



東京広告協会報

VOL. 92
2013

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)トヨタマーケティングジャパン
取締役副社長
公益社団法人東京広告協会 理事

河本 二郎さん

1956年、兵庫県出身。79年、京都大学経済学部卒業後トヨタ自動車販売に入社。販売拡張部(宣伝部)、人材開発部、トヨタ店営業本部、宣伝部室長、(現)大阪トヨタ自動車へ出向、レクサス国内営業部長、法人事業部長などを経て、2013年4月から現職。「人生、何回感動できるか」がテーマ。自宅の書斎は、窓とドア以外は書籍、美術画集、CD(音楽1000本)、DVD(映画500本)の棚で囲まれている。

若者に親しまれる会社になり クルマ需要を掘り起こしたい

クルマを取り巻く環境が様変わりしている。国内販売は右肩上がりの時代が終わり、成熟市場に入った。国内含軽500万台前後で推移しているものの、若者のクルマへの関心低下という環境要因が昨今は課題。トヨタ自動車では、幼少期から成人に至るライフサイクルの中で、地道に需要を掘り起こしていこうとしている。(株)トヨタマーケティングジャパン(TMJ)の副社長の河本二郎さんに、トヨタの広告・宣伝の取り組みをうかがった。

外からトヨタの広告・宣伝を考えよう

……4月にTMJの副社長に就任され、トヨタの広告・宣伝・マーケティング戦略をたばねることになりました。久々の広告分野への復帰ですね。ご感想をお聞かせ下さい。

トヨタ自動車販売に入社して、宣伝部で10年半。その後、人材開発部、トヨタ店を経て再び宣伝部に戻って広告室長を5年。大阪トヨタ自動車への出向後、レクサス国内営業部、法人事業部を経て、この4月にTMJの副社長になりました。3度目の宣伝担当です。10年ぶりですし、

別会社にもなっていて、当時とはやり方も環境も変わっていますね。

広告・宣伝を別会社でやろうということは、外を向いて仕事をしようということ。社内では見えない、聞こえないことも、外に出ればじかに感じることができる。どんどん現場に出て行って、直接みんなと話をするようにしています。

宣伝部というのは、アンテナ機能を持ち、市場と直接やり取りをして、その情報をフィードバックするという役割があります。TMJが広告・宣伝をやることになって、余計にそういう要素が強くなりました。トヨタの中には見えなかったものを見よう、聞こう、考えよう。これがいまの一番の課題です。

クルマのドキドキ・ワクワク感を伝えたい

……最近、20～30歳代のクルマへの関心が低下しています。トヨタ自動車の広告・宣伝も、幼少期からクルマファンを拡大していこうという考え方に変わっているそうですね。

いま力を入れているのは4つ。クルマファン拡大のための企業広告、クルマへの憧れ創出、

クルマへの興味を喚起するための子どもの原体験づくり。そして、未来の需要を創出するための新しいモビリティの開発です。

若者向けには、「ドラえもん」をモチーフにしたテレビCMで、クルマの楽しさや夢をアピールしています。若者には、「トヨタは真面目だ」と思われる一方で、堅い、えらそうだ、面白くないといったイメージも持たれています。もうちょっと、ドラえもんのように信頼されて、しかも親しまれるような会社になりたい。トヨタは「ドラえもんになりたい」というのが本音なんです。

ぼくらの若い頃は、免許を取って、車に乗って、女の子とデートというのが憧れの典型的なパターンでした。いまの若者は免許は取得するものの、クルマって面白いな、乗ってみたいといった、積極的にクルマに関与する姿勢が薄れています。CMのシリーズでは、のび太がやっと免許を取る決心をするところまで来ました。これから、楽しいクルマの乗り方、買い方の方へ展開していきたい。クルマが楽しかったあの1980年代の「FUN TO DRIVE, AGAIN.」を、ぜひ呼び起こしたいですね。

全国6万人の小学生にクルマの原体験

……マスメディアで広告展開する一方で、クルマに興味を持ってもらうために、子どもの原体験プログラムを実施しているそうですね。

昔は「愛車」という言葉がありました。クルマは気の合う相棒というか、ベツミたいにかわいい存在だったんです。いまは、道具として移動する手段になってしまったし、クルマいじりをするお父さんも少なくなりました。クルマ社会が成熟したといえばその通りです。でも、そんなもんじゃない、クルマはもっと楽しいものなんだとぼくらは言いたいんです。

子どもは動くものが大好きで、小さい頃から慣れ親しんでいけば、クルマは面白いんだと思ってくれるはず。大人になってもファンでいてくれるはずです。そこで、販売店や自治体の協力を得て、全国で「トヨタ原体験プログラム」を実施しているんです。小学校への出張授業や試乗会のイベント会場での課外授業などで、クルマの原理を説明し、楽しさを体験してもらう。

これまでに、全国で約1100校、約6万人の小学生に体験してもらいました。

「TOYOTOWN」に全車種の広告を連動

……トヨタ自動車はいま、ハイブリッド車をテーマにした広告キャンペーン「TOYOTOWN（トヨタタウン）」シリーズを展開していますね。どんな期待をかけているのでしょうか。

需要が右肩上がりの頃は、広告を打てば効果がありましたが、ユーザーもクルマへの関心が低く、そこへ向かってあらゆる車種の広告活動を行っても反応がありません。

一方、クルマの市場はすっかり成熟してしまい、自動車メーカーは決まったパイの中でシェアを争い、スキ間も開いていない状態です。

最近では、他のメーカーもハイブリッド車で攻勢をかけてきていますが、当社はすでに15年前にハイブリッドカーを先行して発売し、全世界累計販売台数500万台まで成長しました。本年は「ハイブリッド＝トヨタ」という盤石のイメージを確立する年にしたいということで、ハイブリッド車を中心にした骨太のキャンペーンをセッティングし、その大きなフレームの中でトヨタの車種の広告・宣伝を連動させ、展開していったらいいのではないかと。そんな背景でスタートしたのが「TOYOTOWN」なのです。

面白い広告を作って日本を元気にしたい

……クルマの広告はいわば日本の広告の象徴です。どうしたら日本の広告が元気になるか、ヒントをお聞かせください。

広告は、世の中を元気づける活性剤みたいなもの。良質なエンターテインメントは人を楽しませ、心を豊かにします。

トヨタの広告を作っているからには、ぼくらが元気を出して世の中を引っ張っていくんだくらいの自覚は持っています。ぼくらが面白くなかったら、みんなも面白くない。広告も面白くなると。個人としては、いつも面白がって周りから笑いを取っていくような存在でいたい。ぼくらが良い広告を作り、それが日本の活気につながればいいなあと……。そんなスタイルをモットーに行きたいですね。（インタビュー・文 古俣慎吾）

第23回 大学生広告制作講座

作品発表会を開催

東京広告協会は、7月1日、電通銀座ビル8階会議室で平成25年度（第23回）大学生広告制作講座の作品発表会を開催した。

同講座は首都圏大学の広告研究会連絡組織であるMARKS（マークス）、東京都学生広告研究団体連盟（東広連）を対象に毎年開催しているもので今年の課題は「三菱鉛筆×手書き」。

先に行われた5月28日のオリエンテーションでは、相川優実氏、横田昌樹氏（三菱鉛筆）から、課題について、「全世代に向けてデジタルにはない手書きの良さを伝え、三菱鉛筆の多様な筆記具の魅力に気づいてもらえるような広告を考えてほしい」と説明があった。オリエンテーション後、学生は作品制作に取り組み、6月12日、14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。

講座の最終ステップである作品発表会では、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、ユニークなアイデアを披露した。

学生からの作品発表後、相川、横田両氏とオリエンテーションから技術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各作品の審査を行った。また、参加学生の投票で決定する学生賞を選出した。

審査の結果、全50作品の中から最優秀賞に、テレビCM「ひとあじ違う…？」藤代真綾さん（東洋大学）、優秀賞にテレビCM「ミッキーマウスの苦労」松井麻未さん（成蹊大学）※学生賞も受賞、テレビCM「節目には手書きがある」岡優実さん（東洋大学）、三菱鉛筆賞にグラフィック広告「しおり広告」赤池直樹君（明治大学）を選出した（P4参照）。

表彰式では、最初に、クリエイター審査員が選ぶ個人賞が発表され、ノベルティグッズなどの賞品が贈呈された。続いて、最優秀賞と優秀賞、三菱鉛筆賞の贈賞があり、三菱鉛筆と東京広告協会から副賞が贈られた。

最後に、相川氏が「学生らしい新鮮な切り口の作品が多くて楽しく発表を見ることができた」と総評を述べ閉会となった。



学生による作品プレゼンテーション

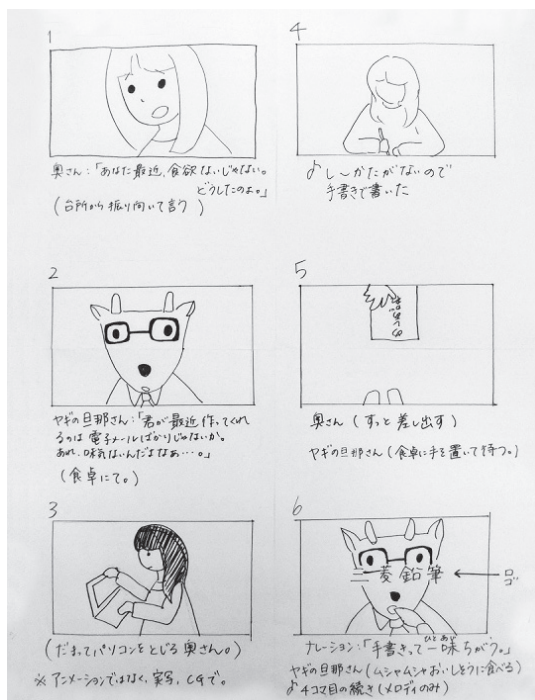


入賞学生への贈賞風景

平成25年度(第23回) 大学生広告制作講座 入賞作品

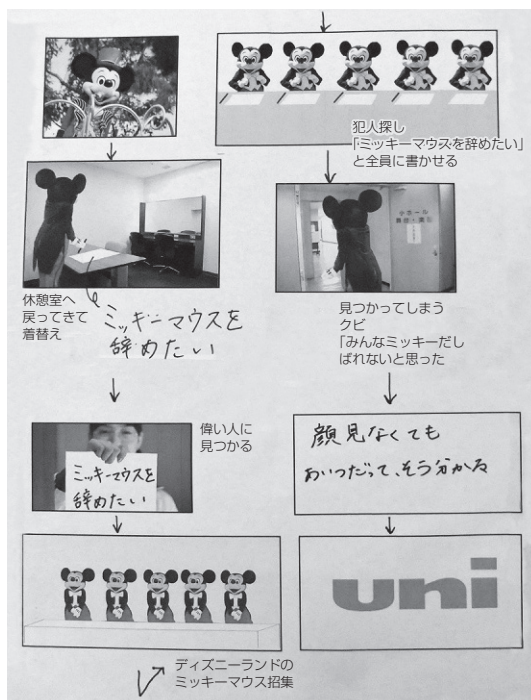
最優秀賞

テレビCM「ひとあじ違う…？」
藤代真綾 (東洋大学)



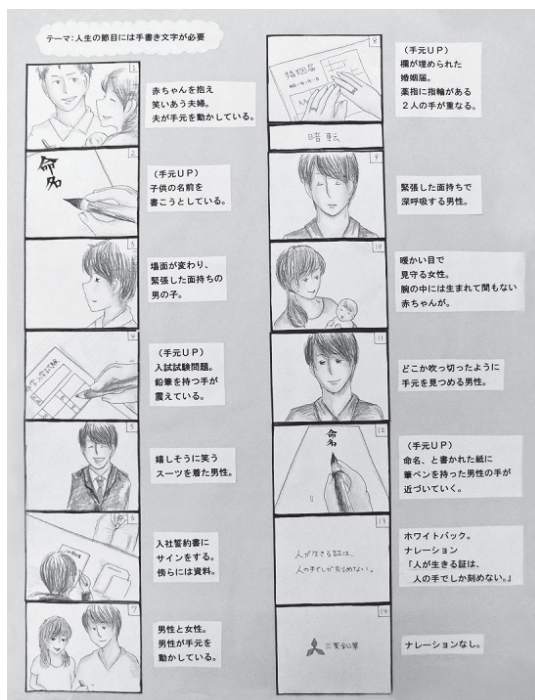
優秀賞・学生賞

テレビCM「ミッキーマウスの苦勞」
松井麻未 (成蹊大学)



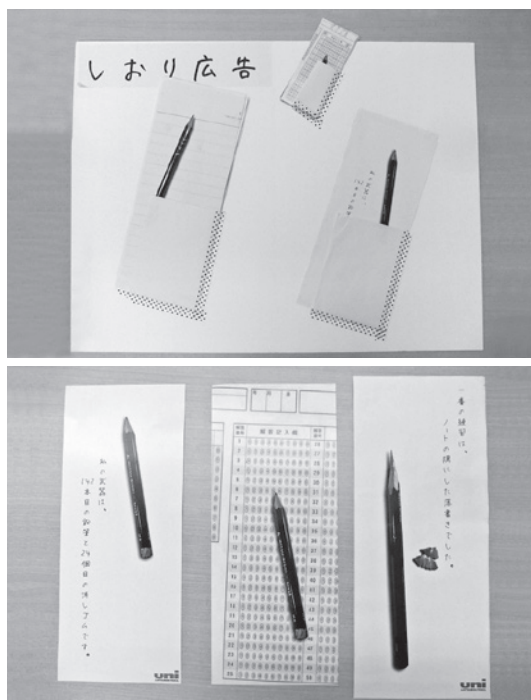
優秀賞

テレビCM「節目には手書きがある」
岡優実 (東洋大学)



三菱鉛筆賞

グラフィック広告「しおり広告」
赤池直樹 (明治大学)



11月19日に「広告問題研修会」 パネルディスカッション形式で実施

東京広告協会では、11月19日、コートヤード・マリオット銀座東武ホテル2階「桜」にて、平成25年度「広告問題研修会」を下記の通り実施いたします。今年5月の全広連青森大会で好評を博した特別シンポジウムのパネリスト陣にご登壇いただき、パネルディスカッション形式で実施いたします。皆様多数のご参加をお待ちしております。

日 時	平成25年11月19日(火) 13:00～16:30
会 場	コートヤード・マリオット銀座 東武ホテル2階「桜」 東京都中央区銀座6-14-10
テーマ	「広告力を磨く～アドバタイザー が語る、あつい! 広告パワー～」

パネリスト

久保田和昌氏 (サントリービジネスエキスパート(株)
常務取締役 宣伝・デザイン本部長兼宣伝部長)
島崎紘而氏 (味の素(株) 理事 広告部)
山本 誠氏 (大和ハウス工業(株) 取締役常務執行役員)

モデレーター

田中 洋氏 (中央大学ビジネススクール教授)

定 員 180名 (定員になり次第締切)
参加費 会員社6,000円 (1名)
会員社以外一般の方8,000円 (1名)
学生1,000円 (1名)

申 込 所 定 の 申 込 み 用 紙 を FAX
(FAX.03-3572-5733) にてお送り
ください。詳細は東京広告協会HP
(<http://www.tokyo-ad.or.jp>) まで。

全広連関係

第6回 全広連秋のシンポジウム 金沢、福岡、広島の3地区で開催

第6回 (平成25年度) 全広連 秋のシンポジウム (主催・各地広告協会、公益社団法人全日本広告連盟、協賛:公益財団法人吉田秀雄記念事業財団) が10月30日に金沢 (金沢広告協会 TEL.076-260-3573)、11月5日に福岡 (福岡広告協会 TEL.092-713-2576)、11月6日に広島 (広島広告協会 TEL.082-236-2215)

の3地区で開催されます。

総合テーマ「世界の広告、ニッポンの広告 Vol.2」のもと、モデレーターに鏡 明氏 (ドリル)、パネラーには、高崎卓馬氏 (電通)、佐藤カズー氏 (TBWA \ HAKUHODO) を迎え、パネルディスカッションなどを行う予定です。お問い合わせは実施広告協会まで。

第28回 アジア広告会議 (AdAsia2013) ベトナム・ハノイ大会研修ツアーのご案内

第28回アジア広告会議 (AdAsia2013) ベトナム・ハノイ大会が2013年11月11日(月)から11月14日(木)まで開催されます。

アジア広告協会連盟 (AFAA) に加盟している全広連では、研修ツアーを企画し、参加者を募集しています。ツアー日程は11月10日(日)～11月16日(土)でビジネスクラス利用が57万

3千円、エコノミークラス17万5千円 (別途、広告会議参加登録料12万8千円が必要)。

ツアーに関するお問い合わせは、近畿日本ツーリストECC営業本部「AdAsia2013研修ツアー」デスク (TEL.03-6891-9307) まで。会議プログラムの詳細は、アドアジア公式HP (<http://www.adasia2013.com/>) をご参照ください。

第2回特別講演会

手嶋龍一氏招いて開催

東京広告協会は、9月27日、東京會館12階「ロイヤルルーム」に手嶋龍一氏（外交ジャーナリスト・作家）を招き、演題「動乱の世紀をどう生き抜くか～中国の台頭と日米同盟～」のもと、平成25年度第2回特別講演会を開催します。次号で概要をご報告いたします。

大学生意識調査プロジェクト

調査テーマは「学びと自分の将来像」

平成25年度（第23回）大学生意識調査プロジェクト(FUTURE2013)は、調査テーマ「学びと自分の将来像に関する意識調査」のもと、調査結果の分析を進めており、9月12日～14日の3日間、博報堂軽井沢クラブで分析合宿を行いました。12月上旬頃に調査報告書の刊行、プレス発表の予定です（調査報告書は全会員に配布）。

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・委員会報告

9月度の理事会・各委員会は下記の通り、実施しました。

9月10日（火）広報委員会

9月12日（木）法務政策委員会

9月13日（金）業務委員会

9月19日（木）総務委員会

9月25日（水）定例理事会
臨時総会

11月度理事会・委員会スケジュール

11月度の理事会・各委員会は下記スケジュールで実施予定です。

11月26日（火）広報委員会

11月28日（木）法務政策委員会

11月29日（金）業務委員会

12月 3日（火）総務委員会

12月 6日（金）第33回「東京広告協会
白川 忍賞」選考委員会
定例理事会

新入会員社（敬称略）

味の素ゼネラルフーズ(株) 調査・広告部長 香取志彦

新理事（敬称略、順不同）

品田英明 味の素(株)取締役常務執行役員
原 敏郎 (株)毎日新聞社取締役広告担当

「東京広告協会」新規入会のご案内

公益社団法人東京広告協会は、広告主企業、媒体社、広告関連会社等が集まり、垣根を越えて協同して、広告の社会的使命を推進し、広告界全体の発展向上を目指す広告の総合広告団体です。年間を通じて、社会に貢献する様々な公益目的事業を展開しています。協会

の輪にあらたに加わる方々を随時募っています。現在会員の方々にも有志の方々のご紹介を是非お願い申し上げます。詳細については、東京広告協会事務局までお問い合わせください。
Tel：03-3569-3566 Fax：03-3572-5733