

東京 広告 協会報

2019
VOL.
116

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>

INTERVIEW

TAAサロン

あの人にきく



株ADKホールディングス
執行役員社長補佐 グループCSO
(公社)東京広告協会 理事

中井 規之さん

上智大学卒業後、89年、(株)旭通通信(現:ADKグループ)入社。97年、Asatsu/BBDO ニューヨーク事務所駐在員。98年、ADK America Inc. バイスプレジデント。15年、取締役執行役員。18年、社長補佐・執行役員グループCSO兼コーポレート・マネジメントセンター統括。19年より現職。99年にはコロンビア大学大学院経営管理修士号(MBA)取得。仕事とプライベートは特に意識しないが、たまに盆栽を楽しむことも。

クライアントの課題に応えられる専門集団になりたい

商品は広告の力で売れるんだ!と実感

……大学卒業以来、広告業界一筋ですね。

4年間別の広告代理店に勤めた後、89年に入社しました。その直後からアメリカの洗浄料のブランドを担当しました。それは当時、世界で唯一の中性の洗浄料で顔にも体にも使える低刺激性というのが大きな特徴だったのですが、日本にはまだ紹介されておらず、導入のための準備や新製品開発を行うプロジェクトが立ち上がったところでした。国内では固形石鹸はすでに強いブランドがいくつもある一方で、世界的に洗浄料は徐々にフォームタイプにシフトしている時期でもあったので、最初に売り出す製品を何にすべきか、市場調査と議論を時間をかけて行いました。

製造拠点の確保などさまざまな問題をクリアして、結局、日本で初めてのフォームタイプの洗浄料として発表したのは99年。準備開始から10年たっており、感慨深いものがありましたね。

それと並行して担当していたのが炭酸飲料です。

印象深いのは、アメリカの著名なミュージシャンを起用した91年の比較広告です。弊社は当時、アメリカのエージェンシーBBDOと提携しており、その飲料の比較広告をぜひ日本でもやりたいとなりました。

……日本では比較広告そのものが難しい時代に、とても挑戦的でした。

ミュージシャンがライバル社の炭酸飲料と自社の飲料を飲み比べるという内容で、明らかにライバルを名指して行う比較広告は日本でも歴史的に存在しなかったもので、これはちょっと突破口かもしれないぞと思いました。でも、これくらいしないとライバルとの差は埋められない、と自社内でもクライアントとも侃侃諤諤の議論を重ね、クリアしなければならぬ法的な問題も多く、かなり苦労しました。

結果的に広告は大成功で、売上が大きく増加しました。その時に、商品を動かすことが広告の力で後押しできるんだな、ということを知って強く実感することができたのを覚えています。

洗浄料や飲料の仕事を通して、クライアントの方々と本気で丸となって取り組んでいくことの大切さを痛感し、それが自分にとっての大きな財産になりました。クライアントとの「信頼関係」が大切とよく言われますが、私の感覚ではむしろ「連帯感」にも近いものです。目に見えないものと一緒に戦ってきた、というような……あの頃、一緒にお仕事をさせていただいたクライアントの方々の中には、今でもお付き合いさせていただいている方もいます。

専門性を高めて、クライアントの課題を共に解決していく

……この30年間の広告界の変化と、これから御社の目指すところをお教えてください。

広告界は今、構造的に大きく変わろうとしています。広告代理店は、より専門性を必要とされる時代になりました。「広告」は広く告げると書きますが、我々もこれまで広く告げるためのビジネスを行ってきました。しかし、クライアントにとって最も大切なことは広告することではなく、ものやサービスを売りたい、知らせたいという目的を達成すること。そのニーズに応えるのが我々の仕事です。売れるためにはもちろん消費者が動くことが必要で、つまり、消費者を動かす方法を考え達成するのが我々の仕事、ということです。

昔は、“広告一発”といえるようなアプローチで消費者が動くこともありました。もちろんその一発を実現するまでの難易度が高く大変な思いをしてきたわけですが、近年はそもそもの前提から異なります。消費者の設定もさまざま、大規模なデータ収集、そこから必要な情報を取り出して分析し、解析結果をメディアプランニングに生かしつつ、そこから戦略を練って……と、明らかに必要な専門知識の分野が増え、しかも複雑性が上がっている。広く告げるためには、以前にも増してさまざまな分野のスペシャリストが協力しないとできないのが現状です。

従来のような総合広告代理店という業態ではなく、多様な専門性を持っている集団が、柔軟に、機能的にネットワークしながらやっていく組織にしないと立ち行かない。そのような考えから、弊社は2019年1月から「(株)ADKホールディングス」を純粋持株会社とした、持株会社体制へ移行しました。クライアントが抱えて

いる課題に向き合い、それを一緒に考えていける専門性を身につけた集団に変わっていく第一歩であると考えています。

広告とコンテンツに共通するもの

……御社はアニメ・コンテンツ分野に強みをお持ちですね。今後、目指していることをお話してください。

グループの中でも成長期待が非常に高いところで、今後、積極的に投資していく方針です。広告事業とコンテンツ事業は違うのでは?と思われる方も多いかもしれませんが、実は我々の頭の中では同じなのです。我々のミッションはブランドの価値を上げること。例えばある地方自治体様が持つキャラクターブランドがあり、その価値がまだゼロだとします。その価値を上げるために、商品化や映像化、イベントへの展開などを考えて、ブランドの価値を誰に対して、どういうアクションを使って上げていくか……その思考方法は我々の頭の中では広告と同じで、つながっているのです。

コンテンツ事業は、平たく言えば知的財産価値を上げるお手伝いをする事だと考えています。弊社内にアニメーターや原作者がいるわけではなく、マーケティング・ブランディングの一環として行っている。広告と根っこは同じという捉え方です。本事業は特に海外展開において大きなチャンスがあると思っています。

今後、クライアントのビジネス成果、ブランド価値向上に貢献するための事業を磨いていくことがますます重要になってきます。その中で、多様性が必要であれば専門事業会社をグループにしていって、新しいデジタル分野の高いスキルが必要ならば、パートナーとなる企業を探すなど、今、自分たちが持っていない能力をネットワークを組むことによって獲得していくこともあり得ます。クライアントのニーズに、どうやって今まで以上のやり方で応えていくか。それを考えながら、柔軟に、パートナー企業とネットワークしながら成長していきたいと思っています。

(インタビュー・文 牧野容子)

活動報告

【第29回大学生広告制作講座】エネルギーシェアリングをテーマに作品発表会

7月1日、電通銀座ビル8階会議室で令和元年度(第29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、三菱電機イベントスクエア「METoA GINZA」の広告制作。先に行われたオリエンテーションでは、

牧野幸太郎氏(三菱電機株 宣伝部METoAコミュニケーショングループ)から、「METoAは、ファミリー層には好評を



指導風景

いただいているが、若年層の認知向上が課題。また、『エネルギーシェアリング』というテーマに興味を持って来館してもらえるような広告を考えてほしい。」と説明があった。

6月13、14日に行われた個別指導では、クリエイター陣から指導を受けた。

作品発表会では、高田豊造氏(博報堂)の司会進行のもと、

大学生67名が自身の作品をプレゼンテーションした。

発表後、桑畑一浩氏と牧野氏(三菱電機株 宣伝部)、制作指導を行ってき



制作発表

た博報堂のクリエイター長島慎氏、嵐田光氏、石下佳奈子氏、藤嶋童夢氏、橋本暦氏が審査を行った。

審査の結果、全67作品の中から最優秀賞に、TV-CM「筋肉をシェア」加藤雄大さん(東京経済大学3年)、優秀賞にラジオCM「プロポーズ」畠山紗和さん(東京経済大学3年)、優秀賞・学生賞にラジオCM「娘のおでかけ」柳和輝さん(日本大学2年)らが選出された。

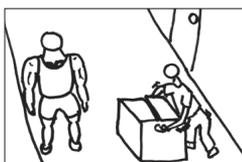
表彰式では、図書券やノベルティグッズなどの副賞も贈呈され、講評が述べられた。閉会後も講師に質問するなど、熱気に満ちた会となった。

第29回(令和元年度)大学生広告制作講座 入賞作品

最優秀賞

TVCM「筋肉をシェア」編
加藤 雄大(東京経済大学 3年)

ムキムキ:
大丈夫ですか。
手伝いますよ。



廊下を歩いていたムキムキの男が、ガリガリで重い荷物を運ばずにいる男を見つけ、声をかけます。

ガリガリ:
ありがとうございます。

ムキムキ:
ガリガリ:
エネルギーシェアリング



ムキムキからガリガリに筋肉が移動します。

元ガリガリ:
ありがとう。



ガリガリが荷物を運ぶ。



優秀賞(2位)

ラジオCM「プロポーズ」篇
畠山 紗和(東京経済大学 3年)

男:「優子さん…。」
女:「はい」
男:「僕と、悲しみも喜びも、一生分け合いませんか?」
女:「太郎君…。喜びってどうやって分けるの?」
男:「え」
女:「悲しみってどうやって分けるの?」
男:「ええ…。」
女:「エネルギーってどうやって分けるの?」
NA:「知らないことは、出来ません。学ぼうエネルギーの分け合い方。METoAで」

優秀賞(3位) 学生賞

ラジオCM「娘のおでかけ」篇
柳 和輝(日本大学 2年)

父:「○○ちゃん、今度のお休みどこ行こっか?」
娘:銀座!
父:どこでそんなの覚えたのー(笑) もっと子どもでも遊べるような…
娘:じゃあ銀座!
父:どうしてー(笑) 美味しいものとか食べたくない?
娘:なら銀座!
父:もーまだ○○ちゃんに銀座ははいよー(笑)
娘:だって○○ちゃん言ってたもん!
「○○ちゃんのバイはエネルギーシェアも教えてくれないだね」って。
父:え、
NA:エネルギーの未来におでかけ METoA Ginza

【第1回 特別講演会】eスポーツをテーマに開催

令和元年度第1回特別講演会を6月12日、日比谷コンベンションホールで開催した。『eスポーツの世界における隆盛と日本の現状』を演題に、2部構成で2人の講師を招いた。会員社・一般から約190名が参加した。

第1部は「eスポーツの世界における隆盛と日本の現状」と題して、浜村弘一氏（(一社)日本eスポーツ連合副会長、(株)KADOKAWAデジタルエンタテインメント担当シニアアドバイザー）が登壇。

第2部は「eスポーツをマスメディア視点で考えてみたら面白さが見えてきた」をテーマに、平山大吾氏（(株)テレビ東京制作局CP制作チームプロデューサー）が登壇した。

浜村氏は、JeSU（日本eスポーツ連合）が2018年に発足した背景や活動内容を紹介。eスポーツ市場拡大を実現する構造と、今後の国内市場の展望と世界の現状を解説した。

平山氏は、「有吉いeeeeee! そうだ! 今からお前んちでゲームしない?」の企画立案から、実際に番組を運営していく中での発見や今後の展望を語った。受講者は熱心に聴講していた。

講演の概要は、東京広告協会HPに掲載中。

詳しくはHPで



登壇した平山氏(左)と浜村氏(右)

【実践広告スキルアップセミナー】広告界の“トランスフォーム”をテーマに開催

令和元年度実践広告スキルアップセミナーを、7月9日、16日、23日の3日間にわたって日比谷コンベンションホールで開催した。『デジタルトランスフォーメーション2019』を総合テーマとして各日とも多彩な講師を招き、9日、23日

はトークセッションも行った。会員社・一般からのべ約480名が参加した。

各日のテーマと登壇者は以下の通り。セミナー概要は、東京広告協会HPに掲載中。

詳しくはHPで



7月9日
「広告ビジネスのトランスフォーム」



国見 昭仁氏
(電通)



森永 賢治氏
(ADKクリエイティブ・ワン)



須田 和博氏
(博報堂)

7月16日
「メディア・コンテンツのトランスフォーム」



谷口 達彦氏
(AbemaTV)



青木 貴博氏
(radiko)



青木 秀樹氏
(MERY)



宮崎 伸夫氏
(朝日新聞社)

7月23日
「デジタルプラットフォームの進化」



鈴木 禎久氏
(電通デジタル)



味澤 将宏氏
(Twitter Japan)



川合 純一氏
(グーグル)



宮澤 弦氏
(ヤフー)

新入会員社紹介

株式会社DECEM

進化するDX時代に、最適解となる戦略、企画、技術をワンストップで提供

DECEM

(株)DECEMは2019年に誕生したクリエイティブHD。あらゆるデジタルコンテンツの制作を司る、クリエイションスタジオである(株)Nadiaを主軸とし、リサーチ、データ分析、統計解析に基づき、実行までを見据えた戦略(Brand/Digital/Media)を立案するコンサルティング会社の(株)ユニーク、事業成長に即したプランニングをベースに、獲得効率化にコミットした広告運用を実現するメディアエージェンシーである(株)ヴィクシア、WEB接客ツール「Flipdesk」の提供を通じたマーケティング支援事業を展開する(株)フリップデスク、先端テクノロジーを中核に、サイトやアプリの開発/UI/UX設計/実装、システム領域までを手がける(株)xbsの合計5社を内包し、進化し続けるデジタルトランスフォーメーションの時代に適合した、クリエイティブ、マーケティングサービスの企画、制作、実装をワンストップで提供する事に注力しております。

近年の新たな取り組みとして、(株)Nadiaでは「データデザインソリューション」の



提供を開始しました。ヒートマップによる顧客サイトの分析、データの収集により弱点発見ダッシュボードを作成、全てのデータを集約し、顧客ビジネスに沿ったダッシュボードを設計&マーケティング領域を可視化、専門のデータデザイナーがデータを活用し常時改善をご提案&問題を放置しない運用体制を実現しています。

この度、東京広告協会へ加盟し、会員皆様よりのご指導ご鞭撻を賜り、さらなるサービス向上を実現するべく、精進して参ります。どうぞよろしくお願い申し上げます。

株式会社ドラEVER

物流業界を深く知るドライバー専門の求人サイトとしてNo1を目指す

ドラEVER

株式会社ドラEVERは、物流とその周辺業務を行う照栄グループの物流の知見と、人材確保の成功事例に基づくプロモーションノウハウを融合させた、ドライバー専門の求人サイトとして運営を開始致しました。

物流業を行っていく中で感じていたのは、現在も続く昔のままの物流のイメージが、実際の物流の現場とかけはなれていること。それを広告の力で物流業のイメージを現実に近づけていき、社会的地位の向上をはかっていく。その理念のもとに、現在まで活動を続けております。

ドライバー専門の求人サイトとしては月間PV77万、15万Userを突破し、日本最大級のサイトとなりました。物流業界を深く知るからこそ可能な専門性が強味であり、「こだわり検索」という絞り込み機能でより表示件数を絞り込み、応募者とのマッチングの強化をはかれること、また新規で埋もれてしまいがちな求人媒体の弱点を解消することが出来ます。



ドラGOD

もう一つの大きな強みとして、弊社では動画撮影を行っています。スマホで気軽に動画が取れる時代ですが、しっかりと仕事内容を説明できる動画は皆様にお喜び頂いております。このほかにも、様々なコンテンツの作成、例えば一口にドライバーといっても多くの職があることを周知するために、動画アニメーションを公開しています。

今後も、プロモーションを通して、物流業界に向け情報提供などを積極的に行ってまいりたいと思っておりますので、皆様のご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

【秋のアドフォーラム】広告担当部門の組織と人材をテーマに11月に開催予定

令和元年度「秋のアドフォーラム」を、デジタル時代の広告担当部門の組織と人材をどう考えるかをテーマに、11月中旬～下旬に開催します。

広告主を中心に、これからの広告担当部門の役割と組織の変化、人材について各社の取り組みや今後の在り方

についてお話いただく予定です。

登壇者・日時・場所などは随時東京広告協会HPにて告知いたします。どうぞご期待ください!

テーマ 「広告担当部門の組織と人材をどう考えるか」(仮)

日時 令和元年11月中旬から下旬

インフォメーション

第92回定時総会(令和2年度)開催日時・場所のご案内

第92回定時総会の開催日時・場所は以下の通りです。

日時: 令和2年2月20日(木) 午後3時30分から

場所: 帝国ホテル3階「富士の間」(千代田区内幸町1-1-1)

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ます。本年は8月8日に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りました。

9月度 理事会・委員会等開催報告

9月 6日(金) 広報委員会
 9月 9日(月) 業務委員会
 9月 17日(火) 法務政策委員会
 9月 20日(金) 総務委員会
 9月 26日(木) 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 8日(金) 業務委員会
 11月 12日(火) 法務政策委員会
 11月 21日(木) 広報委員会
 12月 9日(月) 総務委員会
 12月 11日(水) 「東京広告協会 白川 忍賞」選考委員会
 定例理事会

新理事・新監事 (敬称略、順不同)

9月26日開催の臨時総会において、理事1名、監事1名の選任が異議なく承認されました。

理事 鈴木裕一 (株)産業経済新聞社東京本社 上席執行役員

監事 梶正仁 (株)TBSテレビ 営業局長

新入会員社 (敬称略、順不同)

株)DECEM 取締役 小川丈人

株)ドラEVER 代表取締役 加藤智江