

東京 広告 協会報

2020
VOL.
121

INTERVIEW

TAAサロン

あの人にきく



朝日新聞社 執行役員 メディアビジネス担当
東京広告協会理事・広報委員会委員長

金山 達也さん

1964年生、88年早稲田大学社会科学部卒業後入社。5年間の名古屋本社勤務を経て東京本社へ。03年東京本社MU部次長、11年同広告第3部長を経て、15年同広告局長、16年同メディアビジネス局長、20年6月より現職。リフレッシュ方法はジョギング。毎週末約20キロを走り、例年12月に沖縄で行なわれるNAHAマラソン大会に10年連続完走（今年はコロナで中止）。コロナで生じた自由時間で独学のピアノ演奏にも挑戦中。

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>

「新聞社力」で紙もデジタルも成長を

営業の“足腰”を鍛えた名古屋での勤務時代

……入社以来、広告一筋ですね。入社当初の思い出などお聞かせください。

広告営業デビューは名古屋の地で、5年間勤務しました。強大な媒体力を誇る中日新聞様のお膝元では、足で稼ぐしかありませんでした。ひとつひとつ地場の広告主を新規開拓する日々です。新しいお店ができたと聞けば出向き、広告を出しませんかとお願ひしていきます。例えば三重県が担当エリアの時は、近鉄名古屋線に乗って、まず南の伊勢志摩地域に行き、そこから津や四日市などで途中下車して実績先も新規先も片端から回って名古屋に戻る。そうやって1日に10軒以上回ることが常でした。ただ、私は人と話をするのが好きだったので飛込営業することは全く苦ではありませんでした。むしろ、この5年間で営業としての「足腰」が鍛えられたと感じています。

「環境」のテーマ開発を行ったMU部時代

……これまで携わってこられた中で特に印象深いお仕事にはどのようなものがありますか？

00年代に入ったころ、MU部(モバイルユニットの略)という新規開拓部で、「テーマ開発」を担いました。アースデーの4月22日に「サステナビリティプロジェクト」を立ち上げ、広告主の皆さまと一緒に紙面やイベントを通じて環境問題を考えていくという取り組みを行いました。背景には、97年に京都議定書が採択され、地球温暖化など環境問題が急激にクローズアップされてきたことがありました。エネルギー関連を中心に様々な企業の皆さまを新規で訪問し、課題をお聞きして企画に落とし込む、非常にアグレッシブな仕事でした。新聞社のリソースを活用して、自らが起点となり企業のコミュニケーションにおける課題解決の一端を担うことができた、とても印象深い仕事です。

また、現在当社では「朝日地球会議」という国際シンポジウムを毎年開催していますが、現在のテーマはSDGsです。新聞社の持つ機能を駆使し、多様な社会

課題を読者と企業とメディアが一体となって考えていく、という流れは、約20年前のあのMU部時代が礎になっている…ともいえるのではないかと思っています。

バーティカルメディア「ポトフ」、そして新聞の新たな可能性

……18年からバーティカルメディア事業「ポトフ」を本格化させています。新聞メディアのデジタル化の進展についてどのように捉えていますか？

「コンテンツ&コミュニティ」をキーワードに「ポトフ」を立ち上げ、12月で2年8か月が経ちました。当初5つだったメディアは11に増え、それぞれにコミュニティが形成されてきています。新聞社が作るメディアゆえ、社会課題と向き合う視点を持っていることが我々の一番の強みだと思っています。

例えば、犬や猫との生活に寄り添う「sippo(シッポ)」というメディアは今夏450万PVまで到達しました。多くのペットサイトではユーザーのペット写真投稿型が多いのですが、「sippo」は創刊時からペットの殺処分や、ペットとの共生というテーマを扱い、新たなコミュニティ形成に成功しています。企業の皆さまとの協賛イベントや、ペットの病気問題についてオンラインで授業を開催したりもしています。

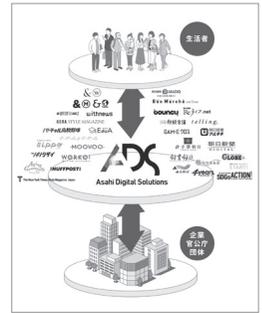
……20年の新聞広告賞を「朝日新聞×左ききのエレンPowered by JINS」が受賞、新聞広告の価値向上を目指す企画として高い評価を得ました。

これはクリエイティブ集団の「GO」と当社が企画した紙面とデジタル連動のプロジェクトです。広告業界を舞台にした人気漫画「左ききのエレン」とタイアップし、アイウェアブランド「JINS」に協賛社として参加していただきました。漫画の主人公が在籍する広告会社と、実在する広告会社GOの2社が競合プレゼンするという設定で、新聞広告デザインをツイッター上で公開し投票を実施。選ばれた企画を紙面で実際に掲載しました。私自身は企画の進行を見ながら、気鋭のクリエイティブ集団であるGOの方たちがどのように新聞メディアを捉えているかを知れたことが新鮮な驚きでした。彼らは新聞をオールドメディアではなく、ある種の新しいメディアと捉えています。プレゼンや投票はネットでを行い、結果発表を新聞広告というリアルな場に置く。普段新聞に触れな

い若い人にとって、紙の手触りのある新聞は新鮮な媒体となって拡散していく……その装置として新聞が新たな立ち位置を獲得できる可能性を改めて感じました。

……デジタル広告の領域では、新たな取り組みとして、10月に「Asahi Digital Solutions」(以下、ADS)の提供を発表されました。

昨今、デジタル上で商品やサービスに対する興味・関心を醸成する手法としてコンテンツマーケティングが注目されています。ADSは広告主の皆さまのこうしたニーズに応えるものです。ADSでは、ターゲット



設定や企画立案といった戦略プランニングから、編集・動画コンテンツ制作、メディアでの配信、データ分析やレポートまで、ワンストップで提供し、デジタル領域における「新聞社力」の集大成と位置付けています。プランニングはバーティカルメディアなど30を超える当社のデジタルメディアが核となります。各メディアの編集長らが、ユーザーの共感を得る独自の視点から企画を提案します。例えば厚生労働省の補助事業では、「介護の仕事の魅力啓発」の課題に対し、6つのメディア等でそれぞれの切り口のコンテンツを展開するなど、様々な事例が生まれています。

クリエイティブには、編集部門での記者経験が豊富なディレクターや動画ディレクターなどが携わり、記事や動画の制作、オンライン配信まで高いクオリティで実施する体制を整えています。スコットランドの蒸留所を訪問し、その魅力を伝えるジョニーウォーカーの動画制作などの事例が生まれています。

自社メディアを運営しているので、1stパーティーデータを持っていることも強みです。これを3rdパーティーデータと合わせてコンテンツのPDCAを回し、改良に繋げたり、広告主とデータを連携させた共同サイトの運営も手掛けています。

真面目さが取り柄の新聞社ならではの取り組みがあると考えています。「新聞社力」を武器に、引き続き企業の皆さまの課題解決にチャレンジしていきます。

(インタビュー・文 牧野容子)

活動報告

【実践広告スキルアップセミナー】「アフターコロナ」を軸にライブ配信で開催

令和2年度実践広告スキルアップセミナーを10月28日、11月5日、11月10日の3回にわたり、新型コロナウイルスの影響を踏まえライブ配信にて開催した。『アフター

コロナの広告コミュニケーションを考える』を全体テーマとして、各界から多彩なゲストを招いた。

詳しくはHPで



全体テーマ 『アフターコロナの広告コミュニケーションを考える』

週	日	講義内容	講師
第1週	10月28日(水) 「ブランドをめぐる変化」	【講演1】電通	小西圭介氏
		【講演3】もり	原野守弘氏
第2週	11月5日(木) 「デジタル・ECによって変化する広告マーケティング」	【講演1】楽天	紺野俊介氏
		【講演3】TikTok	鈴木暎氏
第3週	11月10日(火) 「デジタルシフト人材育成を考える」	【講演1】日経 BP	戸川尚樹氏
		【講演3】CCC MARKETING HOLDINGS	田代誠氏

【大学生意識調査2020】「コロナ禍での生き方」について調査結果発表

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(FUTURE2020)の発表会が、広報委員会向けに11月30日にWEB上で行われた。今年は新型コロナウイルスの影響で学生が一堂に会しての会合や実地アンケート調査が実施できず、広告の基礎スキルを学ぶ「講義」と、課題に関する「ディスカッション」を中心とした特別プログラムとなった。

テーマは、「コロナ禍時代における大学生のニューノーマルな生き方」について。新型コロナウイルスの感染拡大によって日常が大きく変化する状況下で、大学生の中にどのような変化が生まれたのかを考察した。参加大学は青山学院、駒澤、上智、専修、千葉商科の5大学。主なファインディングスは以下の通り。

1. コロナ禍で一変した大学生の実情

大学生だけ未だオンライン授業が継続しており、人とのリアルな繋がりが無くなり不満が募っている。オンライン飲み会も空気感が読めず下火に。大学生は危機感を抱いている。

2. 危機感を抱いた大学生が始めた行動

1限の履修を充実させる、トレーニングや資格の勉強を始める、オンラインサロンへ加入するなど新しいことにチャレンジしていく動きがおこる。Stay Home中でも活動意欲はむしろ高まったといえる。

3. コロナ禍で大学生が身に付けた新たな力

一人で履修を組む、オンライン学習プログラムを探して受講する、大して親しくない友人からの誘いを断る、自分にとって本当に大切なモノ・コトを考え、使い所を考えた消費をするなど、「自立した個人」の確立がみられる。

	コロナ禍前の大学生	コロナ禍後の大学生
学び・サークル	周りに流され集団で行動	主体性を持って自ら行動
人付き合い	情性で発動前に強いてきた友人関係	自ら付き合う友人を能動的に選択
消費	よく考えずに様々なモノ・コトを消費	自分にとって大切なモノ・コトを考えて消費

4. 大学生のニューノーマル

新たなコミュニティで交流し人との違いを知る機会が増加、自分の強みをアートや文章で表現する、社会問題に対しSNS等で意思表示をするなど意見を積極的に述べるようになった。従来はコミュニティに属し自分を演じていたが、今は属すことに強い意味を感じていない。

プロジェクトでは他人に頼らず意思決定を行う力を“ポッチ行動力”と名付け、個々の自立/自律を前提としつつ他者の考えも柔軟に取り入れ、個性と社会性を兼ね備えたコロナ禍での大学生の新たな姿を「アベンジャーズ大学生、最強の、ポッチへ」と名付けた。

詳しくはHPで



調査結果詳細は東京広告協会HP、事務局まで

【法務政策委員会勉強会】「AIに関する法的な課題」をテーマに勉強会開催

法務政策委員会は11月20日、定例委員会のオンライン開催に合わせ弁護士の殿村 桂司氏を講師に招き、「AIに関する法的な課題」をテーマとした同委員向け勉強会をZoomで実施した。

参加した委員は、AIによる生成物は著作権により保護されるか、第三者の著作権を侵害することはあるか、AIに基づいた判断結果に対する法的責任などについて

レクチャーを受け、広告主、媒体社の立場から考えられる法的責任のリスク回避の注意点について知識を深めた。



COLUMN

法政委員会 執筆コラム

Vol.1 不断の情報収集

法務政策委員 榎大広 古河崎敏夫

「自動車プレゼント」「五つ星ホテルのスイートルーム宿泊」など、夢のある商品や体験を無料で獲得できる機会のひとつにキャンペーンへの応募を挙げることができます。

メーカー・流通など、各社が日々色々なキャンペーンを仕掛けており、商品や企業名の認知度向上などの目的実現のため、決して少なくない予算を投下していることに異論はないことでしょう。

かかるキャンペーンの実施に対しては、不当景品類及び不当表示防止法(略称:景品表示法)を代表とする各種法規制が整備されており、その枠組みのなかで魅力ある企画を通しての目的実現を目指し、企画・宣伝部門をはじめとする担当者の方々は、日夜知恵を絞られていることと推察いたします。特に個人的には、特定保健用食品、機能性表示食品や通信販売などの文字を多用せざるを得ない各種クリエイティブに、作り手の方々の苦心と熱意を感じています。

さて、かかる景品表示法の主旨を突き詰めると、「定められたルールの中で競争してください。」「消

費者を誤認させるような表現をしないでください。」という至極当たり前の思想に収斂すると考えます。長い歴史があり、また広く認知されている法律ですから、それに抵触してしまうのは、ある意味、確信犯的な意図を持った会社であろうと思描かれることでしょう。ところが、令和2年に限定しても物販系の上場企業・大手企業が、消費者庁から不当表示に関する措置命令を受けていますし、4年前に開始された課徴金制度において納付命令を受けた第一号は運送系の上場会社でした。

令和2年9月に施行された改正医薬品医療機器等法には、景品表示法同様、医薬品虚偽・誇大広告による医薬品等の販売に対する課徴金制度が創設されるなど、広告を取り巻く環境は刻々と変化しています。

仕掛ける側の人間として、各種施策について、過去の知見だけに頼るのではなく、法令をはじめとした世の中の各種情報収集を怠ることなく、それらに裏付けられた検証を反復継続することが求められているのだと自戒を込めて考える次第です。

【高校教諭に対する広告研修会】印刷博物館見学

第23回「高校教諭に対する広告研修会」を12月3日、10月にリニューアルオープンした印刷博物館(トッパン小石川ビル内)で開催し、東京都商業教育研究会から18名の教諭が参加した。会員社である凸版印刷様の協力により実現した。

参加者は、学芸員の方の解説を聞きながら館内の各施設を視察した。常設展示室への導入路となるプロローグでは、古来人間が刻んできたビジュアル・コミュニケーションの足跡をたどる歴史的資料のレプリカなどを見学。常設展示室では、「印刷の日本史」、「印刷の世界史」、

「印刷×技術」をテーマにした貴重な展示を見学しながら、印刷技術がどのように普及し、社会や人々の生活に影響を与えてきたのか等を学んだ。

企画展示の「現代日本のパッケージ2020」では、国内パッケージコンクールの受賞作が数多く紹介され、参加者はパッケージの進化に触れた。



館内ガイダンスを受ける参加者

【大学生広告制作講座】オンラインプログラムとして実施

第30回(令和2年度)「大学生広告制作講座」を、新型コロナウイルスの影響を踏まえ11月11日～12月7日にオンライン教室スタイルにて開催した。指導に当たったのは高田豊造氏(博報堂、広報委員)、長島慎氏、嵐田光氏、橋本暦氏(博報堂)。

テーマは教室ごとに異なり、「京都に住んでいる人に、もう一度観光名所に行ってもらうためのコピー」、「もっと映画館に行って映画を観たくなる広告」、「恋愛離れた若者たちが、恋愛をしたくなる広告」、「英語を喋りたくなるアイデア」の各テーマに基づき、個別指導から作品発表・

講評までを複数回にわたって教室ごとに指導を受けた。

学生からは、「今年の1年生が大学生らしい活動や行事に参加できていない状況の中でこのような場があったととてもうれしかった」、「広告制作について学べて勉強になった、少人数で複数回同じ先生に指導してもらえるので濃いコミュニケーションができたと思う」など、オンライン上の制約がある中でも好評のプログラムとなった。



【地域ビジネス活性化を目指す広告主と地域メディア社による勉強会】開催

「地域ビジネス活性化を目指す広告主と地域メディア社による勉強会」第1回を12月10日にAP新橋にて開催した。

主に地域におけるビジネスの拡大を目指す広告主、地域広告活動の活性化を目指す地域メディア会員各社の現業にタイムリーに生きる情報提供とネットワークづくりの場となることを目指して、本年度より新たに開催した。

モデレーターには電通の北原利行氏を迎えた。地域メディア社からは信濃毎日新聞の林一路氏、滝沢伸也氏が登壇。「実験ARおうち花火大会」の事例が話された。次いで広告主からは麒麟ビール大野知法氏が、地域におけ

る広告戦略、課題意識などを語った。広告出稿へのアカウントペリシティが一層求められる状況下で、商品を“手に取ってもらえる”までのアクションを生むために、地域新聞社のもつ強い存在感を生かしたイベントの開催等による体験価値創造の場づくりや、新聞社同士のネットワークを生かした1エリアにとどまらない企画などを求めていると話し、多数の質疑を交えながら活発な意見交換が行われた。



第40回「東京広告協会 白川 忍賞」伊藤雅俊氏に決まる

第40回(令和2年)「東京広告協会 白川 忍賞」選考委員会が12月10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伊藤雅俊氏(味の素㈱ 取締役会長、公益社団法人日本アドバタイザーズ協会 理事長)が選出された。贈賞式は令和3年2月24日に東京會館で開催される第93回定時総会の席上行われる。

イベント案内

第24回アジア太平洋広告祭(ADFEST 2021)応募要項の和文翻訳を全広連HPに掲載中

ADFEST 2021は、長引く新型コロナウイルスの影響により、来春3月のタイ・パタヤでのフェスティバル開催を中止する発表を行いました。Young Lotus Workshopの開催見送りが決定されました。ADFEST 2021とまだ発表されていないADFEST 2020の贈賞セレモニーは、下記の通り共にオンラインで行われます。

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。

【ADFEST 2020 オンライン贈賞セレモニー】

2021年2月15日(月) 日本時間20:00～

【ADFEST 2021 オンライン贈賞セレモニー】

日程調整中

来年5月に全広連山陰大会開催 5月20日(木)～22日(土)

令和3年5月20日～22日、第69回全日本広告連盟山陰大会が開催されます。大会テーマは『「ヤオヨロズの英知でつくる広告新話」～山の陰から創造の光を～』です。

式典日の午前中に8プログラム(予定)からなる分科会を開催、広告を取り巻く課題など幅広いテーマについて多彩な登壇者を招きセッションを行います。

また、新型コロナウイルスの影響を踏まえ、「現地参加」に加えて「オンライン参加」枠を設けます。申込詳細は決定し次第文書・HPにてご案内いたします。

【全広連山陰大会概要(予定)】

[主催]第69回全日本広告連盟山陰大会組織委員会
全日本広告連盟

[分科会・式典]5月20日(木) 島根県民会館

[見学会]5月21日(金)・22日(土)

日帰り5コース、1泊1コース

[ゴルフ会]5月21日(金)

大山平原ゴルフクラブ

※大会案内は1月下旬に配布予定です



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18日(水)	業務委員会
11月20日(金)	法務政策委員会
11月30日(月)	広報委員会
12月 4日(金)	総務委員会
12月10日(木)	第40回「東京広告協会 白川 忍賞」選考委員会 第45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15日(金)	業務委員会
1月18日(月)	広報委員会
1月19日(火)	法務政策委員会
1月22日(金)	総務委員会
1月29日(金)	第46回定例理事会