

## INTERVIEW

TAAサロン

あの人にきく



日本たばこ産業株式会社  
パブリックリレーション部長

## 田原 光晃さん

福岡県福岡市出身。1995年3月、早稲田大学法学部卒業。同年4月、日本たばこ産業株式会社入社。2013年4月、たばこ事業本部社会環境推進部次長。2015年4月、たばこ事業本部渉外企画室次長(コミュニケーション推進担当)。2016年4月、たばこ事業本部渉外企画室次長(戦略担当)。2019年4月、パブリックリレーション部部長。2021年1月、パブリックリレーション部長に就任。現在に至る。趣味はゴルフと、ギターを弾くこと。休みの日にはエレキギターで(アンプにはつながらず)ヘヴィメタル系の曲を弾いて楽しんでいる。

# 東京 広告 協会報

2022  
VOL.  
126

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>

## 多くの人に「この会社いいね」といってもらいたい。

### 大好きなたばこに関わる仕事に就く

……ずっとたばこがお好きだということで、ご入社  
の動機もそれが大きかったのでしょうか？

そうですね、もともとたばこが好きだったので、これなら自信を持って売れるというのが大きな動機でした。学生時代、虎ノ門の日本自転車会館の中にあったラジオたんぱ(現ラジオNIKKEI)でアルバイトをしていて、当時ちょうどその目の前に当社のビルが建設中だったのです(その後、本社は2020年に現在の場所に移転)。ものすごい大きなビルが建っているなあとあって、Jって大きな会社なんだな、たばこも好きだし、受けてみようかなという感じでした。バブル崩壊から3、4年後で、最初の就職氷河期と言われていた時期だったので、全部で47社くらい受けて、その中で内定をいただいたのが2社、その一つがJでした。

入社から約3年間は長野県の上田工場で物流管理の仕事をしました。製品はもちろん、原料、材料などの倉庫管理も担当していました。工場には出来上がったたばこの味をチェックするブレンダーという人がいて、い

わゆるウイスキーのブレンダーと同じで、味の管理を徹底的にやる人たちです。この人たちがうんと言わないと進まない、ある意味、工場では工場長よりも偉いんじゃないかという立場の方々で。彼らは普段から体調管理に気を配り、刺激物も取らないようにしていて、ご飯でもカレーは食べていませんでした。このような人たちもたばこの仕事に関わっているんだということを初めて知り、すごいなあと思いましたね。

### 多くの人々と関わった経験は 今も大切な宝物

……上田工場を経て、どちらの職場に？

東京のJTKクリエイティブサービスというグループ会社に出向しました。総務部でしたが、人事もやれば給与に関するなども、なんでも担当しました。常に他の部署の方々とパイプ役になって、頼まれごともあったりして……。20代で若かったせいもあったのか、人から頼られることはすごく大事なことだと思い、

やりがいを感じました。そのおかげで、その後は仕事に限らず、人から問い合わせや相談をされたら基本的にすべて受けるようにしています。また、この部署での一番の思い出といえば、嫁さんを見つけて結婚したことですね。当時の関係者に会うと、未だに「お前は嫁を見つけに来たんだろ」と言われるので、「はい、その通りです」と言うようにしています。

その後に担当したのが、「ル・コスネール」というシガーショップ・バー&カフェでした。社内で新規に立ち上げた葉巻のショップとバーの事業です。そこで経営のサポートをしながら現場のサポートもするというポジションでした。すでに銀座と六本木に店舗があり、私が異動したのは3軒目の渋谷店がオープンする1か月前、というタイミング。現場でのサービスも担当するので、お客様に説明できるように葉巻のブランドや特徴を必死で勉強したり、レジの打ち方を覚えたり、初めてのことばかりでした。

お客様と相對することの大変さを痛感し、従業員のケアも考えなければいけないし、日々の売り上げに一喜一憂したり……。また、さらに新店舗を作ることになり、飲食業界や建築業界などの方々との毎日のように調整したり、相談したりしながら物事を進めていくということもしました。物件探しに不動産屋さんにも毎日、通いました。大変ではありましたが、同時にすごく刺激的で楽しい毎日でした。おそらく、この会社にいるとなかなか経験できないような外部の方々との交流や情報交換を含めて、とても貴重な経験をさせてもらったと思っています。よく「ウィンウィンの関係」と言いますが、それぞれの業界にはそれぞれの考え方があって、商売はお互いにちゃんとメリットがないとダメなんだということを勉強させてもらいました。そういう意味では、何事においても必ず相手の立場を考えながらやるべきだということを感じさせられた仕事でした。

## 企業ブランドを象徴するキーワードが多くの共感を呼ぶ

……その後、広告の仕事に関わるようになったので  
すね。

2008年だったと思いますが、会社のキャリアチャレンジ制度に手をあげて、立ち上がったばかりの社会環境推進部に異動しました。たまたま同期もそこにいた

のですが、喫煙者のマナーの啓発や喫煙所の整備、吸わない人への配慮など、たばこを取り巻く環境を整えていくためにできることを考える部署だったので、その内容にとってもやりがいを感じました。異動した直後にマナーのCMの担当になり、そこで初めて広告の世界に足を踏み入れることになりました。その次に、分煙というものを世の中に浸透させようというCMを担当したのですが、何編か作ったうちの一つに自分が出演する、という経験もしました。お母さんと子供が商業施設でショッピングをしている間、施設内の喫煙所でたばこを吸うお父さんの役でした。オンエアされた後に高校時代の同級生から一斉に電話が来て、初めてテレビの影響力の凄まじさを思い知った次第です。

社会環境推進部は徐々に拡大していき、今は渉外企画室という名前ですが、そのコミュニケーション部門を数年、担当し、2019年の4月に現在のパブリックリレーション部にやってきました。ここで関わったのが「想うた」という広告の制作です。「想うた」は2018年から続くシリーズで、当社の「ひとのときを、想う。」というコンセプトに基づいて、想い合うことの大切さをメッセージにしています。すでに第三弾まで作られていて、私は第四弾から担当したのですが、新たに多様性というものをメッセージに盛り込もうということになり、同期編、姉妹編、夫婦編の3編を作りました。多様性の大切さを伝えるように「違うから、人は人を想う」というキャッチコピーを入れました。この作品は第73回(2020年)広告電通賞のフィルム広告で金賞を受賞しまして、大変ありがたいことだと思います。ただ、コロナのおかげでこの金賞受賞の打ち上げが未だに実現していないのが、心に引っかかっておりますが。

「ひとのときを、想う。」という言葉は、想うという強い芯のある言葉を用いてJTとしての永久的、恒久的な強い意志が込められたもので、我々社員にとっても腑に落ちるキャッチコピーだと思います。おかげさまでクイズ番組でも取り上げていただいたりと、多くの皆さんの中にも浸透しているようです。今後もコーポレートサイトやオウンドメディアを活用しながら、たばこを吸う以外の方々にも、JTという会社が少しでも「いいよね」と言ってもらえるようなきっかけや接点を作っていくことが大切だと思っています。

(インタビュー・文 牧野容子)

## 活動報告

### 第94回定時総会を開催

東京広告協会の第94回定時総会が2月22日午後3時30分より、帝国ホテル3階「富士の間」にて開催された。

同総会は、実開催とライブ配信のハイブリッド形式で執り行われ、会員・関係者ら71名が出席した（委任出席者を含む出席正会員数435名）。新型コロナウイルスの感染状況を踏まえ、総会後の懇親パーティーは中止とした。

審議に先立ち大平 明理事長は、「今、ウィズコロナ、ポストコロナの新しい時代のコミュニケーションのあり方を考え、知見を共有しながら前に進まなければなりません。広告界は人間のみが持つクリエイティビティを強化して、テクノロジーとの調和をはかる必要があります。東京広告協会は社会の変化に応じてその存在価値を高めてまいります。」と語り、5月の全広連沖縄大会への参加を呼びかけた後、総会の開会を宣言した。

その後、田中洋志専務理事による進行のもと、大平理事長を議長に議事に入った。議題第1号に続いて、第2号（第1号議案）、第3号（第2号議案）などが諮られ、いずれも原案通り委任出席者を含む出席会員全員一致で承認され、本総会は閉会となった。

引き続き、第41回「東京広告協会 白川 忍賞」の贈賞式では、大平理事長から岸 志津江氏（東京経済大学教授）に同賞が贈られ、岸氏が謝辞を述べた。（4頁参照）

続いて、福岡伸一氏（生物学者／青山学院大学教授）が「生命を捉えなおす—動的平衡の視点から—」の演題で記念講演を行い、一連の会を終了した。（5頁参照）



第94回定時総会

#### 総会次第

- 挨拶 理事長 大平 明
- 議事録署名人名人選任
- 議 題
  - 第1号 令和3年度事業報告の件
  - 第2号 令和3年度決算承認の件（第1号議案）
  - 監査報告
  - 第3号 監事選任の件（第2号議案）
  - 第4号 令和4年度事業計画の件
  - 第5号 令和4年度度収支予算の件

### 役員一覧（順不同・敬称略）

※令和4年2月22日現在

大平 明	大正製薬(株)
石井 直	(株)電通グループ
田中洋志	(公社)東京広告協会
中井良博	(公社)東京広告協会
片上 崇	味の素(株)
今村恵三	キリンビール(株)
水谷 徹	サントリーコミュニケーションズ(株)
小出 誠	資生堂ジャパン(株)
岩井信幸	第一三共ヘルスケア(株)
梅岡 久	大正製薬(株)
犬飼律子	(株)ツムラ
相川貴之	パナソニック(株)
関 邦彦	三菱電機(株)
金山達也	(株)朝日新聞社
山本修司	(株)毎日新聞社
安部順一	(株)読売新聞東京本社

平田喜裕	(株)日本経済新聞社
鈴木裕一	(株)産業経済新聞社
須江剛行	(株)中日新聞社東京本社
竹原 功	(株)小学館
浜島 聡	(株)テレビ朝日
小池 清	(株)ニッポン放送
伊谷以知郎	(株)電通
多田英孝	(株)博報堂DYホールディングス
福地献一	(株)朝日広告社
中井規之	(株)ADKホールディングス
久保田和昌	NO WALL
新井 誠	凸版印刷(株)

#### 【監 事】

高梨史憲	(株)TBSテレビ
岸 且哲	(株)弘亜社（新任）

# 第41回「東京広告協会 白川 忍賞」贈賞式

## 「東京広告協会 白川 忍賞」

岸 志津江 氏 東京経済大学教授

### 贈賞理由

長年に渡り、広告効果の理論、広告管理、統合型マーケティング・コミュニケーション及び消費者行動について研究を続け、広告界の進化・革新に大きく貢献。2010年度から2015年度まで女性初の日本広告学会会長を務め、広告研究の発展、研究者の育成など学会の発展に寄与。2006年から2016年まで日本アドバイザーズ協会論文審査委員、2012年から2015年まで日本アドバイザーズ協会の「重点広告課題の方向」調査の監修をするなど広告関係団体の活動にも積極的に参画し、学界と広告界をつなぐ重要な役割を果たした。また、大学での学生への指導等を通じて、高いレベルの広告教育を実践し、各界に優秀な人材を多数輩出した功績は大きい。

### 受賞の言葉

この度は伝統と名誉ある賞を頂戴しまして、深く御礼申し上げます。また広告学会としましては、広告業界の皆様から様々な人的、経済的なご支援をいただいております。あわせて感謝申し上げます。

学生時代から今日まで広告効果とは何かを明らかにし

たいと思い、様々な研究を続けてこられたのは、産業界の皆様との共同研究の機会をいただけるなど、大変恵まれた環境にあったからだと思います。物理学や数学とは異なり、社会科学では、知識は現場から生まれるということを広告業界の皆様との調査研究を通して学ばせていただきました。

広告には、単なる販売促進の機能があるというだけではなく、より広く深い機能があると考えており、コミュニケーションによる社会的な課題解決もそのひとつです。今後は、人々の毎日の生活の中で広告がどのようにみられているのか、最後の研究としてもう少し進めていきたいと思っております。本日は誠にありがとうございました。



岸 志津江 氏



大平理事長(左)と岸氏

### 記念講演

演題 「生命を捉えなおす—動的平衡の視点から—」

講師 福岡 伸一氏(生物学者/青山学院大学教授)

今、なかなかコロナが収まらない時代に向き合っていますが、コロナが生命哲学のようなものをわれわれに問いかけているのではないかと考えています。最初は何かコロナを制圧しようとしていましたが、世界はコロナとの共存方向に動いていて、ここに生命の本質が表れていると思います。

私は少年時代、昆虫オタクで、顕微鏡で大好きな蝶を見ながら、生命というのは一体何なのかと問っていました。オランダのレーウェンフックは科学者ではありませんでしたが、手先が器用で、日曜大工みたいに独自の顕微鏡を作り出しました。手当たり次第に顕微鏡で色々なものを調べ、微生物や赤血球、白血球など生物学史上に残る大

発見をしました。レーウェンフックみたいな人になりたいと思ったのが、私が生物学者を目指した原点です。

私は研究を通して、グリコプロテイン2型(GP2)という遺伝子を発見しました。遺伝子操作を施したGP2 遺伝子ノックアウトマウスを使って機械論的なアプローチでGP2の機能を調べようとしたのですが、うまくいきませんでした。このマウスは細胞からGP2の遺伝子が消去されており、GP2という部品を作れなくなっているため、機械なら当然壊れてしまうはずで、このマウスに



福岡 伸一氏

どんな異常が現れるのか時間をかけて見守っていましたが、異状が全く見当たらず、大きな壁にぶつかってしまいました。

これは、生命を機械だと思っから一つ部品がないと必ず壊れると考えてしまうわけで、むしろ一つ部品がなくても正常でいられるほうに生命の大切さがあるのではないかと捉え直しました。

生物学者ルドルフ・シェーンハイマーは「生命は機械ではない。生命は流れだ」と言いました。食べ物の原子や分子は、食べると体の中に溶け込んで、その一部に成り代わってしまいます。同時に、体を形作った原子や分子が、見えない形で分解されたり燃やされたりして捨てられます。食べることはエネルギー源の補給のためではなく、自分自身の体を作り替えるためだ、ということ分子レベルで明らかにしました。

自分自身が入れ替わっているのに、姿形がそんなには変わらないのはなぜか。それは相補性というものが保たれながら変わっているからです。全身くまなく相補性が保たれていて、われわれの体は非常に大きな一枚のジグソーパズルの壁画みたいなものです。この相補性が保たれている限り、全体としての絵柄はそんなに変わらない、という原理が成り立っているのです。

フランスの哲学者アンリ・ベルクソンの「生命には物質の下る坂を上ろうとする努力がある」という言葉を物理学者シュレーディンガーが「生命はエントロピー増大の法則に抗して生きている」と科学の言葉で言い直しました。

エントロピー増大の法則というのは、宇宙の大原則として、秩序あるものは秩序がない方向にしか動かないという原則です。整理整頓した机の上も、2、3日たつと書類が乱れてきたり本が倒れてきたりするのとはエントロピーが増大しているからです。生命現象ほど秩序高いものはないので、細胞の中で非常に精妙な生命現象が営まれているわけです。エントロピー増大の法則が容赦なく降りかかる中、生命はどうやって抵抗しているか。それは、エントロピー増大の法則が襲ってくるよりも先回りして、あえて自分自身を壊したり、作り替えることによってエントロピー増大の法則を先回りすることで、秩序を保っているのです。ここにわれわれの体が絶え間なく分解と合成を繰り返しているという秘密があるのです。シェーンハイ

マーは、これを「われわれの生命体はDynamic Stateにある」、つまり絶えず動いている状態にあると呼びました。私はここからヒントを得て、ただ流れているだけではなくて秩序を保ちながら、相補性の原理によって、前後左右と関係性を維持しつつ、絶えず入れ替えていることを「動的平衡」と呼んだらよいのではないかと考えました。そして、ここから機械論的に傾きすぎた生命観を見直すべきと考えるに至りました。動的平衡は簡単にいうと、作ることも壊すことを優先しています。変わらないために変わり続ける。大きく激変してしまわないために小さく絶えず分散的に変わり続けているわけです。

機械論的視点と動的平衡視点でわれわれの体を見たときに、見方が違ってくる一例は花粉症と抗ヒスタミン剤の関係です。花粉症は、病気ではなくて体が本来的に持っている防衛システムです。免疫系が花粉に過剰に反応してしまうのを抗ヒスタミン剤というもので和らげます。もし私が花粉症を恐れて、いつも抗ヒスタミン剤を飲んでいたら、動的平衡は必ずリベンジをしてくるので、より花粉症に過敏な体質をわざわざ自ら導いてしまうという逆説的なことが起きてしまいます。

私たちは、今まさにコロナで体験しているわけですが、コロナウイルスのワクチンを作っても新しい変異タイプが出てきたら、ワクチンを作り直す必要があります。ウイルスを含めた自然が動的平衡であり、それをブロックしようとすると必ずリベンジが起きてしまうということが、抗生物質とその耐性菌でも繰り返されています。

宿主が死んだらウイルスも増えることができないので、動的平衡のことわりからいうとウイルスも徐々に弱毒化していくし、宿主になるべく気がつかれないように増えることが一番いいわけです。ですから、ウイルスの問題もそういう方向に動的平衡はだんだんシフトしていきます。そのためには時間がかかりますが、なんとか共存戦略を取らざるを得ないというも動的平衡の視点から言えるわけです。生命というのを動的平衡の視点から捉え直すべきだというふうに思いました。

皆さんの組織や取り組まれている問題にも動的平衡という言葉何かヒントにいただければ幸いです。ありがとうございました。

## 日本フェイウィック株式会社



日本フェイウィック株式会社は、産業用機械の回転体の制御・伝達を行うクラッチ&ブレーキとゴルフクラブに装着するゴルフグリップの輸出入販売をしている会社です。産業用の機械商品とゴルフグリップという一見なんの関連性もない商品ですが、社名の由来でもある米国人発明家のThomas Fawick氏が発明した『回転体の外周、内周に作用する機構とシンプルな構造のクラッチ&ブレーキのAirflex』の『脱着が容易に可能で、ラバー素材のGolf Prideゴルフグリップ』を、当社創業者の藤田譲次が、米国国防総省でのThomas Fawick氏との運命的な出会いをきっかけとして日本における輸入販売をスタートしました。現在では、Airflexのみならず産業用のクラッチ&ブレーキの幅広いラインアップにより、製鐵、製紙、船舶、漁船、掘削、プレス業界等々へと商品納入を行っています。国外でも東南アジアの子会社RIK Groupより、現地企業

ならびに現地の日本企業への商品供給も行ってあります。また、クラッチ&ブレーキのみならず周辺商品への展開、設備工



事、保守等の付加価値を提供しております。ゴルフグリップでは、ゴルフメーカーへの標準装備品とゴルフショップ等々での交換用グリップの販売を行っておりますが、Golf Prideは、PGA Tour Proの使用率が9割を超え、世界のトッププロよりその品質と機能性について高い評価を得ています。当社は、2022年に創業60年を迎え『We Engineer Everything』をモットーに、より一層の高い付加価値の提供をお客様にしてみたいと考えておりますので、一層のご支援をお願い致します。

## イベント案内

### 5月に第70回全広連沖縄大会開催

第70回全日本広告連盟沖縄大会が、5月19日(木)より沖縄アリーナ(沖縄市)を主会場に開催されます。大会テーマを『広告で未来を明るく!ようこそ南の島の広告祭へ』とし、式典、記念講演、トークセッション、視察・見学会、懇親ゴ

ルフ会などが実施されます。大会プログラム等の詳細は、東京広告協会または全日本広告連盟のホームページをご覧ください。



## インフォメーション

### 1月度 理事会・委員会開催報告

1月17日(月)	広報委員会
1月18日(火)	法務政策委員会
1月19日(水)	業務委員会
1月24日(月)	総務委員会
1月31日(月)	定例理事会

### 4月度 理事会・委員会開催予定

4月11日(月)	業務委員会
4月12日(火)	法務政策委員会
4月14日(木)	広報委員会
4月20日(水)	総務委員会
4月27日(水)	定例理事会

●お願い● 人事異動などによる会員の交代や役職の変更等が生じ、「東京広告協会報」の発送先が変更になった場合は東京広告協会事務局へご連絡をお願いします。