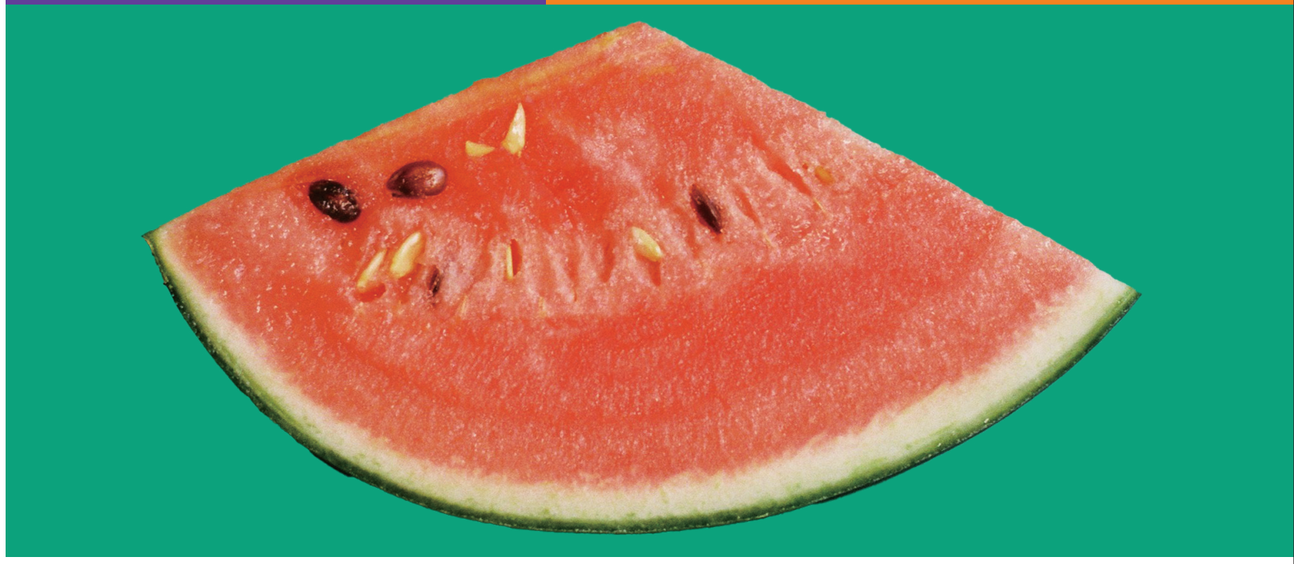
2025年7月5日発行／1、4、7、10月の5日発行／通巻1114号／昭和39年2月12日第3種郵便物認可

広告の元気は、ニッポンの元気。

ZENKOREN 全広連

2025 SUMMER Vol.1114



Special Report

第73回全日本広告連盟福井大会開く

全広連

二〇二五年七月五日発行／一、四、七、十月の五日発行／通巻一一四号／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（購読料は会費に含む）

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

広告の元気は、ニッポンの元気。
ZENKOREN 全広連
2025 SUMMER VOL.1114

CONTENTS

2 SPECIAL REPORT 1 第73回全日本広告連盟福井大会開く
4 大会祝賀 …… 【福井大会 祝賀広告】
7 …… 各地広告協会の動き（京都・香川・鹿児島）
8 SPECIAL REPORT 2 ADFEST2025 | レポート
ADFEST2025を振り返る
10 SPECIAL REPORT 3 ADFEST2025 | Young Lotus Workshop レポート
ヤング・ロータスは未来を照らす
12 …… CLIP BOARD

COVER ILLUSTRATOR

広告制作の基本は、どれだけ遠いところまで、発想を繋いでいけるか。
どんな些細なきっかけや誰も目にも止めないことでも。
想像と妄想の宇宙にどれだけ自分を浮かべ続けられるか。

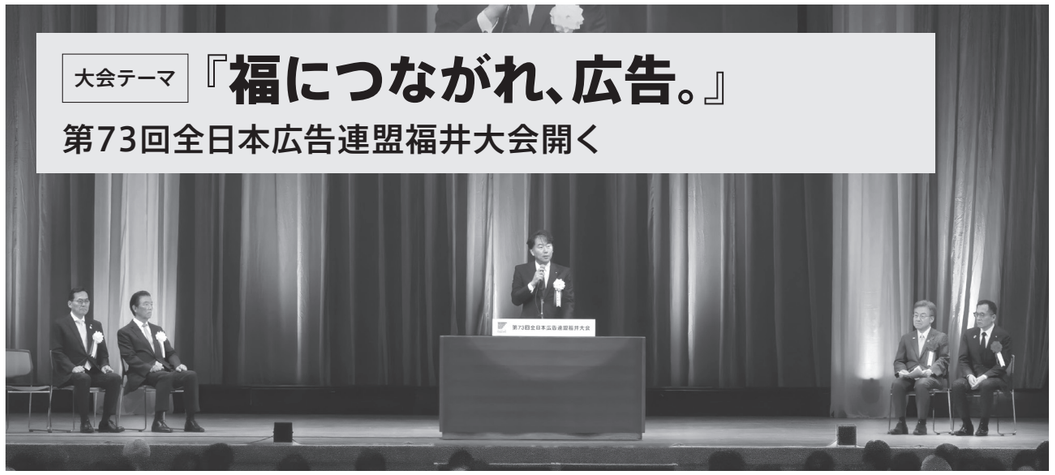
しりとりでつなぐ今年の表紙は、前号が「パイナップル」で終わったので、
『る』からスタートです。

作／㈱TBWA HAKUHODO
アートディレクター 宮崎 琢也

Young Lotus Workshop2024 日本代表チーム

高橋 かのん
（たかはしかのん）
㈱博報堂

宮崎 琢也
（みやざきたくや）
㈱TBWA HAKUHODO



大会テーマ

『福につながれ、広告。』

第73回全日本広告連盟福井大会開く

第73回全日本広告連盟福井大会（主催:同大会組織委員会、（公社）全日本広告連盟）が、大会テーマ「福につながれ、広告。」のもと、5月15、16の両日、福井市のフェニックス・プラザを主会場に開かれた。来場者数は1,000人。

前回東京大会のコンパクト開催とこれまでのフルスケール開催の融合を目指し、式典プログラムを午後2時から開始とした。遠方であっても地域によっては北陸新幹線で当日入りも可能とするなどし、大胆な工夫を凝らした。またパンフレットや報告書などこれまで書面、印刷・発送に頼っていた事務をデジタルに特化した。さらにデジタル通貨の活用にも取り組むなど、これからの大会運営における持続可能性についてもチャレンジした事務局運営となった。

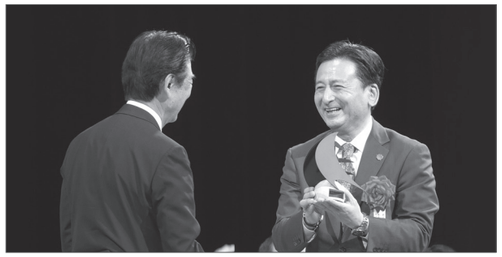
福井が国内トップクラスの生産シェアを誇る楽器、マリンバとハープのウエルカム演奏で大会は幕を開けた。まず八木誠一郎大会長の開会宣言により式典がスタート。吉田真士大会実行委員長が「福井は長く幸福度ランキング1位を続けている。どうか皆さんも広告が与える幸せを大いに議論し、福を感じとっていただきたい」と歓迎のあいさつを述べた。

続いて大平明全広連理事長が登壇。「福井は高志（こし・高い志）の国と言われていた。古くから文化の香り高く、豊かな自然に恵まれたこの素晴らしい地で、全広連大会が開催できることは大変喜ばしい」と開会あいさつを行った。その後、来賓として杉本達治福井県知事、西行茂福井市長がそれぞれ祝辞を述べた。

続いて贈賞式が行われた。第13回全広連日本宣伝賞の表彰では「松下賞」に井上礼之氏（ダイキン工業名誉会長）、「正力賞」に一力雅彦氏（河北新報社代表取締役社長）、「吉田賞」に谷喜久郎氏（新東通信代表取締役会長）、「山名賞」に奥村靱正氏（TSTJ Inc.代表アートディレクター）が選ばれ、大平理事長が記念品を贈呈。各受賞者がそれぞれ謝辞を述べた。ご欠席の井上礼之氏に代わり水口知洋氏（同社執行役員）が「今年は創業101年目。これまで以上に社会に貢献してきたい」と話した。

全広連日本宣伝賞の受賞者

地域活性化に貢献した優れた広告コミュニケーション活動を顕彰する「第4回鈴木三郎助全広連地域広告大賞」の最優秀賞（およびキャンペーン部門賞）は佐賀県が選ばれ、同県知事の山口祥義氏にトロフィーが授与された。山口知事はこれまでの様々なPR発信のエピソードを披露、受賞作品の「ゴジラ対（つい）サガ」についても佐賀県とゴジラの形が似ていることをどういう風にPR発信するか、様々なアイデアが飛び交った結果、高圧洗浄機メーカーの独ケルヒャー社とのタイアップに漕ぎつけたと話した。



大平理事長からトロフィーを受け取る山口佐賀県知事

同賞のプリント部門賞は秋田魁新報社（あきた弁博特集）と広島空港振興協議会（冬の牡蠣休暇いただきます。）、フィルム・オーディオ部門賞は長倉製作所（ロゴマーク篇・ホームページ篇・メタルフォーミング篇）と五ヶ瀬ハイランド（五ヶ瀬ハイランドスキー場2025シーズンCM「帰ってきた南ちゃん」）、チャレンジ部門賞は、ない・CHAHANG（裏がある京都人のいけずステッカー）と金城学院大学（説明が長い料理店）、キャンペーン部門賞は秋田魁新報社（創刊150年「読者に向けた感謝の花」「秋田魁新報と、みんなが周年。」特集）に贈られた。

鈴木三郎助全広連地域広告大賞の受賞者

最後に静岡県広告協会の大須賀紳晃会長が来年5月の第74回全広連大会を静岡で開催することを紹介し、PR映像を放映。こぞっての来場を呼び掛け、式典は終了した。

休憩を挟んで行われた記念講演は脳科学者の中野信子氏を招いた。中野氏は「脳科学から見た幸福感と広告のはたらき」と題して講演。幸福感（ドーパミン）を得るには想定を超える報酬が必要であること、不確定で魅力的な未来を信じることで期待が膨らみ、幸福感を感じとれる脳の仕組みなどに触れた。

脳科学者の中野信子氏が記念講演

エンディングとして福井大会からのメッセージ動画を映写。夢に向かって進む福井県内の5人を紹介し、広告が世代を超えてたくさんの夢を後押しし、福につながっていくことを願うメッセージとした。プログラムの最後は平均年齢75歳の男声合唱団「ゴールデンエイジふくい」によるエンディングコーラスで締めくくった。

フィナーレは男声合唱団ゴールデンエイジふくい

夕刻からは会場をザ・グランユアーズフクイに移し、懇親会を開催した。福井県酒造組合の協力で県内ほぼすべての酒蔵28銘柄が陳列。メニューは若狭牛や越前そば、焼き鯖寿司など福井の食文化やソウルフードを全面に押し出した。参加者らは福井の地酒や郷土料理、珍味などを堪能しながら懇親を深めた。

懇親会場の様子

日帰り出張などで懇親会に参加できない大会登録者にはお土産の購入や飲食店で使用できるデジタル地域通貨「はぴコイン」を進呈した。今大会初めての試みとして採用したが、インストールや通貨受け取りについて大きなトラブルはなかった。

2日目の16日には県内景勝地や文化施設を視察するエクスカーションを3コース用意、総勢89人が参加した。1コースは東尋坊と朝倉氏遺跡、2コースは県立恐竜博物館と大本山永平寺、3コースは三方五湖、福井年縞博物館、敦賀ムゼウムを訪れた。また親睦ゴルフには70人が参加し、県内屈指の名門、芦原ゴルフクラブの海コースに挑んだ。

15、16両日とも晴天に恵まれ、大会は盛況のうちに終了した。

祝 第73回全日本広告連盟福井大会

福につながれ、広告。

〈順不同〉

アイビックス 福井市下馬2−101	Eat Well, Live Well. AJINOMOTO 東京都中央区京橋 1-15-1	NTP GROUP 名古屋市熱田区尾頭町2−22
株式会社川徳 盛岡市菜園 1-10-1	Pasco 敷島製パン株式会社 名古屋市東区白壁5−3	セイコーウオッチ株式会社 東京都中央区銀座1−26−1
第一三共ヘルスケア 東京都中央区日本橋3−14−10	大正製薬 東京都豊島区高田3−24−1	DUSKIN 喜びのタネをまこう 吹田市豊津町1−33
hug everyone. ながの東急百貨店 TOKYU 長野市南千歳1−1−1	FUKUVI 福井市三十八社町33−66	明治屋産業株式会社 福岡市博多区博多駅東2−14−1
吉本興業ホールディングス 大阪市中央区難波千日前11−6 東京都新宿区新宿5−18−21	ROHTO 大阪市生野区巽西1−8−1	朝日新聞社 東京都中央区築地5−3−2
産經新聞社 東京都千代田区大手町1−7−2	NIKKEI 東京都千代田区大手町1−3−7	毎日新聞 東京都千代田区一ツ橋1−1−1
読売新聞 YOMIURI BRAND STUDIO 東京都千代田区大手町1−7−1	中日新聞社 本　　社 名古屋市中区三の丸1−6−1 福井支社 福井市中央1−3−5 FUKUMACHI BLOCK	北海道新聞社 札幌市中央区大通東4−1
西日本新聞社 本　　社 福岡市中央区天神1−4−1 北九州本社 北九州市小倉北区堺町1−2−16	THE TO-O NIPPO PRESS 東奥日報 青森市第二問屋町3−1−89	岩手日報社 盛岡市内丸3−7
河北新報社 仙台市青葉区五橋1−2−28	秋田魁新報 秋田市山王臨海町1−1	山形新聞社 山形市旅篭町2−5−12 山形メディアタワー

福島民報社 福島市太田町13−17	神奈川新聞社 横浜市中区太田町2−23	新潟日報社 新潟市中央区万代3−1−1
信濃毎日新聞 長野市南県町657	北日本新聞社 富山市安住町2−14	北國新聞社 金沢市南町2−1
福井新聞社 福井市大和田2−801	岐阜新聞 岐阜市今小町10	神戸新聞社 神戸市中央区東川崎町1−5−7
山陰中央新報社 松江市殿町383	山陽新聞社 岡山市北区柳町2−1−1	中國新聞社 広島市中区土橋町7−1
徳島新聞社 徳島市中徳島町2−5−2	愛媛新聞社 松山市大手町1−12−1	高知新聞社 高知市本町4−1−24
沖縄タイムス社 那覇市久茂地2−2−2	琉球新報社 那覇市泉崎1−10−3	言葉と、生きていく。 SEIKYO SHIMBUN 東京都新宿区信濃町7
KODANSHA 東京都文京区音羽2−12−21	株式会社 小学館 東京都千代田区一ツ橋2−3−1	マガジンハウス 東京都中央区銀座3−13−10
Tokyofm Life time audio 80.0 東京都千代田区麹町1−7	TBS 東京都港区赤坂5−3−6	tv asahi 東京都港区六本木6−9−1
テレ東 東京都港区六本木3−2−1	TOKYO MX 東京都千代田区麹町1−12	ABS Asahi 25TH 東京都港区西麻布1−2−9 EXタワー
BS-TBS 東京都港区赤坂5−3−6 TBS放送センター	BSテレ東25th 東京都港区六本木3−2−1	BSフジ BSフジ 4K 東京都港区台場2−4−8 フジテレビメディアタワー
文化放送 FM91.6 / AM1134 東京都港区浜松町1−31	FBC 福井放送 福井市大和田2−510	CBCテレビ 名古屋市中区新栄1−2−8

CBCラジオ 名古屋市中区新栄1-2-8	CHUKYO TV 名古屋市中村区平池町4-60-11	8 カンテレ 大阪市北区扇町2-1-7
MBS 毎日放送 大阪市北区茶屋町17-1	ytv 読売テレビ 大阪市中央区城見1-3-50	rkb 福岡市早良区百道浜2-3-8
ピタッと。TNC 福岡市早良区百道浜2-3-2	FBS福岡放送 福岡市中央区清川2-22-8	I&S BBDO 東京都中央区晴海1-8-10
ADK 東京都港区虎ノ門1-23-1 虎ノ門ヒルズ森タワー	ORICOM 東京都港区新橋1-11-7 新橋センタープレイス	株式会社 京橋エイジェンシー 東京都千代田区外神田5-4-4
株式会社 ジェイアール東日本企画 東京都渋谷区恵比寿南1-5-5	株式会社 新東通信 名古屋市中区丸の内3-16-29	株式会社 大広 東京都港区芝2-14-5
株式会社 電通グループ 東京都港区東新橋1-8-1	株式会社 電通 東京都港区東新橋1-8-1	株式会社 電通東日本 東京都港区東新橋1-8-1
DENTSU LIVE 東京都中央区銀座7-4-17 電通銀座ビル	Tokyu Agency 東京都港区西新橋1-1-1	株式会社 とうこう・あい 東京都中央区銀座7-13-12
株式会社 内藤一水社 東京都千代田区麹町3-2	ADEX 株式会社 日本経済広告社 東京都千代田区神田小川町2-10	nikkeisha 株式会社日本経済社 東京都港区元赤坂1-2-7 赤坂Kタワー
Hakuhodo DY holdings 東京都港区赤坂5-3-1	・HAKUHODO・ 東京都港区赤坂5-3-1	・PRODUCT'S・ 東京都江東区豊洲5-6-15 NBF豊洲ガーデンフロント
HYOJITO 表示灯株式会社 名古屋市中村区名駅4-2-11 ナビタ名灯ビル	Metro Ad メトロアドエージェンシー 東京都港区東新橋2-14-1 NBFコモディオ汐留	YOMIKO 東京都港区赤坂5-2-20
ad:tech tokyo 東京都港区六本木6-15-1 六本木ヒルズけやき坂テラス	TOPPAN 東京都文京区水道1-3-3	Mind.SoundLife 株式会社 マインドアンドサウンドライフ 福井市成和1-1005-5

各地広告協会の動き（2025年）

京都　京都広告協会 アド・フォーラム2025を開催 100人が聴講

京都広告協会は全広連の助成を受け3月17日、からすま京都ホテル（京都市）で、アド・フォーラム2025「KYOTOを輝かせる広告コミュニケーション ―新たな京都の活性化に向けて―」を開催。会員社・一般参加を合わせ100人が熱心に聴講した。

まず、世界最大の広告・マーケティングネットワーク、WPPグループの一員であるLANDOR TOKYO Managing Directorの新沢崇幸氏が、「海外視点で紐解くKYOTOの真の価値 ～グローカルで考えるコミュニケーション訴求点～」と題し、ニューヨークのハイライン、サウジアラビアのNEOMなどの事例を紹介し、日本は世界の都市とは似ておらず、中でも京都は別格の異文化都市。海外から来る人が何を求めているのかの視点を取り入れてみては、と海外都市と京都の比較について話した。

次にブランディング専門ファーム クロマニヨン社長の小柳俊郎氏が「京都というブランドの使い方 ～商品・サービスのブランディング事例から～」と題し、ブランドを創るとは明確な意味の確立であり、1200年の基盤の上にあるというだけで京都は圧倒的なブランドといえると話した。

トークセッションでは宣伝会議執行役員の番匠俊允氏の進行で、シビックプライド、存在意義の言語化、歴史に裏付けられたストーリーを持つ京都ブランドの強さなどの事例を挙げて会場からの質問に答えた。

熱のこもった話に聞き入る参加者

香川　香川広告協会 「広告コミュニケーションセミナー」開催 約90人が聴講

香川広告協会（会長・綾田裕次郎高松商工会議所会頭）は3月7日、高松市の同商工会議所会館で「広告コミュニケーションセミナー」を開催した。会員や一般聴講者ら約90人が参加、広告の効果やあり方について理解を深めた。

講師は、dentsu Japanグロースオフィサーで CMプランナー、脚本家の澤本嘉光氏。「アイデアで発信する～コミュニケーションの方法。地方にも、全国にも」と題して講演した。

澤本氏は、自身が手がけたソフトバンクのテレビCM「白戸家シリーズ」を例に挙げて「一家の父親役を犬にしたのは視聴者に気に留めてもらうためのアイデアだった」と振り返り、「軸になる『企画』、つまりアイデアが存在することで、作品は大きく広がる力を持つ。それはCMもミュージックビデオも映画も同じ」と強調。「アイデアによって魔法のように世の中が動くことがある。受け手に見てもらう努力を常に忘れないで」と呼びかけた。

インターネットや交流サイト（SNS）が広く普及した現状には「地方からの発信であっても東京発と同じように全国に拡散するチャンスがある」と可能性を指摘。参加者は地方から「魔法」を起こすヒントを得ようと熱心に聞き入っていた。

澤本嘉光氏を講師に迎えた香川広告協会のセミナー

鹿児島　鹿児島広告協会 総会・表彰式・講演会・懇親会を開催

鹿児島広告協会（会長・本坊修 本坊酒造取締役会長）は4月24日鹿児島市内にて、令和7年度総会を開催した。事業報告、収支報告、事業計画案及び予算案について議案提出され承認された。また広告賞の表彰式も行った。今回の審査から「WEB広告関連」はテレビ動画広告部門でWEB広告の審査を行い、応募の幅を広げる改訂を行った。改訂の影響もあり、今回は、総応募数が99点と昨年度よりも上回る応募があった。

総会、表彰式に引き続いて行われた記念講演会は、永野弥生氏（㈱電通九州 インテグレーテッド・グロースプランニング局 局次長 クリエーティブディレクター コピーライター・CMプランナー）をお招きして「九州だからつくれる広告がある」と題した講演を行い、様々な手法、考え方の発想から生み出されたアウトプット事例の講演に耳を傾けた。

また、懇親会（立食形式）も行い、永野講師も交え、最後まで会場が埋め尽くされ、終始「笑顔」と「会話」で賑わった会になった。

総会にて本坊修会長が挨拶

ADFEST2025を振り返る

鏡 明（前ADFESTステアリング・コミッティ メンバー）

3月20日から22日の3日間、タイのパタヤで開催されたADFEST（アジア太平洋広告祭）を前ステアリング・コミッティメンバーの鏡 明氏（㈱ドリル）に総括していただきました。

近年のADFESTの傾向

2025年のADFESTは、3月20日から22日の三日間、例年通りタイのパタヤで開催された。参加者も応募作品数も、昨年とほぼ同じだった。様々な広告祭が困難な状況に陥っている中で、健闘したと言っていいだろう。困難な状況に至った要因はいくつかあるが、広告自体、そしてマーケティング・コミュニケーション全体の中で広告のポジションが大きく変わりつつあることがその背景にあるのは確かなことだ。マスメディアからネットへの移行、AIをはじめとする新たなテクノロジーの進化、マーケティング戦略の精緻化といった様々な変化が、これまでの広告の意味を変えてしまっている。そうした状況の中で、ADFESTは、この数年の間に、広告賞を中心にした構成から、講演を主とするフェスティバルに方向を変えた。それはADFESTがアジアの仲間たちとの交流の場であるだけではなく、新たな知識や考え方に触れる場を目指していることになる。

テーマは「COLLiDE」

ADFESTは毎回、メインテーマを設定している。今年は「COLLiDE」（衝突）だった。例えば古典的なものと革新的なもの、人間とAI、様々な衝突が私たちの周囲で起きている。そして、この刺激的なテーマを設定したのは、単に刺激的ということではなく、そうした衝突こそが新たなものを産むために重要な役割を果たしているという考えからきている。講演の内容もこのテーマに則したものになるが、その内容は多岐にわたっていた。広告だけではなく、音楽、ゲーム、コメディ、AIといった現在の先端分野における「衝突」を扱っていた。スピーカーもエージェンシーだけではなく、音楽やゲームの専門家、そしてクライアント、またTikTokやNetflixといった新たなプレイヤーからの参加もあった。

こうしたADFESTの変化は、実は様々な広告祭でも同様の傾向が見て取れることだが、ADFESTの特徴はそうした変化がアジアという世界の中でどのように起き、どのように受け入れられているのか、そのことを見てとれるところにある。もちろんアジアは世界で最も多様性に満ちた地域であるから、一概に全体を語ることはできない。けれども、その底に流れるものを感じ取ることができる。それは貴重な経験をもたらしてくれるはずだ。例えばサウジアラビアの広告に何が起きているのか、というようなトピックは他の場所では聴くことができないものだ。

メインステージ

ステアリング・コミッティにて

ADFESTにはステアリング・コミッティという組織がある。一般の企業で言えば役員会のようなものだが、タイ、インドネシア、日本、韓国、中国といったADFEST創設時に中心となった国の代表によって構成されている。今年の会議で話題の一つとなったのは、ヤング・ロータス(*)の各国の状況だった。ヤング・ロータスは、次世代の成長を促すという意味でADFESTの最も重要な活動の一つだ。そこで高く評価されたのは、100を超える参加チームによるコンペティションが行われている日本の活動だった。なぜそれが可能になったのか、各国からの質問が出た。それは当然のことながら、参加してくれた皆さんの熱意の結果であると同時に、全広連の全面的なバックアップのおかげでもある。

ヤング・ロータスの結果であるが、日本のチームは見事に予選を突破してくれた。残念ながら、優勝はホーチミン・シティ、会場の投票によるポピュラー・ヴォートではジャカルタが一位となった。この二つの都市にとっては初めてのことだった。マーケットの大きさという観点からもベトナムとインドネシアは大きな可能性を持っている。この結果が刺激となってより多くの結果が生まれることを期待したい。

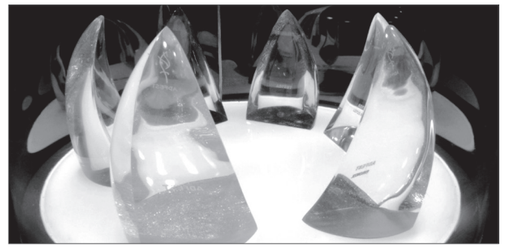
＊＝ヤング・ロータス＝Young Lotus Workshop 30歳以下のクリエイターが各地域代表とワークショップと作品コンペを行う。

広告賞の結果

広告賞の結果についても簡単に触れておく。30近いカテゴリーの表彰は2日に分けて行われた。審査員は複数のカテゴリーの審査に加わることになるが、それぞれの審査基準が異なるケースも多く、苦労したという話も聞いた。これだけの数のカテゴリーが必要なのかという意見もあるが、先ほど触れた通り、広告そのものの変化に対するためには、どうしてもカテゴリーが増えることになる。そして賞の結果を見ると、かつてのメインカテゴリーであったプリント、アウトドア、ラジオといったカテゴリーでは入賞数が極端に減少していた。フィルムはタイの健闘もあって、それなりに盛り上がりを感じさせたが、それでもかつての勢いは失われていた。そしてデジタル系、戦略系のカテゴリー、そして社会的な活動に関わる広告が大きな成果を上げていた。これもまた広告が置かれた状況を反映した結果だろう。

個別に見ると、昨年まで精彩を欠いていたメガ・エージェンシー系列のエージェンシーが復活の兆しを見せていたことが印象的だった。そしてエージェンシー・オブ・ザ・イヤー、ネットワーク・オブ・ザ・イヤーはそれぞれ電通が勝ち取った。

またアジアの広告にとって重要な功績を残した広告人に与えられるロータス・レジェンドにはフィリピンの女性クリエイティブ・ディレクターのMerlee Cruz-Jaymeが選ばれた。日本ではほぼ知られていなかったこの優れた才能の仕事を知るチャンスでもある。ネットでぜひチェックしてもらいたい。



各賞のトロフィー

最後に

最後になったが、キャンペーン・ブリーフ・アジアをはじめとする三つのクリエイティブ・フェスティバル・ランキングにADFESTが含まれることになった。これはADFESTが国際的な評価を受ける存在になったことを示している。今更という気もするが、今後のADFESTを考えると重要なニュースである。

鏡 明（かがみ あきら）
㈱ドリル 顧問
前ADFESTステアリング・コミッティ メンバー

各受賞作品はADFESTホームページのWINNERS SHOWCASEでご覧になれます。 ADFEST

2025年日本代表の野口（左）・神戸（右）ペア

アジア太平洋各地域の30歳以下のクリエイターが二人一組となり、ワークショップに参加しコンペを競う、Young Lotus Workshop（YLW）。『一生忘れられない経験になった』と言っていた今回の日本代表、神戸弥宙さん・野口柾晴さん（ともに㈱電通）に報告してもらいます。

様々な選考を潜り抜けてきた海外の代表たち

「ヤング・ロータスに行けることが羨ましい」

去年の代表だったお二人にインタビューさせていただいた際に聞いた言葉だ。

ヤング・ロータス（以下YLW）は合宿感が強く、終わった頃には各国代表との熱い絆が芽生えるとのことだった。

熾烈な日本国内選考を終えて早1ヶ月、我々はそんな期待に胸を膨らませながらADFESTの聖地、タイ・パタヤに上陸。ウェルカムパーティーに参加した。日本から持参したお菓子のお土産（気合を入れすぎて、6000円分以上も持ってきていたので、出国前の時点でキャリーバックは19kgにもなっていた）を配りながら各国の代表との挨拶を交わす。今年のYLWにはアジアから17チーム、34名の代表が集まった。

パーティーの雰囲気はいい意味で大人しさがあり、パリピすぎない感じが印象的。代表たちに話を聞くと、YLWへの参加資格を得るための選考は各国様々だったようで、ヤングカンヌの国内選考の2位だったり、ローカルコンペの優勝ペアだったり。コピーのコンペとアートのコンペ、それぞれの1位が選ばれ参加（なので、タイで初めて会ったらしい）というペアも。日本予選は他国と比べても大規模なものだったらしく、予選には100組以上の参加者がいた旨を伝えると「ヤバすぎ！」というような反応をされた。その後は夜まで深酒する、ということもなく、10時半くらいにスッと終了。ここから約1週間、このメンバーと共に過ごすことになる。

ワークショップ、そして課題発表

YLWは主に講義パートとコンペパートに分かれている。最初の1.5日が講義、以降がコンペだ。予選を突破したファイナリスト5組のみが、メインステージにてADFEST全参加者の前でプレゼンする機会が与えられる。

我々の宿泊ホテルは、車で10分ほど離れた街中のホテルだ。サファリパーク風のバスで他の選手たちと談笑しながら会場に向かい、ワークショップに参加する。ホストのAgency（なんと今年はdentsuだった）から代表的な世界の事例、アイデアのノウハウ、プロダクションの最新技術の紹介など、様々な講義をみっちりと受講した。そして待ちに待った課題発表。今年の課題は「障害者の旅行のモチベーションを高めるための、MasterCardによるブランド体験」だった。

企画、そして一次プレゼン

我々は視覚障害者にターゲットを絞り、「SOUND SEASON」というアイデアを提出した。いわゆる観光地の「シーズン」とは、健常者の感覚によって作られているのではないか、という点に着目。86%の視覚障害者は健常者と同じものを同じタイミングで楽しみたい、というインサイトを用い、視覚ではなく音が楽しい旅行シーズン「SOUND SEASON」を新定義。アジアの独特な気候を生かした視覚障害者と健常者がどちらも楽しめるツアーを作る、というものだ。

着眼点は気に入りつつも、アウトプットが普通すぎるかも…という不安を抱えながらプレゼンに向かった。

そして結果発表。正直この瞬間が、YLWで（日本予選も含め）1番緊張した瞬間だった。最初に「HONG KONG!」と呼ばれてからは記憶がなく、頭が吹飛んでいたのだが、4番目に「TOKYO!」と呼ばれ、2人で大安堵。

決勝に進めなかった他のチームの人たちも、悔しくてたまらないはずなのに「Congratulations!」と言葉をかけてくれて、本当に優しかった。こういう人でありたい、と素直に思った。

作り直し!?からの最終ステージ

かくして最終プレゼンに進むことができたTOKYOチーム。決勝チームには次の日の夕方まで企画を更新する猶予が与えられる。我々も企画に納得できていなかったので、ここからノンストップでブラッシュアップした。次の日は朝5時に集合し、提出ギリギリまで企画を練り直し。「視覚障害者×音で楽しむ旅行＝誰もが平等に楽しめる旅行体験」という軸は残しつつ、最終的に企画タイトルも変え、音が楽しめる場所をマッピングしたアプリ「SOUND MAP」という企画に変更した。「シーズン」という切り口を捨てるのは少し惜しかったが、分かりやすい表現の企画に変更したのは正しい選択だったと思う。提出後は延々とプレゼン練習し、本番を迎えた。

メインステージでのプレゼンは謎の高揚感があり、ただ楽しかった。日本からのオーディエンスや、これまで苦楽を共にした他の代表のみんながプレゼンを盛り上げてくれた。あの景色は一生忘れられない思い出だ。

涙の別れと約束

残念ながらTOKYOチームは優勝することはできなかったが、最終ステージに進んだ他国の皆も同じように頑張っていたのは痛いほど分かっていたので、勝ったチームには素直に「Congratulations!」と伝えることができた。審査員である台湾dentsuのアリスさんが「君たちは本当によかったよ。優勝チームだけが勝者じゃないからね。」と声をかけてくださって、沁みた。

全ての発表が終わったあとはADFESTのエンディングパーティーがあり、YLWメンバーで最後の打ち上げ。「また、世界のどこかで会おうね！」と約束し、皆で肩を組んで涙のお別れをした。今でも彼らとはインスタでメッセージを取り合っている。帰国後、優勝チームが会社の英雄みたいになっている投稿をみて、何だか嬉しかった。この地球のどこかで、彼らの物語も続いているのだ。

ヤング・ロータスが照らしてくれたもの

ADFESTから持ち帰れた財産は、賞だけではない。

まず、クリエイティビティが世の中を沸かせている光景を目の当たりにして、この仕事の面白さを再確認できた。そして我々と同じように面白いものを作ろうと必死に悩む同世代の同志たちの存在を知り、世界がさらに近づいた。

数々の選考を経てあのステージに立てたことは、クリエイティビティで世界を目指していいんだという自信になったし、今度は実務であの場所に絶対に戻るんだ、という仕事へのモチベーションにも繋がった。

ヤングコンペに取り組む理由を心のどこかで探していた我々だったが、未来への自信と希望を持つため、同志たちとの出会いのためなのだと確信した。

パタヤで過ごした忘れられない9日間は、これからも我々が悩み立ち止まった時に照らしてくれる希望の光であり続けると思う。「面白い」に貪欲に立ち向かい続けるクリエイターでありたい。

CLIP BOARD

TOPICS

第36回(令和7年度)全広連広告大学、9月よりインターネット配信にて開催!

第36回全広連広告大学は、公益財団法人吉田秀雄記念事業財団の協賛のもと、9月26日より実施します。全6講義のプログラム(予定)とし、より広く会員等に受講機会を提供するため、事前申込者を対象としてインターネット配信の形式で開催します。詳細は、本誌同封のチラシをご覧ください。

■**第36回全広連広告大学〈全6講義・予定〉**

- **受講対象者・費用**:会員および会員の所属する会社の方(無料)、一般(有料25,000円)
- **申込方法**:7月7日よりチケットサイトPeatixにて申込受付。
  全広連HPよりアクセスしてください。
  全広連
- **配信**:9月26日より第1講配信、以降2週間に1回の頻度で配信します。

全広連 事務所移転のお知らせ

(公社)全日本広告連盟は、この夏に事務所を移転します。

【新住所】〒104-0061 東京都中央区銀座5-14-5 光澤堂GINZAビル3F
【稼働日】2025年7月22日(火)より ●電話・FAX番号は変わりません。

INFORMATION

加盟各地広告協会 人事 [順不同・敬称略]

長崎	〈会　長〉川畑年弘(㈱長崎国際テレビ 代表取締役社長)	7/1付
沖縄	〈会　長〉金城克也(那覇商工会議所会頭)	6/28付
	〈理事長〉長濱弘忠(㈱エフエム沖縄 取締役副社長)	5/22付

事務局長就任 [順不同・敬称略]

青森	木村幸治(㈱東奥日報社 ビジネス局営業部長)	4/23付
山梨	長田浩一(㈱山梨日日新聞社 メディア企画局次長兼新事業開発本部副本部長)	4/1付
富山	梶原徳行(㈱北日本新聞社 メディアビジネス局次長)	4/1付
徳島	阿部隆((一社)徳島新聞社 営業局広告編成部長)	4/1付
長崎	田崎龍太(㈱長崎国際テレビ 営業編成局営業部営業部長)	7/1付
沖縄	嶺井泉輝(㈱エフエム沖縄 総務部役員室長)	5/22付

事務局移転

東京	104-0061 東京都中央区銀座5-14-5 光澤堂GINZAビル3F	7/22〜
長崎	850-0862 長崎市出島町11-1 ㈱長崎国際テレビ内	7/1〜

新入会員社紹介 [敬称略]

全広連〔賛助会員〕

■(公社)日本アドバタイザーズ協会
■(一社)デジタル広告品質認証機構(JICDAQ)

東京

■㈱alma
代表取締役 成田孝夫
■㈱アクティオ
上席執行役員 広報部長 進浩
■アンドブライト㈱
代表取締役 岡本功一
■㈱ヴィス
・代表取締役社長 小林昭司
・企画部長兼コーポレートコミュニケーション担当 後藤幸子
■Septeni Japan㈱
・取締役 芦田憲久
・アライアンス領域 統轄 川上宗一
■㈱フロンティアインターナショナル
・代表取締役社長 河村康宏
・取締役 江口貴宣
■㈱Youcom
代表取締役 伊東美晃

静岡県

■㈱OASTBLUE
代表取締役 神田輝和

広島

■kirin㈱
代表取締役 永戸修司
■テラスホールディングス㈱
代表取締役 桑原明夫