

東京 広告 協会報

2019
VOL.
117

INTERVIEW

TAAサロン

あの人にきく



パナソニック株式会社 ブランドコミュニケーション本部 宣伝部部长
(公社)東京広告協会 理事

丸山 哲朗さん

1986年、慶応義塾大学卒業後、松下電器産業に入社。家電量販商談会社、洗濯機事業部、マーケティング本部を経て2010年、PCMC LE北海道東北社社長、2013年、マーケティング本部ロジスティック、2014年、パナソニックサイクルテック社長。2017年4月より現職。休日は1日約25キロのランニングやウォーキングを雨の日も欠かさず続けている。毎日移動中には「集中力を鍛え、読むスタミナをつけるため」に読書に勤しむ。

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>

ものづくりと宣伝は切っても切れない関係

創業者の経営理念に強く共感

……1986年に松下電器産業にご入社以来、一筋です。

1962年生まれということもあって、若い頃から創業者・松下幸之助の影響を強く受けていました。「事業を通じて社会の発展に貢献する」という経営理念に共鳴し、この会社を志望しました。入社後7年間は家電量販商談会社の配属で、その後、洗濯機事業部、マーケティング本部など幾つかの部署を経て、2017年から宣伝部部長の職に就いています。社歴でいうと宣伝の仕事はそんなに長くはありませんが、弊社のこれまでのCMには個人的にも印象的なものがたくさんあります。中でも映像として素晴らしいと思ったのが、2000年に発表したテレビCM『21世紀の明かり』篇です。ストーリーはB29の空襲から始まり、戦後、少しずつ明かりがついて、人々の暮らしを映しながらどんどん家庭の中が明るくなっていく。ナレーターは大滝秀治さんでした。光の事業で家庭を照らすという内容に加え、コピーも素晴らしいかったです。「明るいだ

けでは未来は暗い」……これこそ我々が伝えるべきものだと痛感したことを覚えています。

……これまでのお仕事では東北・仙台にご縁が深いようです。

13回の転勤のうち、配属先で一番多いのが仙台でした。母方が仙台藩の出身なので呼ばれたのだろうと冗談で話したこともあります(笑)、家電量販商談会社で7年、その後、2010年から3年間は北海道東北社の社長として約10年間、仙台におりました。2011年の東日本大震災では震災対応に追われる毎日、活動方針を定め、発生後2週間目からは被害を受けた各地のパナソニックのお店を回りました。25店が全壊半壊でしたが、その後、辞められたお店は1軒もありませんでした。我々もサポートはしましたが、やはり地元のお客様との強いつながりと絆があるのでお続けになれるのです。街の電気屋さんとしてのお客様とのつながりの深さ、深く信頼いただいていることを改めて認識しました。

良い商品を作り、 それをいち早く知らせる

……パナソニックの宣伝の基本的な考え方はどのようなものでしょうか？

創業者の宣伝に対する思いとして、次のような言葉があります。「われわれ商人・産業人には、“この商品をあなたがお使いになれば、便利で利益になりますよ”ということを消費者へお知らせする義務がある。その義務を果たすために『宣伝』をするのだ」……これは先述の「事業を通じて社会の発展に貢献する」という経営理念に通じるもので、これをもとに弊社はものづくりに邁進してきました。弊社にとって、ものづくりと宣伝は切っても切れない関係であり、製造・販売・宣伝は一体であるという考えです。それで「良い商品があればそれをいち早く人々に知らせる義務がある」という考え方がずっと受け継がれております。企業宣伝としても、そのトップの思いをベースに、資産・伝統の継承(Trust)と現状課題の変革(Change)の両立を目指しています。

……その一例が、昨年(2018年)の創業100周年の発信でした。

100周年にあたり、もし創業者が存命であったら社会に対してどのようなことをしただろうかと考えてみました。すると、やはりお客様一人ひとりに「ありがとうございます」という感謝の手紙を書いたのではないかと、という結論に至りました。それで、一人でも多くの方に感謝の気持ちをお伝えするために特別な新聞広告を掲載することにしました。2018年3月9日、47都道府県それぞれのパターンの新聞広告を作って掲載しました。たとえば北海道は、札幌大通公園に建設された大テレビ塔の展望台下に点灯された「電光時計」とナショナルのネオンの話。東京は、江戸末期に火事で焼失した浅草・浅草寺の「雷門」を創業者が寄進して90年以上ぶりに再建した話。沖縄県では、地元のパナソニックグループが美



しい海のサンゴ礁の再生に向けて、白化しないサンゴを毎年移植している話など、各地域にまつわる皆様と弊社のエピソードをモノクロ写真と文章で綴りました。2017年の春に企画を立ち上げ、膨大な資料からのネタ探し、ネタの深掘り、事実確認や校正を経て、実現することができました。おかげさまで、掲載直後から多くの激励のお電話やお便りを頂戴し、広告調査では推し量ることができないお客様一人ひとりの体温を感じさせていただきました。

オリンピック・パラリンピックを さまざまな面からサポート

……2020年には東京オリンピック、パラリンピックが開催されます。そちらに向けての取り組みをお聞かせいただけますか。

弊社は1988年からオリンピックのパートナーを務めており、パラリンピックのパートナーとしても日本で一番古い歴史を持っております。国家プロジェクトである2020年の東京大会をさまざまな面から支えていくための準備が現在、進んでいます。

宣伝については、大会をサポートするファクトの訴求として、心拍数など選手の身体状況を可視化する映像技術でアスリートの効率的な練習をサポートする「非接触バイタルセンシング」や、パラパワーリフティングにおいてバーベルの重りを付け替える補助員の負担を軽減する「パワーアシストスーツ」などのテレビCMがあります。また、30年以上17大会にわたるワールドワイドパートナーとしての実績を空港などでOOH広告として掲げております。今年の7月24日に東京国際フォーラムで行われた1年前イベントでは、高速追従プロジェクターで演出を行い、その模様を撮影したその日に編集して放送するというも行いました。これはメディア部門の折衝もありますが、制作部門にとって初めての挑戦でした。さらに今後は、オリンピック・パラリンピックを支えるパナソニックの姿やパナソニックオンリーの発信をしていく計画です。

そしてTOKYO2020の後にも、社会には絶え間なく新たな課題がでてきます。我々は事業においてどのように貢献していけるかを深く考え、発信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2回特別講演会】「キャッシュレス」をテーマに開催

令和元年度第2回特別講演会を10月1日、日比谷コンベンションホールで開催した。『キャッシュレスとGAFA+Aの金融戦略』を演題に、佐藤元則氏(NCB Lab. 代表)、吉富才了氏(株電通 ビジネスD&A局ビジネス共創ユニット)の2人の講師を招いた。会員社・一般から約160名が参加。折しも講演当日は、消費税が8%から10%にあがり、政府による「キャッシュレス決済に対するポイント還元制度」がスタートした日だった。講演要旨は以下の通り。

政府はキャッシュレス決済比率を2025年までに40%、将来的には80%まで高めると発表しており、我々が行った意識調査でも、70%がキャッシュレスを今後使いたいという意向だったが、20%しか実際には利用していない。中小企業での未導入率65%が示すように使える場が限られている、“借金”の印象を感じる、といった意識のギャップも存在している。

政府がキャッシュレスを推進する目的は、「消費活性化」「税収UP」「データ活用による利便性の向上」「安全性・生産性の向上」の4点に集約できる。2020年6月でキャ

ッシュレス決済によるポイント付与やキャッシュバックが終了するが、それ以降はキャッシュレス決済を使いたくないと回答している層をどのようにスイッチさせるかが普及のカギを握るだろう。

GAFA+Aを見ていくと、顧客第一の姿勢を徹底して追求する企業もあれば、そうではなく、自社の利益最優先で進めている企業もあるように見える。この違いが今後の成否にどう結び付くか。独自経済圏拡大のカギは、「優良顧客との絆強化」「パーソナルな提案の有無」「独自決済手段の提供」「最新テクノロジーの活用」の4点だろう。生活者の欲望を満たし続ける仕掛けを作れるかどうか、注目していきたい。



佐藤 元則氏



吉富 才了氏

詳しくはHPで



【「広告未来塾」第3期】博報堂・福田敏也氏を塾長に迎え、全7講が終了

「広告未来塾」第3期は、福田敏也氏(博報堂フェロー/777CreativeStrategies代表/大阪芸術大学デザイン学科教授)を塾長に迎え、11/28に全7回のカリキュラムを終了した。

本期は2回ワークショップを行った。「広告の未来を面白くするには、『○○○○○』という視点、あるいは考え方が重要である」をお題に、受講生それぞれが講義で得た気づきをキーワードに落とし込み、得票数の多かったテーマについてディスカッションを行った。

最終回で塾長は、「情報は、しまい方が命。すごい方たちの言葉にただ感心するのではなく、そこからどれだけ自分が仮説を投げける人になるための知恵と知見を得られるか。『しまい方』をもっともっと学習し、重要なエッセンスを逃さずに

しまっしてほしい。」と、これからの広告界を担う受講生らにエールを送った。

受講生からは、「毎回異なる学びがあり、とても勉強になった。広告は自身



ディスカッション風景

の気持ち次第でどんな領域にも携われると改めて可能性を感じることができた。」「変化(新しいものを吸収する)と深化(変わらないものを深める)に挑戦し続けていこうと思う。講義を受けて広告の仕事が改めて好きになった」などの感想があがった。

第4期は2020年下半年期より開講予定。

全体テーマ『広告の未来を妄想する』

【第1講】「広告の未来を妄想しよう」

福田 敏也(777CreativeStrategies)

【第2講】「広告主の目線から」

山口 有希子(パナソニック コネクティッドソリューションズ社)

【第3講】「プラットフォームの目線から」

前田 裕二(SHOWROOM)

【第4講】「ワークショップ①」 福田 敏也(同)

【第5講】「地域の目線から」 藻谷 浩介(日本総合研究所)

【第6講】「クリエイティブの目線から」 古川 裕也(電通)

【第7講】「ワークショップ②」 福田 敏也(同)

【大学生意識調査2019】大学生の「消費」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(FUTURE2019)のプレス発表会が、12月4日に電通銀座ビルで行われた。「大学生1,000人にきいた『大学生の消費』に関する意識調査」について、調査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、首都圏の大学に在籍する1~4年生1,000人を対象に調査を実施したもの。

キャッシュレス、シェアサービスの浸透、デジタルコンテンツの爆発的増加により、消費の「効率化」「簡便化」が急速に進んでおり、大学生にとってこれらは生活必需品ともいえるが、日常の消費行動が「楽に」「簡単に」なものへ移行する中、価値ある消費として選択するものは別にあるかもしれない。本調査は、デジタル時代を生きる大学生ならではの、消費行動の意識と実態を探ることを目的とした。

調査結果では、大学生の消費傾向は、主にデジタルは効率化のために使い、そこで生まれた時間やお金をよりリア

ルなモノに使っていきたいと思っていることが判明した。また、時間やお金の消費は、自身の生活を豊かにすることや自己啓発、スキルアップなどジブ



プロジェクト参加学生で記念撮影
ン磨きのために必要なモノだ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. デジタルツールを上手く駆使しながら、リアルな時間を生み出していく大学生。
2. 友人との関係はお付き合いから、自身を高め合う関係に。
3. 大学生にとって、消費の良し悪しは自分の進化や深化を実感できるかどうか。

調査結果詳細は東京広告協会HP、事務局まで



詳しくはHPで

【アドフォーラム】広告主が広告担当部門の組織と人材をテーマに登壇

12月9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。「広告担当部門の組織と人材をどう考えるか~デジタル化時代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から今後のあり方を考える~」をテーマとして、約130名が参加。

コーディネーターは丸岡吉人氏(跡見学園女子大学マネジメント学部教授)、スピーカーは立山昭洋氏(花王 マーケティング創発部門メディア企画部長)、木下淳氏(Sansan Sansan事業部マーケティング部マネージャー)、一色昭典氏(富士フイルム e戦略推進室マネージャー マーケティンググループ統括)の3氏が務めた。

丸岡氏の解題の後、第1部では個別プレゼンテーション



丸岡 吉人氏

立山 昭洋氏

木下 淳氏

一色 昭典氏

を行った。立山氏は、10年前に比較してデジタル関連のメディア費用が約20倍に増える中、マーケティング部門全体のリテラシーの向上を目指した、プラットフォーム各社との取組み事例集の作成、SNSに関する検定受験など、各種の取り組みについて紹介した。

木下氏は、限られた人員でパフォーマンスを最大化するため、柔軟に外部パートナーとの協力体制を築き、総合広告会社、Web専門広告会社などの垣根を越えて全体で課題を共有できる体制づくりを目指していると語った。

一色氏は、e戦略推進室の設立に際して、自社内でマーケティングに関するデータ・ノウハウを適切に蓄積することを目指した背景を紹介。社内外との対話に際しては「データ」に基づき説得力を持って話すこと、今後広告会社と目指したい協業の姿などについて語った。

第2部では、パネルディスカッションを行った。“会場内限定”の話題も多数話され、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。



詳しくはHPで

「インターネット広告の適正化」をテーマに勉強会開催

法務政策委員会は、11月12日の委員会開催に合わせて、インターネット広告の適正化をテーマにした勉強会を開催した。デジタル領域の広告審査の在り方について現状と課題を学び、委員会の事業運営に役立てることを目的としている。「インターネット広告の適正化に向けたJIAAの取り組みについて」をテーマとして(一社)日本インタラクティブ広告協会(JIAA)専務理事 橋本浩典氏を招いた。

プログラマティック取引による自動掲載が拡大し、広告主は掲載される媒体の事前確認が非常に難しくなっており、アドフラウドの問題も拡大している。業界団体としての適正化に向けた取り組みの最前線についてレクチャーを受けた。



橋本 浩典氏

【高校教諭に対する広告研修会】「ヤフー」会社見学を実施

第22回「高校教諭に対する広告研修会」が、12月6日ヤフーで開催され、東京都公民科・社会科教育研究会、東京都商業教育研究会から約40名の教諭が参加した。会員社であるヤフー様の協力により実現した。

まず、オープンコラボレーションの場として運営しているコワーキングスペース「LODGE」を見学した。

その後、『Yahoo! JAPANマーケティング事業の誤解と

真実』をテーマに、宮村壮氏(マーケティング本部 販売推進部 部長)がレクチャーを行った。

質疑応答では、最新テクノロジーを用いた広告

の可能性や、今後の課題について話された。



利用者でにぎわうLODGE

新入会員社紹介

日本BS放送株式会社

全国無料で視聴できるBS放送局として、報道番組や自社制作番組に注力



日本BS放送株式会社は、「BSイレブン」のチャンネル名で、全国どこでも無料で視聴できるBS放送局です。2007年12月1日より放送を開始し、2010年4月に日本民間放送連盟に加盟。豊かで癒される教養・娯楽番組と、中立公正な報道・情報番組を発信し「価値ある時間」を約束するビジョンのもとに、常に新しい可能性に挑戦しています。

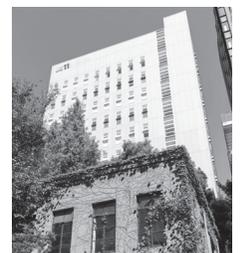
視聴者のライフスタイルに合わせる番組を編成し、昼～夕方帯にはドラマと情報番組を、夜帯は生放送の報道番組や歴史・紀行・ドキュメンタリー番組を、深夜帯にはアニメを主に放送しています。見逃した視聴者には、自社のオンデマンドサイトで放送後も番組をお楽しみいただけます。

特別番組では、2017年に制作した「北斎ミステリー～幕末美術秘話 もう一人の北斎を追え～」が日本民間放送連盟賞の番組部門(テレビエンターテインメント番組)の

最優秀賞に選ばれるなど、自社制作番組にも力を入れております。

また近年盛り上がりを見せているeスポーツにもいち早く取り組み、全国の専門学校生・大学生・大学院生が参加し学生No.1を決める大会「BS11CAP 全日本eスポーツ学生選手権大会 2019」を主催。今年が2回目の開催で、オンラインに加えて、全国8か所のビックカメラグループで予選大会を行い、決勝は全国無料放送初の生中継を行いました。

今後も質の高い情報をお伝えし、幸せな社会づくりに貢献をさせていただきます。皆様からのご鞭撻を賜りますようよろしくお願い申し上げます。



第39回「東京広告協会 白川 忍賞」選考委員会開かれる

第39回(令和2年)「東京広告協会 白川 忍賞」選考委員会が12月11日に開催された。受賞者は、決定し次第東京広告協会ホームページ上で公開する予定。贈賞式は令和2年2月20日に帝国ホテルで開催される第92回定時総会の席上行われる。

イベント案内

第23回アジア太平洋広告祭(ADFEST 2020)2020年3月18日～21日に開催

第23回アジア太平洋広告祭(ADFEST 2020)が、2020年3月18日(水)～21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 2020」国内選考を実施し、ファイナリストの発表を2月5日(水)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月に全広連ふくしま大会開催 5月21日(木)～22日(金)

令和2年5月21日(木)・22日(金)、第68回全日本広告連盟ふくしま大会が開催されます。大会テーマは『つくる! 広告で、未来100年。～2020ふくしま発～』です。

【全広連ふくしま大会概要(予定)】

[主 催]第68回全日本広告連盟ふくしま大会
組織委員会、全日本広告連盟



[式 典]5月21日(木)ビッグパレットふくしま

[懇親会]5月21日(木)ホテルハマツ

[見学会]5月22日(金)日帰り5コース

[ゴルフ会]5月22日(金)グランディ那須白河 ゴルフクラブ

※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 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)	第39回「東京広告協会 白川 忍賞」 選考委員会、定例理事会

1月度 理事会・委員会開催スケジュール

1月15日(水)	広報委員会
1月17日(金)	法務政策委員会
1月21日(火)	業務委員会
1月23日(木)	総務委員会
1月28日(火)	定例理事会

新入会員社 (敬称略)

日本BS放送株 代表取締役社長 兼 COO 小野寺徹