



東京広告協会報

VOL. 104
2016

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



キリンビール株式会社
執行役員 マーケティング部 部長
公益社団法人 東京広告協会 理事

田中 敏宏さん

1963年、福岡市出身。86年、早稲田大学政経学部卒業後、キリンビールに入社。大阪支店～本社営業部。97年、マーケティング部で一番搾りを担当。2003年から、四国地区本部、本社営業部、マーケティング部などを経て15年4月から現職。趣味はロードバイク。土日には自宅近くの多摩川の土手を走り、時には熱海まで100kmを往復することも。

広告でお客さまに驚きや感動を伝えたい

多岐にわたる業務の取りまとめ役

……1986年の入社という、ビールの苛烈なシェア争いが始まった時期ですね。

入社した86年にアサヒビールが新しいCIを発表し、翌年にスーパードライが登場。88年にはビール4社の「ドライ戦争」が始まりました。62%あった麒麟のシェアも一気に下がってしまい、「あれ、入るところ間違えたかな」と思いました。幸い、90年に一番搾りが出てシェアも回復しましたけど。

……田中さんはマーケティング部で、どのような仕事をしていらっしゃるのでしょうか。

名称はマーケティング部となっていますが、ブランドの戦略策定から商品開発、広告やプロモーションの具体的な展開を行う部署まで多岐にわたる業務があります。カテゴリの戦略やブランド戦略をプランニングするチーム、その戦略を具現化するための商品の開発チーム、広告を具現化するチーム、広告をメディアに出すためのプランニングチーム、キャン

ペーンなどのプロモーションを計画するチームなどがあります。

スタッフは総勢140人。つねに30ほどのキャンペーンが同時に展開中です。マーケティング部長として、すべてのディテールを把握するのは困難ですが、とはいえ思考や行動に一貫性が求められるので、「キリンビールや、各ブランドは何を目指すのか」という目的を大切にしたいマネジメントを行うようにしています。

「Quality with Surprise」を目指して

……キリンビールが「目指しているもの」とは、具体的にどんなことでしょうか？

「Quality with Surprise (クオリティ ウィズ サプライズ)」……卓越した品質をベースにしてお客さまに驚きや感動を提供することを目指しています。キリンビールには「品質本位の企業」というイメージがあります。ていねいなものづくりや品質へのこだわりといった当社の強みを進化させ、お客さまの生

活を新しくし、驚きやすばらしい体験につながることをめざしてビジネスを展開していく。「もの」を通して「こと」を作る……そのような企業活動を通じて社会に貢献していきたいと考えています。

47都道府県でそれぞれの一番搾りを

……その具体的な事例が、現在、展開している「47都道府県の一発搾り」ですね。

「地元の誇りをおいしさに変えて」をスローガンに、地域のお客さまと一緒に、地域の魅力を発掘しながら作り出す特別な一発搾りです。昨年、全国の9つの工場ごとに発売した一発搾りの評価がことのほか高かったので、「CSV（共有価値創造）」や「ローカルプライド（地方の誇り）」といったコンセプトで具現化できないかなと考えたのです。

昨年10月から当社のスタッフが全国47都道府県で、総勢約400人の地元のお客さまとワークショップを行い、地域の気質や誇り、歴史や風土、それをビールでかたちにするにはどういうコンセプトがふさわしいかについて話し合いました。食の研究家、マスコミ、地元でこだわりをもった方や地元企業の方など多様な方々に参加いただき、熱い意見が集まりました。それに従って、味も広告のコピー、コンセプトも違う47通りの一発搾りを作ったのです。

例えば岐阜県は森林の面積比率が高く、そのことを地元の方々が誇りに思っているため、森林をコンセプトに木のような香りがするホップを使ったビールを作りました。広島は情熱の赤をテーマに赤いビールを考え



ました。東京ですと、下町や山の手のいろんな人が集まって、世界に羽ばたく夢があるということで、「夢」をキーワードにスパークリングワインのようなビールを作りました。

お客さまを一番に考える会社になろう

……「地域」をキーワードにして商品を広げることで全国的に盛り上がったわけですね。

47種類のビールを作り分けるのは大きなチャレンジでした。すべてを一度に造るのは物理的にも流通的にも無理なので、予約受注というかたちで9つの工場で造り分けをしました。地域の流通の方々から申し込みをいただいて、期日までに数量を作ってお届けする。ある営業が「自分から受注に出向かなくても、お店や酒屋さんが注文してくれる。こんなことは初めてだ」と感慨深そうに話していました。

当社社長の布施は常々「お客さまを一番に考える会社になろう」と言い続けています。47都道府県で起こった反応を通じて、お客さまのことを考えて地域の人々と一緒に商品を作り、販売し、商品を通じて地域を盛り上げることを実現することができました。

企業と消費者はタテからヨコの関係に

……広告が元気だと社会も元気になるれます。日本を元気にするヒントを教えてください。

広告は、いつの時代でも意味のあるものだと思います。でも、時代につれて内容や媒体が変わってくる。30～40年前は広告主と消費者の間には大きな情報格差がありました。いわばタテの関係で、情報を発信する企業は無条件で認められた時代でした。ネット時代の今は個人もSNSなどで自由に発信でき、企業と消費者はヨコの関係になっています。企業も一つの人格を持ちながら、お客さまの共感を得ることが重要だと考えます。企業からの一方通行でなく、お客さまに寄り添いながら、驚きと感動を提供するという姿勢が、社会を明るく元気にすることに繋がるのではないのでしょうか。

(インタビュー・文・古俣慎吾)

【第26回 大学生広告制作講座】 作品発表会

6月30日、電通銀座ビル8階会議室で平成28年度第26回大学生広告制作講座の作品発表会を開催した。

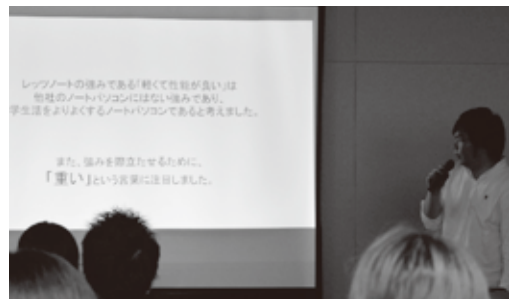
今年の課題は、「パナソニック Let's note」。先に行われたオリエンテーションでは、加藤裕二氏（パナソニック）から、「軽量・長時間・頑丈をそなえたLet's noteは大学生活のパートナーにふさわしいノートPCであることを伝えたい。未来のビジネスパーソンである学生に、あこがれや、持つ喜びを抱いてもらえる広告を考えてほしい」と説明があった。

6月14、16日に行われた個別指導では、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。「“軽量・長時間・頑丈”の長所を1度で全て伝えるのは難易度が高い。フォーカスを絞って表現を考えること」「PCを擬人化したり、長所を何かに例えるのはよい方法かもしれない。とはいえ、他の人とアイデアが重なってしまうのではまだまだ考え不足」など、熱心な指導を受けた。



個別指導風景

作品発表会には、加藤氏に加えて椋本吉則氏（宣伝部 企業宣伝室 アドプランニング課）、鈴木恵子氏（同）が出席した。高田広報委員（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、加藤氏、椋本氏、鈴木氏と、制作指導を行ってきた博



学生による作品プレゼンテーション

報堂のクリエイター高田豊造氏、嵐田光氏、石下佳奈子氏、藤嶋童夢氏、橋本暦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。

審査の結果、全41作品の中から最優秀賞および学生賞に、グラフィック広告「君を盾に生きてゆく」鈴木悠馬さん（東京経済大学）、優秀賞にグラフィック広告「支える一台」篠崎翔吾さん（日本大学）、TV-CM「間違い探し」越智朋奈さん（東洋大学）らが選出された。（P4参照）。

表彰式では、審査員個人賞を含む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。長島慎氏、中村彩子氏は当日欠席のため、事前に審査を行った際のメッセージを高田氏が代読した。加藤氏が、「私たちも日頃から



加藤裕二氏（パナソニック）

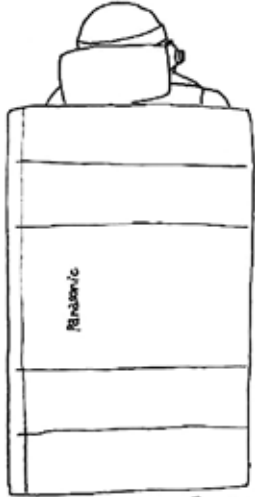
広告の企画を考えているが、学生のみなさんの視点やアイデアにとってもおどろいた。広告をつくるのは面白い仕事なので、興味を持ってもらえたらうれしい。」と総評を述べ、閉会となった。

平成28年度(第26回) 大学生広告制作講座 入賞作品

最優秀賞

グラフィック広告「君を盾に生きてゆく」
鈴木悠馬 (東京経済大学)

君を盾にしたい。



他を圧倒する強さあり **Let's note**

優秀賞

グラフィック広告「支える一台」
篠崎翔吾 (日本大学)

Panasonic



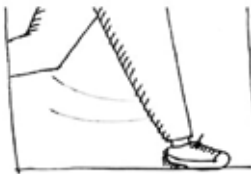
Let's note



優秀賞

テレビCM「間違い探し」
越智朋奈 (東洋大学)

・走る少年の
足もとアップ。



「やばい!
遅刻する!!」

・エレベーターに
乗り込もうとする少年。
・エレベーターは
満員。



「乗ります!」

・重量オーバーの
音が鳴る。
・乗客が少年を
見る。



「ビーーーー」

・少年降りる。
・新たな少年、
乗り込もうとする。

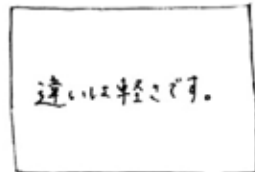


「乗ります!」

・新たな少年、
乗れちゃう。
・ドアは閉まり、
乗客皆笑顔。



・「違いは軽さです」
白バックに字のみ。



NA
「違いは
軽さです」

・乗れた少年が
Let's noteを
使っているカット。



NA
「Let's note」

【第1回 特別講演会】「世界経済 大乱の舞台裏」 滝田洋一氏 招いて開催

平成28年度第1回特別講演会が、7月7日、『世界経済 大乱の舞台裏』を演題に、日本経済新聞社編集委員



滝田洋一氏

滝田洋一氏を招いてコートヤード・マリオット銀座東武ホテルで開かれ、会員社、一般などからのべ105名が参加した。

折しも、イギリスのEU離脱決定直後の開催となり、講演はこのトピックからスタート。事前調査では反離脱が優勢と見られていたにも関わらず異なる結果となった理由や、“Brexit”によって日本の株価が影響を受ける構図を紐解き、欧州内に広がる可能性のある反EUの流れとその背景についても解説した。

国内においては消費増税後の景気の冷え込みと、企業の内部留保のみが拡大し賃上げが進まない状況について、グラフなどを用いながら説明。人口減少社会の中で「第4次産業革命」として政府が推し進める成長戦略について解説し、日本が強みを発揮すべき分野により焦点をあてた投資が必要ではないか、と話した。

質疑応答も行き、参加者は熱心にメモを取りながら耳を傾けていた。



大学生意識調査プロジェクト 調査テーマは「大学生と消費」

平成28年度（第22回）大学生意識調査プロジェクト(FUTURE2016)は、調査テーマ「大学生と消費に関する意識調査」のもと、毎週月曜日の定例ミーティングを柱として調査結果の分析を進めている。9月8日～9日（1泊

2日）には、アルピンスポーツパーク（千葉県）にて分析合宿を行い、約30名の学生が参加した。12月上旬頃に調査報告書の刊行、プレス発表の予定（調査報告書は全会員に配布）。



8月1日の定例ミーティングでは、学生自身で回収した調査票を確認



合宿ではグループワークを中心に、熱心に議論を深めた



【秋のアドフォーラム】“デジタルシフト”をテーマに開催

11月21日(月)

平成28年度「秋のアドフォーラム」を開催します。幅広い業種から、それぞれの企業のデジタルマーケティング部門の最前線で活躍されている3名をお招きします。

第一部では自社のデジタル戦略、マス媒体との融合について、具体的な事例を交えてご紹介していただきます。

第二部ではパネルディスカッション形式で、デジタルシフトについて、それぞれが現在抱えている課題を共有する場として、熱いトークを展開していただきます。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 「トラディショナルな広告活動とデジタルの融合～デジタルシフトへの模索～」

パネリスト(順不同)

土橋 代幸氏 (株)トヨタマーケティングジャパン取締役
田中 敏宏氏 キリンビール(株)執行役員マーケティング部長
石井 龍夫氏 花王(株)デジタルマーケティングセンター長

モデレーター

田中 洋氏 中央大学ビジネススクール教授

日時 平成28年11月21日(月)

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」

定員 180名

参加費 会員社6千円 一般8千円 学生1千円

締切 11月17日(木) ※定員になり次第締切

申込 詳細は東京広告協会HPまで

熊本地震被災地協会に対する義援金

全広連より、先般の熊本地震での被災地広告協会(熊本・大分)に対して加盟各地広告協会から義援金を募る連絡があり、東京広告協会からは20万円を義援金として寄託することを6月度総務委員会、定例理事会で決定しました。

7月26日、全広連より右記の通り、各地広告協会から寄せられた義援金を熊本・大分両協会に送金いたしましたのでご報告申し上げます。

記

合計243万2265円を送金
(全広連理事会決議により熊本4:大分1に按分)

■熊本 194万5812円 ■大分 48万6453円

内訳:各地広告協会からの義援金 計192万円

(内、東京広告協会より20万円)

全広連仙台大会会場で行われた募金等 1万2265円

全広連からの直接支援 50万円

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7日(水) 法務政策委員会
9月9日(金) 広報委員会
9月12日(月) 業務委員会
9月16日(金) 総務委員会
9月27日(火) 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16日(水) 広報委員会
11月17日(木) 法務政策委員会
12月2日(金) 業務委員会
12月6日(火) 総務委員会
12月9日(金) 「東京広告協会 白川 忍賞」選考委員会
臨時総会、定例理事会

新理事(敬称略、順不同)

9月27日開催の臨時総会において、理事5名の選任が異議なく承認されました。

藤井龍也 (株)朝日新聞社 取締役メディアビジネス/顧客データベース/不動産担当

飯田義典 (株)中日新聞社 東京本社 広告局長

手塚泰彦 (株)毎日新聞社 取締役広告担当

松田陽三 (株)読売新聞東京本社 常務取締役 広告担当

小池 清 (株)ニッポン放送 営業局長