

ZENKOREN

全広連

2025 WINTER Vol.1112

全
広
連

二〇二五年一月五日発行／一、四、七、十月の五日発行／通巻三三三号／昭和三十九年一月十一日第三種郵便物認可
発行／公益社団法人全日本広告連盟 〒100-0061 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（購読料は金費に含む）



Special Report

令和6年度 全広連広告大学

「人間を知ろう 心を知ろう」



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

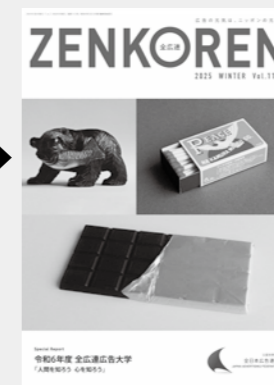
CONTENTS

- 2 SPECIAL REPORT 1 令和6年度 全広連広告大学
「人間を知ろう 心を知ろう」
- 6 謹賀新年 【広告界誌上年賀会】
- 12 SPECIAL REPORT 2 第73回全日本広告連盟福井大会ご案内
- 14 第4回「鈴木三郎助全広連地域広告大賞」のご案内
- 15 各地広告協会の動き(長野県・福岡・山陰)
- 16 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。
最初は「広告」の『く』からスタートです。.....

作／(株)TBWA HAKUHODO
アートディレクター 宮崎 琢也



本Winter号から、
Young Lotus Workshop2024
日本代表チームが表紙デザインを担当。
『しりとりに』をコンセプトに制作していきます。
(全4号)



高橋 かのん
(たかはしかのん)
株博報堂



宮崎 琢也
(みやざきたくや)
株TBWA HAKUHODO

公益財団法人吉田秀雄記念事業財団 協賛

令和6年度 全広連広告大学 「人間を知ろう 心を知ろう」

テクノロジーやデータの活用がすすんでも、
さまざまな統合の手段が発達しても、
クリエイターの最大の武器は、人を知っていること。
人の心を揺さぶることがコミュニケーション。
全広連広告大学はさまざまな領域で
人の心を動かす達人たちからその技を学ぶ場に。

▶今号では全広連広告大学全11講座のうち、
4~11講座の概要をご紹介します。

第4回「デザインのスイッチ」



小杉 幸一 氏

onehappy
代表取締役
アートディレクター
クリエイティブディレクター
グラフィックデザイナー

博報堂を経て、2019年「onehappy」を設立。
「コミュニケーション人格」デザインでその企業や商品やサービスのキャラクターを明快にし、クリエイティブディレクション、アートディレクションを行う。

主な仕事:
SUNTORY「特茶」「JIMBEAM」、中部薬品「VDRUG 都市部店舗ディレクション」「PB開発・デザイン」、東京グレートベアーズ「チーム開発」、STARFLYER「輝く人の」、SUZUKI「HUSTLER」、ベルメゾン「リブランディング」などがある。

主な受賞歴:
カンヌライオン国際広告祭デザイン部門(GOLD)、D&AD、NY ADC、ONE SHOW(GOLD)、東京ADC賞、ACC賞(総務大臣賞/ACCグランプリ)、ADFEST(GRANPRIX)など国内外多数受賞。

デザインとアートディレクションの領域についてお話します。

僕は、デザインも「人と人」が1対1で対話する、ビジュアルコミュニケーションツールであり、目に映るすべての要素にメッセージが込められていると思っています。デザインは広告制作のフローの中でも専門性が高くてよくわからないと思われる方も多いと思いますが、現代のビジュアル重視のコミュニケーション環境において、共通言語として理解してもらえたら嬉しいです。

キーワードは、「人格のデザイン」です。コミュニケーション人格として、受け手との間に関係性ができていないと伝わらない。商品やサービスの人格を伝えるために色やフォント、写真などの要素を構築していく、具体例についてお話していきます。

その時に大切なのが、「無意識編集者を意識してデザインする」ことです。皆さんも、あのブランドってこんな感じだよ?という印象を無意識のうちに持っていると思いますが、それが人の頭の中で日々更新・編集されています。それに対して整合性のとれていないコミュニケーションをしてしまうと受け手が混乱する。その考え方と、その点を意識して取り組んだ事例についてお話したいと思います。

第5回「コピーのスイッチ」



細川 美和子 氏

(つづく)
代表取締役
クリエイティブ・ディレクター
コピーライター
プランナー

2021年に電通を独立。
長く愛され続ける物語のあるブランドづくりを目指して、2022年にクリエイティブ・ディレクター・コレクティブ(つづく)を設立。広告とPR、マスとソーシャルをかわせながら、一人ひとりが世の中という関係を作るための挑戦を続けている。

主な仕事:
アテント「#常識をはきかえよう」、パンテーン「#この髪どうしてダメですか」、POLAリンクルショット「知識こそ、いちばんのスキンケア。」、ビュー!日向「マッチング短歌」、東京ガス「家族の絆シリーズ」など。ACCフィルム部門審査委員長、PR部門審査員、YouTube Awards 審査委員長、TCC審査員、カンヌライオンズ・フィルム部門審査員などを歴任。

主な受賞歴:
国内外で受賞多数。

24時間いつでもどこでも世界中からニュースやつぶやきが届く今、情報の洪水にさらされる中でどうやったら広告は人々に興味関心を持ってもらえるのか?そして一瞬で消費されるのではなく、長く愛されるブランドをどうやったら作れるのか?一方的に「伝える」のではなく、「伝わる」ためにはどうしたらいいのか?

広告に携わる人に共通の悩みだと思います。

そして、これからの時代に広告は「企業や商品の情報を生活者に届ける」だけではなく、「生活者の声を、企業や社会に届ける」という役割を担うことができるのではないか、その声により愛される商品やサービスを作り、ブランドをアップデートし、まだない市場や新しい常識を広げて、世界を豊かにすることに貢献できるのではないかと思っています。

日々の試行錯誤の中から鍵となる視点を抽出すると3つのポイントが見えてきました。これについて、事例をあげながらお話したいと思います。

第6回「CMのスイッチ」



澤本 嘉光 氏

dentsu Japan
グロースオフィサー
エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター
CM プランナー
脚本家

1990年東京大学卒業後、電通入社。
「アイデアで人の気持ちと商品を動かす」広告キャンペーンの構築、CM動画の企画制作を得意とする。

主な仕事:
ソフトバンクモバイル「ホワイト家族」、東京ガス「企業・家族の絆シリーズ」、サントリー「企業・大人じゃん」、家庭教師のトライ「ハイジ」など話題のテレビCMや、乃木坂46、T.M.RevolutionなどのPVを制作。小説・映画「犬と私の10の約束」脚本、映画「ジャッジ!」「一度死んでみた」原作脚本、ドラマ「潜水艦カペリーニ号の冒険(2022)」「やっばそれ、よくないと思う(2023)」脚本、東方神起などの作詞も担当。大学でのコミュニケーションの授業、企業・自治体での講演も。

主な受賞歴:
クリエイター・オブ・ザ・イヤー、TCC賞 グランプリ、ACC グランプリ、カンヌ国際広告祭銀賞、ADFEST グランプリ、クリオ賞金賞・銀賞、など受賞多数。

「全てのものに理由はある」。これが、今日の結論です。この意味についてお話していきます。また、一つ改めてお伝えしたいのが、広告は面倒くさくて邪魔なものであると、昔からそう教わっていて、この前提を忘れちゃいけないということです。その中で、いかに興味を持ってもらえるか。テクノロジーが進化して、接触率などの数値も取れるようになってきましたが、接すれば見てくれるというものではない。正しい戦略を立てたとしても、それが面白くなければ見たくないものは見てくれない。ではどうすれば話を聞いてもらえるか。

ポイントは、人の気持ちに波風を立てる、ゴツゴツとした手触りを感じられる引っ掛かりをつくること。この引っ掛かりとは、ちょっとした違和感とも言い換えられるかもしれません。もし受け手の頭に残るとしたら、そこには必ず理由があります。その理由は何かを常に考える癖をつけてほしいと思います。引っ掛かりのある広告を事例に上げながら、考えていきたいと思っています。

第7回「動画のスイッチ」



明石 ガクト 氏

ワンメディア㈱
代表取締役CEO
動画プロデューサー

1982年生まれ。静岡市出身。
2014年6月に新しい動画表現を追求するべくONE MEDIAを創業。

主な仕事:
トヨタ自動車やソフトバンクなど、ナショナルクライアント向けにTikTok等のSNSプラットフォーム向け動画コンテンツを企画制作し、マーケティング活動を支援。最新の著書「動画大全」(SBクリエイティブ)は韓国・台湾でも出版決定。YouTube Works Awards 2022 クリエイターコラボレーション部門代表審査員、TikTokクリエイティブアワード 2023 代表審査員を歴任。

10年前に会社を立ち上げて、以来「動画」領域に特化してビジネスを行ってきました。YouTube、Instagram、TikTok…ますますプラットフォームが増えている中で、CMとは違う動画広告ならではの特徴があります。

キーワードは、「境界の拡張」です。いわゆる広告クリエイティブの完成度ではなく、境界が拡張した時に起こるムーブメントを生むことが重要で、それを作らないとなかなかいい結果には結びつかない。

考え方として、あらゆるSNSは“パーティー会場”であると捉えてみるとわかりやすいと思います。ユーザー、視聴者がパーティーしているところに、「自社製品を購入してください!」と土足で入ってくるブランドを好きになるでしょうか。そうではなく、パーティーの流れに乗る・盛り上げるような形のクリエイティブを届けることで、それに対するコメントや反応が生まれていって、広がっていく。従来の広告とは少し異なる考え方が求められる動画領域について、お話していきます。

第8回「番組のスイッチ」



工藤 里紗 氏
 株テレビ東京
 制作局 クリエイティブ開発チーム部長

アメリカ生まれ。慶應義塾大学環境情報学部卒。2003年にテレビ東京に入社。幅広いジャンルの企画を立案し、演出、プロデューサーとして携わる。

主な仕事:
 『生理CAMP』『シナぷしゅ』『フェムテック委員会』『あうんエシカル百科店』『昼めし旅』『巨大企業の日本改革』『種から植えるTV』『極嬢チカラ』、ドラマ『ギルガメッシュ FIGHT』『よだれもん家族』『アラサーちゃん』『インベスター Z』ほか。映画『ぼくが命をいただいた3日間』では監督を務め沖縄国際映画祭、京都国際映画祭参加。著書『生理CAMP みんなで聞く・知る・語る!』(集英社)。2023年東京国際映画祭エシカル・フィルム賞審査員。

自分がこれまで携わってきた番組作りの領域で、人の心にどう届けるか、について考えていきたいと思えます。「テレビは下世話な玉手箱」という言葉がある方から聞いて、それがすごく心に残っています。人の心の中にある興味関心を、いかにつかむか。そして、マスではなく、「1対1」でメッセージを届けること。これはわかるはず、わからないはず、というジャッジをできるだけせず、受け取り方をコントロールしようと思いません。そういった思いで携わってきた番組作りについてお話しします。

そして、若いときに全く通らなかった企画が、どのように行動を改善していったことで通るようになったのか、立てた企画がコンプライアンスなどの観点からどんどん角が取れてしまいそうなときに、実際には言われていないのに自ら「幻の付度」をしてしまっていないか、など、やりたいことを実現するためにどう行動しているのかについても、私の考えをお伝えできればと思います。

第9回「編集のスイッチ」



今尾 朝子 氏
 株光文社
 執行役員
 第一編集局長

フリーライターを経て、1998年に光文社に入社。『VERY』編集部、『STORY』の創刊に携わったのち、2007年から『VERY』編集長を16年間務める。現在は、執行役員、CLASSY、VERY、VERY NaVY、STORY、美STなどの女性誌発メディアが揃う第一編集局長の局長。

雑誌を起点とした領域でこれまで編集長として携わってきて、どのように読者の心に届く紙面を作ろうとしてきたかについてお話ししたいと思います。SNS等が大きく発達し多チャンネル化が進んでいる中で、編集者はマルチプロデューサーのようになっていますが、一定の層をターゲットにしているの、雑誌発のターゲットメディアと名乗ることが増えてきました。読者(ファン)との絆を育んで、あらゆるチャンネルでそのエンゲージメントの高さを武器にするというイメージです。

最も大切にしているのは、対話と共感によってどれだけ読者との絆が作れているか、という視点です。「なんで私の気持ちわかったんだろう?」「私が言いたかったことが書いてある!」隠れた、言えなかった悩みを顕在化させる。読者の心を揺さぶる紙面づくりの繰り返し信頼関係を築くことになると思っています。こういった視点で、携わってきた事例をお話ししたいと思います。

第10回「事業のスイッチ」



宮永 充晃 氏
 株博報堂
 クリエイティブディレクター
 クリエイティブ局 チームリーダー
 クリエイティブチームYOKI リーダー

2012年入社。
 2021年クリエイティブディレクター。
 2022年事業構想クリエイティブ部長。

主な仕事:
 マーケティング戦略・商品/サービス開発・事業戦略・中期経営計画策定からクリエイティブまで複数領域を総合的に担当。

主な受賞歴:
 ACC SPIKES ASIA、ADFEST、グッドデザイン賞、DIMEトレンド大賞、JPM、読売広告大賞など

「事業のスイッチ」というタイトルではありますが、工場や拠点をもち生産活動を行う、その責任をすべて負っているのはクライアント企業です。広告に携わる僕の立場からできることを考えて行動してきたことをお話しします。

強いブランドとは何か。僕は、そのブランドを支える体制づくりに加えて、従業員皆がそのブランドの価値や存在意義を理解し説明できる状態になっている、社内の隅々まで意思が浸透している状態になっていること、だと考えています。それが「実装できている状態」だと思います。そして、そのブランドが社会に対してどのような価値を提供するのかをファクトをベースに、社会との接点が明確に持っていること。ここまでできて初めて、人々の興味をひいたり、メディアで取り上げられたりといったことが起こると思います。

これらについて、今回はドン・キホーテさんの事例をもとにお話ししていきたいと思えます。

第11回「イタズラのスイッチ」



小山 薫堂 氏
 放送作家
 京都芸術大学副学長

1964年熊本県天草市生まれ。日本大学芸術学部放送学科在籍中に放送作家としての活動を開始。

主な仕事:
 「料理の鉄人」「カノッサの屈辱」など斬新なテレビ番組を数多く企画。脚本を担当した映画「おくりびと」で第32回日本アカデミー賞最優秀脚本賞、第81回米アカデミー賞外国語部門賞を獲得。執筆活動の他、地域・企業のプロジェクトアドバイザー、2025年大阪・関西万博のテーマ事業プロデューサーなどを務める。熊本県のPRキャラクター「くまモン」の生みの親でもある。

最終回は「イタズラのスイッチ」というタイトルで、嶋さんとの対談形式でお送りします!

- 企画を立てるときに大切にしていること。
 ひとりの人を喜ばせることができないのに、何万人という人を喜ばせることはできない。小山さんの会社で、全社員が真剣に取り組んでいるサプライズ企画とは。
- 一流の微差。自分の仕事を世に出るまで疑い続けること。
 自分の仕事を世に出る直前まで疑い続け、突き詰めていくことでクリエイティブの差がでてくる。その、ほんの微差の積み重ねがやがては大きな差になり、一流とそうでないかを分けていく。
- ハッピーな仕事を目指して。その仕事に、どれか一つでもあてはまるものがあるか。
 「その企画は新しいか、その企画は自分にとって楽しいか、その企画は誰かを幸せにするのか。」3つ全部あてはまらなくても、どれか1つだけでも当てはまっていれば、価値がある仕事。

全広連広告大学は
 現在配信中!
 ぜひお申し込みください!

- 視聴方法 / チケットサービスPeatix(利用無料)よりお申し込みください。 [全広連](#)
- 受講料 / 全日本広告連盟に加盟する37広告協会の
 ①会員様 ②会員様が在籍する組織にいる方(社員の方など) は「無料」です。
- お問い合わせ / 全広連広告大学事務局 daigaku@ad-zenkoren.org

● 配信期間 / 1講義: 約80~120分(全講義配信終了: 2025年2月5日13:00まで)

- | | | |
|---|---|--|
| 第1回「合意形成のスイッチ」嶋 浩一郎氏 配信中 | 第5回「コピーのスイッチ」細川 美和子氏 配信中 | 第9回「編集のスイッチ」今尾 朝子氏 配信中 |
| 第2回「料理のスイッチ」鳥羽 周作氏 配信中 | 第6回「CMのスイッチ」澤本 嘉光氏 配信中 | 第10回「事業のスイッチ」宮永 充晃氏 配信中 |
| 第3回「戦略のスイッチ」中川 悠氏 配信中 | 第7回「動画のスイッチ」明石 ガクト氏 配信中 | 第11回「イタズラのスイッチ」小山 薫堂氏 配信中 |
| 第4回「デザインのスイッチ」小杉 幸一氏 配信中 | 第8回「番組のスイッチ」工藤 里紗氏 配信中 | 1月22(水)~ |



<順不同>

<p>理事長 大平 明 公益社団法人 全日本広告連盟 公益社団法人 東京広告協会</p>	<p>会長 岩田 圭剛 全北海道広告協会 札幌商工会議所会頭</p>	<p>理事長 宮口 宏夫 全北海道広告協会 北海道新聞社代表取締役社長</p>
<p>理事長 采田 正之 青森県広告協会 青森東奥日報社代表取締役社長</p>	<p>会長 川村 公司 岩手県広告協会 岩手日報社代表取締役社長</p>	<p>会長 藤崎 三郎助 仙台県広告協会 藤崎代表取締役会長兼社長 仙台商工会議所会頭</p>
<p>会長 佐川 博之 秋田県広告協会 秋田魁新報社代表取締役社長</p>	<p>会長 寒河江 浩二 山形県広告協会 山形新聞社代表取締役会長・主筆</p>	<p>会長 渡邊 博美 福島県広告協会 福島県商工会議所連合会会長</p>
<p>理事長 中元 広之 千葉県広告協会 千葉日報社代表取締役社長</p>	<p>会長 須藤 浩之 横浜県広告協会 神奈川新聞社代表取締役社長</p>	<p>会長 福田 勝之 新潟県広告協会 新潟商工会議所会頭</p>
<p>会長 水野 雅義 一般社団法人 長野県広告協会 一般社団法人 長野県商工会議所連合会会長</p>	<p>理事長 北野 淳史 一般社団法人 長野県広告協会 信濃毎日新聞社マーケティング局長</p>	<p>会長 野口 英一 山梨県広告協会 山梨日日新聞社代表取締役会長兼社長 山梨放送社長</p>
<p>会長 庵 栄伸 富山県広告協会 富山県商工会議所連合会会長</p>	<p>理事長 蒲地 誠 富山県広告協会 北日本新聞社代表取締役社長</p>	<p>会長 砂塚 隆広 金沢県広告協会 北國新聞社代表取締役社長</p>

<p>理事長 吉田 真士 福井県広告協会 福井新聞社代表取締役社長</p>	<p>会長 杉山 幹夫 岐阜県広告協会 岐阜新聞社最高顧問</p>	<p>会長 大須賀 紳晃 静岡県広告協会 静岡新聞社代表取締役社長 静岡放送代表取締役社長</p>
<p>会長 嶋尾 正 一般社団法人 愛知県広告協会 名古屋商工会議所会頭</p>	<p>理事長 大島 宇一郎 一般社団法人 愛知県広告協会 株式会社 中日新聞社</p>	<p>会長 雑賀 和美 京都府広告協会 京都新聞ホールディングス取締役 京都新聞COM代表取締役社長</p>
<p>理事長 土井 健資 京都府広告協会 土井志ば漬本舗代表取締役社長</p>	<p>理事長 山田 邦雄 公益社団法人 大阪府広告協会 ロート製薬代表取締役会長</p>	<p>会長 吉井 満隆 神戸県広告協会 パンドー化学株式会社取締役会長</p>
<p>会長 松尾 倫男 山陰県広告協会 山陰中央新報社代表取締役社長</p>	<p>会長 松田 正己 岡山県広告協会 山陽新聞社代表取締役社長</p>	<p>会長 岡畠 鉄也 広島県広告協会 中国新聞社代表取締役社長</p>
<p>会長 池上 治徳 徳島県広告協会 一般社団法人 徳島新聞社理事社長</p>	<p>会長 綾田 裕次郎 香川県広告協会 高松商工会議所会頭</p>	<p>会長 高橋 祐二 愛媛県広告協会 愛媛県商工会議所連合会会頭</p>
<p>会長 西山 彰一 高知県広告協会 高知商工会議所会頭</p>	<p>会長 柴田 建哉 福岡県広告協会 西日本新聞社代表取締役会長</p>	<p>会長 村岡 安廣 佐賀県広告協会 村岡総本舗代表取締役社長</p>
<p>会長 大澤 徹也 長崎県広告協会 テレビ長崎代表取締役社長</p>	<p>会長 福岡 哲生 熊本県広告協会 鶴屋百貨店代表取締役社長</p>	<p>会長 池辺 克城 大分県広告協会 トキハ相談役</p>
<p>会長 米良 充典 宮崎県広告協会 宮崎商工会議所会頭</p>	<p>会長 本坊 修 鹿児島県広告協会 本坊酒造代表取締役会長</p>	<p>会長 金城 克也 沖縄県広告協会 那覇商工会議所会頭</p>

取締役 代表執行役社長 藤江 太郎 味の素株式会社	代表取締役社長 伊藤 功一 伊藤ハム株式会社	代表取締役社長 殿村 育生 株式会社 カステラ本家福砂屋
代表取締役社長 小栗 一朗 NTPホールディングス株式会社	代表取締役 横井 克一郎 NTP名古屋トヨペット株式会社	代表取締役社長 西村 公秀 神戸トヨペット株式会社
代表取締役会長 本坊 愛一郎 薩摩酒造株式会社	代表取締役社長 舟橋 正剛 シヤチハタ株式会社	支店長 長谷川 智洋 株式会社 J T B 福井支店
代表取締役社長 鈴鹿 且久 株式会社聖護院ハッ橋総本店	代表取締役社長 内藤 昭男 セイコーウオッチ株式会社	代表取締役社長 社長執行役員 内田 高広 第一三共ヘルスケア株式会社
代表取締役社長 上原 茂 大正製薬ホールディングス株式会社	代表取締役社長/CEO 芳井 敬一 大和ハウス工業株式会社	代表取締役 社長執行役員 大久保 裕行 株式会社 ダ ス キ ン
代表取締役社長 久保 貴義 チチヤス株式会社	代表取締役社長 渡辺 訓章 株式会社 東京 會 館	代表取締役会長兼CEO 松田 哲也 ヒロマツホールディングス株式会社
代表取締役会長 尾崎 英雄 株式会社 フ ジ	代表理事会長 篠原 末治 ホクレン農業協同組合連合会	取締役会長 本坊 修 本坊酒造株式会社
代表取締役社長 谷尾 一也 明治屋産業株式会社	吉本興業ホールディングス株式会社 本店・大阪本部 〒542-0075 大阪市中央区難波千日前11-6 東京本部 〒160-0022 東京都新宿区新宿5-18-21	執行役員 メディア事業担当兼メディア事業本部長 戸辺 久之 朝日新聞社

取締役メディアビジネス・経理担当 羽成 哲郎 産経新聞社	常務取締役 メディアビジネス統括 内山 清行 日本経済新聞社	執行役員 営業担当・営業総本部長 平地 修 毎日新聞社
取締役ビジネス局長 坂本 裕寿 読売新聞東京本社	取締役メディアビジネス担当 飯田 義典 中日新聞社	代表取締役社長 田川 大介 西日本新聞社
代表取締役社長 芳見 弘一 福島民報社	代表取締役社長 野崎 広一郎 福島民友新聞社	代表取締役社長 佐藤 明 新潟日報社
代表取締役社長 矢島 薫 岐阜新聞社	代表取締役社長 加藤 令史 愛媛新聞社	代表取締役社長 武富 和彦 沖縄タイムス社
代表取締役社長 普久原 均 琉球新報社	代表取締役社長 高田 誠 日刊スポーツ新聞社	代表理事 萩本 直樹 聖教新聞社
代表取締役社長 野間 省伸 株式会社 講 談 社	代表取締役社長 相賀 信宏 株式会社 小 学 館	代表取締役社長 東 彦 弥 株式会社 宣 伝 会 議
代表取締役社長 鉄尾 周一 株式会社 マガジンハウス	代表取締役社長 檜原 麻希 株式会社 ニッポン放送	代表取締役社長 粕谷 賢之 株式会社 B S 日 本
代表取締役社長 浜島 聡 株式会社 B S 朝 日	代表取締役社長 伊佐野 英樹 株式会社 B S - T B S	代表取締役社長 加増 良弘 株式会社 B S テレビ東京

代表取締役社長 亀山 千広 株式会社 ビーエスフジ	代表取締役社長 池内 昭彦 福井放送株式会社	代表取締役社長 細井 俊介 株式会社 京都放送
代表取締役社長・CEO 山本 慶一郎 株式会社 ちゅピCOM	代表取締役社長 大西 弘美 長崎文化放送株式会社	代表取締役社長 軸屋 忍 株式会社 鹿児島放送
代表取締役社長 永井 祥裕 株式会社 I & S B B D O	代表取締役 社長執行役員 福地 献一 株式会社 朝日広告社	代表取締役社長 グループCEO 大山 俊哉 株式会社 ADKホールディングス
代表取締役社長 中島 明美 株式会社 オリコム	代表取締役社長 石山 陽一 株式会社 京橋エイジェンシー	取締役社長 横内 千明 株式会社 京急アドエンタープライズ
代表取締役社長 伊藤 義彦 株式会社 JR西日本コミュニケーションズ	代表取締役社長 赤石 良治 株式会社 ジェイアール東日本企画	代表取締役社長 樋口 荘一郎 株式会社 新通
代表取締役社長 谷 鉄也 株式会社 新東通信	代表取締役社長 泉 恭雄 株式会社 大広	代表取締役社長兼CEO 内田 渉 株式会社 TBWA\HAKUHODO
取締役 代表執行役 社長 グローバルCEO 五十嵐 博 株式会社 電通グループ	代表取締役 社長執行役員 佐野 傑 株式会社 電通	代表取締役社長執行役員 黒田 俊介 株式会社 電通東日本
代表取締役社長 執行役員 高木 正彦 株式会社 電通ライブ	代表取締役 高橋 公比古 東海広告株式会社	代表取締役 社長執行役員 高坂 俊之 株式会社 東急エージェンシー

代表取締役社長 鐘ヶ江 弘章 株式会社 とうこう・あい	代表取締役 内藤 好之 株式会社 内藤一水社	代表取締役会長 長田 一郎 長田広告株式会社
代表取締役社長 丹羽 信宏 株式会社 日本経済広告社	代表取締役社長 北村 真一郎 株式会社 日本経済社	取締役会長 戸田 裕一 株式会社 博報堂DYホールディングス
代表取締役社長 水島 正幸 株式会社 博報堂	代表取締役社長 矢嶋 弘毅 株式会社 博報堂DYメディアパートナーズ	代表取締役社長 岸 直彦 株式会社 博報堂プロダクツ
取締役会長 吉田 大士 表示灯株式会社	代表取締役社長 稲川 一 株式会社 文宣	代表取締役社長 川田 博之 株式会社 メトロアドエージェンシー
代表取締役社長 菊地 英之 株式会社 読売広告社	代表取締役社長 古市 優子 アドテック東京	代表取締役 小佐野 保 株式会社 ギークビジュアルズ
代表取締役社長 齊藤 昌典 TOPPAN 株式会社		



第73回全日本広告連盟福井大会ご案内 福につながれ、広告。



第73回 全広連福井大会事務局

初めての大会誘致

福井県での全広連大会開催は初めてとなります。37地方協会で唯一未開催の協会であったわけですが、ようやく全国から多くの方をお迎えできることに、高揚感と不安が大きく入り混じっています。

ようこそ福井へ

さかんに報道された北陸新幹線の敦賀延伸から間もなく1年が経とうとしていますが、敦賀駅や福井駅を通過したことはあっても降り立ったことがない方は多いのではないのでしょうか。

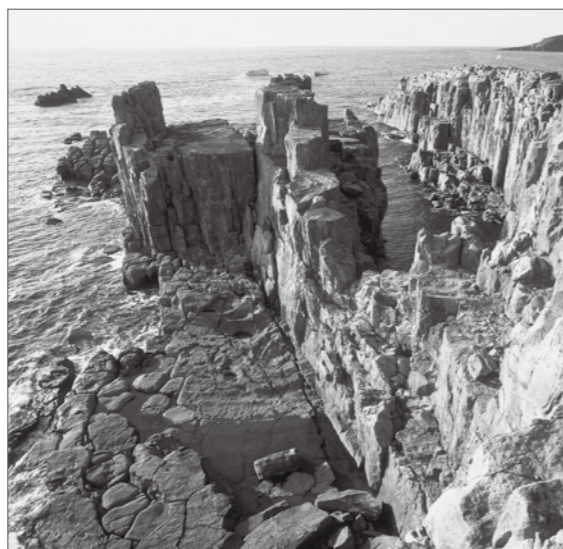
福井は昔からピーアール下手と言われて久しいです。他県からの評価ではそこまでコンテンツに乏しいわけではないのですが、とにかく主張することが苦手な県民性のようです。一方で「幸福度」という観点では常に上位にランキングされているのも事実です。

共働き率、世帯当たり自家用車普及台数などは全国1位、小中生の学力テストや体力テストは常時

トップ3にランクインするなど、ポジティブなデータは数多くあります。

しかし、本当の「幸福」感とは何か。注目のキーワード、真の「ウェルビーイング」とはいったい何なのか。

—そして、広告が果たせる役割はどこにあるのかを考える大会としたいと考えます。



断崖絶壁、迫力満点の東尋坊

福につながれ、広告。

第73回全日本広告連盟福井大会は「福につながれ、広告。」をテーマとしました。2025年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催します。

また2年ぶりにエキスカーションと親睦ゴルフ会を復活させました。コンパクト化のトレンドを形成しつつ、フルパッケージにも拘った大会となるよう工夫を重ねました。

エキスカーションは3コースをご用意。国の名勝に指定される東尋坊は、大規模な柱状節理による圧倒的な景観が魅力です。永平寺は横浜市の總持寺と並び、曹洞宗の大本山としてあまりにも有名。戦国時代に越前国を支配した朝倉氏の遺跡は歴史好きにとって一度は訪れたい場所でしょう。



五色の湖と言われる神秘的湖を一望



首を長くしてお待ちしております

そのほか、風光明媚な三方五湖、恐竜博物館や年縞博物館など、越前若狭の魅力を短時間で楽しめるようコースを厳選しました。

親睦ゴルフ会は県内最古の歴史をもつ、芦原ゴルフクラブの海コースで開催します。一昨年の第56回日本女子オープンゴルフ選手権開催コースです。シーサイド特有の松林に囲まれた越前海岸国定公園内にあり、海風をいかに攻略できるかがポイントです。

思い思いに福井を満喫していただきたく、皆様のご参加を心よりお待ちしております。



芦原ゴルフクラブ海コース (Photo: Taku Miyamoto)

大会プログラム

2025年5月15日(木)

〈会場〉フェニックス・プラザ エルピス大ホール
(福井市田原1丁目13-6)

13:00	受付開始
13:45	ウエルカム演奏
14:00	オープニング
14:05	開会宣言、挨拶、祝辞
14:25	表彰 ①第13回全広連日本宣伝賞 ②第4回鈴木三郎助全広連地域広告大賞
15:20	休憩
15:35	記念講演
16:40	エンディング
16:45	閉会

大会懇親会

17:45開場/18:00開宴 (会場/ザ・グランユアーズフクイ)

第4回 「鈴木三郎助全広連地域広告大賞」のご案内

全広連第三代理事長 鈴木三郎助氏の寄付金を基に平成19年度より制定された「全広連鈴木三郎助地域キャンペーン大賞」「同・クリエイティブ大賞」は、令和4年度より名称を「鈴木三郎助全広連地域広告大賞」と変更し、内容をリニューアルし、今回で4回目となります。

地域の産業・経済・文化スポーツに関する広告活動を通じて、日本各地の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ことにより、地域活性化を促進することを目的とし、「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部門で構成されます。

贈賞は、5月15日の第73回全広連福井大会式典の席上で行われます。

第4回「鈴木三郎助全広連地域広告大賞」概要

部門

- **プリント部門** …… 新聞、雑誌、ポスター等印刷されたもの
- **フィルム・オーディオ部門** …… テレビCM、ラジオCM、WEB動画等の動画又は音声
- **チャレンジ部門** …… 表現成果物の有無を問わず、広報活動を含め、新規性又は独創性のある取り組み
- **キャンペーン部門** …… メディアを問わず統一したコンセプトのもと展開したキャンペーン

選考委員

選考委員会は外部有識者4名と全広連8ブロック代表委員8名で構成。

<外部有識者> (順不同)

 <p>田中里沙氏 事業構想大学院大学 学長</p>	 <p>鷹薮愛郎氏 ソウルドアウト(株) チーフクリエイティブオフィサー エグゼクティブクリエイティブディレクター フルファンネルラボ代表</p>
 <p>土橋通仁氏 株電通中部オフィス クリエイティブディレクター アートディレクター ゼネラルマネージャー</p>	 <p>今井美緒氏 株BBDO J WEST クリエイティブディレクター コピーライター</p>

対象期間 2024年1月1日～12月31日に日本国内で放送、掲出、掲載された広告

応募締切 所属広告協会によって異なるため、詳細は所属広告協会まで

発表 令和7年4月末(予定)

贈賞 第73回全広連福井大会式典上

主催・お問合わせ
公益社団法人全日本広告連盟 鈴木三郎助全広連地域広告大賞事務局
Mail:kokokusyo@ad-zenkoren.org

各地広告協会の動き(2024年)

長野県

長野県広告協会 「高原の風セミナー」開催

一般社団法人長野県広告協会は10月29日、「第31回高原の風セミナー」を松本市内のホテルブエナビスタで開催した。協会会員の広告会社、制作会社、媒体社などから約30名が参加した。

講師は株ADKマーケティング・ソリューションズ EXデザイン本部 クリエイティブ・ディレクター/コピーライターの細川万理氏。「SOCIAL GOODからPERSONAL GOODへ～個を動かす、社会メッセージとは?～」と題して講演いただいた。

自らの手掛けた事例の中から、防災や気候変動などの社会問題に対して強く訴えた事例を紹介。大きな社会的課題に向き合う時においても、個を動かすメッセージやアクションを駆使して問題にアプローチする広告表現を解説。社会的課題を「どうやって自分事として考えてもらうか」を意識した広告作りを提案した。

セミナー終了後の懇親会でも、同席いただいた細川氏に参加者から熱心な質問が寄せられていた。



第31回高原の風セミナー

福岡

「創立70周年記念2024広告セミナー」開催

福岡広告協会(会長・柴田建哉)は11月22日、アクロス福岡にて「創立70周年記念2024広告セミナー」を開催し、会員企業を中心に約100名が参加した。

本セミナーの講師は、元電通社員であり現在はクリエイティブディレクター

として活躍する東畑幸多氏。講演のテーマは「ロジックより、マジックを」。氏が25年間にわたり広告コミュニケーションに従事し、数々の仕事や出会いを通して得た知見を基に、「1と♥」をつくる。企画ではなく、記憶を持ち寄る。右手にロマン、左手にソロバンなど、現在の広告において重要視していることを最新の事例を交えて語った。

特に、長年にわたるクライアントとの基幹製品のブランディングに関する歴史は非常に興味深く、製品の変遷とともにブランディングの困難さや苦労が窺え、参加者も熱心に耳を傾けていた。

また、なぜ電通を辞めたのかという問いに対して、「マジョリティからマイノリティになる感覚があった。効率化と最適化は不可逆な流れ。二極化が加速する中、広告は効率を追求するだけでなく、意味やLOVEも創造できる。そちら側にBETしてみたいと思った」と語った。

さらに、広告制作に携わる者としての苦悩や葛藤も赤裸々に語り、自身のキャリアにおける試行錯誤や体調を崩すほどの激務にも晒されながら生き続けている姿は、華やかな人気クリエイターとしての一面だけでなく、過酷な環境でも前進し続ける姿が感じられた。

講演の最後には、質疑応答が行われ、参加者は時間を忘れて東畑氏との対話に熱中した。この70周年記念セミナーは、多くの参加者にとって非常に有意義であり、記憶に残る素晴らしいイベントとなったと思う。



参加した若手クリエイター会員

山陰

創立50周年祝い式典開く クリエイティブセミナーも

山陰広告協会(会長・松尾倫男山陰中央新報社社長、90社)は11月27日、松江市のホテル一畑で「創立50周年記念式典」を開き、後進の育成など一層の活動充実を誓った。

同協会は1974(昭和49)年、全広連参加31番目、山陰唯一の広告協会として発足。第69回全日本広告連盟山陰大会誘致を契機に2019年4月1日、山陰広告協会に改組・名称変更した。

式典には会員、関係者など70人が出席。松尾会長が「先人と同様、時代の変化に対応を図りながら会員の研鑽・親睦と後進に育成に努める」と決意を述べた。

会の活動・運営に長年尽力した2企業に感謝状、個人2人に功労者表彰をそれぞれ贈ったほか、山陰広告賞審査委員長を務める日下慶太氏(コピーライター、写真家)が「アホがつくる街と広告」と題して広告を通じた地域振興について講演した。

これに先立ち、50周年を記念して広告技術の向上を目的に創設した「山陰クリエイティブセミナー」を開いた。セミナーには会員企業の若手社員など80人が参加。日下氏を講師に、ワークショップ形式で「コピーライティングの作法」をテーマに効果的なコピー制作の基本を学んだ。セミナーは今後、年1、2回、テーマを変えながら実施することになっている。



創立50周年記念式典であいさつする松尾会長

TOPICS

ADFEST 2025・Young Lotus Workshop 2025をタイ・パタヤで開催!

全広連 🔍

■ADFEST 2025

ADFEST 2025(アジア太平洋広告祭)が3月20日(木)~22日(土)にタイ・パタヤで開催されます。3日間に渡って様々なセミナーやワークショップ、全22部門に出品された作品の審査・贈賞セレモニーが行われます。現在、アワード出品用応募要項の日本語和訳版を全広連ウェブサイト上で公開中です。作品出品を検討されている方はご参照ください。

■ADFEST研修ツアー参加者募集中

全広連では、(公社)日本アドバイザーズ協会様、(一社)日本アド・コンテンツ制作協会様の協賛を得て、ADFEST研修ツアーを企画・実施します。アジア太平洋最大級の広告祭が開催されるパタヤでその熱気を直に感じてみませんか?

右記の二次元コードからツアー内容の詳細をご確認いただけますのでぜひご覧ください。ツアー申込締切は1月31日(金)ですのでお早めどうぞ。



ウェルカムディナーで打ち解けるツアー参加者

■Young Lotus Workshop (YLW) 2025

同広告祭で併催される30歳以下のクリエイティブワークショップ、YLW2025が3月18日(火)~20日(木)に開催されます。アジア太平洋の各地域代表のクリエイターが2名1チーム(コピー/アート担当)で、ワークショップに参加し作品コンペを競い合うものです。全広連では二段階選抜で国内選考を行い、優勝チームを日本からの代表としてYLW本選へ送り出すことになっています。選考経過と結果は次号でご報告します。YLW本選に進むチームはどのペアになるのか?乞うご期待です。



作品を審査する審査員(2024年)

INFORMATION

加盟各地広告協会 人事 [順不同・敬称略]

金 沢 <事務局長>
高島健(株北國新聞社 地域ビジネス局地域ビジネス部長) 2024年7月22日付

岐 阜 <事務局長>
田中悟史(株岐阜新聞社 営業局 営業部長) 2024年10月1日付

【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。

新入会員社紹介 [敬称略]

新 潟 ■(株)東急エージェンシー 朝日康允

静岡県 ■(株)SBS情報システム 代表取締役社長 松澤正典
■(株)エフエムみしま・かんなみ 代表取締役社長 原和也

愛 知 ■トガル(株) 代表取締役 小嶋豊

大 阪 ■(株)IZA 代表取締役 田岡達也
プロモーション課第3チームリーダー セールプランナー/
マーケティングディレクター 西本昂生

福 岡 ■(株)ベクトル 九州支社長 大庭典子

編集後記

これを書いているのは12月。お雑煮の季節が近づいてまいりました。福井県生まれの私の実家のお雑煮は「丸餅を白味噌で煮る」のがスタンダードでした。東京に住みながらも関東の「四角い餅を焼いてすまし汁に入れる」というお雑煮を食べたことがありません。37広告協会のみなさんがお雑煮の食べ方を持ち寄ったら面白い日本地図ができそうですね。さて、2025年もどうぞよろしく申し上げます!!

全広連の活動はウェブサイトでご覧になれます。 全広連 🔍