

全
広
連

二〇一八年五月〇日発行/奇数月一回五日発行/通巻〇七五号/昭和三十九年二月十二日第三種郵便物認可
発行/公益社団法人全日本広告連盟 〒一〇四・〇〇六一 東京都中央区銀座七丁目四番十七号電通銀座ビル七F 電話〇三・三五六九・三五六六 www.ad-zenkoren.org 定価四五〇円(購読料は金費に含む)

広告の元気は、ニッポンの元気。

全広連

Special Report
アドフェスト2018



富山県 富山市八尾町鏡町/桂樹舎 和紙のこいのぼり作り



公益社団法人
全日本広告連盟
JAPAN ADVERTISING FEDERATION

www.ad-zenkoren.org

CONTENTS

- 2 Special Report 1 ADFEST 2018 | 審査員レポート1
「0→1」にする力、「1→10」にする力、
どちらも評価する場として
- ADFEST 2018 | 審査員レポート2
「見る」広告から「体験する」広告へ
- 4 Special Report 2 ADFEST 2018 | Young Lotus Workshop レポート
私たちは、広告が好きだという
チカラでつながっている。
- 6 各地広告協会の動き
(山形・東京・愛知・長野県)
- 7 CLIP BOARD

Cover photo & Off shot



富山広告協会 協力 (撮影:北日本新聞社 盛田淳記者)

富山県 富山市八尾町鏡町 桂樹舎 和紙のこいのぼり作り

民謡「越中おわら節」で有名な坂の町、富山市八尾地域。昔は養蚕が基幹産業だったことから、伝統工芸品として和紙が古い歴史を持つ。独自開発した和紙は使い込むほど柔らかく丈夫になる。和紙を製造する桂樹舎では、江戸時代から伝わる型染めという技法を用いて和紙の加工品を生産している。温かい独特の風合いを生み出す仕上がりが特徴。

端午の節句前は、和紙を素材にしたこいのぼり作りが最盛期を迎える。色鮮やかなこいのぼりが並ぶ工房は春の雰囲気にも包まれる。売店には、文庫箱や小物など和紙製品がずらりと並んでいる。





Mitsuaki Timo Otsuki
(みつあき ていも おおつき)

CONNECTION Inc.

日本生まれ、ドイツ育ち、19歳で日本へ渡り、モデルマネージメントからフリーのグラフィックデザイナーに。2004年に制作会社雨に就職、2005年にはshotsの日本窓口でもあったハイブリットに転職し、日本と世界のクリエイティブを繋げる事を始める。2006年に東北新社の国際課に転職、数々の海外プロジェクトをこなす、国際課を部署にする事に貢献。2012年に海外のポストプロダクションCuttersの立ち上げから参加し、成功に導く。2018年より新会社Connectionを立ち上げ代表を務める。過去にAICE、AdStars、One Show、A-List HollywoodとAdFestの審査員を務める。

「成果を出す」ことに誠実なイノベーション

今年のイノバ・ロータスの審査では、出品者によるプレゼンと質疑の場が設けられ、「Human Behavior を変えるものか」「1回限りではなく、残るものであるか」「成果は出ているか、もしくは今後に期待ができるか」という3つの評価軸で詳細を尋ねていきました。

イノベーションを起こすことを目指すとき、0→1にするアイデアの価値は正しく評価されるべきですが、それと同時に、1→10にしていくための実装プラン（プライシングや販路の確保など）が弱ければ本当の意味での成果は見込めません。例えばプロトタイプ1台の制作段階にとどまっている作品などもあり、プレゼンムービーのみの審査よりも包括的で適切な評価につながったと考えています。

その点で、GRANDEを獲得した『COGY』は、開発・プロモーション・社会への実装までの一連の取り組みが明確で、完成に至る努力に加えて今後の展開も期待できる点を高く評価しました。COGYはプロダクト・デザインカテゴリーからデザイン・ロータスにも出品されて、同様にGRANDEを獲得しています。

ADFESTは、本当にどの部門も丁寧に真剣な審査を行っています。それを経て選出された本作は、社会が広告業界に期待する役割が拡大していることを改めて実感できるものだったと思います。

スキップされない力をもつ映像を

フィルムクラフト・ロータスでは、『強い印象を残す』クラフト力をもった作品を評価しました。メディアが多様化し面白い動画は一瞬でスキップされ、情報洪水の中ですぐに埋没してしまう現在では、企画力だけでも、映像のキレイさだけでも、評価にはつながりません。作りこまれたブランデッド・コンテンツ系の作品が多い傾向でしたが、長すぎる尺は飽きられます。拡散したくなる面白さ、強い印象を残す映像の質の高さ、適切な尺というバランスの追及に、プロダクションやディレクターの力量が明らかに現れていたと感じました。

若いディレクターの登竜門としても

ニュー・ディレクター・ロータスは、若いディレクターの飛躍のチャンスとしてもっと活用されて良いと思いました。ファビュラス・フォーのカテゴリーでは初監督作の応募も多くありましたし、受賞したディレクターが所属しているプロダクションは“見る目がある”という評価にもつながるはずです。

国内のみで広告活動が完結できていたのはもはや過去のことになりつつあります。若い人材が学び、アジアにでていく際の登竜門としても、ADFESTで得られるものはとても大きいと思います。



佐藤 カズー (さとう かずー)
株式会社 TBWA\HAKUHODO

1997年Sony Music Entertainment入社、Leo Burnettを経て2009年TBWA\HAKUHODO入社。メディアの枠を超えたBig Ideaで、これまでに300以上の賞を受賞。また2012年カンヌライオンズフィルム部門審査員、2017年カンヌライオンズプロダクトデザイン部門審査員をはじめ、デザイン、デジタル、プロモーションといった多領域に渡る国際賞の審査員をつとめる。2011年JAAAクリエイター・オブ・ザ・イヤー・メダリスト。2013年Campaign誌JapanKorea Creative of the Year受賞。趣味は広告のバトル。

クライアントにしっかりと向き合ったビッグ・ワークを選ぼう

審査にあたり、「良い広告を選ぼう」と皆で話し合いました。当たり前のことですが、賞狙いのように見えるものや技の競い合いではなく、クライアントの課題に正面から取り組んでインパクトのある成果を生み出した“ビッグ・ワーク”をしっかりと評価したい、という方針です。

アウトドア・ロータスでは、ビルボードを見て終わるものから、“体験を伴う”形への進化が顕著でした。シンプルな一例としてはSNSへのアップによって拡散が生まれるといったことですが、見るにとどまらない何らかのアクションが起きることで体験が深まり、生活者とブランドとのエンゲージメントにつながります。

アウトドア部門のGRANDEはアディダス ジャパン (株)の『GREEN LIGHT RUN』で、赤信号停止がなく青信号が連続する中をノンストップでランニングできるという、新しいテクノロジー×深い体験×ブランドの目指す方向性がフィットしている点を評価していただいたのだと思います。

CSRにとどまらない、Purpose Driven Creativeの潮流

プレス・ロータスでは神戸新聞社の『並べる防災』が

GOLDとなりました。避難時に必要な物資が見開きの新聞紙面に“実物大”で再現されており、実際に並べながら非常用の持ち出し袋を準備することができるものです。

この作品はCSRの領域ゆえにGRANDEにはならない、という大会事務局の判断がありました。しかし僕自身は、CSRにとどまらない、企業のミッションと一体となったGRANDEに値する広告クリエイティブだったと評価しています。

ブランドが飽和して差別化が一層難しくなっている今、企業の目指す姿（“ミッション”や“ビジョン”ともいえるものです）に直結した『Purpose Driven Creative』によってファンが生まれ、生活者から評価される潮流は今後一層強くなっていくのではないのでしょうか。

アジア圏の経済・ビジネスの動きが見える場として

会場に掲示されている出品作を見ていくと、「アジアの中の日本」という視点を再確認することができます。また、国ごとの出品数の増加傾向などから、アジア全体の経済・ビジネスの発展の動きも実感します。

国内市場の拡大が見込めないなかで企業のグローバル展開が求められる今、こういったうねりを端的に感じ、学べる場としてADFESTは最適ではないのでしょうか。特に若い方たちに率先して参加してもらい、志を同じくするアジアの仲間と広告について語り合う場として、『アジアの広告フェス』として発展していけたらとても面白いと思います。



I&S BBDO 押部由紀奈 BBDO JAPAN 菊池佳奈

日本代表最終選考会から1ヶ月半後の、3月3週目。タイ・パタヤにて、アドフェストのヤング部門・ヤングロータスワークショップに参加してきました。ヤングロータスとは、28歳以下のクリエイターが2人1組でチームを組み、24時間以内にお題にこたえるアイデアを企画・制作して競い合う国際競技です。ヤングカンヌやヤングスパイクスなど、他の広告祭にも同様の部門はありますが、それらはコンペティションのみ。ワークショップまであるのは、ヤングロータスならではの。だからこそ、何が何でも日本予選を勝ち上がろうと決めていたので、念願叶って日本代表になることができ、天にものぼる思いでした。

WORKSHOP

今年のワークショップのホストは、アサツウ・デイ ケイ (以下ADK)。5分という短時間で企画・制作してプレゼンしたり、うんこ(型のパンナコッタ)をいただいたりと、なかなか刺激的な内容でしたが、それらを抑えて最も印象に残ったのは、日本予選を題材にしてグループごとに受賞作を決める、『模擬広告賞審査』です。というのも、私にとってのヤングロータスの裏テーマは、世界各国のヤングと広告賞審査の予行演習をすることだったか

ら。それこそが、ワークショップを通じて他国のチーム全員と議論する仲になれるヤングロータスに参加したかった理由でした。個人的にやるしかないと思っていたのに、ワークショップのコンテンツとして用意されていたなんて、驚きです。



5分間企画のプレゼン



うんこ(型のパンナコッタ)

私たちのグループでは、まず、各々が良いと思った案にポストイットで投票し、票が入っているものをピックアップしました。次に、それぞれの案について、なぜその案が良いのか、逆にその案の弱い点はどこなのか、それはどの程度なのかを比較検討し、議論します。すべての案には長所と短所があるので、その程度問題をどこまで説得力をもって語れるか、応募者の立場からすると、審査員がどこまで説得力をもって語れる材料を用意できるかが重要になってきます。比較の軸が違えば、各自の感覚値による優劣になってしまっていて決着がつかないので、比較のステージにあがった案がもつ共通項を見つけて、その軸で推したい案の優位性を語る力が、審査員に必要とされる能力であることがわかりました。今後は、普段からそういった視点でアイデアを見比べて検討し、審美眼を養っていきたいです。



模擬広告賞審査

COMPETITION

ワークショップの最後に行われたコンペティションのお題は、『小児肥満』でした。優勝は、ムンバイチーム。彼らのプレゼンは、非常にハングリー精神に溢れており、その情熱が審査員の心をつかんだそうです。

私たちは、残念ながらあと一歩のところまでファイナル3チーム入りを逃してしまいましたが、結果が出揃った後で他国のヤングたちと集まった際にも、自分たちが審査員となって自分たちのアイデアについて客観的に議論し直す模擬審査会を行うことができ、とても有意義なコンペでした。

普段の仕事もそうですが、コンペでは特に、復習が非常に重要です。自分たちで結果を分析し、話し合うだけでなく、同じ課題に取り組んだ他チームとも議論し、お互い

の思考プロセスを学び合うことで、視野が大きく広がることがわかりました。日本のヤングたちとも、そのような機会を積極的に設け、お互いを高め合っていきたいです。



ADK審査員の皆様



アフターパーティー

ヤングロータスは、私にとって、何かある度に思い出したくなるような、特別な体験になりました。海外広告祭というと、華やかなステージやオシャレなパーティー、現地の食べ物が楽しみだという人が多いけれど、泥臭く一日中会議室にこもって、お題について一生懸命考えたり、世界中から集まった同世代のヤングたちと広告やアイデアについて議論したりできたことが、私は何より楽しかった。生まれた国は違っても、私たちは、広告が好きだというチカラでつながっている。そのことを思い出すと、これからもずっと頑張っていけるような気がしました。

国内選考の審査員の皆様と、切磋琢磨してくださった国内146組292名の皆様。ワークショップのホスト&コンペの審査をしてくださったADKの皆様と、各国の予選を勝ち抜いて世界15カ国から集まった仲間たち。その一人ひとりにとても感謝しています。ホストとして、審査員として。いつかアドフェストやヤングロータスに恩返しできるよう頑張ります。本当にありがとうございました。

各地広告協会の動き

山形

山形広告協会 「山形広告セミナー」開く

山形広告協会（会長・寒河江浩二山形新聞社長）は2月19日、山形市の山形グランドホテルで「山形広告セミナー」を開催した。メディア媒体の特徴を生かした広告戦略の在り方について、成功事例を基に考察した。会員企業や一般聴講者約100人が参加した。

博報堂統合プランニング局の河西智彦クリエイティブディレクターは、昨年末に閉園したスペースワールド（福岡県）の広告戦略がさまざまな形で話題になり、集客に結び付いたことを紹介し、メディアの発信力をうまく生かした話題づくりの重要性を強調した。また、電通中部支社の土橋通仁クリエイティブディレクターは、妊娠期間の記録を残すことができる本「MOTHER BOOK」の企画などを例に、クライアントと受け手の双方の心に響く広告展開の在り方について語った。



講演する河西智彦氏

東京

東京広告協会 「広告未来塾」第1期 須田和博塾長による全6講が完結

東京広告協会の新事業「広告未来塾」第1期が、須田和博氏（博報堂ECD スダラボ代表）を塾長に迎えて昨年10月から開講し、3月16日に全6講を完結した。『広告の未来のカタチ』を全体テーマに、中島祥文氏（クリエー

ティブディレクター）、斉藤精一氏（ライゾマティクス）、大石芳裕氏（明治大学）、横澤大輔氏（ドワンゴ）、宮崎晋氏（博報堂）らのゲスト講師を招いた。



ドワンゴ横澤氏を迎えての講義風景

会員社に加えて一般からも、広告主・地域メディア・デジタル系広告会社など平均年齢31才の56名が受講。激変する広告界において、イノベーションを創造し、塾を通じて業界や企業を超えた共創・交流の場になることを目指した。各回とも講義に対する白熱した質疑応答が行われ、講義後の懇親会でも交流を深めた。

須田塾長は、「それぞれの講義を通じて共通して語られていたことの中に“普遍”があり、それが広告の未来を捉えるヒントになる。皆さんの今後の活躍を心から期待しています」と締めくくった。受講生からは、『「最古×最新」という一貫したテーマのもとで講師陣の経験に裏打ちされた講義を受け、過去を深い洞察を持って理解する事で普遍的なものが見つかり、新しいアイデアを産み出せる事が理解できた。今後、自分が成長するために必要な道筋が見えたと感じる、価値ある時間だった。』といったコメントが寄せられた。

愛知

愛知広告協会 第5回(平成29年度)愛広協 実践広告ワークショップ開催

愛知広告協会では、恒例の「第5回(平成29年度)愛広協実践広告ワークショップ」を2月3日、3

月17日の2日間開催した。このワークショップは、第1講座で3人の講師が大学生・専門学校生（第1講座:36名）に課題テーマを出題し、第2講座で受講生（第2講座:34名）が作成した企画内容をプレゼンテーションしてもらうもの。

講師は日本新聞協会の慶田久幸氏、博報堂の須田和博氏、電通中部支社の土橋通仁氏。テーマは、「大学生世代にとりあえず新聞を手にとってもらう」。講座終了後、講師3名と新東通信の岩田正一氏を審査員に加え、グランプリ、準グランプリ、特別賞10賞からなる「AICHI AD AWARDS 2018 学生広告賞」受賞者を内定した。

愛知広告協会定例理事会で正式決定し、7月11日に開催する「AICHI AD AWARDS 2018 優秀広告作品展 オープニングパーティー」で贈賞する予定。



参加メンバーによる集合写真

長野県

長野県広告協会 約150人が聴講 「広告セミナー2018」

一般社団法人 長野県広告協会と長野県広告業協会は3月20日、長野市内のホテルで「広告セミナー2018」を開いた。会員と一般市民合わせて約150人が聴講。

講師は、株式会社 電通 日本開発室 インバウンドソリューション開発部長の高橋邦之さんと、白馬村副村長の藤本元太さん。

「インバウンドの鍵は地方にあり！ 地元の魅力を伝えるモノ・コト・シテン」と題して講演した高橋さんは「地域で当たり前のように捉えられているコンテンツの見方と情報発信のやり方を変える事や夜を楽しむ場所やものを充実させることで、地域が潤うよう工夫することが

大事」と解説した。「白馬発、地方



講演する藤本白馬村副村長

創生」～シティマネージャーの挑戦～と題して講演した藤本さんは「地方創生の目的は人口減を防ぐことにある。白馬の場合、冬の観光関連の仕事のほか、通年勤務の仕事を生み出し、定住者を増やしていきたい」と語った。参加者は、両講師の話に聞き入った。



全広連の活動について詳しくはウェブサイトから ▶ www.ad-zenkoren.org

TOPICS

第12回「全広連鈴木三郎助地域キャンペーン大賞」、「同・地域クリエイティブ大賞」決定

全広連は、3月28日に第12回「全広連鈴木三郎助地域キャンペーン大賞」選考委員会、4月20日に「同・地域クリエイティブ大賞」選考委員会を開き、4月20日の理事会で以下の通り受賞作品を決定した。各賞は5月16日開催の第66回全広連秋田大会式典内で贈賞を行う予定。

第12回「全広連鈴木三郎助地域キャンペーン大賞」

■大賞

「地域包括ケアネット ささえ〜る+」新潟・認知症啓発キャンペーン
『つなぐ広げる オレンジの輪』
受賞：(株)新潟日報社（新潟広告協会）

第12回「全広連鈴木三郎助地域クリエイティブ大賞」

■最優秀賞

「人物に迫るヒューマンストーリー最終章」
一流の源泉『わが心のルーツを辿る旅へ』
受賞：(株)寛文五年堂（秋田広告協会）

■優秀賞

「結婚式場マリエール」#結婚はじめました』
受賞：(株)平安閣（愛知広告協会）

第109回全国事務局長会議、平成30年度第1回理事会など開く

全広連は4月20日、コートヤード・マリOTT銀座東武ホテルで全広連ブロック会議、第109回全国事務局長会議、第12回「全広連鈴木三郎助地域クリエイティブ大賞」選考委員会、平成30年度第1回理事会を開催した。

事務局長会議では、秋田広告協会より第66回全広連秋田大会の準備状況が報告されたほか、昨年秋に行われた同会議以降の全広連活動について協議、報告、共有を行った。

理事会では、大平明理事長を議長に平成29年度事業報告など10議案について審議し、出席理事により全て異議なく承認された。

【平成30年度第1回理事会 決議事項】

- 第1号議案 平成29年度事業報告及び附属明細書承認の件
- 第2号議案 平成29年度決算書類承認の件
- 第3号議案 平成30年度補正収支予算承認の件
- 第4号議案 任期満了に伴う次期理事及び監事候補者の件
- 第5号議案 第66回通常総会の招集及び付議議案の件
- 第6号議案 全広連鈴木三郎助地域キャンペーン大賞選考委員会委員選任の件
- 第7号議案 第67回(平成31・2019年度)全広連大会開催概要の件
- 第8号議案 夏期広告大学/秋のシンポジウム事業の件

- 第9号議案 第12回全広連鈴木三郎助地域キャンペーン大賞受賞者の件
- 第10号議案 第12回全広連鈴木三郎助地域クリエイティブ大賞受賞者の件
- 第11号議案 鈴木三郎助大賞基金における顕彰費用充当範囲の件

- (報告事項)
- 1. 職務執行状況の報告
 - 2. 8ブロック会議議長及び副議長選任の報告
 - 3. 平成30年度第2回理事会(5月15日・秋田市)開催の件

INFORMATION

全広連の活動(平成30年5月～8月)

■活動日程	5月15日	第66回通常総会、平成30年度第2回理事会(秋田、秋田キャッスルホテル)
	5月16日～18日	第66回全広連秋田大会(秋田、秋田県民会館 他)
	7月～8月	第29回全広連夏期広告大学 青森、富山、京都、大阪、岡山の5会場で開催

加盟各地広告協会 人事 [順不同・敬称略]

専務理事就任	[佐賀広告協会]	田中稔(佐賀新聞社 営業局長) 4月1日付
事務局長就任	[青森広告協会]	鎌田伸寿(東奥日報社 広告局広告総務) 4月1日付
	[神戸広告協会]	坂本敬(神戸新聞社 営業局次長) 2月27日付
	[徳島広告協会]	尾池雅博((一社)徳島新聞社 営業局次長) 4月1日付
	[佐賀広告協会]	岡直彦(佐賀新聞社 営業局広告部長) 4月1日付
	[大分広告協会]	藤本教則(大分合同新聞社 マーケティング統括局ビジネスサポート部長) 4月1日付
	[鹿児島広告協会]	原啓之(株電通九州 鹿児島支社長) 4月1日付

加盟各地広告協会 新入会員社紹介 [順不同・敬称略]

<p>【仙台広告協会】(1社 1名) ■(株)フェローズ 取締役ネットワーク推進室室長 土屋高広</p> <p>【新潟広告協会】(1社 1名) ■吉乃川(株) 代表取締役社長 峰政祐己</p> <p>【長野県広告協会】(2社 2名) ■長野ヤナセ(株) 代表取締役社長 塚田哲郎 ■株ホテルメトロポリタン長野 代表取締役社長 杉山起良</p>	<p>【東京広告協会】(4社 5名) ■(株)グレイブ 代表取締役社長 中島恒雄 常務取締役 東力丸 ■(株)サイバー・コミュニケーションズ 代表取締役社長 新澤明男 ■(株)電通デジタル 代表取締役社長COO 鈴木禎久 ■ヤフー(株) マーケティングソリューションズ カンパニー長 田辺浩一郎</p> <p>【岡山広告協会】(1社 1名) ■(株)読宣岡山 代表取締役社長 福嶋正義</p>	<p>【富山広告協会】(8社 8名) ■(株)オレンジ・ヴォイス・ファクトリー 代表取締役社長 長井幸司 ■(株)サウンド・ソニック富山支社 常務取締役富山支社長 伊藤圭介 ■(株)ゼンクリエイティブスタジオ 代表取締役社長 篠田公夫 ■富山電気ビルディング(株) 取締役社長 山田岩男</p> <p>【広島広告協会】(1社 1名) ■(株)オンワードパーソナルスタイル 取締役副社長 内藤完二</p>	<p>■(株)能作 代表取締役社長 能作克治 ■(株)富士印刷 代表取締役社長 舟崎友晶 ■(株)源 代表取締役社長 源和之 ■ROLE 代表 羽田純</p> <p>【香川広告協会】(1社 1名) ■讃岐國一宮 田村神社 宮司 池田博文</p>
---	--	---	--

【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、機関誌「全広連」の発送先が変更になった場合は所属広告協会事務局へご連絡をお願いします。

全広連「賛助会員」のご案内

全広連では、加盟37地域広告協会の「正会員(37)」に加えて、本連盟の事業に賛同して特にその事業に協力する個人、法人又は団体による「賛助会員」(年会費として、一口12万円)を募集しております。なお、この他にも、全広連の団体運営や事業活動へのご支援のためのご寄付や、個別の公益目的事業へのご協賛などにつきましても随時受付けております。あたたかいご支援のほどお願い申し上げます。

【お問合せ】 公益社団法人全日本広告連盟 TEL: 03-3569-3566