



東京広告協会報

VOL. 100
2015

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)朝日新聞社 執行役員 広告担当
(公社)東京広告協会 理事、
広報委員長

竹内 圭介さん

1963年東京都出身。慶應義塾大学法学部を卒業後、85年、朝日新聞社に入社。一貫して広告畑を歩き、東京本社広告第2部長、名古屋本社広告局長を経て、2015年2月より現職。趣味は「いつまでも上達しないゴルフと乱読（図書館でなく書店から購入）。単身赴任中に鍛えた家事全般が特技です」

「サイズ感+デジタル」で、 世間をあっと言わせる新聞広告を！

近年の新聞広告に見られる二つの流れ

……長い間、新聞広告はクライアントから「ブランド価値を高める最大のメディア」と信頼されてきました。いま、新聞広告はどのような状況になっているのでしょうか。

クライアントは広告を出すことによって商品を知ってもらい、実際の売り上げに結びつくことを望んで投資をします。新聞広告がスタートして100年以上たちますが、ずっと同じ形で生き残ってきたわけではなく、つねにその時代に合わせて変化してきました。

近年の新聞広告には大きく二つの流れがあります。一つは、「サイズ感のあるメディア」になったということです。今年（2014年度）の朝日広告賞はAppleが受賞しましたが、30段のスペースを使ってiPhone6で撮影した高画質の写真を広告に仕立て上げたものでした。新聞を広げたときのスペースの大きさ、あれ

だけのサイズ感のあるメディアは他にはありません。他のメディアではできない「原寸大」は、これからも、企業のメッセージを出していくときの重要なツールになっていくのではないのでしょうか。

もう一つは、「デジタルとの親和性」が高いこと。いまは、スマホをかざして広告の中に埋め込まれたAR（Augmented Reality：拡張現実）マーカーを読み込むと、商品が画面の中で3D映像のように浮かび上がるといった仕掛けができるようになってきました。新聞広告が話題になって、SNSで拡散していくこともはや常識です。クライアントがデジタルに多くの予算をさいている現状を考えると、デジタルとの連携を深めることが重要になるのではないかと考えています。

2ページを使った実物大折り込み広告

……最近、「サイズ感+デジタルとの親和性」

で話題になった広告はありますか。

イオンが完全養殖の生本まぐろの売り出しに当たって、6月20日朝刊の5段の告知広告に加えて、見開きの2ページを使って、原寸大のまぐろをメインクリエイティブにした広告特集を発行しました。フルカラー・ブランクシート版8ページの「パノラマワイド版」で、関東と関西の2000店舗の商圏のエリアで約85万部を折り込んで配布しました。原寸大のまぐろにびっくりした人がツイッターに投稿したり、子どもが寝ころんで背比べをしている写真をSNSにアップしたりと大盛り上がり。おかげさまで、プロモーションは大成功で終わりました。

……どうして、世間をあっと言わせるような大きな広告企画を提案できたのでしょうか。

実は、イオンに先立つ4月17日に、アウディジャパンが車の実物大の写真を印刷した新聞折り込み広告を発行し、「ギネス世界記録」に世界最大と認定されたのです。

広告は「アウディ A3」が実物大でカラー印刷され、広告に埋め込まれたARマーカースマホで読み取ると、車体を360度全方位から見るができるというものです。朝日新聞の朝刊とともに、東京都の港区など一部



SNSに投稿された、ブランクシート版と背比べしている読者の写真

のエリアに配られましたが、テレビを含む400以上のメディアに取り上げられました。

さらに、作家の池井戸潤さんがアウディで全国を巡り、エッセーでつづる広告特集も全国版朝刊で12月まで、毎月1回掲載されます。池井戸さんが訪れたスポットの情報は、朝日新聞デジタルの特設サイトで順次紹介していくことになっています。

アウディの成功事例という伏線もあってイオンの「原寸大のまぐろ」を提案できたのです。家族が全員いる土曜日ということで、大きな盛り上がりにつながりました。新聞広告が家族の会話の役に立っただけでも良かったなと思っています。宅配されるという日本の新聞の強み、印刷がきれいといった日本の新聞の技術が融合した仕掛けに仕上がったのではないのでしょうか。

デジタルとの親和性を高め 他メディアとも連携

……これから朝日新聞の広告は、どのような方向に進むのでしょうか。

お客さまのための努力は惜しまず、柔軟な発想を持つことは当然として、足腰の強さ、運動量と熱意では他社にひけをとらないと自負しています。まぐろの鮮度についてはイオンの担当者にかないませんが、まぐろの何をより話題にして広告づくりを考えるかはわれわれの仕事。広告づくりのプロとしてのスキルを持ち、消費者に商品を知っていただくために広告で何ができるかということをつねに考え、提案することが大切だと考えています。

これからの方向性としては、デジタルとの親和性をさらに高め、他のメディアと連携していくことが大きなテーマになると思います。テレビ朝日など系列各局さんとは、取材面での人的、技術的な連携を深め、営業面でもコラボしていく必要があると考えています。

(インタビュー・文 古俣慎吾)

【第25回 大学生広告制作講座】 作品発表会

7月7日、電通銀座ビル8階会議室で平成27年度（第25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、「資生堂/シーブリーズ」。先に行われたオリエンテーションでは、三輪隆彦氏（エフティ資生堂）から、「汗やにおいを取り除くだけでなく、“青春の真ん中のツール”としてシーブリーズがあることが、高校生だけでなく幅広く若者に対して伝わる広告を考えてほしい」と説明があった。

6月18日、22日両日に行われた個別指導では、博報堂のクリエイター陣からラフ案に対してアドバイスを受けた。「表現への“共感”がないと見た人が買いたいと思わない。「笑う”や“驚く”は共感しているということ」「見慣れた言葉では共感が生まれにくい。今まで気が付かなかったことを言葉にできてこそコピーになる」と熱心な指導を受けた。

作品発表会には、三輪氏に加えて山本浩司氏（エフティ資生堂 宣伝デザイン室）、行定良太氏（同 パーソナルケアマーケティング部）が出席した。細井聖広報委員（博報堂）の司会進行のもと、学生が自身の作品をプレゼンテーションした。発表後、三輪氏、山本氏、行定氏と制作指導を行ってきた博報堂のクリエイター高田豊造氏、長島慎氏、嵐田光氏、石下佳奈子氏、藤嶋童夢氏、中村彩子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。



学生による作品プレゼンテーション

審査の結果、全25作品の中から最優秀賞にCM「夏の小川」藤代真綾さん（東洋大学）をはじめとする作品が選出された。（P4参照）。

表彰式では、審査員個人賞、学生賞、優秀賞、最優秀賞、資生堂賞の各賞の贈賞とノベルティグッズ、図書券などの副賞が贈呈され、全員の作品について講評が述べられた。

三輪氏が、「荒削りでもアイデアがあるか、という視点で作品を選出した。アイデアを見つけるという経験を活かしてぜひ広告業界を目指してほしい。」と総評を述べた。

最後に、座長の細井氏が本年度をもって定年退職を迎えるため、サプライズで講師陣から花束が贈呈された。細井氏は、「25年前に一人の学生が東京広告協会に来て、広告を作りたいのだけど、と相談を受けてこの企画を立ち上げた。毎回テーマを提供してくれるクライアントの方々、親身になって指導してくれる講師の方のおかげでここまですることができた。これからも続けていってほしい。ありがとうございました。」と述べ、閉会となった。



個別指導風景



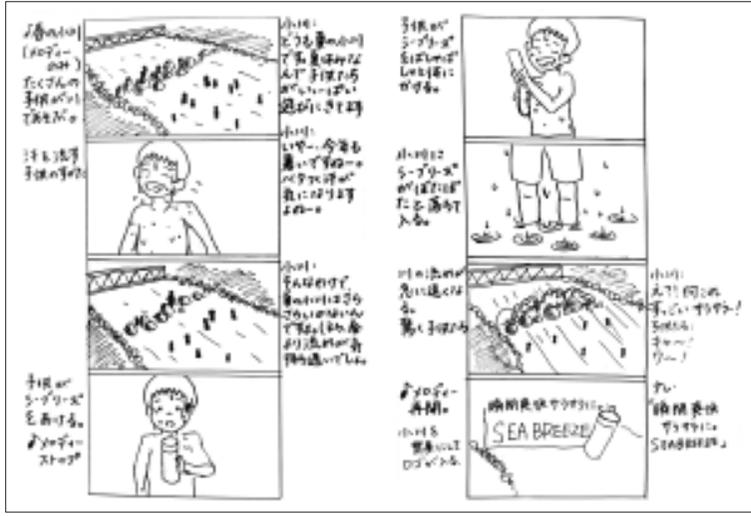
左から 行定氏、三輪氏、山本氏（エフティ資生堂）花束を贈呈された細井聖広報委員



平成27年度(第25回) 大学生広告制作講座 入賞作品

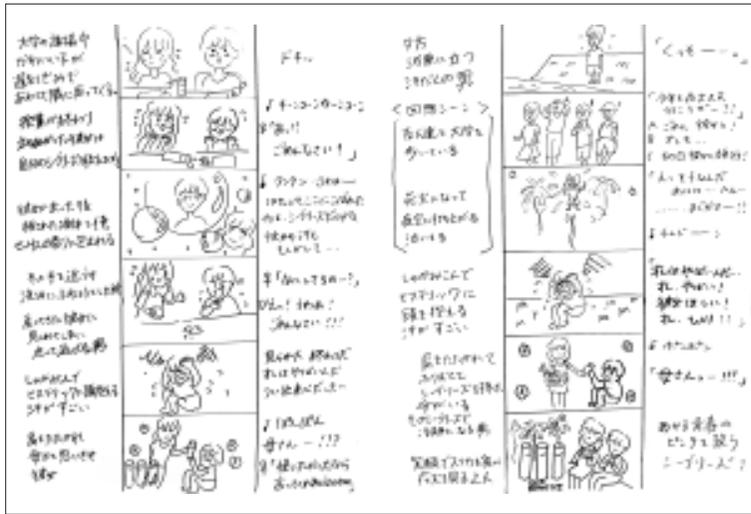
最優秀賞

テレビCM「夏の小川」
藤代真綾 (東洋大学)



優秀賞

テレビCM「青春ピンチ」
平野志歩 (東洋大学)



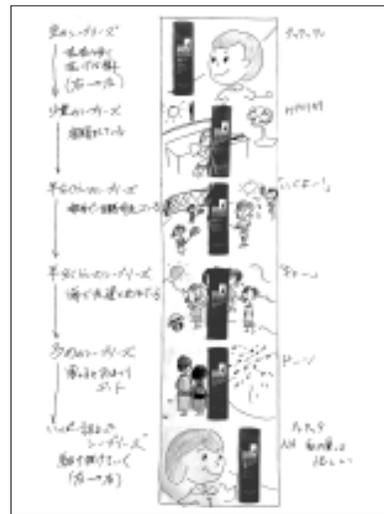
優秀賞

グラフィック広告「パシヤ」
中島碧 (東洋大学)



資生堂賞

テレビCM「私の夏は忙しい」
森実南 (日本大学)



クライアント、講師陣よりメッセージ

三輪 隆彦氏、山本 浩司氏、行定 良太氏 (エフティ資生堂)

「この講座はアイデアの種を見つける力を切磋琢磨していく場だと思います。この経験を活かしてぜひ広告業界を目指してください。」
(三輪 隆彦氏)

「面白いアイデアはマネさせてもらうかもしれません(笑)。皆さんは将来広告に携わっていきたい方達だと思うので、この機会を貴重な機会を活かして、未来を明るく考えていってほしいと思います。」
(山本 浩司氏)

「実務では、プレゼンの際に最初のブリーフに込んでいるかどうかが大切になります。仮に面白いアイデアだとしても、依頼したと違えば他の方に…ということも起こりえる。プレゼンで、「新規トリアルをとるといってお話がありました、だとすると…」と話してくれた人もいて、我々の要望を汲んでクリエイティブ表現を考えてくれたんだとわかりました。将来実務について際には意識して、プロフェッショナルとしてぜひよりよい提案をしていって下さい。」
(行定 良太氏)

高田 豊造氏 (博報堂)



大学に入って広告を初めて作る人も多いこの講座。僕らが伝えたいのは、どう広告を作るかという方法論ではなく、広告を作るって楽しいんだってこと。そして広告を作る大人たちって何だか楽しそうだって思ってもらうこと。そんな指導が彼らの将来の何かに役立ってくればと思います。

長島 慎氏 (博報堂)



広告をつくる時、僕らが一番大事にしていることは「頭のやわらかさ」です。これって僕らなんかより、若い大学生の方が絶対に持っているはずで、最優秀賞作品の「どうも、夏の小川です。」という最初の一行に、そんな「頭のやわらかさ」を感じ、この評価が決まった気がしました。

嵐田 光氏 (博報堂)



自分が学生の頃に比べて、映像制作などに携わる制作の仕事の幅はとて広がりました。今の学生にとって、もはや広告という仕事は、さほど魅力的な仕事ではないのかも。でも、やっぱり広告作りって面白い仕事だと僕は思っています。そんなことを学生に伝えられたら、と講師を担当しました。

石下 佳奈子氏 (博報堂)



みんなが考えないような視点で物事を見つめること、考え抜くことは、広告に限らずどんな仕事でも大事なことだと思っています。この講座をきっかけに、サークルでもゼミでも、学生のうちから「視点を変えてみる癖」を身につけて、毎日を過ごしてもらえたら嬉しいです。

藤嶋 童夢氏 (博報堂)



広告は、基本褒めます。誰かを喜ばせること、誰かから好きになって貰うことを考えて、楽しんでつくる。これが基本かなと思います。今回、頑張って考えたアイデアの何かしらを褒めて貰えたなら、その“嬉しい”気持ちを忘れず、青春を存分に謳歌していってください。

中村 彩子氏 (TBWA\HAKUHODO)



「この人は考えるのが楽しかったんだな」とか、「笑わせるのが好きなんだな」とか、「面倒だったんだな」とか、そういう作者の内側って必ず表面に出ます。今回も、面白いことをしてやろうという気概のある作品が上位にきた気がします。改めて、楽しい気持ちで仕事をするって大事かも!



【第2回 特別講演会】『東京広告協会 白川 忍賞 受賞記念講演』シンガタ佐々木宏氏 招いて開催 11月17日(火)

平成27年度第2回特別講演会を、『東京広告協会 白川 忍賞 受賞記念講演』として、シンガタ(株)の佐々木宏氏を招き、資生堂花椿ホールにて開催します。

東海旅客鉄道「そうだ 京都、行こう。」、ソフトバンクモバイル「白戸家シリーズ」、トヨタ自動車「ReBORN」、サントリー「BOSS」など、長年にわたって広告界のトップランナーであり続ける佐々木氏の講演をお聞きいただける貴重な機会です。

また、本講演は受賞記念として会員ならびに会員社の皆様は無料にてご参加いただけます。

す。ぜひ御社内にもご周知いただき、皆様ふるってご参加ください。

日時 11月17日(火) 13:30～15:00(13:00開場)

講師 佐々木宏氏 (シンガタ(株) クリエイティブディレクター)

演題 調整中

会場 資生堂 花椿ホール

参加費 会員・会員社・学生 無料
一般 1,000円

定員 150名

申込 東京広告協会 HP まで

【秋のアドフォーラム (旧：広告問題研修会)】パネルディスカッション形式で開催

11月26日(木)

平成27年度「秋のアドフォーラム」を開催します。ライオン、日立製作所、新日本プロレスリングと幅広い業種から、企業ブランディングの最前線で活躍されている3名をお招きします。

第一部では自社のブランド戦略、広告キャンペーン等がどの様なコミュニケーション課題を解決すべく企画されているのか、今後の戦略などを各社にお話いただきます。

第二部ではパネルディスカッション形式でモデレーターの田中洋氏を交えながら三社それぞれの取り組みについて熱いトークを繰り広げます。

この貴重な機会をお見逃しなく! 皆様多数のご参加をお待ちしております。

テーマ 「ブランドコミュニケーションの新たな挑戦」

日時 11月26日(木) 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2階「桜」

パネリスト

小和田みどり氏 ライオン(株) 宣伝部長

溝口健一郎氏 (株)日立製作所 ブランド・コミュニケーション本部 本部長

手塚 要氏 新日本プロレスリング(株) 代表取締役社長

モデレーター

田中 洋氏 中央大学ビジネススクール教授

参加費 会員・会員社 6,000円 一般 8,000円
学生 1,000円

定員 180名

申込 東京広告協会 HP まで

ク ロ ス ロ ード

C R O S S R O A D

ク ロ ス ロ ード

(9月度理事会・委員会開催報告)

9月 8日 (火) 業務委員会
9月 9日 (水) 法務政策委員会
9月10日 (木) 広報委員会
9月18日 (金) 総務委員会
9月25日 (金) 臨時総会
定例理事会

(今後の理事会・委員会等スケジュール)

11月16日 (月) 法務政策委員会
11月17日 (火) 広報委員会
11月30日 (月) 業務委員会
12月 2日 (水) 総務委員会
12月 9日 (水) 「東京広告協会 白川 忍賞」
選考委員会
臨時総会、定例理事会

臨時総会開催の報告

9月25日開催の臨時総会において、理事1名の選任が異議なく承認されました。
新任理事 (敬称略) 田中 敏宏 キリンビール(株) マーケティング部長