

# ZENKOREN

全広連

2024 SUMMER Vol.1110

全広連

二〇二四年七月五日発行／一、四、七、十月の五日発行／通巻二〇二〇号／昭和三十九年三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](http://www.ad-zenkoren.org)  
定価四五〇円(購読料は金費に含む)



Special Report

第72回全日本広告連盟東京大会開く



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

## CONTENTS

- 2 SPECIAL REPORT 1 第72回全日本広告連盟東京大会開く
- 3 ..... 第3回「鈴木三郎助全広連地域広告大賞」  
各部門の受賞作品紹介
- 4 大会祝賀 ..... 【東京大会 祝賀広告】
- 7 ..... 各地広告協会の動き(愛知・長野県・鹿児島)
- 8 SPECIAL REPORT 2 ADFEST2024 | レポート  
ADFEST2024を振り返る
- 10 SPECIAL REPORT 3 ADFEST2024 | Young Lotus Workshop レポート  
ヤング・ロータス。徒然なるままに。
- 12 ..... 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、ストブラ、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。

3回目となるSummer号のテーマは、「プレゼンテーション」です。提案を受け入れるかどうかを判断するクライアントは、時として巨人のように圧倒的な存在に見えることがあります。そのため、プレゼンの場が恐ろしく

感じられることも少なくありません。しかしプレゼンでしっかりと想いが伝わった瞬間、そのクライアントは単なる取引相手を超えて、サービスや商品、さらには社会全体を共に変えていく大切な仲間として迎え入れてくれる。そんな緊張感と期待感が交錯する場を描きました。

提案の結果と、4人の運命やいかに。次回、Autumn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



大会テーマ 『つなごろう、広告のために。』  
第72回全日本広告連盟東京大会開く

第72回全日本広告連盟東京大会(主催:同大会組織委員会、(公社)全日本広告連盟)が、5月15日に、大会テーマ『つなごろう、広告のために。』のもと都内の帝国ホテルで開かれ、式典には約900人の広告関係者が参加した。東京での開催は42年ぶり11回目となった。

大平明東京大会大会会長が開会宣言を行い式典がスタート。続いて川村和夫氏((公社)日本アドバタイザーズ協会理事長)、大島宇一郎氏((一社)日本新聞協会副会長)、遠藤龍之介氏((一社)日本民間放送連盟会長)が祝辞を述べた。

続いて「第12回全広連日本宣伝賞」各賞の贈賞式が行われた。〔松下賞〕に磯崎功典氏(キリンホールディングス(株) 代表取締役会長 CEO)、〔正力賞〕に戸田奈津子氏(映画字幕翻訳者)、〔吉田賞〕に天野幾雄氏(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〕に篠山紀信氏(写真家)がそれぞれ選ばれた。戸田氏、天野氏がそれぞれ謝辞を述べ、ご欠席の磯崎氏の謝辞は山田雄一氏(キリンホールディングス(株) マーケティング戦略部長)が代読した。また、1月に逝去された篠山氏が広告界・アート界の発展の



左から大平大会会長、戸田氏、山田氏、天野氏

ために残した大きな功績を紹介しつつ、氏の生前の作品を上映した。

続いて地域活性化に貢献した優れた広告を顕彰する「第3回鈴木三郎助全広連地域広告大賞」の贈賞が行われた。最優秀賞およびフィルム・オーディオ部門賞には、水族館のもつ本質的な価値に正面から向き合い課題に応えた点が評価され、(株)海の中道海洋生態科学館のテレビCMが選出されており、受賞した同館の東圭司代表取締役が受賞の喜びを述べた。他の〔プリント部門〕、〔フィルム・オーディオ部門〕、〔チャレンジ部門〕、〔キャンペーン部門〕の4部門各賞も表彰された。

※受賞作品をP3で紹介しています。



東氏が最優秀賞受賞の喜びを伝えた

最後に、来年の第73回全広連大会は福井で初開催されることが発表され、吉田真士氏(福井大会実行委員長・(株)福井新聞社 代表取締役社長)が「北陸新幹線の県内延伸でさらに磨きがかかった福井で、広告の未来について語り合えるのを期待しています」と開催地挨拶を述べて、式典は終了した。

その後、別会場で催された懇親会では参加者らが懇親を深め、東京大会は幕を閉じた。

第3回 鈴木三郎助全広連地域広告大賞  
各部門の受賞作品紹介

全広連HPでも受賞作品、ファイナリスト作品リストをご覧になれます。

全広連

フィルム・オーディオ部門



最優秀賞

最優秀賞 およびフィルム・オーディオ部門賞  
A 海の中道海洋生態科学館 / 「ウニのボールジョイント」篇 / 「ネコザメのドリル卵」篇 / 「カラッパの抜け殻」篇(CM)

最優秀賞 およびフィルム・オーディオ部門賞

A 海の中道海洋生態科学館 / 「ウニのボールジョイント」篇 / 「ネコザメのドリル卵」篇 / 「カラッパの抜け殻」篇(CM)

フィルム・オーディオ部門賞

B 大口酒造 / 黒伊佐錦の詩「映画館と温泉」篇 / 「上を向く」篇 / 「のむ」という意味」篇 (ラジオCM)

今井美緒氏 | 株式会社BBDO | WEST  
クリエイティブディレクター/コピーライター

■受賞作品について

海の中道海洋生態科学館は何よりクラフトが素晴らしく、圧倒的な映像とデザイン、見るものを引き込む力を備えた高いクリエイティビティが光った。水族館の本質的な魅力を表現することに真正面から立ち向かっており、ビジネスとクリエイティビティの両面を高いレベルで実現させている。大口酒造のラジオは、商品そのものを語っていないのに聴いた後は焼酎を飲みたい気持ちにさせる。文学性とシズルを両立させた美しくしかも効く広告。決して派手ではないがコピーワークの力が光る骨太な仕事であった。

チャレンジ部門



E



F

チャレンジ部門賞

E アクリアルアニマルプロジェクト実行委員会/アクリアルアニマルプロジェクト(プロダクト、イベント)

F みんなの冷蔵庫実行委員会/みんなの冷蔵庫 in 太宰府(イベント)

鷹薙愛郎氏 | ソウルアウト株式会社  
チーフクリエイティブオフィサー

■受賞作品について

「みんなの冷蔵庫」プロジェクトは、たった一人の女子高生から生まれた。街中に誰でも使える冷蔵庫を設置し、余った食材を自由に持ち寄り、必要な人は持ち帰れるというフードロスと貧困家庭問題の両方を解決する試み。シングルマザーの姉が生活に苦労している状況を変えたいという真っ直ぐな思いで、女子高生は42日間冷蔵庫の前に立ち続けた。このチャレンジは地域の人の心を動かし、ニュースを動かし、地元企業を動かし、福岡のムーブメントになった。文句なしの受賞であり、この真っ直ぐな試みが、全国へ広がってほしいと考える。

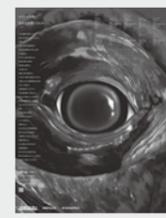
プリント部門



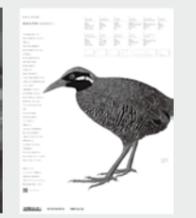
C



D



D



D

プリント部門賞

C 日本たばこ産業株式会社/「裏技で読もう!表裏一体 富士山世界文化遺産10周年」企画(新聞)

D 沖縄セルラー電話株式会社/生物多様性沖縄2紙マルチ新聞広告「わたしたちが、絶滅危惧種になるまでに。」(新聞)

土橋通仁氏 | 株式会社電通中部オフィス  
ゼネラルマネージャー/クリエイティブディレクター/アートディレクター

■受賞作品について

「ソーシャルグッドな取り組み表現」と「企業の経済活動に貢献する表現」とが二極化しており、どこを審査基準におくのか?の判断に各地の審査員全員が悩んだ。投票時「プリント部門なのでプリントメディアだからこそ効果的な伝わり方を感じるものを選びましょう」とお伝えした。結果、選ばれたのは新聞メディアを通してクライアントと一緒に社会的意義をなげかけ、二次元的アプローチのみで止まらず、三次元的にコミュニケーション設計ができていた2作品だった。

キャンペーン部門



G



H

キャンペーン部門賞

G 岩手日報社/育てよう災害救助犬プロジェクト「いわてワンプロ」(新聞)

H 「寄り道しよう。to the BAR in KOBE 2023」実行委員会(サントリー・神戸新聞社ほか) / 「寄り道しよう。to the BAR in KOBE 2023」(新聞・雑誌・OOH)

田中里沙氏 | 事業構想大学院大学 学長

■受賞作品について

地域には特有の環境、歴史、文化、暮らしがあります。課題に向き合うこと自体が希望になり、その先に夢が持てる機会を醸成するのが地域広告の役割です。災害に強い地域をつくる。わくわくする観光で交流人口を増やす。街の活性化を促す。人生100年時代に「青春キャンパス」でシニアを元気に。子育て世代に選ばれる自治体を作り、「そば」で県民のシビックプライドを高める。子供を巻き込む乳がん検診の啓発。きらりと光るアイデアが地域を持続的に照らし続けるようです。

祝

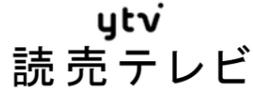
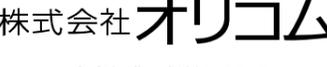
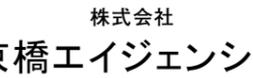
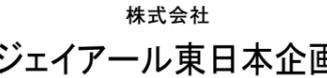
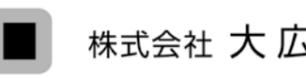
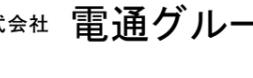
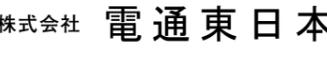
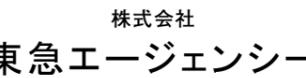
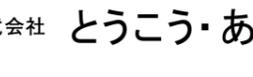
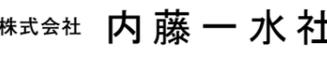
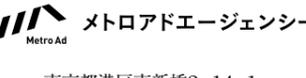
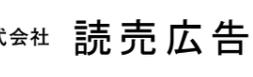
# 第72回全日本広告連盟東京大会

つながろう、広告のために。

〈順不同〉

 Eat Well, Live Well. AJINOMOTO 東京都中央区京橋 1-15-1	 敷島製パン株式会社 名古屋市中区東区白壁5-3	 聖護院ハッ橋 京都市左京区聖護院山王町6
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
 喜びのタネをまこう 吹田市豊津町1-33	 日清食品 大阪市淀川区西中島4-1-1 東京都新宿区新宿6-28-1	 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	 朝日新聞社 東京都中央区築地5-3-2	 産経新聞社 東京都千代田区大手町1-7-2
 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
 本社 名古屋市中区三の丸1-6-1 東京本社 東京都千代田区内幸町2-1-4	 北海道新聞社 札幌市中央区大通西3-6	 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 TOONIPPON PRESS 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
 秋田新報 秋田市山王臨海町1-1	 山形新聞社 山形市旅籠町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
 福島民友新聞社 福島市柳町4-29	 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

 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。  SEIKYUSHIMBUN 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	 宣伝会議 東京都港区南青山3-11-13
 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	 J-WAVE 81.3FM 東京都港区六本木6-10-1 六本木ヒルズ森タワー
 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
 東京都千代田区麹町1-12	 ニッポン放送 東京都千代田区有楽町1-9-3	 BS朝日 東京都港区西麻布1-2-9 EXタワー
 東京都港区赤坂5-3-6 TBS放送センター	 BSテレ東 4K 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
 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

 CHUKYO TV 名古屋市市中村区平池町4-60-11	 8オンテレ 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 RKB毎日放送株式会社 福岡市早良区百道浜2-3-8	 KBC 九州朝日放送株式会社 福岡市中央区長浜1-1-1
 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	 株式会社オリコム 東京都港区新橋1-11-7 新橋センタープレイス	 ・HAKUHODO・ 九州博報堂 福岡市中央区天神1-4-1
 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 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 電通東日本 東京都港区新橋4-21-3	 株式会社 東急エージェンシー 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	 Hakuhodo DY holdings 東京都港区赤坂5-3-1	 ・HAKUHODO・ 東京都港区赤坂5-3-1
 Hakuhodo DY media partners 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	 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コモディオ沙留
 株式会社 読売広告社 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	 TFC 東北新社 東京都港区赤坂4-8-10
 TOPPAN 東京都文京区水道1-3-3	広告の元気は、ニッポンの元気。	

## 各地広告協会の動き (2024年)

### 愛知 第11回(令和5年度)愛知広告協会 実践広告ワークショップ開催

愛知広告協会では恒例の「実践広告ワークショップ」を2月17日、3月23日の二日間開催した。第一講座では名古屋鉄道(株)、(株)電通、(株)博報堂の講師が大学生・専門学校生に広告の今を講義し、第二講座に向けての課題を与えた。第二講座では学生が制作した広告企画を審査員(第一講座の講師)と受講生の前でプレゼンしてもらった。東海地方で名古屋鉄道(略してメイテツ)といえ「鉄道・バス・タクシーの乗り物会社」と理解されている。しかし関連会社の中には犬山に明治村があり、新穂高ロープウェイがあり、太平洋フェリーもある。何よりANAの大株主だと知らされた。ワークショップを下支えする事務局から会場を見ればまさに「講師はトップクリエイターでなおかつ新入社員採用の試験官」。自由な質疑の時間は、まさに就職試験の面接リハーサルの様相を呈していた。講師・審査員にとっては、制作現場のプロの議論では出てこない若者の好みや思考方法に直接触れ、「柔軟で斬新な発想」をメモする姿もあった。初期の受講生の何人かはすでに広告業界の中堅となっているとのこと。「マスコミ・広告業界への人材育成」というこの事業の意義を実感した。今回の審査の結果、グランプリ・準グランプリ・特別賞の受賞者として、7月24日に贈賞(AAA2024)の優秀広告作品・学生広告賞)される。



ワークショップの講師と参加者

### 長野県 5年ぶりのリアル開催「広告セミナー2024」

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13日、長野市内のホテルで「広告セミナー2024」をリアル開催した。

講師は、(株)博報堂DYメディアパートナーズ・メディア環境研究所所長の島野 真(しまのまこと)氏。

～「イノベーターティーン」のメディア生活～と題して講演した島野氏は、ティーンからみえてきたメディア生活のポイントとして―

1. アルゴリズム(SNS等で利用者の特性に応じてコンテンツが表示される仕組み)を直感的に理解。使いこなして未知とも出会う
  2. 大量のコンテンツと、つながりを使って、深い情報まで学ぶ
  3. 発信して力試し。発信して生まれた仲間を使って強くなる
- ―を挙げ、ティーンによるメディアへの「期待」をいかに「機会」につなげるかについて解説した。



広告セミナーで講演する島野 真氏

### 鹿児島県 鹿児島県広告協会 5年ぶりに 総会・講演会・懇親会リアル開催

鹿児島県広告協会(会長・本坊修本坊酒造取締役会長)は4月23日鹿児島市内にて、令和6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、そして広告協会賞の応募部門の内容一部改訂等について議案提出され承認された。

応募部門改訂の主な内容は、これまでは「WEB広告関連」はSP部門内での審査だったが、テレビ動画広告部門、ポスター・グラフィック部門という新名称でWEB広告の審査の幅を広げる改訂を行った。

総会に引き続いて行われた記念講演会は、伊藤公一氏(鹿児島県出身、元(株)電通 クリエイティブディレクションセンター長、現在(株)ウミナリクリエイティブディレクター/コピーライター)をお招きして「九州で広告をつくるということ」と題した講演を行い、九州、鹿児島に対しての愛情や誇りを再認識させられる講演に耳を傾けた。

また、5年ぶりに懇親会(立食形式)も行い、伊藤講師も交え、最後まで会場が埋め尽くされ、終始「笑顔」で賑わった会になった。



5年ぶりの対面開催となった総会:会長挨拶



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(株ドリル)に総括していただきました。

## ADFESTの現在と抱える課題

ADFESTは、毎年、タイのパタヤで開催される。会場はロイヤルクリフホテルのPEACH(Pattaya Exhibition and Convention Hall)という大きな会議場だ。一つの建物の中にメインホールや幾つもの会議室が詰め込まれている。ADFESTは審査をはじめ応募された作品や入賞作の展示、講演といったほぼ全てのアクティビティをこのPEACHの中で行なっている。

このPEACHに足を踏み入ると、ADFESTに来たのだという気分になる。昨年はコロナ後、初めての開催だったので若干の不安もあったのだが、今年はコロナ以前の雰囲気完全に戻ったように思う。参加者の数や応募数はコロナ前に比べれば減少している。その原因はたとえば中国からの参加者がほぼゼロであったり、日本からの参加者が減っていたりしたことが挙げられるのだが、それもまたコロナの後遺症の一つだろう。またこれまで秋に行われていたシンガポールのSpikes Asiaが、ADFESTの直前に開催されることになった影響もあったのかもしれない。

こうした原因と考えられることは、実は表面上の問題であって、本質的には、こうした広告祭、フェスティバルが抱える

問題そのものであるように思える。こうしたフェスティバルに集まる必要があるのか。たとえば、かつては自国以外のマーケットの広告を見るためには、広告祭に来るしかなかった。けれども、ネットのおかげで世界中の広告を見ることができるわけだし、入賞した広告もネットで知ることができる。その意味では、わざわざ集まることに意味を感じられないかもしれない。

けれども、たとえば審査に関して言うと、わたし自身の経験からすると、対面で審査の方が議論に深みが出るし、何よりも審査員同士の議論によって、評価が劇的に変化することがある。リモートではそのような変化が起きにくいように思う。言ってみれば、顔を見ながら話すことは、言葉以上の意味を持っている、そこに重要な意味があるということだ。

広告祭に参加することの意味もそこにあるように思う。ADFESTに参加した皆さんの満足度はとても高い。ホスピタリティや雰囲気に対する評価が高いのだけれども、それは主催者たちだけでなく、参加者たちの熱意やエネルギーが醸し出しているものだ。アジアという様々な文化がそれを感じさせてくれるのだし、何よりも若い参加者たちのエネルギーが素晴らしい。残念なことに、いや、当然のことだが、それらのことは実際に参加しなければわからないことだ。

## 今年の傾向

ADFEST2024のテーマは「HI」、「Human Intelligence」つまり「AI」に対する人間性の再評価ということだった。

3日間の講演のいくつかはこのテーマに沿ったものになっていたが、特徴的だったのは、カルチャー的な様々な分野、たとえばアニメだったり、音楽だったりする広告の周辺に存在する文化についての講演だった。こうしたカルチャー的な部分は今後ますます重要になっていくだろう。面白かったのは、たとえばアニメについて語ったのはフィリピンのクリエイティブ・ディレクターであったことだ。こうしたカルチャーがアジア全域に浸透していることを教えてくれた。音楽についてもアジアの音楽がいかに西欧に浸透していくのかという視点で語られたりする。これらの視点は日本国内でも欧米の広告祭でも感じるができないものだ。



様々なセミナーが開催された



華やかな贈賞セレモニー

## 今後ADFESTはどうなっていくのか

毎年、ADFESTの創始者のヴェニートさんと一時間ぐらい雑談するのだけれども、今年は、ADFESTの今後のあり方という真面目な話になった。広告祭が、受賞作の発表を中心に行っているだけでは、生き残れない時代になってきたわけで、これからはその広告賞の独自のものがなければ消えていくことになる。そうした状況の中でADFESTはどうすべきか。ヴェニートさんと話している中で、キーワードが二つ出てきた。一つはHUMAN もう一つはLEARNINGだった。前者はADFESTの持ち味である暖かさやもてなしというあり方に関わる。効率や利益率よりも手作りの良さ、心地よさを保つのは人間的な部分だ。それを失いたくないという決意の表れだと思う。もう一つの方は、ADFESTの機能に関わることで、

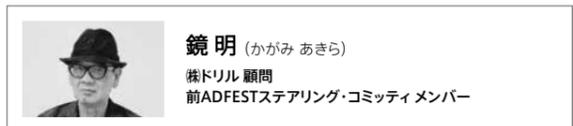
学習という意味になるけれども、それだとあまりにも硬い。新たな知識を得る場ということだ。それは若い人だけではなく、この業界に長くいる人にも、様々な新しいものが現れる現在、それらの概略や現状を知ることは、刺激的なことだ。問題は、こうした講演がすべて英語ということだろう。広告業界では英語が共通言語になっているから、仕方がないのだけれども、英語が苦手な参加者にはハードルが高い。しかしコロナ以前から、全広連の全面的なサポートにより、日本語の同時通訳が実施されている。全てではないが、主な講演は日本語で聞くことができる。

ADFESTのこうした方向は、広告賞としての機能も重要だが、それだけにこだわらないということになる。それでも、入賞作の発表は、大変盛り上がるわけで、フェスティバルの重要なハイライトであるのは確かだ。今年で言えば、日本の圧勝という感じだった。そしてこれまで力を示してきたグローバル・エージェンシー・ネットワークの退潮が顕著であるように思えた。それを端的に示していたのは、タイのクリエイティブの復活だろう。この10年以上の間、低迷していたタイの広告が戻ってきたのだが、壇上に上がっていたのは、若い人たちだった。聞けば彼らは大手のエージェンシーから独立して、自分たちのエージェンシーを立ち上げたのだという。新しい時代を象徴しているように思えた。

## 最後に

最後になったが、ヤング・ロータス(\*)の結果。日本チームは予選を勝ち抜いてくれた。正式な結果では優勝できなかったが、会場の投票では一位という結果を出してくれた。内容的には彼らの持ち味であるインサイトの力を十分に発揮してくれたと思う。彼らのプレゼンテーションを見ていた時に、隣にいた今年のヤング・ロータスの担当エージェンシーだったOgilvyのCDの一人が、日本チームのプレゼンをすごく褒めてくれた。明らかに苦手であったはずの英語でのプレゼン。それを見事にこなしてくれた。ご苦労様でした。

\*=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。



鏡明 (かがみ あきら)  
株ドリル 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。



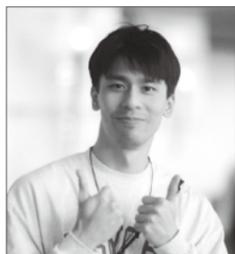


アジア太平洋各地域の30歳以下のクリエイターが二人一組となり、ワークショップに参加しコンペを競う、Young Lotus Workshop (YLW)。『コンペで勝つ以上の経験ができた』という今回の日本代表、宮崎さん(上の写真右)の視点で報告してもらいます。

## 始まり

「袁輪さん、大変なことになりました。」

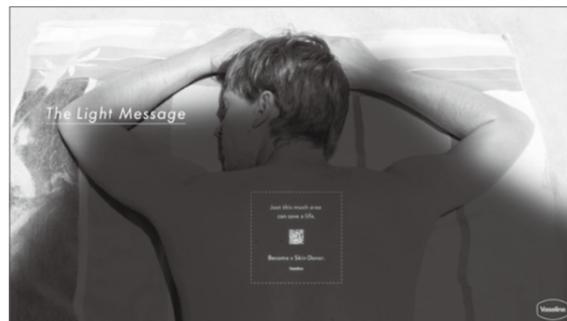
僕はタイから、担当していただいている全広連の袁輪さんに電話した。なぜなら、用意されたホテルが別の国の代表と相部屋だったからだ。およそ、1週間。知らない人と相部屋というだけで抵抗があるのにさらに異国の人は、流石にコンペどころではないと思った。彼の名前はニコラス。香港の代表で、僕と同じアートディレクターだった。グッドガイで日本の漫画を愛している。お互いに螺旋丸を撃ち合って、そっこで打ち解けた。蓋を開けてみるとヤング・ロータスは、コンペというより、合宿とか就活サマースクールとかに近かった。アジア中のヤングたちが集まって、一緒にご飯を食べて、講義を聞いて、課題に取り組む。会社員というより学生。そんな気分だった。これから一週間、異国の地で、お国の違う人たちと一緒に過ごすことになる。日本代表に選んでもらったにも関わらず、英語がほぼ喋れない僕。とんでもないところに来てしまった。そう思った。



香港代表のアートディレクター、ニコラス

## 僕らの企画

今回の課題は、「皮膚のドネーション」というものだった。皮膚のドネーションは、死後、背中のたった10%をドネーションすれば、人の命が救えるというもの。僕たちは、その事実が全く知られていないことに着目し、「皮膚のドネーション」の正しい情報を伝えるべく、太陽光をパラソルを通すことでビーチで寝ている人の背中に光のメッセージが浮かぶというアイデアを提案した。



まあとにかく、時間が足りない。日本予選と違って、24時間で企画から資料作り。そして英語でプレゼンまで。やり通さないといけない。正直、予選の時は、企画自体には、自信があったが、プレゼンは自分たちでも満足いくクオリティではなかった。が、ネイティブを前に戦意喪失していた僕を横目に果敢に英語で企画が伝わるように審査員とコミュニケーションした相方のおかげもあって、予選通過。本戦は、アイデアはそのまま、企画書をほぼ100%作り替えてプレゼンも本番前日、深夜ホテルのロビーで暗記するまで練習した。

結果的に、会場の観客投票でPopular Vote賞をいただいて、悔いなく自信を持ってやり切ることができた。

## 試練を超えると友情が生まれる

一緒に試練を超えたからこそその絆が生まれた。

僕は特に英語が話せないで、全員と密にコミュニケーションが取れた訳ではなかったが、ハードな課題提出、プレゼンが終わったあと、明らかに絆ができていた。この現象は、言語を超えるんだ。と感動した。僕たちが予選を通過しみんなから賛辞の言葉をもらった時、めっちゃみんなのことが好きになっていた。正直、コンペの結果などどうでもいい。全ての日程が終わって全てから解放されたあと、みんなでホテルのロビーで飲み明かした。このままみんなでどっかいこうぜ、と心から思った。



## クリエイティブは世界を超える

嬉しかったのは、ヤングのみんなからアイデアやデザインを褒めてもらったことだ。「シンプルでいいデザインだね」と言われるとこれがジャパニーズスタイルだと。ジョークで返していたが、嬉しかった。英語が不自由な僕が、唯一、みんなと繋がれた気がしたからである。アイデアとデザインの力が、世界中どこまでも連れていってくれる。画面を眺めてずっと作業しているとき、この一つ一つが世界と繋がるきっかけになるのだ、と大袈裟に思うようになった。

## 世界中に同志がいる

一番感じたことは、自分と同じく広告クリエイティブを志して戦っている同世代が世界中にいるということ。

文字にすると当たり前のことに感じるが、伝え聞くと実感することは大きな隔りがある。2020年にコロナと共に入社して、自分の世界がどんどん狭く閉じていっていることに気づいてもいなかった。頑張ってるのは一人じゃないんだ、と泣きそうになるほどの勇気が貰えた。1日中、画面を眺めて仕事をしているとどんどん自分が画面の中に吸い込まれていってどんどん孤独になっていく。そんな時、世界中であいつもあいつもそんな孤独の中にいるんだなと思えることが自分を満たしてくれる。世界中の同志たちがいまでも頑張っている。



## ニコラスに会いに行く

GWに香港にいったニコラスとYY(香港代表の二人、YYはコピーライター)に会いにいった。香港流の火鍋をご馳走になって、香港の夜の街を一緒に散歩した。香港の有名なたくさんのネオンが安全性の問題で撤去されてしまったこと。いいマッサージ屋さんを見分け方を教えてくれた。お互いの今、考えていること、悩んでいることを話して、若手広告クリエイターの悩みはどの国でも大体同じということもわかった。そしてYYはまだ仕事があると夜遅くに仕事に戻っていった。6月末にニコラスが東京に来るらしい。彼に何をご馳走しようか。



ニコラスとYY 香港にて

## TOPICS

### 第35回(令和6年度)全広連広告大学、8月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、8月29日より実施します。全11講義のプログラムとし、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35回全広連広告大学〈全11講義〉

- 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5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。
- 配信**: 8月29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。

## INFORMATION

### 加盟各地広告協会 人事 [順不同・敬称略]

東京	〈常務理事〉 大矢憲昭(常勤)	6/27付
新潟	〈理事長〉 阿部久(株新潟日報社 統合営業本部ビジネス局長)	3/13付
愛知	〈理事長〉 大島宇一郎(株中日新聞社 代表取締役社長)	5/28付
京都	〈理事長〉 土井健資(株土井志ば漬本舗 代表取締役社長)	5/28付
大阪	〈専務理事〉 小田武(サントリーホールディングス株 専任部長)	5/30付
岡山	〈理事長〉 松尾政典(株山陽新聞社 執行役員営業局長)	4/1付
愛媛	〈理事長〉 村上直史(株愛媛新聞社 取締役営業局長)	4/1付
高知	〈専務理事〉 塩見俊久(株高知新聞社 営業局長兼ビジネス開発部長)	4/1付

### 事務局長就任 [順不同・敬称略]

青森	〈事務局長〉 畠山温光(株東奥日報社 ビジネス局長兼企画出版部長)	4/1付
岩手	〈事務局長〉 中村吉孝(株岩手日報社 総合ビジネス局ビジネス開発部長)	4/1付
仙台	〈事務局長〉 永山ゆみ(株河北新報社 営業局長)	4/1付
新潟	〈事務局長〉 西垣勝(株新潟日報社 統合営業本部ビジネス局次長)	4/1付
長野県	〈事務局長〉 野本恒夫(信濃毎日新聞社 マーケティング局次長)	5/9付
京都	〈事務局長〉 大石隆(株京都新聞COM 事業推進局編成部長)	5/28付
徳島	〈事務局長〉 片山靖大((一社)徳島新聞社 営業局営業企画部長)	4/1付
高知	〈理事・事務局長〉 有賀重文(株高知新聞社 営業局広告管理部長)	4/1付

### 新入会員社紹介 [敬称略]

東京	■(株)ARROWS ・SENSEIよのなか学 Marketing Account Executive 佐々木駿
大阪	■(株)クレール ・代表取締役 代田篤志 ・営業部部長 小松一彦 ・営業部次長 堀内祐作 ・営業部課長 與座一成 ・プロモーション事業部 部長 大西敦己 ・プロモーション事業部 課長 田端真也
大阪	■(株)GOSH ・代表 師池拓哉、柴山英雄
大阪	■(株)ディエムアイ ・代表取締役 松山雅夫 ・マネージャー 松山宗生 ・相談役 田良尾博
大阪	■(株)ピーツ ・取締役CFO 西川靖史
広島	■(株)wolfram ・代表取締役 宮川洋一
広島	■(株)Finden ・代表取締役 村田剛志
愛媛	■(株)愛媛プレスウイン ・取締役 時川裕之 ・ソリューション営業部長 篠浦利夫
愛媛	■(株)小倉葬祭社 ・取締役 小倉安加里
愛媛	■(株)KIRI ・代表取締役 中野泰誠
愛媛	■(株)コーワ ・代表取締役 藤田浩二
愛媛	■(有)スタッグ ・代表取締役社長 鹿村勝之
愛媛	■そらともり(株) ・代表取締役 後藤光伸
愛媛	■中予自動車(株) ・代表取締役社長 木下勝好

【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。