

ZENKOREN

全広連

2024 SPRING Vol.1109

全広連

二〇二四年四月五日発行／一、四、七、十月の五日発行／通巻二〇九号／昭和三十九年二月十一日第3種郵便物認可
発行／公益社団法人全日本広告連盟 〒104-0061 東京都中央区銀座七丁目四番十七号電通銀座ビル7F

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)



Special Report

ADFESTの若手の登竜門、Young Lotus Workshopを目指せ!

～国内選考から日本代表決定まで～



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

CONTENTS

- 2 SPECIAL REPORT 1 ADFESTの若手の登竜門、Young Lotus Workshopを指せ!
～国内選考から日本代表決定まで～
- 4 SPECIAL REPORT 2 誰もが安心してデジタル広告を利用できる社会へ
— JICDAQによる事業者認証制度の現在地
- 7 各地広告協会の動き (新潟・岩手・山形)
- 8 CLIP BOARD

COVER ILLUSTRATOR

ADFESTのYoung Lotus出場をきっかけに、ペアの安本さんとともに表紙の制作を担当している高田です。「広告プロジェクトの冒険」というテーマで、1年・全4回を通して、営業、ストプラ、クリエイティブ、メディアをイメージした4人が、ローンチを目指して冒険する物語を描いています。

2回目となるSpring号は、企画打ち合わせをイメージしました。営業だった頃、担当する案件のCDに「案を持ってきてもいいよ」と言ってもらったことがあります。「営業でもいいんですか?」と驚きつつ、たくさん持っていった渾身の企画たち。

残念ながら採用されることはありませんでしたが、「この考え方は使えるかもね」と、クリエイティブメンバーの企画のきっかけにしてもらうことができました。「クライアントや世の中を動かしたい。」みんなが同じ思いを持ってさえいれば、職種や年次は関係ない。まさにチームプレイなんだと、この仕事のことがさらに好きになった瞬間でした。

助け合いながらチームとして前へ進み続ける4人。無事提案まで辿り着けるのか。次回はSummer号でお会いできればと思います。よろしく願いいたします。



安本 一優 (やすもといちゆう)
株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ
EXデザインセンター 第3EXクリエイティブユニット

1990年生まれ。2013年ADK入社。
携わる商品やコンテンツをしっかりと理解したうえで
ググッと心動かす表現を作れるよう心がけています。

[受賞歴]

- ・ADFESTシルバー
- ・ACC賞(シルバー/ブロンズ)
- ・JAA賞 消費者が選ぶ広告コンクール
- ・広告電通賞シルバー
- ・朝日新聞広告賞
- ・FCC賞
- ・CM総研「BRAND OF THE YEAR」特別賞
- ・ADFEST Young Lotus Workshop 2023
日本代表、PopularVote賞(観客審査1位)受賞



高田 雄大朗 (たかだゆうたろう)
株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ
EXデザインセンター 第3EXクリエイティブユニット

1995年生まれ。2018年ADK入社。
4年間の営業を経て、2022年よりクリエイティブ職に。

[受賞歴]

- ・ADFEST Young Lotus Workshop 2023
日本代表、PopularVote賞(観客審査1位)受賞
- ・メトロアドクリエイティブアワード
デザイン部門 協賛企業賞
- ・宣伝会議賞 協賛企業賞
- ・奈良新聞クリエイティブアド
グランプリ
- ・M1グランプリ2回戦敗退



ADFESTの若手の登竜門、 Young Lotus Workshopを目指せ!

~国内選考から日本代表決定まで~

一次選考中の審査員

Young Lotus Workshopへは 各国から代表1チームが参加

アジア太平洋の各国代表の30歳以下のクリエイターが、2名1チームで参加する3日間に渡るワークショップと作品コンペであるYoung Lotus Workshop(以下YLW)。毎年3月にタイ・パタヤでADFEST(アジア太平洋広告祭)が開催されるのにあわせ、併催という形でYLWが行われます。今年度は3月21~23日にADFESTが、それに先駆けてYLWが3月19~21日に開催されました。

今年度は日本からも2名をYLW本選の場へ送り出しました。今号では日本代表チームが決定するまでの国内選考の様子をレポートします。

4年ぶりの国内選考、まずは第一次選考

全広連では、YLW日本代表チームを選出するための国内選考を、1・2月にかけて二段階選抜で行っています。コロナ禍の影響で2020年以来4年ぶりとなった今回の国内選考は、コロナ前に比べてエントリー数が大きく減りましたが、第一次選考には66チームが「Raise awareness of 'young carers' issue」(ヤングケアラーの将来への可能性を広げるためにその存在に気づかせ、解決のための行動に導く方法)の課題に取り組み作品を提出

しました。1月25日に7名の審査員によって厳正な審査が行われ、ファイナリスト5チームが選出されました。



選考の様子

PreADFESTでファイナリストチーム発表、 最終選考へ

2月6日には、最終選考に進むファイナリストチームを発表するイベント、PreADFEST2024を東京・銀座で開催しました。このイベントはファイナリストチームを発表だけでなく、全作品を会場で掲示し、ほかの参加者の作品を見たり自分の作品について直接審査員に講評を聞ける場として例年大変な盛り上がりを見せています。

参加者が固唾をのんで見守る中、1チームずつ最終選考に進むファイナリストが発表され、選出理由とともに贈賞されました。選ばれたファイナリストは「他の方の素敵なアイデアがある中で、自分たちを選んでいただけて光栄です!自分たちらしさを大事に、ファイナリスト止まりではなく日本代表になれるよう頑張ります!」と最終選考への意気込みを語りました。

イベント終了後も多くの参加者が残り、積極的に審査員に質問し、意見を伺う姿が会場のあちこちで見られました。(一次選考後の審査員コメントは最後に)



熱心に作品に見入る参加者

自分の作品について審査員に意見を聞く

緊迫の最終選考~審査員へ直接プレゼン!~

5ファイナリストチームは、新たに「Encourage the collection and recycling of plastic toys」(プラスチック玩具の回収・再利用を促進するアイデア)の課題に取り組み、事前にアイデアを提出。2月14日に一堂に会して、YLW本選と同様に英語で審査員に対しプレゼンを行いました。緊張感が漂う中、1チームずつプレゼンを行い、審査員から次から次へと飛ぶ鋭い質問に、時には自信たっぷりに時にはたどたどしく答えました。

プレゼン終了後すぐに審査を行い、白熱した議論ののちに今回のYLW日本代表チームが決定しました。審査員長の鏡明氏は、「代表になったチームはインサイトが優れており決め手となりました。タイに行くまでの1か月間、さらにブラッシュアップしてください」と激励しました。



最終選考では実際にプレゼンを行った

一次選考を終えて

参加した皆さんおつかれさまでした。今回の課題は大変難しかったと思います。今回審査をして、改めて「課題の本質をいかに見極めて深掘り出来ているか」が重要だと感じました。また、社会課題を解こうとすると、真面目に向き合いつつ人の心が動きにくいものになってしまいがちですが、「大笑いするような、エモーショナルに解決する方法」を見出してもいいんじゃないでしょうか。それができるのがクリエイティブの力だと思います。そもそも若手と、経験を積んだベテランのクリエイターの発想力はあまり変わらないと思います。ただ生み出したアイデアの「飛距離」を計算できるのがベテランです。これは経験値を稼いで得られるもので、

日本代表チーム決定!

2024年のYLW日本代表となった高橋かのんさん(株博報堂)・宮崎琢也さん(株TBWA HAKUHODO)は、全66チームから勝ち上がった喜びと本選に挑む意気込みを「目指すは、アジアNo.1。自分たちらしく頑張ります!!」と熱く語りました。



高橋かのんさん

宮崎琢也さん

本号が発行される4月にはADFESTはすでに閉幕しており、YLW日本代表の戦いも終了しています。次号Summer号にてADFESTとYLWの報告記事を掲載予定です。楽しみにお待ちいただければ幸いです。がんばれ日本代表チーム!
(3月15日現在)

会期	
●YLW2024	3/19(火)~21(木)
●ADFEST2024	3/21(木)~23(土)
国内選考審査員 <敬称略・順不同>	審査員長 鏡明(株ドリル)
	審査員 佐々木康晴(株電通)
	塚田由佳(株電通)
	尾上永晃(株電通)
	長谷部守彦(株博報堂)
	間部奈帆(株博報堂)
	小林慎一 (株ADKマーケティング・ソリューションズ)

手取り早くその「飛距離」を手に入れるには、より多様な視点で評価される『グローバル』に出ていくことが重要だと思います。私も20歳代の時に、国内とは違った視座を手に入れるために海外の広告賞にどんどんチャレンジしました。チャレンジを重ねていくうちにちょっと違う視点で課題を捉えることが出来るようになり、新たな気づきを得られるようになりました。そのためYoung Lotus Workshopを利用していただきたいのです。グローバルに挑戦する機会を使って、自分のアイデアの「飛距離」を伸ばすためにチャレンジしてもらえたら、クリエイティブ活動はもっと楽しくなっていくと思います。

審査員 佐々木康晴氏(株電通)

誰もが安心して デジタル広告を 利用できる社会へ

— JICDAQによる
事業者認証制度の現在地

Sponsored by



一般社団法人デジタル広告品質認証機構 (JICDAQ)
デジタル広告市場の健全な成長に向け、広告掲載に関するリスク課題(広告詐欺、ブランド毀損等)を解決することを目的に設立された認証機構。2021年3月設立。2024年3月現在、登録事業者は187社(賛助登録事業者含む)、登録アドバイザーは133社。

代表理事 中島 聡

利便性と効果の高さから利用が広がるデジタル広告。その一方で、トラブルが発生しているのも事実だ。デジタル広告の信頼性を確保するため、そして広告主と生活者の利便のため、業界は一丸となって対策を進めている。

「全広連」2024年 Winter号では、前編として、デジタル広告の基礎と、不正の発生要因についてお伝えした。後編となる今回は、具体的な対策方法と、課題解決のために設立されたJICDAQの活動について解説する。

デジタル広告不正にどう対処するのか？ 基本となる3つの手法

デジタル広告が適切に表示・運用されているかを検証する作業は「アドベリフィケーション」と呼ばれる。広告主が取れる対策としては、具体的に3つの手法がある。

①ブロックリストおよびセーフリストを活用する

デジタル広告の中でも主流の運用型広告の場合、入札方式で取引されるため広告がどのサイトに表示されるかは事前には分からない。しかも掲載候補サイトは大手メディアから個人ブログ、海外サイトも含めれば膨大な数に上る。広告会社も管理に努めているが、悪質サイトが紛れ込んでいるのが実態だ。

そこで、Webサイトのドメイン(URL)を元に、広告配信を許可しないサイトを「ブロックリスト」で選別するという方法が

取られることがある。

しかし、広告収益目当てでコンテンツの海賊版を配信するような悪質サイトは、ドメインを頻繁に変更する。結果的に、ブロック対象ドメインが数千に達するケースもあり、人力での管理は難しいとも指摘される。反対に、安全と思われるサイトを抽出して絞り込んだ「セーフリスト」に含まれるサイトのみ広告を出す方法もあるが、数多くの枠に広告を出せる運用型広告の意義が薄れてしまうという問題点がある。

②プライベートマーケットプレイス(PMP)を通じて出稿する

PMPとは、限られた広告主と広告掲載メディアだけが参加できるクローズドな広告取引市場である。PMPは広告掲載先がある程度制限されるため、運用型広告と異なる「予約型広告」的な性質をもつ。そのため、完全にオープンな取引と比べてコストが高くなりやすい。

③アドベリフィケーションツールを導入する

アドベリフィケーションのための専用ツールの導入も有効だ。セーフリストやブロックリストの作成を機械的な判定で自動化したり、実際にWebサイトに広告が表示されていたか検証したりする機能が備えられている。

とはいえ、これらの対策を全ての企業が今すぐ導入できるかと言えば、人員面でもコスト面でも難しい。

さらに、情報の偏在も課題だ。広告会社やメディア運営企業の多くは東京に集中しており、最新のアドベリフィケーション動向が地方までくまなく行き届いているとは言い難い。しかし今後、デジタル広告に積極的でなかった地方企業でも、競争力強化のためデジタル広告の活用は広がっていくはずだ。不正へいかに対処するかは、事業拡大を企図する全ての組織体にとって、避けて通れない問題だろう。

安心・安全な広告出稿のために JICDAQが果たす役割

デジタル広告品質認証機構、通称JICDAQ(ジックダック)は、こうした課題の解決を目的に、2021年3月に立ち上げられた一般社団法人である。設立にあたっては、JAA(日本アドバイザーズ協会)、JAAA(日本広告業協会)、JIAA(日本インタラクティブ広告協会)の広告関係3団体が協力し、第三者検証機関として一般社団法人日本ABC協会が検証確認業務を担当している。

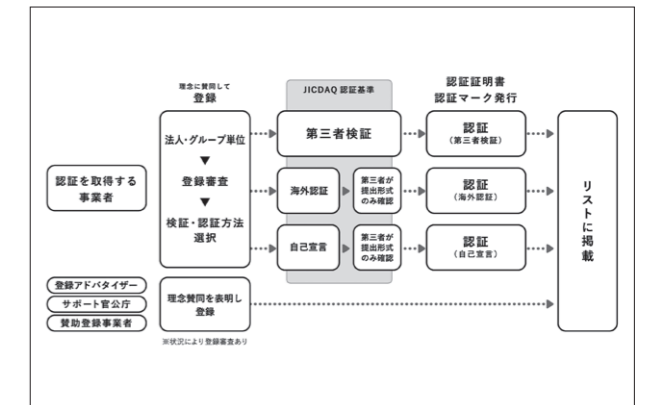


JAA、JAAA、JIAAの三団体によって設立されたJICDAQ

活動の柱は、デジタル広告に関わる事業者の登録・認証制度の運用だ。広告の掲載品質確保のために適切な業務プロセスをとっている事業者をJICDAQが認証する。広告の販売・掲載を行うメディアや、広告取引を仲介する事業者が、登録・検証を経て「品質認証事業者」として認められれば、アドベリフィケーションに積極的に取り組んでいることを対外的にアピールできる。

広告主は、認証取得企業に対して業務を発注すれば、それだけで一定のアド fraud対策、ブランドセーフティへの配慮を行えていることになる。少ない人員で広告関連業務を手がけていたり、アドベリフィケーションツールを未導入だったりする企業が安心して出稿するための手がかかり。それがJICDAQ認証の価値だ。

認証制度開始からまもなく3年となり、品質認証事業者は2024年2月1日時点で162社となり、順調に増加している。なお、品質認証事業者の一覧はJICDAQのWebサイト(<https://www.jicdaq.or.jp/list>)にて公開されており、無料で参照できる。



JICDAQ登録～公開までの流れ

デジタル広告を悪用する不正の実態、 まずは知ることが重要

さらに広告主向けには「登録アドバイザー」の制度を設けている。これは広告主としてアドベリフィケーションに積極的な姿勢を示すことにもなる。登録に費用はかからない。

情報共有も制度の大きなテーマだ。登録アドバイザーには、定期的にメールマガジンを配信するだけでなく、年数回ペースで開催予定のセミナーにも招待する。デジタル広告を巡る動向は日々動いており、最新の知見を得る意味でも、ぜひ登録をご検討いただきたい。

JICDAQ認証を取得した一部事業者からは、意外な波及効果についての声も上がっている。申請にかかる一連の手続きを進めたところ、デジタル広告の適正運用に向けた気運が社内で一気に高まったのだという。広告を専門に扱う企業であっても、不正広告の実態が知られていなかった反動と言えるかもしれない。さらに、広告会社や官公庁などでは、JICDAQ認証取得済みであることを取引の条件にするところも出てきている。

一方で、広告主側には、アド fraudやブランドセーフティなどの問題がまだまだ浸透しきっていないのが実情だ。

デジタル広告の課題を解決するには、まず現状を知ることが重要だ。JICDAQでは認証制度の運用と積極的な情報発信を通じて、より安心・安全なデジタル広告の実現に向けて取り組んでいく。

つながろう、 広告のために。

第1回の東京大会から、
毎年全国各地で開催されてきた全広連大会。
今年は、42年ぶりの東京開催。

あの頃とは環境も価値観もまるで別世界。
流動する時代の中で、
広告もその顔つきを、役割を、何度も変えてきた。
AIテクノロジー。多様化社会。そして、コロナウイルス。

人と人のつながりの尊さを知った私たちだから、
力を合わせて、広告を盛り上げよう。
つながろう、改めて今。
つながろう、ここ東京から。
つながろう、広告のために。

第72回全日本広告連盟東京大会

2024年5月15日(水) 帝国ホテル 東京

主催：第72回全日本広告連盟東京大会組織委員会・公益社団法人 全日本広告連盟
参加登録 2024年2月6日(火)～4月15日(月)

第72回全日本広告連盟東京大会事務局
〒104-0061 東京都中央区銀座7-4-17
電通銀座ビル7階(公益社団法人 東京広告協会内)

※詳細・お問い合わせ先は全広連ホームページをご覧ください [全広連](#)



各地広告協会の動き(2023年/2024年)

新潟 新潟広告協会 「令和5年度広告セミナー」開催

新潟広告協会は12月7日、広告セミナーを開催し「地域ブランディングがうまくいかないのには理由がある」をテーマに、アートディレクターの水口克夫氏がその解決手法を講演した。会員ら約120名が熱心に聴講した。

水口氏は、自らの会社での取り組みの失敗例や地方新聞社のブランディングに関わった経験を語る中、新聞社の例では、同紙の目標を「地域の情報を集めて地元へ伝えていくメディア」から「地域の強みを地元と共有するメディア」に捉え直すことで、紙面展開のアイデアが生まれたという。「ブランディングを成功させるには、与えられた課題を鵜呑みにせず、そのブランドの強みは何なのかを多様な視点から見つめ直して、課題や目標を再定義することが大事だ」と振り返った。さらに、そうした気づきを実践する中で、思考能力鍛錬のツールとして開発した「45の視点カード」と「思考の4象限」のメソッドを紹介した。

カードは「行政」「若者」「オタク」「宇宙人」などユニークな視点から問題を思考してもらう切り口。ゲーム感覚でさまざまな視点から意見を出し合うことで、問題の本質が見えてくるという。水口氏は、思考結果をさらに「抽象的」「具体的」、「当事者的」「一般的」の4象限から立体的に考えることで「より思考をメタ化(俯瞰的)して、深掘りできる」と解説。「多様な視点で物事を考え、俯瞰して物事を見る力を付けて欲しい」と結んだ。



講演する水口克夫氏

岩手 節分析願祭・新春講演会を開催

岩手広告協会(会長・川村公司岩手日報社社長)は2月2日、盛岡市内のホテルで2024年節分析願祭を行い、景気回復と加盟社の社業発展を願った。

会員ら約50人が参加。神事に続く新春講演会で、クラフトビールの製造販売を行うベアレン醸造所(盛岡市)の嶋田洋一社長が「ベアレンのブランド戦略と広告」と題して講演した。

嶋田社長は、地元での広告戦略について「特にブランドを浸透させる広告に力を入れている」と述べ、自社の価値観を顧客に共感してもらう取り組みをファンづくりにつなげた事例を紹介した。

2024年の展望について「グローバル市場を意識していくが、大切にしているのは地域に根差したビール文化」と強調。「世界品質を、岩手で。」をテーマに事業展開する考えを示した。

川村会長は講演に先立ち「ベアレン醸造所はブランド力を維持発展させ、地域づくりにも寄与している。嶋田社長の広告発信の在り方に対する考えに触れるのは有意義だ」とあいさつした。

会場には能登半島地震の被災地を支援するため募金箱を設置した。



景気回復と社業発展を願った節分析願祭



ベアレン醸造所のブランド戦略と広告をテーマに講演した嶋田洋一社長

山形 山形広告セミナー

山形広告セミナー(主催:山形広告協会)が2月13日、山形市の山形グランドホテルで開かれた。約70人が参加。佐賀県広報広聴課サガプライズ!プロジェクトリーダーの柴田晃典氏と電通クリエイティブディレクター/PRディレクターの嶋野裕介氏が、事例を基に地方創生や情報発信の在り方について語った。

佐賀県は「サガプライズ!」と題し、企業やコンテンツとの連携を通して地域資源を磨いてサプライズ情報を発信することで注目を集めている。中でも、漫画「島耕作」の主人公を副知事に登用したとの設定で県のPRなどを行う「副知事島耕作」のプロジェクトは全国的に話題になった。柴田氏はこうした取り組みを紹介しながら「話題になれば情報は勝手に拡散し、ブランディングにつながる」と説明。情報発信のスパイラルが活性化を加速し、地方創生や人材確保に結び付くと説いた。

嶋野氏は交流サイト(SNS)による情報の拡散のされ方、それを生かしたキャンペーンや広告の展開手法などについて解説した。柴田氏と嶋野氏によるフリートークも行われ、参加者からは時代に即したキャンペーン展開の在り方などを問う質問なども出されていた。



講演を通しSNSの有効活用方法を学んだ山形広告セミナー

TOPICS

第72回全日本広告連盟東京大会 いよいよ開催!

全広連 🔍

来る5月15日(水)に第72回全広連東京大会がいよいよ開催されます。東京での開催は、第1回(昭和28年)から第30回(昭和57年)まで計10回を数え、今回で42年ぶり11回目となります。参加登録受付は4月15日(月)23:59までです。まだお申込みいただいていない方はお早めどうぞ!

【主催】第72回全日本広告連盟東京大会組織委員会
公益社団法人 全日本広告連盟

【会場】帝国ホテル東京

【内容】全広連日本宣伝賞・鈴木三郎助全広連地域広告大賞の贈賞
全体懇親会

【開催地】東京都

【日時】令和6年5月15日(水) 15:00~

第12回全広連日本宣伝賞 決定

第12回「全広連日本宣伝賞」選考委員会において、各賞が決定しました。贈賞は、5月15日開催の「第72回全日本広告連盟東京大会」(於「帝国ホテル東京」)式典内で行います。受賞者は右記のとおりです。

- 松下賞 磯崎功典氏(キリンホールディングス㈱ 代表取締役会長CEO)
- 正力賞 戸田奈津子氏(映画字幕翻訳者)
- 吉田賞 天野幾雄氏
(天野幾雄クリエイティブ・スタジオ Inc. アートディレクター/グラフィックデザイナー)
- 山名賞 故・篠山紀信氏(写真家)

第35回全広連広告大学(令和6年度)、秋よりインターネット配信にて開催

第35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、令和6年秋より実施します。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(無料)の形式で開催します。

広い視野で業務に役立つ広告知識の習得、業務へのモチベーションアップを目的とし、講師は、広告・マーケティングの第一線で実務に取り組んでいるエキスパートです。詳細は、機関誌『全広連』Summer号にてご案内します。

令和6年「広告界合同年賀会」実施

全広連ほか広告業界団体28団体の共催で、令和6年「広告界合同年賀会」を1月5日に帝国ホテル東京で開催し、約1,350名が参加しました。冒頭に全広連理事長の大平明氏が乾杯のあいさつを行い、和やかに新年の親睦が図られました。

INFORMATION

加盟各地広告協会 人事 [順不同・敬称略]

金 沢	〈事務局長〉河合英文(株北國新聞社 営業局担当営業局長)	1月31日付
神 戸	〈理 事 長〉西海恵都子(株神戸新聞社 取締役) 〈事務局長〉西村博行(株神戸新聞社 メディアビジネス局 局次長)	2月27日付 2月27日付
山 陰	〈事務局長〉山崎要(株山陰中央新報社 ビジネスプロデュース局次長)	12月8日付
愛 媛	〈事務局長〉水口重仁(株愛媛新聞社 営業局)	1月1日付

新入会員社紹介 [敬称略]

山 梨 (1社1名)
■lildots(株) 代表取締役 高村将行

【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。

全広連の活動はウェブサイトでご覧になれます。 全広連 🔍