業展開をしています。

インターネット広告事業では、国内トップシェアを誇る広告代理事業の他、約200名のエンジニアが所属する開発組織「アドテクスタジオ」を2013年に立上げ、動画広告やクリエイティブ制作、広告配信技術にAIを活用する研究開発など幅広く取り組んでおります。

アドテクスタジオでは、アドテクノロジー分野のサービス提供はもちろん、研究開発組織「AI Lab」を立上げ、アドテクノロジーに関わる幅広い人工知能技術を研究開発しサービスに導入するとともに、CA ABEJAやCYPARなどの合併会社設立により、3D/CGなど含めAIを用いたクリ

イティブ制作への体制強化も行っております。

技術の発達により高レベルな広告配信を実現することが出来る時代にな



った今、クリエイティブは必要不可欠な要素となります。弊社では、「テクノロジー」「クリエイティブ」「オペレーション」それぞれの分野で効率的な研究・開発を行えるような体制を作り上げています。

今後も、広告の概念を変えるような、革新的なチャレンジのために、新しいテクノロジーやクリエイティブを積極的に取り入れ、インターネット広告の未来創りへ貢献してまいります。

## 第38回「東京広告協会 白川 忍賞」仲畑貴志氏に決まる

第38回(平成31年)「東京広告協会 白川 忍賞」選考委員会が12月6日に開催され、会員各位から寄せられた推薦候補の中から同賞に仲畑貴志氏(クリエイティブディレクター・コピーライター)が選出された。また、特別功労賞に土橋代幸氏(株)デルフィス常務取締役)が選出された。贈賞式は平成31年2月22日に東京會館で開催される第91回定時総会の席上で行われる。

## イベント案内

### 第22回アジア太平洋広告祭(ADFEST 2019)来年3月20日～23日に開催

第22回アジア太平洋広告祭(ADFEST 2019)が、2019年3月20日(水)～23日(土)、タイ・パタヤで開催されます。各カテゴリーの作品応募要項(英文)はADFEST公式HPに掲載されています。全広連では、応募要項の和文翻訳を作成し、全広連HPに掲載しています。

若手クリエイターの作品コンペ「Young Lotus

Workshop 2019」国内選考を実施し、ファイナリストの発表を1月31日(木)夜のPreADFEST内で行います。その後、最終選考を経て日本代表チームを選出します。発表は全広連HPにて行う予定です。

全広連研修ツアーの詳細は追ってご案内します。

### 来年5月に全広連富山大会開催5月16日(木)～17日(金)

2019年5月16日(木)～17日(金)、第67回全日本広告連盟富山大会が開催されます。大会テーマは『広告の富を、次代に～「先用後利」の地から～』です。

【全広連富山大会概要(予定)】

【主催】第67回全日本広告連盟富山大会  
組織委員会、全日本広告連盟



[式典]5月16日(木)富山市芸術文化ホール(オーバード・ホール)

[懇親会]5月16日(木)ANAクラウンプラザホテル富山

[見学会]5月17日(金)日帰り5コース

[ゴルフ会]5月17日(金)

※大会案内は2月以降に配布予定です

## インフォメーション

### 11月・12月度 理事会・委員会開催報告

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) 第38回「東京広告協会 白川 忍賞」選考委員会、第35回定例理事会

### 1月度 理事会・委員会開催スケジュール

1月 17日(木) 法務政策委員会  
1月 18日(金) 業務委員会  
1月 22日(火) 広報委員会  
1月 25日(金) 総務委員会  
1月 30日(水) 第36回定例理事会

## 新入会員社 (敬称略、順不同)

Twitter Japan(株) 上級執行役員広告事業本部長 兼 日本・東アジア事業開発本部長 味澤将宏  
(株)オプト 執行役員 中野宣幸  
(株)サイバーエージェント 取締役 内藤貴仁  
(株)ジェイアール東海エージェンシー 代表取締役社長 阿久津光志