

東京 広告 協会報

2022
VOL.
128



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>

INTERVIEW

TAAサロン

あの人にきく



パナソニック オペレーショナルエクセレンス株式会社
コーポレート・コミュニケーションセンター所長
東京広告協会理事

相川 貴之さん

1969年栃木県出身、立教大学経済学部を卒業し、1992年4月、松下電器産業株式会社入社。2008年7月、松下電器産業株式会社本社グループ宣伝グループ企画チーム参事に、2011年、パナソニック株式会社宣伝グループ企画・渉外室、企画担当リーダーに、2012年4月、本社グループコーポレートコミュニケーションサポートC、アドプランニングセンター、ソリューションチームのリーダーに、2016年4月、本社グループブランドコミュニケーション本部宣伝部、企業宣伝室室長、2022年4月、パナソニック オペレーショナルエクセレンス株式会社、現職に。

事業会社制へ移行し、各事業領域で競争力を強化

新たな企業グループの誕生

……2022年4月にパナソニックグループの体制が再編されたのです。

2020年11月に、社長交代の発表と共に、新たなグループ経営体制の変更が発表されたことを受け、今年の4月1日にパナソニックホールディングス(株)を持株会社として、その傘下に7つの新事業会社ことができました。もともとパナソニックの名の下に家電から産業機器まで幅広い事業を担当するグループでしたが、今後はそれぞれの事業を担当する市場にもっと深く向き合った上で、その市場ならではの競争力を磨き上げていこうという思いで、私たちはこの新しい組織の形を「事業会社制」と位置付けています。パナソニック オペレーショナルエクセレンス株式会社は、プロフェッショナルなオペレーションを提供する位置づけで、主な提供機能は人事、経理、法務といったファンダメンタルな共通基盤のシェアードサービスに加え、情報システム、ロジスティクス、調達、そしてブランド・コミュニケーション機能といった専門機能を集約した会社です。

スタートしたばかりですが、我々自身も市場競争環境

に身を置き、専門性と効率性を磨き、“戦う集団にならないとはじき出されてしまう”という危機感を持って業務に取り組む形になったわけです。というとなかなかシビアな感じですが(笑)、提供している機能そのものやミッションは大きくは変わらず、私が所長を務めるコーポレート・コミュニケーションセンターは、ブランド・コミュニケーション部門の中で、パーパス発信などグループワイドなテーマをグローバルに統合発信を行う部隊となります。

……旧松下電器産業に入社された経緯や、ご入社当初のお仕事について、お聞かせください。

バブル最後の1992年に入社し、国や地方自治体、公益企業様等をお客様とする「システム営業本部」に配属されました。私は一貫して通信キャリアであるNTTグループ様の担当でした。技術進化は目覚ましく、今はIPベースのクラウド化が進んでいますが、昔は電話機のお化けのような構内交換機(PBX)が企業通信の主流で、お客様と共同開発して納入する業務などを担当しておりました。学生時代から、将来、通信と放送が融合して社会が変わっていくだろうという漠然とした夢を抱

いていました。その意味では、当時の松下電器は家電が全盛のイメージでしたが、家庭に対してとても裾野の広い会社なので、社会に良いインパクトを与えられるのではないかという思いがあったのです。通信事業に関わる仕事がしたいと思ってこの会社を希望したので、結果的には希望通りの配属をされたこととなりますね。

100周年プロジェクトで新聞を活用

……これまで手掛けたお仕事で、印象深いものはどのようなものでしょうか？

2008年7月、本社のコーポレートコミュニケーション部門の宣伝グループに異動しました。そのタイミングでは携帯電話事業に携わっていましたが、iPhoneが誕生し、いよいよ日本に上陸するという頃で、これでパラダイムが変わると思っていた時期でした。異動を告げられた時は、営業ではなく宣伝だったので「え、私が？」と最初は驚きましたが、これがコミュニケーションに関わるスタートとなりました。同年の10月1日に、当社は社名とブランド名を全てパナソニックに統一しました。私自身、宣伝グループに入ったばかりで、世に露出するあらゆるものをパナソニックに変え、イメージを作り上げていく、あの時のコミュニケーションの仕事を間近で見ました。家電部隊は「ハローパナソニック」というキャンペーンに取り組んでいましたが、コミュニケーションのモトカ、インパクトを肌感覚で感じたことを覚えています。

2018年には創業100周年を迎え、全社的なプロジェクトがありました。私自身も企業宣伝の責任者としてプロジェクトに関わり、その仕事は今も一番印象深いものとして残っています。100周年に何を成すべきか、さまざまな議論を続ける中で、ポイントになったのは、「創業者が存命だったら何を言うか」ということでした。家電製品から目に見えない電子デバイスまで、おそらく世の中にお客様じゃない方はいないだろう、と、だからきっと、お一人おひとりに手紙を書くようなことをするのはといった会話もありました。そして、そのような思いを形にするには、各世帯に個配される、人肌メディアともいえる新聞を使うのがいいだろうとなり、「都道府県別の新聞広告展開」が決まりました。全国60紙の全面広告で、創業者の松下幸之助や当社が各地域と密着しながら歩んできた歴史を振り返り、感謝の気持ちを伝えようという思いでした。

広告を出すのは2018年の3月9日。プロジェクトをスタートさせたのはその約半年前でした。社史を管

轄する責任者のところに企画を持っていくと「志は買う、素晴らしい、でもできるわけがない」と一蹴されました。この短期間では無理だと。でも我々の思いは強く、腹をくくって取り組みました。社史の掘り返しをし、新聞社各社様にも当社に関する記事を全部リサーチしてもらいました。更に創業者と縁の深い株式会社PHP研究所にも協力支援を申入れ、総動員の体制を作りました。PHP研究所には松下幸之助に関する膨大なデータが蓄積されていますので、大きな助けになりました。正直、綱渡りでしたが、47都道府県別のエピソードにちなむ原稿を揃えることができました。

ただし、追いきれない肖像権の問題などもあり、クレームも覚悟していました。3月9日朝刊に一斉広告を出し、その日から覚悟してデスクで待機していました。すると、やはり電話が鳴りました。でもそれは、全て感謝のお電話でした。「子供の頃の自分の姿が映っていた」「当時の知らなかったエピソードが書かれていて、なんとも懐かしい気持ちになった」というお客様からの声だったので。メールもいただきました。あの時は、改めて、当社は企業市民として地域に育ててきていただいた会社なのだと思え、心から感謝の気持ちを持ちました。100年続いた企業の節目にあたる企業宣伝を責任者として担当させてもらえる、というのは運がないとできないことだろうと、今でも本当に感謝しています。

……コロナ禍における仕事のあり方など、変化はありましたか？

4月から新たな企業グループに生まれ変わり、企業グループパーパスを改めて設定しました。このパーパスである「幸せの、チカラに。」という言葉に私たちの思いを込めています。これを標榜するコミュニケーションをグローバルにどう作っていくか、それが現在の第一目一番地のミッションです。コロナ禍で生活様式も様変わりし、社会全体でも様々な価値観の変化があったと感じます。だからこそ、お一人おひとりの「幸せ」に真摯に向き合い、そのチカラになるという私達の存在意義をどのように伝えていくのか、これからもしっかりと考えて実行していきたいと思います。プライベートでは、週末、雨でなければロードバイクに乗っています。都内を抜け埼玉県内まで走り、走行距離は70km~80km。風を感じながら走るの、とても気持ち良いリフレッシュになります。

(インタビュー・文 牧野容子)

活動報告

【令和4年度実践広告スキルアップセミナー】

同セミナーが、6月29日から7月20日にかけて全4日間、日比谷図書文化館日比谷コンベンションホールで実開催され、後日アーカイブ配信を行った。当日参加257名、アーカイブ参加220名。

Day 1は、村田諒太氏(元WBA世界ミドル級スーパー王者)と二宮寿朗氏(スポーツライター)の対談、Day 2は菅野勇太氏(LIFULL)、片山義丈氏(ダイキン工業)と安成蓉子氏(翔泳社)のトークセッション、Day 3は、佐々木

康晴氏(電通)、細田高広氏(TBWA\HAKUHODO)、大塚智氏(ADKマーケティング・ソリューションズ)によるクリエイティブトーク、Day 4は、内藤純氏(電通ライブ)、永友貴之氏(電通)がプロジェクト推進の極意を語るなど多彩なプログラムが展開された。



【令和4年度(第32回)大学生広告制作講座】

同講座が6月7日から7月8日にかけてオンラインで実施され、東京学生広告連盟所属の学生計37名が参加した。

高田豊造氏、長島慎氏、嵐田光氏、松田綾乃氏、楨野結氏(博報堂)、大嶋美月氏(TBWA\HAKUHODO)が自身の教室でオリエンテーション、中間指導、作品発表の計3回の指導を行った。課題は教室ごとに設定され、学生は「東京タワーの展望台に登りたくなるようなキャッチフレーズ」「皆が釣りをはじめてたくなるような釣具店の広

告」などの課題に熱心に取り組んだ。学生からは「プロの方から指導を受けることができ非常に勉強になった」などの声が寄せられた。



インフォメーション

総会・理事会・委員会開催報告と今後のスケジュール

9月14日(水)	業務委員会	11月15日(火)	法務政策委員会
9月15日(木)	広報委員会	11月25日(金)	業務委員会
9月16日(金)	法務政策委員会	11月28日(月)	広報委員会
9月21日(水)	総務委員会	12月1日(木)	総務委員会
9月29日(木)	臨時総会 定例理事会	12月6日(火)	第42回「東京広告協会 白川 忍賞」 選考委員会、定例理事会
		令和5年2月22日(水)	第95回定時総会(東京會館)

新理事 (敬称略、順不同)

9月29日開催の臨時総会において、理事3名の選任が異議なく承認された。

近藤 豊和 (株)産業経済新聞社 上席執行役員メディア営業局長

山田 雄一 (株)中日新聞社 東京本社 広告局長

橋本 昇 (株)テレビ朝日取締役セールスプロモーション局長(担当兼任)

PreSeeds株式会社



PreSeeds株式会社は、2020年創業のベンチャー企業です。社名のPreSeedsとは、まだseeds(種)になるpre(前)の段階での挑戦を応援することで、新たな価値を創造して、社会の成長に貢献したい、という意味を込めています。

現在は、クロスメディア戦略による広告事業を主として行いつつ、人材紹介、税務・会計サービス、開業支援などの経営コンサル事業を、メディカル領域に特化した形で展開しています。世の中になくサービス・ものを提供して、人と社会をつなげ、活力ある社会に貢献することが経営方針です。

代表の片桐が、名古屋のテレビ局出身ということもあり、現在は、東京と名古屋を主な活動拠点として、多くの広告主の皆様、テレビ・ラジオ・雑誌・屋外広告・WEBメディアなど多くの媒体社の皆様とお取引をさせていただ

いています。広告のご提案のみならず、人材のご相談、税務・会計のサポートなど、医療関係者様のお困りごとに寄り添って、ワンストップサービスをご提供することで、皆様の挑戦に伴走し、成長曲線とともに描いて参ります。



代表取締役 片桐千秋氏

ノブレス・オブリージュの精神のもと、過酷な環境に置かれるメディカル領域の方々のパートナーとして、皆様の新しい「芽」がさらに吹くよう、皆様にとっての「太陽」のような存在として信頼いただけるよう、私たちは全力で皆さまを応援していく所存です。

皆様のご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

株式会社福島放送東京支社



株式会社福島放送は、1981年にテレビ朝日をキー局とする、福島県で3番目のテレビ局として開局しました。従業員は90名、開局以来「県民に寄り添った放送」をモットーに番組作りに取り組んでいます。

開局40周年を迎えた昨年は、新たに「超県民参加型テレビ」と銘打った夕方ワイド番組『シェア!』を立ち上げました。県内59市町村すべてに「視聴者リポーター」を配置し、お住いの地域の旬の話題を紹介していただくなど、県民と一緒に作る番組を目指しています。

また、ラーメン処としても知られる福島県の県民性を反映し、毎年3月にはゴールデンタイムで『ふくしまラーメン総選挙』を放送しています。番組では広く県民に「推しのラーメン店」に投票していただき、ランキング形式で紹介しています。番組の視聴率はたびたび20%を超えるな

ど、県民のみならず、皆さまからご好評をいただいております。

開局以来弊社は、地上波デジタル移行、東日本大



震災と福島第一原発事故等、様々な困難を何とか乗り越えてまいりましたが、コロナ禍、デジタル広告の台頭など、新たな困難は次々と現れています。

弊社は、従来のテレビ放送だけにとらわれず、デジタルやイベントなど様々なことにチャレンジしながらも「県民に寄り添う」姿勢を忘れずに精進してまいります。

みなさまのご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

●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。