

全
広
連

二〇二一年三月五日発行／奇数月一回五日発行／通巻一〇九二号／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（購読料は金費を含む）

全 広 連

Special Report

第69回 全日本広告連盟山陰大会ご案内



沖縄県／首里城の物見台「東のアザナ」から、焼失した正殿の方向を撮影する観光客（2021年1月3日）



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

www.ad-zenkoren.org

ごあいさつ



第69回全日本広告連盟
山陰大会組織委員会 会長
松尾 倫男

第69回全日本広告連盟山陰大会は、今年5月20日(木)から3日間、松江市の島根県民会館を主会場に、山陰で初めて開かれます。

当地は出雲神話のふるさとです。全国で唯一「神在月」となる旧暦10月には、全国から神々が集い、縁組や農業などについて話し合う「神譲(かみはかり)」が執り行われます。日本全国から参加者が集い、議論やご縁を深める全広連大会と重ね、山陰に全国の英知を結集し、ご縁を結びながら地方や広告の未来を切り開く大会にしたいとの思いを込め、大会テーマは「ヤオヨロズの英知でつくる広告新話～山の陰から創造の光を」としました。

新型コロナウイルス感染症により、世界規模で人々の生活や仕事は変わることを余儀なくされ、広告業界も大きな転機を迎えています。ウィズ・コロナに対応するため、様々な分野で議論が起きており、地方が今後

どのような方向に進んでいくのかが、これからの国のかたちにもかかわってきます。コロナ禍による変化は、新たな未来に進むチャンスだと捉え、広告が地域をリードしていくことが重要だと考えます。山陰大会では、今後の地方や広告の方向性を取り上げ、分科会の開催やオンライン配信など新しい全広連大会のかたちを模索してまいります。

「出雲」の地名は、須佐之男命(スサノオノミコト)が妻と住む宮殿を建てる場所を探すためこの地に降り立ち、「八雲立つ 出雲八重垣妻籠みに 八重垣つくる その八重垣を」と日本で初めての和歌を詠まれたという神話に由来します。雲が湧き立つような議論が重ねられ、実りある大会になりますことを念願しております。

山陰大会へのご参加を心よりお待ちしております。

広告の元気は、ニッポンの元気。

2021

全広連

Vol.1092

3

CONTENTS

- 2 Special Report 第69回 全日本広告連盟山陰大会ご案内
- 4 第31回 全広連夏期広告大学
第13回 全広連シンポジウム
- 6 第9回 全広連日本宣伝賞決まる
- 7 各地広告協会の動き
(徳島・岩手)
- 8 CLIP BOARD

Cover photo & Off Shot



2019年4月2日、東のアザナから正殿方向を撮影
沖縄広告協会 協力(撮影:沖縄タイムス社 古謝 克公 / 国吉 聡志)

2019年10月31日、首里城正殿が焼失した。沖縄の歴史・文化の象徴を失い、県民が意気消沈する中、2020年は新型コロナウイルスの感染拡大が観光立県沖縄を脅かした1年となった。一方で再建を願う県外・海外から多額の寄付が寄せられたことは、大きな励みとなった。以前に比べ入場者数が激減した首里城公園だが、もともと首里城は城全体を四つの方角に位置する四神が守るという「琉球風水」の思想に基づき築城された王都最強のパワースポット。皮肉だが正殿が消えた現在、城の東端にある物見台「東(あがり)のアザナ」からは、これまで正殿に隠れていた西側、慶良間諸島方向の景色が一望できる(表紙写真)。5年後の正殿完成を心待ちにしつつ、今しか見ることができない期間限定の景色も記憶の遺産として残したい。



ウィズコロナの新しい大会を目指す

2019年12月、新型コロナウイルス感染症が中国・武漢で初めて確認されて以来、世界規模での感染拡大が続き、いまだ終息への道筋が見いだせない状況が続いています。人々の生活や仕事は大きく変化し、広告業界も転機を迎えています。

一方で、ウィズコロナに対応するため、様々な取り組みも始まっています。

「第69回全日本広告連盟山陰大会」は、こうした状況下で開催することになりました。初のオンライン配信（ライブ）に取り組むなど、前向きに新しい時代の全広連大会を目指して準備を進めています。

大会テーマには「ヤオヨロズの英知でつくる広告新話～山の陰から創造の光を～」を掲げました。神話の地に神々が集い、縁組や農業など様々な事柄を話し合われる「神在月（旧暦11月）」を、年1回、全国から広告関係者が一堂に集う全広連大会に重ね、地域や広告の未来を切り開いていきたいという願いを込めたものです。

テーマを決定した時期は、まだ新型コロナウイルス

発生前でした。その後コロナ禍の拡大によって、当初の計画を見直さざるを得なくなりました。式典時間の短縮を図るなどコロナ対策を念頭に計画を練る中で実施することにした分科会は、奇しくも「ヤオヨロズの英知を集集する」という大会テーマに沿ったものになったと自負しております。



分科会・式典会場の島根県民会館

“ヤオヨロズ”の講師を招く

分科会は、今注目すべきテーマを取り上げ、「八百万」にかけて8つを準備しました。地元・山陰発では地方創生として「地域資源を生かした『食』で町おこし」「過疎

発祥の地・島根から考える地方の未来」「地域社会の一員としてお役に立つ ガイナーレ鳥取の百年構想」の3つ、全広連の企画として「SDGs・ダイバーシティ=日本の広告界におけるダイバーシティ&インクルージョンの課題と未来」「イノベーション=ニューノーマルが求める社会やビジネス変革」「クリエイティビティ=新しい分かり方・伝え方」「次世代マーケティング=未来の変化にアジャストせよ!」「DX=地域メディア・広告業のDX戦略策定ワークショップ」の5つを設置。現在、そしてこれからの地方や広告業界をけん引していく多彩な講師を招きます。

式典でのパネルディスカッションではコロナ禍によって沸き起こった地方回帰の動きを捉え「持続可能な地域社会のカタチ～今こそ語りたい日本の『根本問題』」（仮）と題して、地方、そして日本の進むべき方向性を描くことを狙いました。日本各地の地方に精通していらっしゃる藻谷浩介氏、民間企業の立場からデービッド・アトキンソン氏、クリエイターとして樋口景一氏に、それぞれのお立場から議論していただきます。



藻谷浩介氏



デービッド・アトキンソン氏

参加いただきます皆様が一堂に介する懇親会は、誠に残念ながら現状では従来の形での開催が困難だと判断いたしました。代わりに「山陰の味を楽しむ夕べ」を開催いたします。「三密」を避けることを念頭に置きながら、山陰の味を楽しんでいただけるものにいたします。開催形態につきましては、ご参加者やコロナ禍の状況を見ながら最終判断し、あらためて皆様にご連絡いたします。

式典の中では、漫画版の作画を鳥取市出身の故・谷口ジローさんが手掛けられたご縁で、「孤独のグルメ」の原作者・久住昌之氏にご出演いただくことになりました。

久住氏は山陰でも独特の視点で「うまい店」を発見していらっしゃると伺っております。式典の終盤でお話をいただき、懇親会での「山陰の味」をさらにおいしく召し上がっていただくという趣向です。



樋口景一氏



久住昌之氏

初のオンライン配信（ライブ）を4月23日まで参加受け付け

山陰大会では、全広連大会としては初めて、ライブによるオンライン配信に取り組みます。コロナ禍によって大会ご登録者を制限させていただく一方で、より多くの方に参加していただくため、「現地参加」と「オンライン参加」の2種類を設けました。各社・団体の若手の方をはじめ、より多くの人に全広連大会を見ていただきたいという狙いもあります。各地広告協会におかれましては、この機会により多くの方にオンライン参加の呼びかけをお願いいたします。

神話や文化を感じられる視察・見学会と大自然を満喫する懇親ゴルフ

視察・見学会は1泊コースを含む6コースをご用意しました。山陰に息づく神話の世界や、それを大切に守り伝えてきた文化、東西に長い山陰や離島の自然を満喫できるよう工夫を凝らしました。大会とともに、山陰を楽しんでいただきたいと思います。

懇親ゴルフは、中国地方最高峰の霊峰・大山のすそ野にある大山平原ゴルフクラブで開催いたします。全山をブナ林が覆い、水資源など住民に自然の恵みをもたらすとともに、古くから修験者の信仰の場でもあった同地でのプレーをお楽しみください。

コロナ禍の状況を見ながら、変更や追加のご連絡は随時してまいります。

ご理解をお願いいたしますとともに、皆様のお越しを心からお待ち申し上げます。

第31回
(令和2年度)

全広連夏期広告大学

第13回
(令和2年度)

全広連シンポジウム

第31回(令和2年度)全広連夏期広告大学、第13回(令和2年度)全広連シンポジウムが全日本広告連盟/各地広告協会主催、吉田秀雄記念事業財団協賛のもと、昨年11月から12月にかけて愛媛、大阪、新潟、秋田の各地区で開催された。愛媛、秋田ではアーカイブ配信を行った。

愛媛 11月4日

地域コンテンツの可能性を探る

全広連シンポジウム「デジタルシフトと地域コンテンツのこれから」が昨年11月4日に松山市で開催された。本講座ではメディアや広告の分野でも急速に進むDXの現状を共有し、事例紹介などを通じて地域コンテンツの可能性を探った。

メディアコラボ代表の古田大輔氏は、地元の情報は全国メディアに比べ、地元メディアが発信の方が信頼性が高いとした上で、「(地元メディアは)自らを見つめ直し何の価値を提供しているのかということを考えなければならぬ」とした。一方「紙や地上波の世界で戦っていた人がインターネットの世界で試合をするには、試合のルールが変わったことを知る必要がある」と意識の転換を促した。

博報堂ケトルのプロデューサーで、ローカル発のウェブメディア「Qualities (クオリティーズ)」編集長の日野昌暢氏は「地域経済は地域の事業で伸びないといけない。そのチャンスを増やしたい」と述べるとともに、タイアップ記事や人材マッチングなどでの収益化についても説明した。

トークセッションでは、地元代表としてTECH I.S.社長の植松洋平氏、現役大学生で伊予市地域おこし協力隊の上田沙耶氏も加わり意見交換を行った。「地方が都市部のメディアとつながる方法を教えてほしい」という問いに対し、日野氏は「自分が発信したい情報を求めているメディアを探すこと。メディアが求めている情報は何かを観察することが大切」と答えた。約80人が参加(愛媛広告協会)。



講師と地元代表が意見交換

大阪 11月16日

命と経済を守るデータ活用が関西活性化の鍵

全日本広告連盟と大阪広告協会は「関西未来ビジョン2020～関西活性化の鍵」をテーマに共催シンポジウムを昨年11月16日に大阪市内で行った。

ウィズコロナの時代を見据えた新ビジネスを考えるために、慶応大医学部の宮田裕章教授が基調講演を行い「新型コロナウイルスで社会構造が変わり、命と経済を守るためのデータ活用が新ビジネスを生むことができる」と述べた。また「大阪・関西万博を通じて企業などが人々の豊かな生き方を示すことが世界の道しるべになる」と説明した。

続いて宮田教授と船橋俊一氏(大林組)、寺尾光洋氏(朝日放送テレビ)、阪上恵理氏(ヤフー)による個人情報活用などについてのパネルディスカッションが行われ、プライバシー保護やユーザーの信頼、情報提供のメリットなどについての意見交換が行われた。

当日はコロナ感染対策を十分行い会場には約80名、またYouTubeライブ配信(視聴約150名)を行い、広告関係者から「ハイブリッドな環境下で有意義な機会となり、良質な講演会であった」と多くの声が寄せられた。

また延期になっていた「大阪広告協会賞」「やってみなはれ佐治敬三賞」(いずれも大阪広告協会社主催事業)の贈賞式も同時に行われた(大阪広告協会)。



宮田教授の基調講演



多彩な顔触れによるパネルディスカッション

新潟 12月3日

デザイン経営の必要性を説く

全広連シンポジウム「新型ウィルス禍の今こそ、デザイン経営を」が昨年12月3日、新潟日報メディアシップ日報ホールで開催され、約100名の聴講者が参加した。

第一部は「経営に取り入れるべきデザイン」と題しHAKUHODO DESIGN永井一史氏が「デザイン」とは論理的思考ではなく創造的思考をすることが重要であり、デザインの特性とは人から考え、形にして、美と調和を大切にすることだと説明した。複雑化し不確実な時代においてデザインは企業経営を強く未来に向けて革新し、人の生活、未来の社会をより良くしていくと講演を結んだ。

第二部は「デザイン経営の必要性」と題し、一橋大学教授の鷲田祐一氏がG A F Aに代表されるインターネット付随サービス企業の市場がまだまだ拡大傾向にあることを説明し、このような欧米企業のデザイン思考と日本企業の思考の違いが企業成長において脅威となり、デザイン定義が広い企業がこれから成長すると結論づけた。

第三部は「地方におけるデザイン経営の実践法」と題し、永井氏、鷲田氏に加え、三条市出身で新潟を拠点に活躍しているフレーム代表石川竜太氏によるトークセッションが行われた。会場参加者から数多くの質問も出され、大変興味深く熱気のこもったシンポジウムとなった(新潟広告協会)。



デザイン経営の実践法を学ぶ

秋田 12月9日

地域発イノベーションの可能性を展望

「全広連シンポジウム」がテーマ「クリエイティビティの拡張～地域発イノベーションの可能性を拓く」のもと、昨年12月9日、秋田市で開かれた。国内外の広告賞やデザイン賞を受賞している電通の佐々木康晴氏と博報堂の岩寄博論氏が講演し、市民や広告関係者ら約80人が耳を傾けた。秋田広告協会と全日本広告連盟の主催。

エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクターの佐々木氏は「デジタルによるクリエイティブの拡張」と題して講演した。お菓子を使ってプログラミングを学ぶ江崎グリコの教材に、自身が関わったことを紹介。「デジタルとアイデアを掛け合わせると、違う価値が生み出される。デジタルは単に効率よく広告を作るためのものではなく、うまく使うと多くの人の心を揺さぶることができるものだ」と語った。

ビジネスデザインディレクターの岩寄氏の演題は「地域発のビジネスが未来の社会をつくる」。冷蔵トラックが専用のスポットを巡回し、農産物を購入者に届ける「やさいバス」という取り組みについて語った。

自身も携わった岩寄氏は「静岡で小さく始まったモデルだが、エリアをまたいで展開されている。地域では未来のビジネスが生まれやすく、地域発のビジネスがここ10年で多く生まれている」と述べた(秋田広告協会)。



クリエイティビティと地域発ビジネスの最新事例に触れた

第9回 全広連日本宣伝賞決まる

全広連は、昨年12月22日に実施した第9回「全広連日本宣伝賞」選考委員会にて、「松下賞」を井上眞氏（大塚製薬㈱代表取締役社長）、「正力賞」を増田宗昭氏（カルチュア・コンビニエンス・クラブ㈱代表取締役社長兼CEO）、「吉田賞」を藤重貞慶氏（（公社）ACジャパン理事長、（公社）日本マーケティング協会会長、（公財）

日本卓球協会会長、ライオン(株)相談役)、「山名賞」を佐藤雅彦氏(東京藝術大学大学院教授、クリエイティブディレクター)へ贈賞することを決定した。

各賞は、5月20日開催の第69回全日本広告連盟山陰大会式典内で贈賞を行う。各賞受賞者と贈賞理由は以下の通り。

松下賞



井上 眞 (いのうえ まこと) 氏
大塚製薬株式会社 代表取締役社長

大塚製薬(株)医薬品関連部門の要職を経て、専務取締役ニュートラシューティカルズ事業担当、取締役副社長等を歴任。2020年より現職。中高生をターゲットにした広告コミュニケーション戦略でボカリスエット、カロリーメイトなどロングセラー商品のリブランドおよび市場拡大を成功させ、2016年、2017年2年連続で総合広告電通賞、2019年日本マーケティング大賞を受賞。2020年はコロナ禍の中、高校生たちの自撮り画像で構成したCM「ボカリNEO合唱」が話題となる。同社の卓越したブランドマーケティングを牽引し、広告界の発展に大きく貢献してきた功績は贈賞に値する。

正力賞



増田 宗昭 (ますだ むねあき) 氏
カルチャ・コンビニエンス・クラブ株式会社
代表取締役社長兼CEO

TSUTAYAやTカードを運営するカルチュア・コンビニエンス・クラブ(株)代表取締役社長兼CEO。2011年12月、「プレミアエイジ」と呼ばれる50代以上の大人たちに向けた新しい生活提案の場として、東京・代官山に「代官山 蔦屋書店」をオープン。2013年には、佐賀県武雄市の「武雄市図書館」の運営をスタート、地域活性化にも大きく貢献している。Tポイント(2003年にサービス開始)を基盤にしたデータベースマーケティングを駆使しつつ、既成の枠を超えた生活提案を組み込んだ「カルチュアインフラ」を創り出す活動は、メディア・コンテンツプロデューサーとして広義に捉えて余りある程功績は大きい。

吉田賞



藤重 貞慶（ふじしげ さだよし）氏

公益社団法人ACジャパン 理事長
公益社団法人日本マーケティング協会 会長
公益財団法人日本卓球協会 会長
ライオン株式会社 相談役

ライオン㈱代表取締役社長、代表取締役会長を歴任し、2016年より現職。2016年よりACジャパン理事長、2019年より日本マーケティング協会会長として広告界全体の発展に寄与。2020年、ACジャパンは新型コロナウイルス感染拡大防止に向け、臨時キャンペーン「あなたのコロナ対策が、みんなを救う。」を展開し、団体としての存在価値を高める。日本マーケティング協会では、検定、研修、イベント等を通して最先端のマーケティング人材の育成、最新のマーケティング手法の普及啓蒙を積極的に行う。日本卓球協会会長として、「卓球ニッポン」の世界での活躍、及び2017年Tリーグ設立に寄与するなど、スポーツ界の活性化にも尽力。

山名賞



佐藤 雅彦 (さとう まさひこ) 氏
東京藝術大学大学院教授
クリエイティブディレクター

株電通在籍時はCMプランナーとして、サントリー「モルツ」、NEC「バザールでござーる」などヒットCMを量産する。1999年から2006年まで慶應義塾大学環境情報学部教授をつとめ、同大学佐藤雅彦研究室の活動として手掛けたNHK教育テレビ「ピタゴラスイッチ」や、「2355/0655」「考えるカラス」の企画・監修に現在も携わる。2006年より東京藝術大学大学院映像研究科教授。研究室のプロジェクトとして制作する短編映画が、カンヌ国際映画祭より2度に渡って正式招待上映を受けるなど、現在も、独自の考え方や方法で、分野を超えた活動が続けており、クリエイター・教育者として業界へ多大な功績を残している。

各地広告協会の動き

徳島 博報堂生活総研・内濱氏を
招きWEB講演会開催

徳島広告協会は1月28日に、徳島新聞アド・クラブと合同でWEB講演会を開催した。コロナ禍で緊急事態宣言が発出される中、WEB会議アプリのTeamsを利用。博報堂生活総合研究所・上席研究員の内濱大輔氏を講師に、「生活者変化からアフターコロナを展望する」と題し、東京から徳島へWEB配信にてご講演いただき、60人強が視聴した。

講演では、東日本大震災後に実施した調査から、防災意識や社会貢献意識など非常時の意識の多くは次第に薄らいだが、無線LANやWi-Fiなど一度味わった『便利』は上昇を続けていると分析。アフターコロナを考える視点として、「人との関係性」「時間の使い方」「消費スタイル」を挙げ、「元の状態に戻りたい」「新しい状況を続けたい」かのどちらかではなく、「選びたい」という要素が加わり、生き方が多様化していくと解説された。2回目となるWEBでの講演会だったが、今回も会員から好評の声が届いた。



博報堂生活総合研究所・内濱大輔氏

岩
手

恒例の節分析願祭、
新春講演会開く

岩手広告協会(会長・東根
千万億岩手日報社社長)は2月3
日、盛岡市内のホテルで節分析
願祭を行った。役員ら8人が神事
や豆まきを行い、社業発展や景気
回復を願った。

会員ら約40人が参加。祈願祭では役員らが袴(かみしも)姿で現れ、神事に続いて「福は内」の掛け声とともに豆をまいた。



節分祈願祭の様子

新春講演会は、岩手県一戸町の御所野縄文博物館の高田和徳館長が「岩手の自然と縄文文化 御所野遺跡の世界文化遺産登録に向けて」と題して講演した。

高田館長は「御所野遺跡からは、縄文人が自分たちの周りにある自然を大切にし、自然と一体になって生活するシステムをつくり上げていたことが分かる」と説明。「岩手に2つある世界遺産、平泉と橋野鉄鉱山も背景に縄文時代から続く文化がある。登録されたら、つながりを考えるきっかけになる」と期待した。



御所野縄文博物館・高田館長の講演



INFORMATION

全広連の活動(令和3年3月～5月)

- 活動予定
- 3月 1日

令和2年度第3回8ブロック会議
- 3月10日

令和2年度第4回理事会
- 3月25日

第15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13日

令和3年度第1回8ブロック会議
- 4月20日

全広連ブロック会議、第15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
- 第114回全国事務局長会議、令和3年度第1回理事会
- 5月19日

第69回通常総会、令和3年度第2回理事会
- 5月20日～22日

第69回全日本広告連盟山陰大会(島根県民会館ほか)

第69回全広連山陰大会登録のご案内

第69回全広連山陰大会(P1～ P3参照)の登録申込を下記の通り受け付けております。大会申込We bサイトよりご登録ください。すでに「現地参加」は締め切っておりますので、「オンライン参加」のみの受け付けとなります。申込に関するお問合せは所属広告協会までお願いいたします。

- 大会登録料(消費税込)
- オンライン参加
- 各地広告協会会員：2,000円 一般：3,000円
- 申込Webサイト
- 全広連

検索
- https://www.pac-sys.net/zenkoren_sanin2021/
- 大会全般に関するお問合せ
- 第69回全日本広告連盟山陰大会事務局
- 〒690-8668 島根県松江市殿町383 山陰中央ビル3F(山陰中央新報社内)
- TEL：0852-32-3505〔受付時間〕9：30～17：00(土・日・祝休)
- E-mail：zenkouren-sanin@sanin-chuo.co.jp
- お申込み期間
- ・5/18(火) まで
- ・4/23(金) まで会員料金、4/24(土)～5/18(火)の申込は一般料金となります。

加盟各地広告協会 人事 [順不同・敬称略]

事務局長就任	〔福井広告協会〕	滝本光男(株福井新聞社 営業企画局長) 2月22日付
	〔熊本広告協会〕	佐藤誠也(株熊本日日新聞社 業務推進局広告整理部長) 3月1日付
	〔広島広告協会〕	竹下修司(株中国新聞社 地域ビジネス局特命担当(局次長)) 3月1日付

加盟各地広告協会 新入会員社紹介 [敬称略]

- 【愛媛広告協会】(1社1名)
- (株)ミシェル 代表取締役 横田クルミ
- 【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。

公益社団法人 全日本広告連盟 加盟37広告協会									
全北海道広告協会	秋田広告協会	東京広告協会	山梨広告協会	岐阜広告協会	大阪広告協会	広島広告協会	高知広告協会	熊本広告協会	沖縄広告協会
青森広告協会	山形広告協会	横浜広告協会	富山広告協会	静岡県広告協会	神戸広告協会	徳島広告協会	福岡広告協会	大分広告協会	
岩手広告協会	福島広告協会	新潟広告協会	金沢広告協会	愛知広告協会	山陰広告協会	香川広告協会	佐賀広告協会	宮崎広告協会	
仙台広告協会	千葉広告協会	長野県広告協会	福井広告協会	京都広告協会	岡山広告協会	愛媛広告協会	長崎広告協会	鹿児島広告協会	

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