

全
広
連

二〇一九年五月〇日発行／奇数月一回五日発行／通巻〇八号／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 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（購読料は会費に含む）

広告の元気は、ニッポンの元気。

全広連

Special Report

ADFEST2019



兵庫県 神戸市／マキシン神戸アトリエで帽子づくりに励む職人さん達



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

www.ad-zenkoren.org

島根広告協会は4月1日、 「山陰広告協会」に生まれ変わりました

島根広告協会は、広告活動を通じて地域経済の発展、活性化を図ることを目的に昭和49年に設立され、島根県内の経済団体、広告主、媒体社、広告関係者が参加し、島根広告賞の選定・表彰、展示や講演会の実施、会報の発行など諸事業に取り組んでまいりました。

近年、広告の多媒体化やボーダレス化といった流れの中で、ますます地域の枠を超えた取り組みが求められております。そこで島根、鳥取両県の関係者が一堂に会し、さまざまな活動や交流を通じて業界の発展、山陰の地域振興に貢献したいと考え、山陰広告協会に改組・名称変更することにいたしました。

そして初開催となる2021年5月の第69回全日本広告連盟山陰大会（主会場：松江市）の成功に向け、尽力してまいります。皆様のご支援ご協力を賜りますよう、お願い申し上げます。

■組織	会長	松尾倫男	(株)山陰中央新報社 代表取締役社長
	副会長	田部長右衛門	山陰中央テレビジョン放送(株) 代表取締役社長
		坂口吉平	(株)山陰放送 代表取締役社長
		真鍋和彦	日本海テレビジョン放送(株) 代表取締役社長
	専務理事	中村滋男	(株)ダナック 代表取締役会長
■事務局	山陰広告協会 事務局長:山根真二 事務局:松田恵		
	〒690-8668 島根県松江市殿町383山陰中央新報社内		
	TEL:0852-32-3380 FAX:0852-25-7310 URL:http://shimane-ad.jp		

広告の元気は、ニッポンの元気。

全 広 連

Vol.1081

2019

5

CONTENTS

- | | | |
|---|------------------|--|
| 2 | Special Report 1 | ADFEST 2019 審査員レポート
Truthの強さ、
Truthを超える強さ |
| 4 | Special Report 2 | ADFEST 2019 Young Lotus Workshop レポート
大波乱のヤング・ロータスに
KANPAI!! |
| 6 | | 各地広告協会の動き
(東京・長野県・大阪) |
| 7 | | CLIP BOARD |

Cover photo & Off Shot



神戸広告協会 協力職マキシン(<http://maxim-hat.jp>)
撮影 神戸新聞総合印刷 道方信明

兵庫県 神戸市 マキシン神戸アトリエで帽子づくりに励む職人さん達

1968年の神戸開港をきっかけに神戸は西洋の様々な文化や習慣を積極的に受入れ、そこから根付いたのがいわゆる神戸の「ハイカラ文化」です。特に旧居留地から北野地区を一直線に結ぶトアロードは神戸ハイカラ文化の中心として発展してきました。そのトアロードに本店を構える帽子専門店「マキシン」は創業以来神戸のハイカラ文化の一翼を担ってきました。その帽子づくりの情熱、頑固なまでのこだわりは、創業から現在に至るまで変わることなく生き続けています。トアロード本社内に構えるアトリエ、ここから生み出される帽子の数々はそのすべてにデザイナーの感性と帽子職人の匠がハンドメイドの体温を通して注ぎこまれています。この匠の伝統を次世代へ継承し、これからも新たな挑戦をしています。





K PLUS - FRIENDSHIT【ゴールド】
<https://youtu.be/ue4UoMHKzyM>

MAX'S RESTAURANT - ALIENATION【シルバー】
<https://youtu.be/8gDrd5nqBrc>

Voiz Cracker - Secret【シルバー】
<https://vimeo.com/274427606>

ELE THAILAND - FOREVER【シルバー】
<https://youtu.be/Az2yDglMow8>

他が既に知ってる作品だったこともあるが、最も好きだったのは、MAX'S RESTAURANTの“ALIENATION”。これもダイバーシティがテーマだが、そういうフィルムは往往にして、ダイバーシティな人々をいい感じに切り取ったストレートなものばかりだけど、この作品には、メッセージを強く残すためのフィルムらしいアイデアとクラフトがあり、多様性というテーマをきちんとエンターテインメントに昇華している点が新しい。“END ALIENATION”というコピーもすばらしい。英語だから厳密にはわからないが、たぶんすばらしい。



日本の作品について

フィルムクラフト部門でグランプリを獲ったThe Party Busがなぜブロンズであるのか、というのをよく現地で聞かれた。この監督にしか作れない、想像を絶するコマドリと独特の世界観はさすがだと思う。が、フィルムという視点に立てば「メイクアップは、あなたがあなたらしくいることに、勇気を与える」というメッセージに対して、化粧アニメーションのストーリーやクラフトが機能していない、というのが総意であった。メッセージとエグゼキューションの接着が弱くそこが問われるフィルム部門としてこうした評価になった。

“Truth is more important now than ever”

Truthモノが際立つなかで思い出したのが、New York

Timesの“Truth is more important now than ever”。世の中はフェイクニュースや虚偽に溢れ、「真実」というものが問い直されている。結果、イメージをつくること、悪くいえば、イメージを誇張し取り繕うことが得意だったフィルム部門が、特にソーシャルイシュー領域で、“より真実らしきもの”を求めている。そんな時代性を感じる。



その対極として、FRIENDSHIT、ELE THAILAND、さけるグミのような、真実かどうかが問われない領域やテーマで、誰もが笑えるローコンテキストなネタに、ネットのキツキュとスピード感を取りいれながら、普遍的に愛されるなにかに辿りついているものがあるのだなと。ただ、フィルムらしいイメージとクラフトで、未知の体験や読後感に合わせられるような圧倒的な作品はなかった。

Power of Film

FRIENDSHITのECD(とはいえけっこう若い)が「どこの国でも働くチャンスがあるとしたら、日本に行ってみよう」と言っていた。「日本のエグゼキューションは、どう考えたらそこに辿り着くかが、想像できないから」と。ロジックと想像を超える未知の感情に出会わせてくれる。ここではないどこかへと連れていってくれる。それこそがフィルムの真髄のはず。その力はときどき、真実の力をを超えるはず。

時代はどうあれ、僕はそこを信じて頑張りたいと強く思った。



奥山 雄太 (おくやま ゆうた)
 SIX/株博報堂
 クリエイティブディレクター / 映像プランナー
 1985年東京生まれ。東京大学経済学部卒業。2009年博報堂入社。2017年よりSIXに所属。CMプランナーの知見と技術をアップデートし、映像のストーリーデザインからコミュニケーションのストーリーデザインまで新時代のエンゲージメントに挑戦している。これまでに、国内外で11のグランプリを含む100以上のアワードを受賞。2017年クリエイティブオブザイヤー・メダリスト。

Power of Truth VS Power of Entertainment

真実に基づく。真実を切り取る。真実を明らかにする。審査するなかで“Based on Truth”モノがとて多いことに驚く。みんなおまじないのように「これは実際の〜〜」と言っている。

Bahay Tuluyan Philippines - Disgusting Stories【ゴールド】
<https://youtu.be/o3c66-7hFso>

Vicks - One In A Million【ブロンズ】
<https://youtu.be/8VKIWQgSYyA>

CTCB TAIWAN LIFE INSURANCE - THE THIRD WISH【ブロンズ】
<https://youtu.be/5g7wZpZ9AXI>

C.P. GROUP - GRATITUDE【ブロンズ】
https://youtu.be/Vws0DvrG_SY

Jimmy Nelson - Blink. And they're gone【ブロンズ】
<https://youtu.be/VljXxCGn6sQ>

DU TELECOM - DU #POSTWISELY【ファイナリスト】
<https://youtu.be/0spBIFK3q7o>

HAIR TALK - SUNSILK【ファイナリスト】
<https://youtu.be/G6QvG0GwFLw>

グランプリに最も近い評価を獲っていたDisgusting Storiesも「これは、実際の虐待児童の絵です」。(公共分野の作品はグランプリを獲れないというADFESTのルールにより、グランプリはナシとなった。)児童の実際の絵という強い真実に、フィルムの時間軸のテクニックや音楽の力を掛け

あわせることで、よりショッキングなインパクトをもって、真実を相手の心に突き立てる。そんなシンプルな強さがある。



個人的に好きだったのは、VicksのOne In A Million。多様性の時代において本当に大事なのは、多様性を超える、人間の、人生の、普遍的な真実に目を向けることである、ということに、彼女の含意に満ちた繊細で力強いナレーションを通して気づかされる。“My disease is a part of my life...”あたりからエモい。そして、このショッキングな風貌を美しく強く切りとる映像と音楽のクラフトもよい。個人的にはもっと評価されていいと思った。

一方でいわゆる純粋なフィルムエンターテインメントで戦っていたのは以下。



ヤング・ロータスとは、アドフェストのヤング部門として開催されるコンペティション。30歳以下の2人1組がアジア圏の各マーケットから集まり、セミナーの後にブリーフを受け、24時間で企画を提出します。審査員プレゼンでファイナリストが選ばれ、大会場でのプレゼンに進む建てつけは例年通り。しかし、今年は何かが違っていました。大波乱の中ファイナリストに残り、Popular Vote(会場投票1位)をなんとか受賞したプロセスをご紹介します。

様子がおかしい。波乱の予感

今年の主催はMullen Lowe。セミナー講師にはCD以外に、データアナリストやCXデザイナーが並び、「データ」「コンシューマージャーニー」といった言葉が飛び交います。「広告業界はこのままだと死ぬ。私たちはどう変わるべきか」を、各専門領域から話してくれました。ブリーフは「スマートスピーカーのGoogle Homeは売れたが、日常的に使っている人はたった1/4。再び日常的に使ってもらえるような戦略を考えてください」というもの。キャンペーンではなくイノベーションで応えよ、というおそらくヤング・ロータス初の明確な指示がありました。



Google KANP-A.I.

私たちが出した最終アイデアは「Google KANP-A.I.」、Google Homeとお酒を飲もう、という追加機能です。持っているのに使っていない人は、ちょっと人気者になれるような楽しい体験が欲しくてミューハー心で買った人。だからそうした体験を、人気者じゃないと感じてしまう、家での一人飲みの時に提供するという意図です。ビジネスの側面では、Google Homeとの会話によってお酒の銘柄、量、組み合わせたおつまみ、かけている音楽など、検索エンジンでは得られないデータを収集し、他のマーケティングに活用する。大きくはGoogle HomeをIoTのガジェットから、家の中のデータプラットフォームにしよう、という考えです。しかし、ここに至るまでが波乱の連続でした。



波乱① 五里霧中のブレスト

ブリーフ後、二人で「アリ」なアイデアを持ち寄るも、決定打がないままあっという間に午前3時。自分たちがいいと思えるものの中で、これまでとは顔ぶれが違う幅広い専門領域から成る審査員に評価されるものが分からなかったのです。焦りながら話し合い「Google Leave Home」という「ぐだぐだしてしまう休日に、逆に家を出させるおでかけオススメ機能」に決め、プレゼン資料を作っていました。

波乱② 企画、変えよう(提出60分前)

プレゼン準備が終わった朝方。「これでいいのかな…」とややもしたまま、部屋を片付け始めたときでした。保留にしていた「Google KANP-A.I.」のポストイトを発見。家で一人で飲むのは寂しい、というインサイトがあまりに暗くて落としていたものでした。でも、もしもその体験がユーモラスでSNSで笑いを誘えるようなものだったら、一人飲みの時間をポジティブな価値に変えられる、と思いついてしまいます。「今から変えます?」「…変えよう」と腹をくくり、資料を急いで変更。どうにかプレゼンに臨み、審査員も笑ってくれ、無事ファイナリストになりました。

波乱③ ファイナリストの理由が予想外

ほっとしたのも束の間、審査員によるフィードバック会へ。すると、大きく評価したのはKANP-A.I.の明るさや面白さよりも「なぜ使うのをやめたのか?の深掘り」と「データ収集・利益化」のパートだったと告げられます。アイデアの核は「Google HomeをIoTのガジェットから、家の中のデータプラットフォームにしよう」

というところにあり、一人で飲む瞬間は一つの例だね、と。確かに、でもおいしい。それまでのプレゼンはGoogle KANP-A.I.を核に据えており、しかも資料の変更は不可。明日が本番。またもや必死で話の構成を練り直し、練習を重ねました。

最終プレゼンはショータイム

翌日臨んだ最終プレゼン。これは審査ではなくショーだと言いつけ、とにかく楽しんでもらえることを重視しました。小林がカタコト英語でほけ、近藤がつっこみ、説明につなげるパターンで笑いと理解を引き出しました。ヤング・ロータスの仲間も客席から盛り上げてくれ、他エージェンシーのECDが「ステージを我が物にした」と言ってくれました。最終的にPopular Voteを受賞することができたのは、本当に嬉しかったです。



プログラムの全てを通じて、広告のあり方という大きな流れも、日々の状況という小さな流れも、自分たちが変わり続けられ、いい方向に向かうと実感しました。ただその変化の中でも「明るく正しく面白く」アプローチする二人の方針を信じ続けられたことは、少し自信になりました。この二つを続ける骨太さは、普段から若くても責任ある仕事を任せてもらえる外資系文化の中での仕事を通じて培い、貴重なヤング・ロータスの機会ですさらに成長させることができました。来年のペアにはどんな波乱が待ち受けているか分かりませんが、どうか骨太にたたかってきてほしいと思います!



各地広告協会の動き

東京 東京広告協会 「労基法改正」セミナー開催

東京広告協会(大平明理事長)は、2月25日、「労基法改正」セミナーを(一社)ACC、(一社)日本広告業協会と共同で開催した。4月から一部施行される「働き方改革関連法」について、適切に対応する事が必須となった背景を受けたもの。

テーマを「70年ぶりの労基法改正。あなたが法律違反にならないために」とし、第一部講師に社会保険労務士法人EEパートナーズより特定社会保険労務士の藤原佳代子氏、第二部講師にIEYASU(株)代表取締役の川島寛貴氏を招いた。第一部では法律改正のポイントについて、第二部では実際の事例を踏まえ、企業の対応について説明した。

当初定員60名であったが申込多数の為、同日に2回開催し、計120名の参加があった。参加者は熱心に聴講し、説明会終了後も個別に質問をしていた。



長野県 長野県広告協会 「広告セミナー2019」開催 会員、一般市民120人が聴講

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19日、長野市内のホテルで「広告セミナー2019」を開いた。会員と一般市民合わせて約120人が聴講。

講師は、株式会社 博報堂DYメディアパートナーズ 執行役員の石井昌彦さんと、一般社団法人 長野県ラグビーフットボール協会 事務局長の小出茂樹さん。

「もっとコミュニティクリエイティブ! ~未来は人の住む街角にある」と題して講演した石井さんは「広告は、伝える創造性を高めること以上に、共有する創造性を高めることで、その役割を、ただ物を売るだけでなく、物を売ると同時により良い社会をつくることまで、上げたい」と解説した。「~Benvenuti Azzurri(ようこそ ラグビーイタリア代表チーム)~ ラグビーイタリア代表チーム誘致までの道のり」と題して講演した小出さんは、「ラグビーワールドカップ日本大会でイタリア代表チームの事前キャンプ地を上田市へ誘致する際、多くの子供たちにも誘致活動に関わってもらった。これは、観たり応援したりするスポーツだけでなく、支えるスポーツの楽しさや充実感を味わってもらったからだと語った。参加者は、両講師の話熱心に聴いた。



身振り手振りを交え講演する小出事務局長

大阪 大阪広告協会 協会賞、佐治敬三賞発表

大阪広告協会は「第62回大阪広告協会賞」及び「第52回やってみなはれ佐治敬三賞」をそれぞれ発表した。大阪広告協会賞は、昨年90周年を迎え、男性化粧品NO.1企業として「男性のみだしなみ、オシャレ」を提案し続ける、株式会社マンダムに贈呈。長年に渡るハイセンス&ユニークな広告活動でアジア市場や女性市場など新たな領域にも拡大を続けるマーケティング力が評価された。



第62回大阪広告協会賞をマンダムに贈呈

やってみなはれ佐治敬三賞は、大正製薬リポビタンDや727化粧品を手掛けた電通の花田礼氏がグランプリに。京都「GO ON」プロジェクトなどをプロデュースした同じく電通の各務亮氏が準グランプリに選ばれた。同賞は今年度より広告コミュニケーション全般に対象を広げ募集。最後まで競った異ジャンルの2者はいずれも甲乙付けがたく、両者を表彰する事になった。贈賞式は5月21日の定時社員総会で行われる。



電通 花田礼氏



TOPICS

第13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27日に第13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19日に「同・地域クリエイティブ大賞」選考委員会を開き、4月19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67回全広連富山大会式典内で贈賞を行う予定。

第13回「全広連鈴木三郎助地域キャンペーン大賞」

■大賞

「明治150年~富山気質(かたぎ)を継ぐ」
受賞: 北日本新聞社(富山広告協会)

■選考委員会特別賞

「3月11日を、すべての人が『大切な人を想う日』に。」
受賞: 岩手日報社(岩手広告協会)

第13回「全広連鈴木三郎助地域クリエイティブ大賞」

■最優秀賞

「南都家の一族」TV-CM 11篇
受賞: ㈱南都銀行(公益社団法人大阪広告協会)

■優秀賞

「あしたを、あかるく、あったかく。」TV-CM 2篇
受賞: 日本ガス㈱(鹿児島広告協会)

ADFEST2019報告会開く ADFEST審査員、YLW日本代表らが登壇

全広連は4月11日、ADFEST2019報告会を東京の電通銀座ビルで開催した。『Craft@ADFESTトークセッション』にジュリートーマス戸田氏(㈱AOI Pro.)、Aki Mizutani氏(Cutters Studios Tokyo)、MITSUAKI timo OTSUKI氏(CONNECTION Inc.)、『ADFEST2019 審査員クロスファイア』に奥山雄太氏(SIX/㈱博報堂)、永松綾子氏(㈱博報堂)、鏡明氏(㈱ドリル)、『Young Lotus Workshop2019 日本代表レポート』に近藤まり子氏、小林明日香氏(ビーコンコミュニケーションズ㈱)が登壇。90名の参加者が熱心に話を聞いていた。



小林明日香氏(左)、近藤まり子氏(右)

平成31年度第1回8ブロック会議開く 新議長に河口悦生氏(福岡広告協会)就任

全広連は4月12日、平成31年度第1回8ブロック会議を東京の電通銀座ビルで開催した。前議長の神崎美雄氏(広島広告協会)の退任に伴い、新たに九州ブロック代表の河口悦生氏が議長に就任した。

第111回全国事務局長会議、平成31年度第1回理事会など開く

全広連は4月19日、コートヤード・マリオット銀座東武ホテルで全広連ブロック会議、第111回全国事務局長会議、第13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31年度第1回理事会を開催した。

事務局長会議では、富山広告協会より第67回全広連富山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30年度事業報告など12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31年度第1回理事会 決議事項】

第1号議案 平成30年度事業報告及び附属明細書承認の件
第2号議案 平成30年度決算書類承認の件
第3号議案 平成31年度補正収支予算承認の件
第4号議案 理事及び監事選任候補者の件
第5号議案 第67回通常総会の招集及び付議議案の件
第6号議案 ブロック代表者選任の件
第7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8号議案 第68回(令和2年度)全広連大会開催概要の件
第9号議案 第13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13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 「謝金支給規程」一部改正の件
第12号議案 事務所賃貸借契約の件

(報告事項) 1. 職務執行状況の報告

INFORMATION

全広連の活動(令和元年5月～7月)

■活動日程	5月15日	第67回通常総会、令和元年度第2回理事会（富山、ANAクラウンプラザホテル富山）
	5月16、17日	第67回全日本広告連盟富山大会（富山、富山市芸術文化ホール他）
	7月～8月	第30回全広連夏期広告大学 盛岡、金沢、大阪、米子、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]

事務局長就任	【岡山広告協会】	武政芳樹（山陽新聞社 営業局広告本部業務推進部長） 3月1日付
	【仙台広告協会】	鹿又久孝（河北新報社 営業局長） 4月1日付
	【福井広告協会】	島津融（福井新聞社 営業局営業部専任部長） 4月1日付
	【広島広告協会】	三藤和之（中国新聞社 地域ビジネス局担当局長） 4月1日付
	【山陰広告協会】	山根真二（山陰中央新報社 ビジネスプロデュース局業務推進チームマネージャー） 4月1日付
	【愛媛広告協会】	玉井知子（愛媛新聞社 営業局次長） 4月1日付
	【岩手広告協会】	阿部典彦（岩手日報社 広告事業局企画推進部長） 4月19日付

加盟各地広告協会 新入会員社紹介 [順不同・敬称略]

【東京広告協会】（7社 9名）	【新潟広告協会】（2社 2名）	【富山広告協会】（4社 4名）
■㈱PTP 代表取締役社長 有吉昌康 取締役CFO 武本柄徳	■㈱アルビレックス新潟 代表取締役社長 是永大輔	■㈱アドバンス社富山支社 支社長 西野由香
■Twitter Japan㈱ 上級執行役員広告事業本部長兼 日本・東アジア事業開発本部長 味澤将宏	■㈱新潟アルビレックス・ ベースボール・クラブ 代表取締役社長 池田拓史	■コミュノグラフ㈱ 代表取締役 竹島千代子
■㈱オプト 執行役員 中野宣幸	■㈱近宣東京支社 専務取締役東京支社長 大橋恒夫	■立山黒部貫光㈱ 代表取締役社長 佐伯博
		■富山県写真家協会 会長 野崎博

【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

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