

Osaka Advertising Agencies Association

OAAA報

発行所


 一般社団法人
 大阪アドバタイジングエージェンシーズ協会
 Osaka Advertising Agencies Association

 〒550-0004 大阪市西区鞠本町1丁目6番6号 華東ビル
 Tel 06(6443)3960 Fax 06(6443)5218

<http://www.oaaa.or.jp>

一般社団法人

大阪アドバタイジングエージェンシーズ協会

第18回 定時総会開催

2年ぶり中之島リーガロイヤルホテルNCBにて開催。

一般社団法人大阪アドバタイジングエージェンシーズ協会の本年の第18回定時総会は、昨年在創立50周年を記念して、中之島リーガロイヤルホテル本館で総会式典のみ開催されたが、今年はこれまでも中之島リーガロイヤルNCBに戻り、5月23日(月)同ホテル3階「花の間」で総会を、同じく2階「淀の間」で懇親会を開催した。

岩井理事長の開会挨拶に続き、2015年度事業報告・収支決算報告、同じく同年度公益目的支出計画実施報告、さらに2016年度事業計画案と収支予算案、2016年度活動目標案、2016・2017年役員候補案等の議案が審議され、いずれも原案通り承認となった。(事業計画等は、2面参照)

総会終了後、旧役員体制が新理事になって一旦役員体制が白紙となっているため、第64回理事会が総会出席者が見守る中実施され、代表理事・理事長及び業務執行理事等の選任が、総会出席者が見守る中実施され、岩井代表理事・理事長を筆頭に、2面別表のとおり役員体制が決定した。

総会に続き、同時開催された「第10回広告エッセイ大賞」の表彰式も引き続き同会場で執り行われた。大賞以下10名の入賞者のうち8名が出席となった。今年度の特長は、学生の方のエントリー数が大きく増えており、そのため学生応募者から3名も入賞者が出たことは初めて。受賞者を代表して、大賞の平松淳枝氏が挨拶を行った。

(詳細内容は、4面参照)

岩井理事長挨拶

「広告コミュニケーション文化の発展と府民生活の向上に寄与する」ために

大阪アドバタイジングエージェンシーズ協会第18回定時総会にご参加頂きまして、誠にありがとうございます。

後ほど、議案書の第1号議案の事業報告でも詳しくご報告をさせていただきますが、昨年の11月当協会は、創立50周年を迎えまして、記念行事を開催致しました。遠方からのご来賓も含めまして、多数の皆様にご出席頂きまして、無事滞りなく執り行うことができました。偏に、会員の皆様、それから関係各位のご協力の賜物でございます。改めまして、心から感謝を申し上げたいと思います。

一方で、大変残念な悲しいことが続いてしまいました。

当協会設立以来の会員であられまして、また当協会の副理事長等も歴任いただきました新通の樋口学さんが、当協会創立50周年の節目を終えた直後にご逝去されました。50年の長きに亘り、当協会の活動にご尽力・ご指導を賜った方でした。また、先月のことですが協会理事であり、大阪芸術大学の教授であられました岩崎富士男さんが、残念なことにお亡くなりになりました。お二人は其々違ったお立場ではありますが、大阪広告業界の発展のために多大な貢献をいただいたお二人でございます。ご冥福を心からお祈りすると共に、生前当協会に賜りましたご恩に少しでも報いるために、



広告コミュニケーション文化の発展と府民生活の向上に寄与するという、当協会の目的達成に向けて微力ながら努力して参るつもりでございますので、皆様方にも何卒よろしくお願い添えの程お願い申し上げます。



読者が見える、
効果が見える。

クオリティーの高い読者へ、**NIKKEI**

日本経済新聞社

 NIKKEI AD Web <http://adweb.nikkei.co.jp/>

 大阪本社: 〒541-8515 大阪市中央区高麗橋1-4-2
 東京本社: 〒100-8066 東京都千代田区大手町1-3-7

日本を愛し
歴史に誇りを

新産
聞経

<http://reader.sankei.co.jp/reader/>

第18回 定時総会議案審議

2016年度活動目標は、
「大阪の元気が日本を変える、
世界も変える。」第18回目の定時総会、5月23日(月)、リーガロイヤル
NCBにて無事終了

当日段階の正会員数は、75社、171名で、このうち出席正会員数は67名で、委任状による出席を含め、議決数131名の参加となり、開催定数を満たし無事総会は成立。また別途賛助会員社数は17社、24名で、総会日における総会員社数は92社、総会員数195名と報告されました。協会定款に則り岩井理事長が議長となり、議事が始まる。各議案に関し、國府専務理事・事務局長より各案ごとの説明が行われ、それぞれに異議はなく、全案承認可決となった。各議案の概要は、以下の通り。

第1号議案

2015年度
事業報告・収支決算報告

2015年度の国内の景気動向は、ひとまず緩やかな回復基調継続中と確認された。広告業界は広告費全体が僅かながら前年実績をクリアするも、マス4媒体売上は前年比97.6%と減少。代わりにインターネット広告費が、相変わずの好調2桁成長を残す。

関西の広告市況も例外はあるものの、概ね前年を僅かながら上回る状況と言われ、ようやく首都圏の潮流を感じられる入口に立つ。協会もその環境下で、創立50周年の一連の行事を終え、合わせて予定された他事業も滞りなく執行。「協会の動き」参照)これに対して中村監事より監査報告があり、全員異議なく同議案は承認された。

第2号議案

公益目的支出計画実施報告書

「広告エッセイ大賞」は、協会の公益目的支出事業として他事業からは、独立した事業報告・監査・承認が必要で、「第10回OAAA広告エッセイ大賞」として、2015年度の実績報告を行った。(4頁記事参照)同事業について、監事を代表して鎌田監事より監査報告があり、全員異議なくこれを承認した。

第3号議案

2016年度事業計画(案)・
収支予算(案)

2016年度事業計画(案)・収支予算

(案)について、國府専務理事・事務局長より説明があり、全員異議なく承認可決された。1696万円の経常収益と、1726万円の経常費用で若干の赤字予算となっている。

Ⅰ 広告・コミュニケーションに関する
一般教養の向上に資する事業

- ①OAAA「広告エッセイ大賞」大募集
※公益目的支出計画実施事業

Ⅱ 広告・コミュニケーションに関する
次世代の育成に資する事業

- ①新入社員教育講座(4月)

Ⅲ 広告・コミュニケーションに関する
情報・資料の収集及び情報の提供・公開に関する事業

- ①広告図書寄贈事業(4～3月)
②広報活動・情報提供活動(随時)

Ⅳ 広告倫理の向上に必要な事業

- ①広告関連法務研修会
他広告団体と共催
②人権セミナー(11月)



Ⅴ 広告技術の改善・向上に資する事業

- ①夏期広告セミナー(7月予定が8月実施予定に変更)
②求人案内広告コピーコンテスト(10月)
③スポーツ新聞求人案内広告コピーフェア(11月)
④クリエイティブ研究会(10月)
⑤ACC CMフェスティバル上映会(11月)※大阪広告協会主催事業に協賛
⑥交通・屋外広告セミナー(3月)
⑦デジタル&マーケティング・セミナー(不定期)

Ⅵ 関係機関・内外諸団体との連絡、
連携、協調

- ①広告関係団体との連携
②広告関連図書の斡旋販売

Ⅶ その他、この法人の目的を達成するために必要な事業

- ①協会報発行(7月、1月)
②マスコミ年賀交歓会(1月)

以上のほぼ例年に準じる事業計画を発表。特にⅤ⑦デジタル&マーケティング・ゼミナールは、不定期の実施となっているが、既に6月に今年最初の開催を実施済。(8頁記事参照)

第4号議案

2016年度活動目標(案)

今年度の同目標は、運営委員会及び理事会の2度にわたる選抜の後、「大阪の元気が日本を変える、世界も変える。」と、意気込みのある前向きな案が提案され、異議なく承認可決された。

第5号議案

2016・2017年度役員改選の件

重任理事10名、重任監事2名、新任理事7名の新役員が、満場一致で選任された。

全議案の審議終了を持って、第18回総会は閉会となった。

第64回理事会を開催

代表理事理事長に岩井秀一氏
を再任

総会終了後、同会場で引き続いて新役員による第64回理事会を開催し、代表理事理事長、業務執行理事副理事長、業務執行理事専務理事、業務執行理事を選定した。

2016年度役員体制

(任期:第20回定期総会迄)

※敬称略、所属・役職は、5月23日段階のもの

【(代表理事)理事長】

岩井秀一(大広代表取締役会長)

【(業務執行理事)副理事長】

樋口莊一郎(新通代表取締役社長)
服部一史(電通常務執行役員関西支社長)
小原之彦(日本経済社常務取締役関西担当)
白井博志(博報堂執行役員関西支社長)

【(業務執行理事)専務理事】

國府泰男(大阪アドバタイジングエージェンシーズ協会事務局長)

【業務執行理事】

田中康雄(産経アドス代表取締役社長)
坂田英洋(JR西日本コミュニケーションズ代表取締役社長)
佐藤文彦(大毎広告取締役)
福良芳浩(読売取締役会長)
植條則夫(関西大学名誉教授)

【理 事】

武田智哉(アサツー ディ・ケイ関西ネットワーク本部 関西ネットワーク本部長 兼 関西支社長)
松岡寿史(電通パブリックリレーションズ常務執行役員関西支社長)
嶋谷泰典(毎日新聞社大阪本社 広告局長)
槇野博信(朝日放送営業局局长)
棕本益太郎(エフエム大阪 取締役営業本部長)
中 浩司(日刊スポーツ新聞西日本取締役営業担当兼営業局長)

【監 事】

鎌田章男(朝日広告社 執行役員・関西支社長)
中村 弘(読売連合広告社代表取締役社長)



大阪本社 〒530-8251 大阪市北区梅田3丁目4番5号 電話(06)6345-1551

届けつづける。

読売新聞

ご購読のお申し込みは よみうり よみうり ハイパー

0120-4343-81 または、お近くの販売店へ YOMIURI ONLINE http://www.yomiuri.co.jp/

読売新聞大阪本社

協会の主要な動き（2016年2～7月）

2月10日（水）	広告6団体事務局長連絡会	（マーケ協会）	5月17日（火）～18日（水）	第64回全広連通常総会&仙台大会	（仙台）
2月15日（月）	第10回広告エッセイ大賞選考委員会	（電通）	5月23日（月）	第18回定時総会・第64回理事会	（リーガロイヤルNCB）
2月26日（金）	50周年記念補足行事・「ビジネス・デジタル強化」講座	（新通）	5月31日（火）	第1回マーケティング委員会	（大広）
3月2日（水）	第12回交通屋外広告セミナー	（電通）	6月9日（木）	広告6団体事務局長連絡会	（JARO）
3月3日（木）	事業委員会・第48次新入社員教育講座・講師説明会	（大広）	6月10日（金）	案内広告コピーコンテスト新聞5社会	（毎日新聞社）
3月10日（木）	JAAA共催・CMオンライン運用説明会	（電通）	6月23日（木）	第1回広告エッセイ選考委員会	（電通）
3月17日（木）	第62回理事会	（大広）	6月24日（金）	役員変更登記	（法務局）
3月22日（火）	JAAA共催・字幕付CM説明会	（電通）	6月24日（金）	事業報告・決算書類提出	（大阪府商工振興室）
4月5日（火）	2015年度決算監査	（OAAA）	6月27日（月）	第2回ビジネス・デジタル強化講座	（中之島セントラルタワー）
4月6日（水）～8日（金）	第48次新入社員教育講座	（大広）	8月1日（月）	協会報第128号発行（予定）	
4月18日（月）	第63回理事会	（大広）			
4月21日（木）	広告6団体事務局長連絡会	（大阪広告協会）			
4月28日（木）	全国広告業団体連絡会議 平成27年度「後期情報連絡会」	（銀座 電通別館）			
5月11日（水）	第1回事業委員会	（日本経済社）			

第48次新入社員教育講座に、31名の参加者。

今年度の新入社員教育講座は、総勢で10社31名の参加をみており、4月6日（水）より3日間、大広大阪本社12階の会議室で、15の CATEGORY で体系的な講義を実施した。

今回の参加者数は、昨年より10名増員となり、景況の回復基調を反映した人数となった。ただ、各社の新入社員教育日程の関係で3日間フル参加できない方も出ており、開催日程告知の前倒しを求められた。

講師の皆様方はいずれも前線でご活躍の方々ばかりで、多忙な中、教鞭をとりご協力を頂きましたこと、紙上を借り厚く御礼申し上げます。



第1日	開講の言葉	理事長	岩井 秀一
	注意事項／講座概要の説明	事務局長	國府 泰男
	広告会社の営業活動	博報堂関西支社 第一営業局	高野 博行
	テレビ広告	電通 MCプランニング局	日浦 範人
	新聞広告	博報堂 DY メディアパートナーズ新雑局	須山 拓也
第2日	ラジオ広告	博報堂 DY メディアパートナーズテレビラジオ局	文屋 満彦
	雑誌広告	ADK 関西ネットワーク本部メディア局	善野 彰仁
	インターネット広告（メディア編）	電通 MCプランニング局メディアプロデュース2部	北野 久美子
	インターネット広告（マーケティング編）	電通 MCプランニング局メディアマーケティング部	宇野 真弘
	折込広告	朝日オリコミ大阪 神戸支社・支社長	佐々木 宏志
第3日	クリエイティブ	博報堂 クリエイティブ・ソリューション局	川村 健士
	セールスプロモーション	大広 大阪BU統合プロモーション局第2PG	河野 貴行
	広報・PR	電通関西プロモーション・デザイン局統合プランニング部	溝渕 竜三朗
	マーケティング	大広 大阪 BU ストラテジックプランニング局第1 PG	濱口 隆義
	交通・屋外広告	ジェイアール西日本コミュニケーションズ交通メディア本部業務推進部	高橋 伸治
第4日	広告業務と法規	電通 法務マネジメント局関西法務部	増田 剛
	広告業務と人権	電通 法務マネジメント局関西法務部	西谷 則昭
	協会事業説明・その他	事務局長	國府 泰男

※肩書・組織名称等は、実施段階

〈敬称略〉

もっとわかる、もっと役立つ新聞へ

朝日新聞 DIGITAL

同居のご家族4人で使える！

パソコン・タブレット・スマートフォンで読める！

ひとつのIDで、複数端末からの利用が可能。

天声人語を縦書きでじっくり

過去1年分が読める「天声人語ビューアー」。

話題のニュースも時系列で一目瞭然！

関連記事を写真や見出しで時系列にまとめた「タイムラインビューアー」。

※各種詳細は、朝日新聞デジタル 総合ガイドをご覧ください。 <http://digital.asahi.com/info/>

お申し込み、詳細は下記サイトで！ 朝日新聞デジタル 総合ガイド

朝日新聞デジタル

検索

<http://digital.asahi.com/info/>

朝日新聞デジタル お問い合わせ

0120-383-636

受付時間 9:00～21:00(月～金)、9:00～18:00(土)、日・祝日はお休みさせていただきます。

※掲載している画面はすべてイメージです。※掲載している情報は、2015年1月時点のものです。料金・サービス内容等は予告なく変更する場合があります。

Good Innovation.

「その手があったか」と言われるアイデアがある。

「そこまでやるか」と言われる技術がある。

「そんなことまで」と言われる企業家精神がある。

私たちは3つの力でイノベーションをつくる。

人へ、社会へ、新たな変化をもたらす

イノベーションをつくってゆく。 **dentsu**



第10回 OAAA広告エッセイ大賞は、 平松淳枝氏「いつかきっとできるまで」に贈賞。 審査委員特別賞は、 岡田 久留美氏『ウイナー先生の教訓』が受賞。

第10回目となるOAAA広告エッセイ大賞は、募集告知に際し新聞記事下広告や口コミルートにも、情報提供を拡大。過去最高の111点の応募数となった。特に学生の方からの応募が、47名と急増したことはより若い視点での広告への意見を確認する機会となった。その中より大賞1点、優秀賞8点、審査委員特別賞1点が厳正に選出されたが、内3点は学生(応募時学生含む)作品が受賞することとなった。協会加盟社からも3名の受賞者が出ており、意図せず期待通りの人員構成となった。

表彰式は、第18回定時総会の会場・花の間で総会後に開催され、植條審査委員長の審査講評の後、岩井理事長より、受賞者に表彰状と副賞が贈呈された。(各賞は別記)

なお同日配布されたエッセイ作品集は、全部で600部を印刷。関係者と大阪府下140余の図書館にも配布を実施した。



受賞者一覧 (敬称略)

■大賞(賞状と副賞20万円)

「いつかきっとできるまで」…………… 平松 淳枝

■優秀賞(賞状と副賞5万円)

『愛を伝えるモノ。』…………… 畑岡 優佑

『忘れられないCM』…………… 高橋 浩治

『最高の手紙』…………… 宮川 勉

『道標』…………… 星加 有梨

『1%の成功のために』…………… 吉武 果耶

『This is my life』…………… 神野 千代

『不動明王様、これ私の都合ですが・・・』…………… 三好 可代子

『「いつてきます」と「ただいま」の間にもらった時間』…………… 久下 尋厚

■審査委員特別賞(賞状と副賞10万円)

『ウイナー先生の教訓』…………… 岡田 久留美

受賞者代表挨拶

大賞

「いつかきっとできるまで」

平松 淳枝 氏

このたびは、過分な賞をいただきましてありがとうございます。

エッセイには、コマーシャルの言葉から感じた思いと、私の育児に対する思いを書かせていただきました。

私が見ていたコマーシャルは、何年もずっと長く放送されているものなのですが、私が迷った時も、当然なのですがコマーシャルからずっと同じメッセージが流されておりまして、その中で励まされ、考え直させられることがございました。私には子供が5人居ますので、ついつい目の前の仕事に追われてしまうのですが、今回エッセイを書かせて



いただくことによって、自分を見つめ直す良い機会になりました。このような機会を与えていただいたことに、大変感謝致しております。

大阪アドバタイジングエージェンシーズ協会様には今後益々のご発展をお祈り致しまして、挨拶の言葉とさせていただきます。

第11回 OAAA広告エッセイ大賞応募要項

先行告知



◆テーマ「私と広告」

最近見たイケてる広告、知らず知らずに接触を心待ちにした広告、これが、広告か!?という広告、アノ人が、どうしてこの広告に。etc

◆応募資格

大阪府内に在住または通勤、通学されている一般の方。年齢不問。

◆作品規定

未発表でオリジナル作品限定。文字数800字以上～4000字程度で。Eメールでの応募も可能。作品の題名、氏名、郵便番号、住所、電話番号、職業、年齢を明記ください。

◆賞

大賞20万円(税込)…………… 1名様
優秀賞5万円(税込)…………… 8名様
審査委員特別賞…………… 上記と別枠で設定

◆締め切り

2016年11月30日(当日消印有効)
詳細は、電話かホームページをご参照ください。

〈お問い合わせ先〉

06-6443-3960
(URL) <http://www.oaaa.or.jp>



「いつかきっとできるまで」

大阪府大阪市 平松 淳枝

我が家は子供が五人いる。にぎやかで楽しいが、ケンカも絶えない。

それでも日曜の夜、みんなそろってテレビを見る時だけは、家中が笑い声であふれる。そんな時に決まって流れる、お気に入りのCMがある。

「♪いつかきっとできるよね。すごいのできるよね。つくるって楽しいよ…」

軽快なメロディの歌い手は子供達だ。素直な歌声が愛らしい。

画面には、子供達と大人達が交代で映される。子供達は段ボール箱を切り抜いたり色をぬったりし、大人達は設計か建築の作業をしている。最後は夕闇の中、ピラミッドの様に積み上げた段ボール・タワーがライトアップされ、子供達は歓声をあげる。作る喜びをとても感じる。

子供達もモノ作りは好きだ。特に次男は、夏休みの工作にも、はりきっていた。

一年生では段ボールでコースを作った「ビー玉迷路」。二年生では、三次元にした「ビタゴラ装置」を作り、クラスみんなが遊びたがって列を作ったらしい。

そして三年生では、口からベビーパウダーの煙を吐き、全関節が動く木製ロボットを作った。

これは難しかったが、支えてくれた人がいた。七十才近くでありながら、現役楽器職人のYさんだ。Yさんは建築関係の仕事の傍ら、大学教授もしていたそうだ。

このYさんと知り合ったのは、次男だった。Yさんの自宅兼工房が、次男の通学中にあった。いつも玄関先に机や椅子を出して作業していたため、帰宅途中の小学生在みんな寄ってくるらしい。

誰にでも優しい人だったが、次男には特によくしてくれた。次男はストレートな物言いをするため、友達の間では「キツイ」と言われてしまうことがあったのだが、Yさんは「素直でいい」と、褒めてくれた。

私はとても嬉しかった。

次男からロボット制作の話聞いたYさんは、材料の買い出しから面倒を見てくれた。

次男は夏休み中、毎日のようにYさん宅に出かけていった。たまに電話で、「お母さん、よく頑張ってるから見に来てあげて」と言われた。一歳の末っ子を抱いて出かけてみると、玄関先の作業テーブルで、次男が、カッターを使って木材を切っていた。

Yさんは、カッターの角度まで、事細かに注意していた。小学三年生には厳しいと思ったが、次男は真剣な面持ちで聞き、指示通りに作業した。後で聞いた話だが、やはりケガをしないためには、正しいやり方を学ばないといけないから、と言われた。

そして、Yさんは仕事も後回しにして、ずっと作業を見守ってくれていた。

親として申し訳ない気がして詫びると、Yさんは笑いながら言った。

「お母さんは、子供が五人もおったら時間ないでしょう。僕は大丈夫ですよ。」

本心を突かれた。家族が多いことは、とても恵まれたことだが、親が子供一人ずつにかける時間が少ないことは明らかだ。次男が友達をうまくつぐれないのは、そのせいではないかと、ずっと負い目を感じていた。

そして次男が四年生になった時、母親としての至らなさを痛感させられた。

ある日、私はいつものように、ぐずる末っ子らの世話をしながら、夕食作りに追われていた。そんな時、机に向かっていた次男が振り向きつつ、「おれが生まれた時ってどうやった？」と聞いてきた。

この質問で頭をよぎったのは、末っ子の妊娠時の、数々のトラブルだ。妊娠8週での早期破水、絶対安静、緊急帝王切開。今、末っ子は元気いっぱい成長しているが、本当に休まらない日々だった。だから次男の質問には、

「あんたは何もなかったよ。健康に生まれたよ。」

と答えた。次男は「ふうん」と言うと、机に向い直した。

この時は何も気が付かなかった。

次男の小学校では、四年生になると「二分の一成人式」が行われる。参観で、出生時の作文を一人ずつ読み上げ、子供達に”生きていること”を感じてもらう取り組みだ。

他の子供達が、自分の誕生を家族が喜んだ事や、将来の夢など、二分の一成人式にふさわしいことを読み上げる中、次男だけが違った。

出生時については、私の言葉そのまま。他に、日常あったことを無理につないで、文字数を増やしていた。

私は愕然とした。なぜ気が付かなかった。気が付いていれば、もっといろんな話をできたのに。

大事な作文を台無しにしてしまった。帰宅後、私は次男に何度も謝った。

懇談でも先生に謝った。先生は、お母さんも忙しいから仕方ないですよ、と言った。

そして次男が勉強を頑張っていること、委員会活動や部活の他、用務員さんのお手伝いで、校内の畑の水やりも、続けていることを教えてくれた。

そして最後に、次男に向かって、これだけはがんばって、と言った。

人の話を聞こう。自分の思いも言葉で伝えよう。

一年生の頃から、言われ続けていた。私はがっかりした。

ある日曜の夜、TVを見ながら、webで

CMの内容を調べてみた。すると、登場しているのは社員の家族だった事が分かった。

CMには流れていない歌詞もあった。
「♪くもにかかるはし うみのうえのがっこう どこまでもつづくみち
かざくとなかまとみんなと にほんへせかいへうちゅうへ いっしょにみにいこう・・・」

子供達の言葉に、大人が「がんばりまーす」と答えていた。

子供ががんばっているなら大人もがんばらなくちゃ。

それはその通りだ。でもどうやって。時間がない。余裕がない。体力もない。次男は、自分からは話してくれない。でも聞いても答えてくれない。

あのCMソングは、私にとって育児にリンクしていた。

子供が幼い頃は、しゃべることも歩くことも、いつかできるよね、と信じられた。定期検診で「成長がゆっくりですね」と言われても、焦らずいられた。

どうしたら、あの時のように、信じて待っていられるのだろうか。

次男も六年生になる頃には、先生の働きかけもあって、それなりに友人関係ができていると聞いた。でもやっぱり本人は何も話してくれないため、私は不安なまま、次男の小学校最後の運動会を迎えた。

毎年、運動会最後の演目は、五・六年生の組み体操となっている。

私も小学生時代に経験したが、体に触れ合うのが嫌だった。その上、友人の倒立を支えるのに苦労したため、あまり良い印象はない。

次男が協力し合っているか、心配だったが聞けなかった。

とにかくケガなく無事に終わってくれればいいと、保護者席で一心に祈った。

演目紹介のアナウンスが終わると、運動場が静まり返った。トラック内に整列した子供達は、真剣な顔つきで直立している。朝礼台に立った先生のホイッスルの音だけが運動場中に響き渡る。その合図で子供達がいっせいに動いた。

まず、最初は個人で、そして少人数の組み体操へ展開していく。想像以上の機敏な動きに、拍手が沸き起こる。子供達は表情を変えず、次の行動に移る。

次男は、びんぼうゆすりもせず、無駄口もたたかず、みんなと一緒に、凛とした態度を保っていた。そして次男と組んでいるクラスメートも、迷いなく次男に体を預け、バランスをとったり、倒立してみせた。私は驚き、涙があふれた。

次男はみんなと協力し、力を合わせていた。

何も言わないけど、自分でがんばっていた。

実に堂々とし、自信とやる気に満ちた顔をしていた。

十数人で組む3段ピラミッドが終わると、残すは全員ピラミッドだ。

子供達全員が、トラック中央に整列した。BGMが流れ出す。子供達に人気の、静かなバラード調の応援曲だった。

朝礼台の先生は、子供達の心が落ち着くのを待ってから、一回目のホイッスルを鳴らした。飛び出してきた十人程の子供の中に次男がいた。子供達は、朝礼台を正面に横一列に四つん這いになる。全員が並んだのを確認して、先生がまたホイッスルを鳴らすと、次の子供達が走って駆け寄り、二段目を作っていく。

前日に運動場を清掃しているとは聞いているが、次男達のヒザには砂粒が食い込んでいるだろう。それでも誰も何も言わないで、三段目・四段目を組んでいく間、ただひたすら同じ姿勢のまま待ち続けている。

ゆっくりと、しかし確実に、ピラミッドが高く伸びてゆく。

実は本番の一週間前、全員ピラミッドの練習中に子供が一人、手を骨折する事故が起きていた。先生達は一度、中止を決めていたらしい。

それを聞いた子供達も、最初は何も言わなかった。

だが、翌日、また翌々日と、「やっぱり、ピラミッドやりたい」という子供達が増えていったそうだ。

普段は何でも「めんどくさい」で片付けてしまう子供達だったのに。

先生達は再度話し合い、決行した。子供達の力を信じたのだ。そして今、全力で子供達を支えているのだ。

子供ってすごい。最後までがんばるって、本当にすごい。

全員ピラミッドの完成後は、いつまでも拍手が鳴りやまなかった。

私も手がはれるほど、たたき続けた。子供達も大人達も、みんな笑顔だった。

その日の夜は、ちゃんとテレビの前に座って、CMを見た。

CMの最後には、浜辺から水平線を見つめる、兄弟とおぼしき二人の少年の後ろ姿が映った。バージョンが変わったのかしら、と思っていると、水平線の向こうに、コンピューターの白線が、建物の形を描いていく。それは彼らが想像する「うみのうえのがっこう」だろうか。

いつかできると信じて、今も奮闘中の大人がいるのだろうか。

それなら私もオタオタせず、まずは、子供の力を信じよう。

そこから、始めよう。

最後の運動会という大仕事を終えた次男は、テレビの前でごろ寝している。

事故があった時、怖くなかったのだろうか。

次男に「事故のこと、教えてくれへんかったなあ」と言ってみたが、「あー、うん」としか、返ってこなかった。

心配性の親には言えなかっただけなのか、気にしていなかっただけなのか。

何と続けて良いのか分からなかったのので、「お母さん、このCM、好きやねん」と言ってみた。すると、「知ってる」という返事が、さっきと変わらない調子で返ってきた。

第12回

交通・屋外広告セミナー

2016年3月2日(水)、第12回交通・屋外広告セミナーが開催された。

会場は電通12階ホールで、約120名余の聴衆が参加した講演会となった。

最近の大阪のOOHは「突き抜けた挑戦的なものが減ったのでは?」という、協会委員会の提起に、まずは「第3者」の視点で月刊ブレーン編集長 篠崎日向子氏に、最近の話題のOOH例をご紹介いただき、それに大阪から一言物申す形で、地元最前線で様々なOOHに奮闘されているクリエイターの皆様にご参集いただき、現在の大阪での仕事の有様や、閉塞感打破への挑戦的なご意見を伺った。

第1部

最新OOHの表現力を探る

講師：株式会社宣伝会議・月刊ブレーン編集長
篠崎 日向子

月刊ブレーンは今年創刊55周年を迎え、99年に宣伝会議からの発行を機に、広告クリエイティブの専門誌として生まれ変わった。今日はブレーンの誌面でも紹介した作品を中心に、お話ししたい。
(画像は許諾の関係で掲載不可。ご自身で検索下さい。)

東京六大学野球のポスター…まず昨年非常に話題になり、読者アンケートのグラフィック部門でも1位になったのがこれ。電通の若手コピーライターとアートディレクターが自主提案したもので、ネットでの露出を機に一挙に全国に拡散。皆さんよくご存じの商店街ポスター展も、ネットで話題になり、商店街へ足を運んだ。これらの広告に共通するのは、SNSで拡散したということ。誰かに教えたくなるクリエイティブがポイントだ。今の時代のコミュニケーションには、コピーやデザイン力に加え、世の中の話題になる要素やクラフト力などが求められている。

ブリティッシュエアウェイズのディスプレイ広告「Lookup」…飛行機が飛び立つと子どもが追いかけていく映像が流れ、その機種情報が表示される。屋外広告+デジタル、そして体験を通して話題が拡散されていく。YouTubeなどで広まるので、投稿する映像もキーになってくる。

米国広告協議会「スケルトン・ショー」…X線スクリーンを使ったビルボードで、ガイコツが抱擁する姿やダンスする姿が映し出される。スクリーンの後ろから現

れたのは、同性愛者や人種の違うカップルなど。「愛は愛、愛にラベルはない」というコピーが示される。表現として面白い手段で、わかりやすい。

オールドネイビー20周年キャンペーン…タイムズスクエアに現れた、風船1000個が取り付けられたOOH。Twitterでセルフィーを投稿すると、風船でポートレートを描き上げる。非常に手の込んだ施策。

Google「OK Google」…ニューヨークの下町を中心に、至る所に「OK Google」の看板やオブジェクトを配置し、検索を促すメッセージを掲示。街中の人々が楽しんで、メッセージを探した。大掛かりなことをしなくても、広告できるという好例。

マクドナルドのビルボード広告…日時計を活用した看板や、朝日を活用したデジタル広告など。発想は単純だが、こういう表現でも十分に話題を喚起できる。

映画のプロモ…「クロニクル」では主人公が空を飛べることに因み、人に似せたダミー人形を実際に飛ばした。「リミットレス」ではタイムズスクエアの巨大なビルボード広告に、セルフィー写真を投影。YouTubeで300万回の再生回数を記録した。

「Apotek」のサイネージ広告…電車が近づくと女性の髪も舞い上がる有名な広告。国内では、このようなサイネージの特性を生かした面白い表現はまだ少ない。グラフィック系とウェブ系の人が協力し合って、この分野の広告を盛り上げていって欲しい。

ランドローバー「テストドライブ・ビルボード」…実際に試運転できるクルマがビルボードに仕込まれた。これにより試運転希望者が10倍増加。ビルボードにアイデアやデジタルを加えることで、みんなを楽しませることができる。



【国内の事例紹介】

最近の交通・屋外広告の傾向としては、体験させる場が増加している。商業施設や駅ナカなどのピンポイントで行ってもSNSで拡散されていくので、それ以上の効果に期待できる。人が集まる仕掛けを作ることが重要になってくる。

クロネコヤマトの宅急便コンパクト…新宿駅の地下通路に巨大な黒猫が出現、オリジナルグッズなどをプレゼント。SNSで話題になって、新しいサービスを効果的に告知。新宿の地下通路は今やイベントスペースと化し、次々と企画が実施されている。

クロックス「空中ストア」…東京ミッドタウンの吹き抜けスペースにスニーカーをディスプレイ。来場者が好きな色を選ぶと、ドローンが運んでくる。軽量という特性を伝える体験スペースを設けた。空中ストアというイメージが膨らむネーミングが、事前の告知効果を高めた。

Zero Base表参道…テナントとしては店舗が定着しなかったビルを、プロモーションや広告スペースとして機能させた例。このような考え方でいくと、街中や駅ナカのスペースも有効に働くと思う。

スライム10万匹討伐戦 in 新宿…ドラゴンクエストのPR。新宿地下通路に貼られたプチプチのスライムを通行人がつぶしていく。人間の心理をついた超アナログ手法。第二弾は18万個のブロックが使用された。

メルセデスベンツ「SUV EXPERIENCE」…六本木のメルセデスベンツコネクションに隣接するスペースで、オフロードコースの魅力を体験できる装置を設置した。これまでにないクルマのプロモーション方法。

JA「野菜の柱と壁ポスター」…新宿駅地下通路の壁面や柱を野菜がジャック。QRコードから野菜占いや特設サイトの野菜購入も促した。

クリープハイプ「真逆の気持ち」…新曲「真逆の気持ち」にかけて、渋谷の町の至る所に真逆のコピーを掲出。企画やデジタルでなくても、話題性ある広告を作れる。

アパレルブランド「Supreme」…シンプルな写真のポスター展開。町のあちこちに雑な感じで貼られ、時間を経てダメージを帯びた様子もブランドイメージとマッチ。シンプルだけどブランドらしさを上手く表現している。



広告に
できることを、
もっと。

nikkeisha
株式会社 日本経済社
〒541-0048 大阪市中央区
瓦町4-2-14 京阪神瓦町ビル8F
www.nks.co.jp

未来を発明する会社へ。

Inventing the future with
sei-katsu-sha

■ HAKUHODO

||| Hakuhodo DY
media partners

PiTaPa記憶イラストリレー…10人のイラストレーターや漫画家が、伝言ゲームのように、PiTaPaの広告イラストを描きつないでいく。伝えることの難しさや記憶の曖昧さをそのままエンターテイメントになる広告にした。

新しい技術やデジタルデバイスの登場で、屋外・交通広告の可能性は広がる。表現やアイデア次第で、ポスターなどのアナログなメディアもまだまだ面白くなる。話題を喚起すれば、1カ所に掲出したポスターでも全国区になる。広告の目的をふまえ、メディアをきちんと選ぶことで、いい表現も生まれてくる。

第2部

パネルディスカッション

大阪のOOH広告の「今日」と「明日」のために 大阪のクリエイターは、 かく思う

篠崎：自己紹介がてら、最初に皆さんの最近のお仕事をご紹介します。

田中：京都鉄道博物館TV-CM・OOH、滋賀県の観光プロモーション「虹色エモーション」、EXILE×大阪環状線のコラボキャンペーンの紹介

滋賀県の観光プロモーションでは虹をクリエイティブの核に、自治体初の虹予



（株）電通マーケティングクリエイティブセンター
アートディレクター 市野 護 氏



JR 西日本コミュニケーションズ 営業本部 CR 部
クリエイティブディレクター 田中 明尚 氏

報を行い、話題を喚起した。またEXILEのキャンペーンでは「19」というアルバムにちなみ、環状線19の駅でコラボポスターを掲出。メディアジャック電車の運行や駅売店での特典付きCD販売など、交通媒体を最大に使ったプロモーションを行い、話題になった。

篠崎：EXILEの19と環状線の19駅というのは、偶然の一致だったんですね。では市野さんお願いします。

市野：「Good Japan Innovation」、マイネオ格安スマホのキャンペーン。カブコン・モンスターハンター「一狩りいこうぜ」・ヘッドハンティングキャンペーン、水戸なつめ「前髪切りすぎた」、海遊館プロモーションの紹介

最も知られているのが、「一狩りいこうぜ」のワードとロゴ開発。渋谷ハチ公前や新幹線内で広告展開も行った。海浜幕張でのヘッドハンティングキャンペーンでは交通広告グランプリ優秀作品賞を受賞した。「海遊館」では話題性ある中吊り広告を実施。実物大のナマケモノやサメが告知部分を食いちぎるという表現が、SNSやネットで拡散された。また冬の販促では水族館の生き物のキスマーク入りラブレターを制作。メディア関係者や一般の方に送付した。

篠崎：中吊り広告は、電鉄さんとの交渉も大変だったそうですね。では竹上さんどうぞ。

竹上：近畿大学の超近大プロジェクト「近大をぶっ壊す」、ひらパー、メトロPLAY LAND ZOポスターの紹介

「近大をぶっ壊す」では、昨年毎日広告デザイン賞最高賞を受賞。これは難波でビルボードにもなっている。ひらパーは、今年で4年目。「メトロPLAY LAND ZO TCC」のポスターでは、新人賞を受賞した。

篠崎：映画とのタイアップは、よく映画会社がOKしてくれましたね。

竹上：「永遠の0」が最初で、当初はごく普通のタイアップ広告だった。面白くないので僕が2時間ぐらいで作ったものが



（株）博報堂 関西クリエイティブソリューション局
竹上 淳志 氏



ウケて、それから映画会社の方からオファーが来るようになった（笑）。

篠崎：皆さん、プレゼンする時はどこまで狙っているんですか？

市野：海遊館の場合、ナマケモノの中吊りが話題になったので、海遊館側から第二弾の要請があった。実はシャーク案もキスマーク案もクライアントが積極的だった。

田中：EXILEの例でも、その駅にしかないプレミアム感を持たせることにより、ファンを中心に広範囲に拡散された。お互いのWin×Winを探すことが重要。

篠崎：竹上さんのゲームセンターのポスターは、自主提案だったとか。

竹上：電通さんの商店街ポスター展のようなことをやろうと、若手クリエイターがポスター博覧会を開催。そこで僕がゲームセンターを担当した。B倍ポスターを10枚貼らして欲しいとお店の人に交渉し、自分で貼りに行った（笑）。見てもらったことで話題になり、全国ネットの番組でも取り上げられた。

篠崎：最近見た屋外・交通広告で刺激を受けたものはありますか？

竹上：さっき紹介された、PiTaPaのポスターは面白いですね。

田中：竹上さんの広告もそうですが、予算がなくても、クリエイティブの強さでこんなに広がるんだなと実感した。



〈進行〉株式会社宣伝会議・月刊プレーン編集長
篠崎 日向子 氏

市野：OOHは掲出箇所が限られているので、見つけた人のモチベーションが上がりがやすく、SNSとも相性が良い。

篠崎：交通・屋外広告をもっと面白くさせるアイデアや展望を聞かせてください。

田中：規制の多いメディアなので、交渉次第。例えば日本ダービーの日は、改札機に16人入らないと開かないとか（笑）。信楽焼きや木工のサイネージなど、その場所でしか出せないメディアを作れば、地域のプロモーションにも貢献できる。

市野：サイネージは安価で解像度も低いという点で、グラフィックの格を下けている。アメリカのスーパーボウル枠のような、全国に誇れる巨大な媒体を作ってもらいたい。場や体験を作るという点では、大阪・アリバイ横町などは通りすがりで入りやすいので、貸ギャラリー風にポップアップストアに活用するとか。

竹上：僕は商品に合った場所を提供して欲しい。例えば手摺りのある場所をひとつ提供してもらおうと、ステッカー1枚貼るだけでひらパーのスライダールの広告が成立する。サイネージだと予算も高くなるので、こういう方向性の方が現実的。交渉の余地を広げて欲しいですね。

田中：クリエイターとメディア関係者が一緒に開発できると、関西の広告も盛り上がっていく。

竹上：さっき言ったOOHはぜひやりたいので、許可いただける所があれば、よろしくをお願いします。

市野：ビジュアルよりやっぱり本物だろう、ということで、今後は海遊館の展示そのものをOOHとして活用してみたいですね。

篠崎：最近大阪の広告は少し元気がないと言われていますが、アイデアとそれを突破するクリエイティブがあれば変えていける。お三方の話を聞いてそう思いました。ありがとうございました。

お客さまの未来に、
つながる価値を。

ASAKO

株式会社朝日広告社 www.asakonet.co.jp

SHINTSU

新しい、から。

どんなことでも最初は、「新しい」からはじまる。
簡単ではないけれど
「新しい」から、はじめなければ、はじまらない。
だから。「新しい」から、はじまる会社、新通です。

東京支社／名古屋支社／京都支社／神戸支社／
札幌支社／広島営業所／九州営業所
（株）新通エスピー・（株）新通コム・
（株）新通アド・（株）新通エージェンシー

本社／大阪市西区西本町1-5-8
TEL06 (6532)1682 (大代表)
<http://www.shintsu.co.jp>

株式会社 新通

新企画

ビジネス・デジタル強化講座 第1回・第2回 連続開催

この講座は創立50周年を機会に、大手広告会社では、既に専門部署の既存技術として利用されているが、加盟社の大半を構成する中小地場企業では未活用の広告スキルや、情報処理法、媒体情報等をもう少しフラットに拡散周知するという目的でスタート。(平たく言って、新規技術の業者案内)

トライアル的に「ビジネス・デジタル強化講座」と題して、既に2回講座を開催。第1回目は、2月26日(金)に新通の会議室をお借りして開催し、34名の参加者。第2回目は、6月27日(月)に中之島セントラルタワー17階の会議室で開催しており、ほぼ同じ36名の参加者となった。

案内されたスキル・情報は特に専門的ではなく、積極的に情報収集に動いていれば容易に入手できるものだが、単に接触の機会がなかっただけ等の理由で、活用されていないこともあり、あくまでも説明の場を設けたに過ぎない。このため内容は講演会社の営業告知となる部分も認められるが、講座の位置づけ、設計(実経費は講演会社負担)の点から、一定ご容赦頂きたい処と考える。

基本的にある程度認知のある情報・技術の追紹介なので、参加者は通常のセミナーの半分以下の規模で実施しており、2回共ほぼ予定通りの人数となった。

(※注:ご利用に際し、協会はあくまで紹介の場を提供するのみ。実際のご利用・ご契約におかれましては各社様の自社責任でお願い致します。)

どこにいてもどのデバイスからでもファ
イルアクセス可能。

以上のお問い合わせは、
〒105-0021 東京都港区東新橋1-9-2
汐留住友ビル TEL 03-6858-6474
担当:野島(hajime.nojima@gsoftbank.co.jp)
まで。



購入制や、「ガイドアプリ:「日本掃貨情報」」をご紹介いただく。中国マーケットに向けた情報収集や、コミュニケーションプランニングには現地独自のチャネルも構築されており、コンサルティング対応が可能。また、中国での話題となったモバイルコミュニケーションの研究から、独自に日本国内のAndroid向けの新規広告ツール「Wally」を開発されており、新しい広告媒体として期待されている。

以上のお問い合わせは、
〒108-0073 東京都港区三田1-3-33
三田ネクスビル 7F TEL 03-5765-8390
担当:木村(n-kimura@cds-inc.co.jp)まで。

●プロモーション chie

講師:芝 誠司氏

◆株式会社 A-SYSTEM /関西を中心に新しいプロモーションを様々な形でサポートする。各業界出身のスペシャリストが集結しており、「マーケティングバンク」の各種ツールの高度な使いこなし等に対応。独自のアイデアとスピード対応でプロモートを実践。

◆Wix /専門知識がなくても簡単に本格的なホームページが作成できるWEB構築プラットフォーム。ホームページ作成・管理に必要なものすべてが揃う。プロがデザインした美しいテンプレートも豊富に。
ドラッグ&ドロップで簡単に編集が可能。プログラミングの知識は不要。
スマートフォンへの最適化も自動対応。

◆SkypeやDropbox /WEBや、Skype
間通話等を活用した遠距離間プレゼンテーションや、在宅ワークスタイルを提案。

以上のお問い合わせは、
〒542-0081 大阪府中央区南船場2-11-30
CREGLANZ 1001 TEL 06-6210-3384
担当:芝(seiji@chie-world.net)まで。

●株式会社

デジタルマックス

講師:垣内 重慶氏

電子カタログ技術のパイオニアとして、数々の独創的な技術(特許取得済)を基本としたデジタルブック、電子カタログや電子出版事業を展開。国内有数の大手企業に納入実績を持ち、電子カタログに関する最先端技術が特長。同社で所有されている特許技術で、制作された電子カタログのクオリティは確実に国内トップクラスである。勿論その電子カタログからワンクリックで直接オーダーも可能であり、既存の通販メーカーにとっても使い易いカタログである。

更に特筆すべきは、同社の受注・制作体制は、作業部分の多くをベトナムに集約する体制が出来ており、デジタルブック、電子カタログというシンプルな媒体ながら、その商品価値を更に高められる制作コストと制作スピードを実現している。

またその優れた制作ツールはクラウドを通して、有料ながら自由に巾広く利用いただけるサービスも用意されており、まさに現在のMAX級の対応となっている。

以上のお問い合わせは、
〒564-0052 大阪府吹田市広芝町3番29号
エッグビル第三江坂 601
TEL 06-7650-2046 FAX 06-6310-7698
担当:寺蘭(kterazono@digitalmax.jp)まで。

第1回 ビジネス・デジタル強化講座

●ソフトバンクコマース&サービス(株)

講師:野島 哉氏

携帯事業やyahoo等のイメージの強いソフトバンクだが、そもそもソフトバンクとは名前の通りあらゆるソフトウェアの商社のようなビジネスを目指す処から来ている。それに特化した機能を引き継ぐ部署が「コマース&サービス」である。今回は、実際にすぐ活用可能なIT・WEB関連ツールをご紹介します。

ネット検索で「マーケティングバンク」⇒「各種ツール」⇒「ツールを今すぐ検索!」「検索」することで、200以上の最新ツールの入口に立つことになる。その中から、各々が必要とされるソフトの概要や費用を確認して、ダウンロードすることが可能。勿論ダウンロードには、会員登録は必要。多くのソフトには無料の使用期間も設定されており、まさにトライアルで挑戦することが可能。今回以下の6つのツールを事例として紹介いただいた。

1. ロゴQコードマーケティング /お好きなロゴ・イラスト画像入りのQRコードを自動作成。

2. Benchmark Email /世界10万社が利用するメール配信システム。国内で唯一HTMLメールに特化したメール配信システムを提供。
コードの知識が無い方でも、簡単に



HTMLメールを作成し配信可能。全体の開封数が把握できる上、個別に開封実績の確認可能。

3. PIP-Maker /撮影・録音不要!パワーポイントだけで動画が完成!パワーポイントファイルに説明セリフを入れるだけで、3Dアバターが音声を通して商品やサービスを説明。

4. comnico Marketing Suite /ソーシャルメディア運営担当者の業務効率化に! FacebookページやTwitterの投稿管理や効果測定にける作業を、大幅に軽減するクラウドツール。
Facebook/Twitter/Instagramの 一斉配信&追跡測定

5. Questant /ネットリサーチ国内実績No.1の「マクロミル」がつくった、セルフアンケートASP。スマホにも対応。結果の集計も可能。

6. Dropbox Business /ファイルの共有・保管が簡単に。4億人以上のユーザーが利用するDropboxソリューションで企業の生産性向上を。

第2回 ビジネス・デジタル強化講座

●株式会社CDS

講師:島山 正巳氏

情報武装をサポートするデータベースマーケティングの中、コンダクターとして受注型のコンサルティング業を主なビジネスとされる。これらのデータ収集業務実績を経て、早々に中国でビジネス拠点を展開。

中国媒体事情や、海外情報収集を背景に、来日中国人の行動に即した情報提供策として、「ソーシャルバイヤー」による代理



顧客を、共につくり、味方にする。
Activation Design, DAIKO

株式会社 大広

未来へ。

Evolution

私たちは、熱意という原点を大切に、これからも魅力ある対話のステージで進化し続けたいと思います。

大毎広告株式会社
http://www.daimai.com