



第44回全日本広告連盟静岡大会

報 告 書

「信頼のコミュニケーション、いま“ふじのくに”から」

平成8年5月22日～24日

第44回全日本広告連盟静岡大会事務局

(静岡県広告協会)

〒422 静岡市登呂3-1-1 (静岡新聞放送会館内)

☎ 054-284-8566 FAX 054-283-3370



静岡県広告協会

全広連静岡大会事務局

第44回全日本広告連盟静岡大会

スケジュール

歓迎のごあいさつ



さわやかな新茶の季節に、全国の皆様を静岡にお迎えできることは、私ども静岡県広告協会にとりまして大きな喜びであります。全国の皆様方に、ここ静岡において頂き、心から御礼を申し上げます。

いま、時代は大きな転換期に差しかかっております。住専問題をはじめとする、政治、経済、社会の各分野における、ここ2、3年のめまぐるしい動きは、時代の変革期特有の現象といえるものではないでしょうか。

日本は「発展の時代」から「成熟の時代」へ変化しているといわれます。作家の司馬遼太郎氏は「日本人の器量が問われている時」と指摘しておられました。広告の世界におきましても、新しい時代に向けて、この時代の変化をどうとらえ、対応していくか、私どもの「器量」が問われております。

静岡大会のテーマは「信頼のコミュニケーション、いま『ふじのくに』から」です。私ども広告の世界にかかる者に求められているのは、「信頼のコミュニケーション」の構築と、新しい時代をリードする「広告文化の創造」ではないか、と考えております。

日本のシンボル富士山を戴く、この「ふじのくに」静岡で、この時代の節目の時期に、日本の広告に関わる皆様が集い、論議を深めていただくことは非常に意義あることだと思います。皆様にとって、この静岡大会が実りある大会になれば幸いです。

第44回全日本広告連盟静岡大会は、私ども静岡県広告協会の設立5周年を記念して開催させていただきました。皆様には新緑の静岡を満喫していただくようお願い申し上げ、簡単ですが、歓迎のごあいさつとさせていただきます。

静岡県広告協会会長
大石益光

大会テーマ／「信頼のコミュニケーション、いま『ふじのくに』から」

◆日時／平成8年5月22日(水) ◆場所／静岡市民文化会館
◆主催／社団法人全日本広告連盟 ◆主管／静岡県広告協会

▽大会式典（午前9時45分～10時50分）

1. 開会宣言
2. 歓迎あいさつ
3. 大会あいさつ
4. 来賓祝辞
5. 通常総会報告
6. 平成8年度全広連活動目標と大会テーマ朗誦
7. 第4回全広連広告大賞表彰と受賞者挨拶
8. 平成8年度全広連特別功労賞表彰と受賞者挨拶
9. 第45回全広連大会開催地・協会紹介と挨拶
10. 閉会

▽記念講演会（午前11時～正午）

- ・テーマ／「大航海時代の日本～“徳川の平和”に学ぶ～」
- ・講師／芳賀徹（はが・とおる）（比較文化史家・文学博士）

▽広告問題研究会（午後1時20分～2時50分）

- テーマ「女性とメディアの新時代」
～いま、広告は女性に届いているか？～
- コーディネーター 残間里江子（プロデューサー）
- パネリスト 島森路子（「広告批評」編集長）
田丸美寿々（ジャーナリスト）
吉永みち子（ノンフィクション作家）

▽アトラクション（午後3時～4時）

- テーマ「静岡生まれの童謡の数々」
〔出演〕静岡児童合唱団、音羽ゆりかご会、松島トモ子

▽広告主懇談会（午後4時10分～6時）

- テーマ「市場変化に“応える”、需要を“創る”広告戦略」
・会場／静岡市民文化会館 3F大会議室
- コーディネーター 八巻俊雄（東京経済大学教授）
講師 中島将（味の素広告部長）
服部隆二（富士ゼロックス広告宣伝部長）
春原聰博（富士通宣伝部長）

▽大会懇親会（午後6時30分～8時）

- ・会場／ホテルアソシア静岡ターミナル3階

▽見学会（5月22、23、24日）

静岡県内6コース（レディースを含む）

大会受付

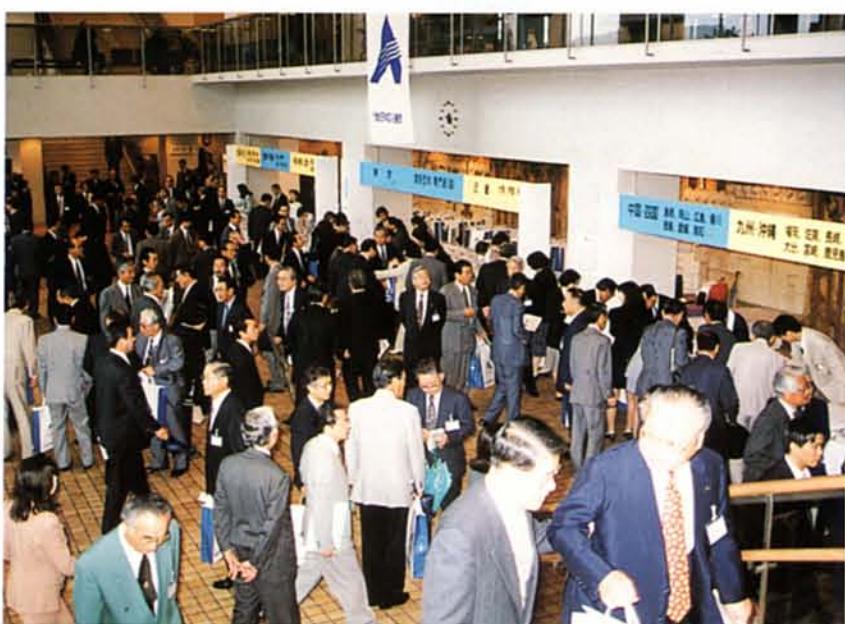
静岡地方は、大会会場の静岡市民文化会館に全国からの参加者が到着する少し前から雨が降り出した。時折、雷鳴もとどろく中で大会受付が始まるあいにくの天候となったが、全国から1200人の会員の皆さん、雨の中を続々到着し、無事に開会式を迎えた。



雨の中、全国からの参加者が集まった会場の静岡市民文化会館



強い雨に歓迎の大型アドバルーンも低めに



全国の参加者でにぎわう受付コーナー



全広連広告大賞と平成8年度全広連特別功労賞の紹介コーナー



静岡県の案内コーナー

大会式典

第44回全日本広告連盟静岡大会記念式典

大会式典は、谷澤静岡大会実行委員長の開会宣言で始まった。大石益光静岡大会会長の代理の松井純静岡大会副会長が歓迎あいさつを行い、つづいて鈴木理事長の大会あいさつ、石川静岡県知事らの来賓祝辞と続いた。この後、広告大賞などの表彰とつづき、最後に次回の大会開催地鹿児島から「来年は鹿児島で」と力強いあいさつがあった。式典終了の頃から激しかった雨も上がりはじめた。昼休みには青空もあらわれ、静岡大会をいっそうさわやかなものにした。

〔大会式典〕

1. 開会宣言／谷澤 清静岡大会実行委員長
2. 歓迎あいさつ／大石益光静岡県広告協会会長（代理・松井純副会長）
3. 大会あいさつ／鈴木三郎助全日本広告連盟理事長
4. 来賓祝辞／塙原俊平通商産業大臣（代理・小山智通産省産業政策局サービス産業課総括班長）、石川嘉延静岡県知事、小嶋善吉静岡市長
5. 通常総会報告／平瀬周一全日本広告連盟専務理事
6. 平成8年度全日本広告連盟 活動目標と大会テーマ朗読／後藤康雄静岡大会実行副委員長
7. 第4回全広連広告大賞 表彰と受賞者挨拶／高尾 実仙台広告協会理事長
8. 平成8年度全広連特別功労賞 表彰と受賞者挨拶／久慈吉野右衛門岩手広告協会会長
9. 第45回全日本広告連盟大会 開催地・協会紹介と挨拶／本坊喜一郎鹿児島広告協会会長
- 10.閉会



全国から約1200人が参加して開かれた第44回全広連静岡大会（静岡市民文化会館大ホール）

大会あいさつ

力を合わせ新しいチャレンジを



大会あいさつする鈴木全広連理事長

社団法人全日本広告連盟
鈴木三郎助理事長

経済活動の尖兵と言われる広告が、現在極めて活況を呈しておりますことは、私どもにとりまして、久しぶりに明るい話題を提供しており、全広連36協会もこの好機を失すことなく、斬新で多彩な広告活動を進めるべきと考えております。

新世紀の到来も間近ですが、近年、価値観の多様化傾向が一段と進み、規制緩和の流れはますます加速しております。市場環境や消費者意識の変化に加えて、マルチメディアの登場による通信情報革命の到来も予測され、21世紀はあらゆる意味で変革の時代であります。新世紀においても、広告は依然として、また確固として日本の経済指標であり、高度な生活情報の送り手であり、良心と真実で商品と消費者を結ぶ架け橋であることを信じて疑いません。

われわれ36協会は、新鮮な感覚と柔軟で創意に満ちた発想で新時代に対応しつつ、力を合わせてさらなる新しいチャレンジをして参りたいと考える次第であります。

全国36協会の会員が一堂に会し、その知識と経験を分かち合い、さらなる信頼とコミュニケーションを深めて戴きたいと考えます。日本のシンボル富士山のふもと、新茶の薫るご当地静岡で、私も一人の広告人として、広告を考え、広告を論じたいと考えております。今大会がさらに広告の信頼を高め、よりすばらしい広告を創り出すための大会となることを祈りまして、私のごあいさつといたします。



全国からの参加者たち



歓迎あいさつを代読する
松井純静岡大会副会長

来賓祝辞



小山智通産省産業政策局
サービス産業課総括班長



石川嘉延静岡県知事



小嶋善吉静岡市長



重要性増す広告の役割

塚原 俊平 通商産業大臣

(代読・小山智通) 静岡県産業政策局
サービス産業課総括班長

広告は、企業にとって、消費者の感性に訴えかけ、商品・サービス等をアピールするための手段として、マーケティング戦略上極めて重要なものです。特に近年、商品・サービスが複雑化・高度化・多様化する中で、その対象についての情報をわかりやすく伝え、消費者の適切な商品等の選択を可能とする上で、広告の役割は一層重要性を増しつつあります。

一方、消費者サイドにおいては、直接的、間接的な海外情報等の入手方法の拡大等を背景にしたライフスタイルの多様化に伴い、従来からの嗜好の変化が見られます。このような流れを受け、各企業においては、新たなマーケティング戦略の見直しが迫られていると考えられます。

広告業界を取り巻くこうした動きの中で、関係各位が一堂に会し、来るべきマルチメディア時代に対応した広告技術の進歩向上を図り、産業振興や地域文化の発展といった時代の要請に応じる新たな広告の在り方について、こうした意見交換の場が提供されるることは誠に意義深いものであり、本大会を通じて新たな提言等がなされることを期待します。

関係業界の皆様方におかれましては、従来からの広告手法に加え、多様な広告メディアの活用により、その活動分野の拡大を図り、新たな需要を喚起することで、経済発展へ貢献されることのみならず、ゆとりと豊かさを実感できる国民生活の実現のため適切な対応を図られますよう切に願う次第であります。

改めて知った広告の力

石川嘉延 静岡県知事

21世紀が間近に迫った今日、これまでのわが国の発展を支えてきた、社会・経済などの様々な仕組みが見直される大きな変革の時代にあります。情報時代の今日、経済活動戦略としての広告はもとより、環境保全や福祉への啓発、災害対応など広範な分野に及び、広告は社会を映す鏡であると同時に社会を創り、時代を先取りする大きな力であると認識しております。

本県は昨年度策定した新しい総合計画「新世紀創造計画」に基づき、「真に豊かで活力に満ちた個性輝く社会の実現」を目指して、現在各種施策を展開しているところであります。この計画を実現するためには、県民の県政に対する理解と積極的な参加、協力が必要であり、県民の声を県政につなげる体制づくりにも努め

ているところであります。また、近年東京一極集中の是正が求められているにもかかわらず、地方から情報発信は少なく、地方の良さやその果たしている役割が広く伝えられていない状況にあります。

そこで本県では、昨年度から「ふじのくに情報発信事業」と称して首都圏をはじめ全国に向けて、静岡県の豊かさや可能性、また温泉博覧会やシアターオリンピックスなど文化や学術への新しい取り組みを紹介し、本県の魅力をアピールしております。

その中で、本県出身のJリーガー、三浦知良さんを起用した広告を制作いたしましたが、ねらいどおり若者からの反響が大きく、改めて広告の力の大きさを認識致しました。

本大会の御成功と、全日本広告連盟の一層のご発展並びに御出席の皆様の益々のご活躍を祈念いたしまして、お祝いの言葉とさせていただきます。

学ぶべきもの多い広告業界の姿勢

小嶋善吉 静岡市長

本年4月、静岡市は中核市に移行いたしました。この制度のメリットを最大限に生かし、行政と民間、行政と市民が一体となり施策を進めて行くことが本市の都市づくりの目標である「日本一住みよい美しい都市」に向けての歩みを一層加速してゆくものであると、確信しております。

一方、近年、通信技術と情報処理技術の進展はめざましく、またそれらの技術の統合により、大量の情報を多様な方法で、迅速に収拾・分析・加工・伝送することが個人レベルにも浸透しつつあります。個人の情報選択度が飛躍的に拡大していくこうとする現在、行政と市民をつなぐ情報の果たす役割も格段に大きくなってきたとしていると認識しています。

このような状況の中、「社会情勢やメディアの進展に合わせ、あるいはそれを予測し、最小の費用で最大の効果を考えつつも社会に果たす役割を常に模索し続ける」という広告業界の姿勢から行政が学ぶべきものは、非常に大きなものがあると考えております。

その意味におきましても、全国各地で広告事業をリードされる皆様が、21世紀に向けた情報・広告の新たな方向性について静岡市でご研鑽に努められることは、本市にとって誠に意義深いものがあると存じます。

広告は単なる手段ではなく、すでに表現方法を含めた固有の文化を形成しております。この大会を通じ、この固有の文化が益々発展することを祈念いたしまして、お祝いの言葉とさせていただきます。

通常総会の報告の後、平成8年度全広連活動目標と大会テーマの朗読が後藤康雄静岡大会実行委員会副委員長によって、披露された。大会テーマは「信頼のコミュニケーション、いま『ふじのくに』から」、そして、平成8年度全広連活動目標は「広告が手伝えます。地域文化の振興と経済発展」。そして、表彰に移った。今回の第4回全広連広告大賞は、仙台広告協会の「SENDAI光のページェント・ドネーション・キャンペーン」に贈られ、高尾実理事長が受賞した。また、平成8年度の全広連特別功労賞は岩手広告協会に贈られた。これは同協会の創立直後に設けた「岩手広告賞・岩手広告美術展」が若者の広告に対する関心を集め、県内の広告クリエーター志望者の登竜門となっている功績に贈られたもので、久慈吉野右衛門会長が受賞した。

この後、次期開催地の鹿児島広告協会が、鹿児島の魅力、大会テーマ「かごしま発、みらい潮流」などを紹介し、「来年は鹿児島で」と力強くアピールした。

平成8年度全広連活動目標／「広告が手伝えます。地域文化の振興と経済発展」



平成8年度全広連活動目標を朗読する後藤静岡大会実行委員会副委員長



「来年は鹿児島へ」と呼びかける次期開催地・鹿児島広告協会の人たち



全広連広告大賞を受賞する仙台広告協会の高尾理事長



全広連特別功労賞を受賞する岩手広告協会の久慈理事長

記念講演

徳川家康の大御所時代、駿府（現静岡市）は政治の中心地であった。記念講演は、その静岡ゆかりの家康をテーマに比較文化史家・文学博士の芳賀徹氏が「大航海時代の日本～『徳川の平和』に学ぶ～」と題して講演した。

「大航海時代の日本～『徳川の平和』に学ぶ～」

講師／芳賀 徹氏（比較文化史家・文学博士）



「豊かさ築いた家康の眼力」

16世紀の大航海時代は、インド航路発見、マゼランの世界一周など波乱に富んだ劇的な時代だった。その波は日本にも打ち寄せ、鉄砲やキリスト教とともに海外の情報が持ち込まれた。情報が横なぐりに入ってくるような状況は今と似ている。

キリスト教は当時の日本人の心魂に浸透した。教義書が次々に翻訳されたが、訳者の理解力と表現力には驚かされる。忠実な訳ではないが、伝えるべきことはすべて言い尽くした見事な意訳だ。海外からの情報をよくそしゃくし、消化していた。現代は情報化社会といわれるが、機器によって情報化されているにすぎない。

情報をよく吸収し活用したのが、ウイリアム・アダムス（三浦按針）を重用した徳川家康だった。航海士のアダムスは1598年、偉大な学者エラスムスの像をへさきに付けたリーフデ号でロッテルダムを出港し、太平洋を4カ月漂流するなどの苦難の末、1600年、現在の大分県に漂着した。

アダムスと接見した家康は、積み荷の毛織物やガラス器、小銃などに強い関心を示し、アダムスが故国の友人에게手紙の中には幾何学や数字に興味を示す家康が描かれているが、そこには、従来のイメージとは違う家康像が浮き彫りにされている。

将軍を情報面でサポートしたアダムスは、家康に

とっても水先案内人だった。全広連の皆さんも、時代のナビゲーターとして、現代の三浦按針を自覚していただきたい。

世界史の激動から日本を守った鎖国

その後、日本は鎖国する。しかし、これは外交政策として評価できる。当時は欧州も中国も新旧勢力交替の最中だった。海外情報をよくキャッチしていた家康、秀忠、家光の三人の將軍が、世界史の激動から日本を守ったともいえる。鎖国といっても鉄のカーテンを下ろしていたわけではない。オランダを通して世界の情報は入って来たので、絹の蚊帳をかけたような状態だった。

こうして、日本は世界史上にもまれな時間的にも空間的にも完全な一文明体を形成した。島原の乱の後、戊辰戦争まで約250年間、銃声がしなかった「完全な平和」は世界史上の奇跡。この平和こそ、徳川の最大の遺産といえる。

そして文化は円熟し、それがまた平和維持に寄与した。今、これぞ日本文化と言っているものは徳川の平和の産物といって過言ではない。例えば俳句。広告にもっと俳句とその感覚が使われてもいいと思う。

なぜ江戸時代に完全な平和が実現したか。日本は太平洋という水の砂漠のかなたの国だったという地理的条件は確かにある。しかし、平和を実現させた知恵があった。その平和の中、幕藩制は中央集権と地方分権のバランスを保ったネットワークを築き、参勤交代制は情報交換と物流を進めた。平和と文化で満たされた250年。この豊かな遺産を現代に、未来に生かさなければならない。

芳賀 徹(はが・とおる)氏 1931年山形県生まれ。東京大学教養学部卒業。パリ大学留学後、65年からプリンストン大学客員研究員等を経て、75年東京大学教授。92年退官後、名誉教授に。81年「平賀源内」でサントリー学芸賞、84年「絵画の領分」で大仏次郎賞を受賞。

晴れ上がった昼休み、静岡県特産品コーナー

昼休みには雨も完全に上がり、青空がのぞき、外に出て旧交をあたため合う姿が、会場のあちこちで見られた。また、静岡県の特産品を集めた郷土産品コーナーも静岡市内の3デパートが協力して設置され、新茶をはじめとする静岡県自慢の特産品が人気を集めていた。



昼休み、晴れ上がった空の下で旧交をあたため合う参加者たち



新茶などが人気を呼んだ静岡県特産品コーナー

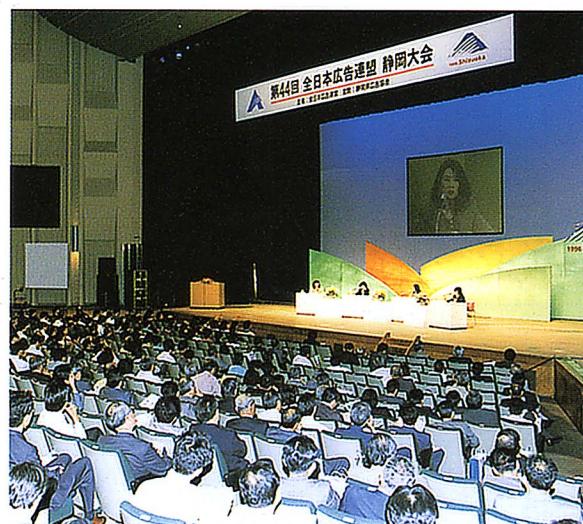


テーマ／「女性とメディアの新時代」～いま、広告は女性に届いているか～

[パネラー]

◆田丸 美寿々（たまる・みすず）さん
(ジャーナリスト) 広島県生まれ。東京外語大卒。テレビキャスターを務めた後退社し、米国留学。現在TBS「報道特集」のキャスターとして活躍。

◆島森 路子（しまもり・みちこ）さん
(「広告批評」編集長) 秋田県生まれ。立教大卒。79年天野祐吉氏とともに「広告批評」を発刊。ニュースキャスターとしても活躍。



女性4人の論客によって行われたパネル討論



入場する一般参加者たち



熱心に討論を聞く一般参加者たち



女性4人の論客によって行われたパネル討論

午後の広告問題研究会は、メディアの最先端で活躍する女性陣4人が「女性とメディアの新時代～いま、広告は女性に届いているか～」をテーマに語り合った。午後の部となった広告問題研究会とアトラクションは、一般にも公開され、事前にはがきで応募した約500人が参加し、熱心に討論に聞き入っていた。

「必要な情報発信 トレンド形成へ」

残間 「広告に対してどう思っているのか、最近の広告についていかがですか」

吉永 「主婦の立場からいと、価格破壊の中で広告に記された値札への信頼が下がっている。昔ほどインパクトのある広告もなく、広告と受け手側とに非常に距離感があるような印象だ。昔は広告に時代をリードしていくようなセンスが感じられたが、いまは混とんとした時代を反映し、逆に時代に広告がリードされてしまっている」

田丸 「テレビや新聞の広告からも情報を吸収することは多い。しかし、報道と同様に広告で世の中が変わると考えてはいけない。必要な情報を発信し続けることが大事。それが結果的にトレンドを作り出すことになるのではないか」

島森 「かつては強烈なキャッチコピーがあったが、最近は見えない。広告に言葉がなくなったのは、一つの言葉だけで世の中が括れず、興味や関心が多様化しているからではないか。今は時代全体が次の新しい言葉みたいなものを探している時。広告も模索の時代が長く続いている感じだ」



田丸 美寿々

田丸美寿々さん

か読めない時代だから逆にクリエーターや企業がやりたいこと、こだわりを出していくような、シンプルなところに戻ったほうがいいのではないかと思っている」

残間 「クリエーターにも一匹狼のような人がいなくなってしまった。個人の時代といわれる割りには」

田丸 「いま、企業の中で大胆な発想とかは生まれにくいだろう。みんなが欲しいものを見つけることは難しいのだから、個に向かって情報を伝えていくしかない。マスではなくミニの部分で訴え、ものを売っていくしかない」

吉永 「リスクでベンチャーな気持ちがなければ成功しにくい。なにかをしようとするエネルギーは、リスクの大きさに匹敵する。そのリスクを小さくしようと思った瞬間、新しいものを生み出そうという力は減っていく気がする。とことんやってしまう、突き抜けるようなパワーを感じる広告を見てみたい」



島森 路子

島森路子さん

「男」「女」ではなく 人間として自立

残間 「島森さんは『広告の中の女たち』という本を出していますね。」

島森 「明治の終わりから戦後まで50人をピックアップして書いたものです。それまで女性は常に男性の視点で描かれていた。1970年代に女性自身が広告の中で自立する女性像を描いたが、思いばかりが先行して無理があり、今、その振り戻しが出ている。いろいろな意味で功罪相半ばする広告だった」

残間 「広告の中で描かれている女性についてどんな印象か」

「経済面を優先 芸術性は軽視」

残間 「一般的に広告は今、なぜおもしろくないのだろうか。」

島森 「バブル経済の崩壊で、広告の経済的側面が優先され、芸術側面が軽視されている。そうすると、やはり広告はつまらなくなる。私は、今、何が当たる



吉永みち子

吉永みち子さん

「人々の胸熱くし 新しい夢創造へ」

田丸 「いまだに女性は家庭に、という考え方方が根強い。その一方で逆に男性を馬鹿にして偉そうにしている女性を描くとか、制作者が男性と分かるものばかり」

吉永 「70年代の自立する女性像を表現した広告は素晴らしいあこがれたが、現実とぶつかる間にきしんでしまった。おそらく男に対する自立という命題に間違いがあった。男へのアンチイメージだけでは新しいものが生まれにくかった。これからは男や女も、人間としてどう自立するかを考えるべきだろう。いまだに広告が女性をターゲットとした作り方をしていることが不思議」

島森 「人間、夢がないと生きられない。これから時代の新しい夢とは何か。どうやってつくっていくのか。そこに広告は大きく作用するのではないか。みんなが共通して求めるようなものを作り出す働きが、からの広告には求められる」

残間 「広告は、私たちのライフスタイルの、少し先のイメージのヒントみたいなものを提供してくれる力があるのではないか。願わくば、広告関係者のみなさんには人生のプログラムを多彩にしてもらって、何よりもいいと思ったものを主体的に伝えてほしい。期待と熱き思いを込めてハッと思わせるような広告をお願いしたい」



残間里江子

残間里江子さん

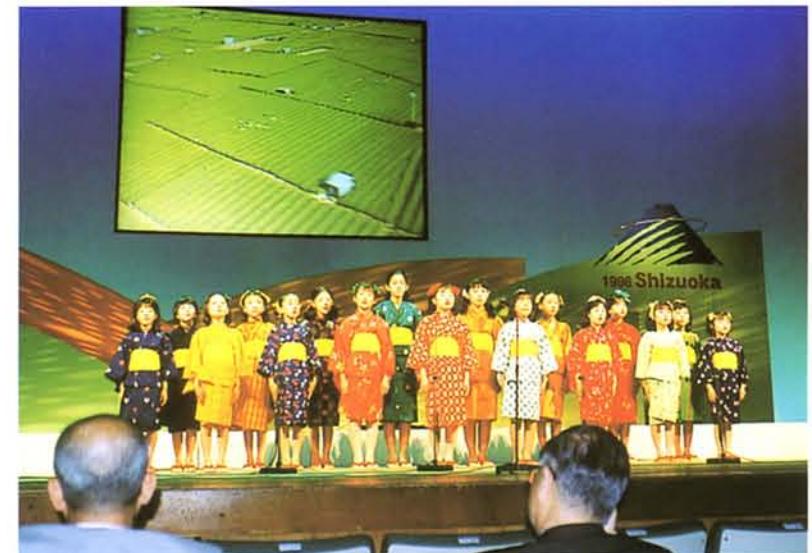
テーマ／「静岡生まれの童謡の数々」

出演／音羽ゆりかご会、静岡児童合唱団、松島トモ子さん

静岡県は、「童謡の宝庫」といわれている。気候温暖な風土と豊かな自然の中から、数多くの童謡詩人たちを輩出し、全国の皆さんに親しまれている童謡の名品を残している。その懐かしい「静岡生まれの童謡」を音羽ゆりかご会、地元の静岡児童合唱団、そして松島トモ子さんがたっぷり歌いあげた。



総合司会のSBS鈴木昭儀、鈴木通代
アナウンサー



着物姿で歌う「音羽ゆりかご会」の皆さん



「音羽ゆりかご会」



静岡児童合唱団



松島トモ子さん



フィナーレは全員で

「広告主懇談会」

(会場／静岡市民文化会館 3F大会議室)

昨年の長崎大会に続いて広告最前線で活躍する関係者を講師に招き、「広告主懇談会」が、アトラクションの後、会場を同市民文化会館大会議室に移して開かれた。テーマは「市場変化に“応える”、需要を“創る”広告戦略」。八巻教授が基調講演した後、中島味の素広告部長が「ちゃんと、ちゃんと。の味の素」、服部富士ゼロックス理事広報宣伝部長が「新しいドメイン“THE DOCUMENT COMPANY”を目指すコミュニケーション活動」、春原富士通宣伝部長が「個人向けパソコンの広告展開」と題して、それぞれの広告戦略を報告した。

○テーマ「市場変化に“応える”、需要を“創る”広告戦略」

○講師

- ・八巻 俊雄（やまき・としお）氏（東京経済大学コミュニケーション学部教授）
- ・中島 将（なかじま・しょう）氏（味の素広告部長）
- ・服部 隆二（はっとり・りゅうじ）氏（富士ゼロックス理事 広告宣伝部長）
- ・春原 聰博（すのはら・としひろ）氏（富士通宣伝部長）



静岡市民文化会館大会議室で行われた広告主懇談会

「企業姿勢の差別化・既存から脱皮図る」

「ちゃんと、ちゃんと。の味の素」

八巻 俊雄 教授

広告・マーケットの背景として今、何が追い風になっているか。まず、物価の安定がある。需要喚起という点で好材料だ。次に一世帯当たり1,000万円という高貯蓄。企業業績も回復している。政府の規制緩和も進行しており、自由な経済活動は広告にとって大きなプラス材料だ。株価も安定しており、こうした追い風の要素が出てきたが、経済成長率は低いままだ。住宅需要も軟調だし、民間設備投資も低調。大赤字の財政などの心配要因もある。こうした状況の中で市場変化に応え需要を創ることが大事。それぞれの分野の立場から貴重なお話をうかがいたい。

中島 将 氏

「ちゃんと、ちゃんと。の味の素」キャンペーンは1991年から続けている長期戦略で、狙いは企業姿勢の表明だ。「味の素は、ちゃんとした商品を提供したい。ちゃんとした食生活を大切にする。ちゃんとした会社でありたい」ということだ。テレビCMからスタートしたが、この戦略は予想以上に好評で、92、93年はこのキャンペーンを拡大。媒体を新聞・ラジオ・雑誌・ビルボード等に広げた。次は94、95年に何がちゃんとなんだということを明確にするために、徹底的に商品の品質訴求を行い、企業イメージの向上を狙った。「ちゃんと、ちゃんと。」は外の人達に認められ実績を

「広告主懇談会」

上げ、企業スローガンとして定着した。

いまは、必要なものを必要なだけしか買わない時代。生活者が理解し共感できる情報を提供することが大事だ。差別化で勝負することも重要だが、商品の絶対的価値を示し、その商品を提供する企業の姿勢、志をアピールしていく戦略が必要ではないか。今後もより大きな成果に向けて「ちゃんと、ちゃんと。」作戦を展開していく。

「新しいドメイン“THE DOCUMENT COMPANY”を目指すコミュニケーション活動」

服部 隆二 氏

市場の変化の中で富士ゼロックスは何をめざすのか。一言で言えば、複写機メーカーからドキュメント・カンパニーへということ。昨年からICがスタートした。ドキュメントとは、紙のイメージを払拭しブラウン管に出てくるようなものすべてをハンドリングする会社でありたいということ。それをどうやって広告で支えていくかが課題。

A&Aというコンセプトでカラーとデジタルのブランド認知を高めるため、テレビスポットを中心に新聞、交通媒体を使った。例えばテレビCMでは、ドラえもんがオフィスにあるファックス、プリンター、複写機とか、全部ポケットに入れて1台にしてしまう。デジタル化は複合化ということの表現だ。これによってカラー複写機の認知率は36%に。売り上げも大きく伸びている。

企業広告では複写機分野のトップ企業からもっと広くネットワーク時代における富士ゼロックスのイメージを強調した。



満員の盛況となった会場



講師の左から中島、服部、春原の各氏

「個人向けパソコンの広告展開」

春原 聰博 氏

富士通は汎用コンピュータとかシステムは得意だが、個人向けの商売は苦手で、個人向けパソコンに関してはマイナーな存在だった。広告展開するに当たります、ターゲットを35歳を中心としたビジネスマンに絞り、不器用な高倉健さんを起用することで『だれにも簡単にできる』戦略を開発した。店頭キャンペーン広告は、集客のための仕掛けとして「タッチおじさん」というキャラクターを使った。パソコン時代に乗り遅れそうな人たちを富士通は支援しますよというメッセージを込めた。これからはヤングとか女性層に向けてのアプローチも必要だろう。タッチおじさんは若者にも人気で、いまではタッチおじさんのグッズまで出てきた。本やノート、鉛筆などを作りたいという話を進めている。

インターネットの将来展望

八巻 2年後に加入者が300万人になるインターネットも広告媒体として重要なになってくる。インターネットの将来展望は。

中島 4月に開設したばかり。広告としては肖像権とか契約の問題があり難しい。料理のメニュー提供などで様子をみている。

服部 ホームページの広告が効果があるかどうかはまったく未知数。双方向性、即時性には注目している。

春原 接続業者であり、ホームページには力を入れている。アクセス数が多い日には2万件ある。情報を常に新しくしておかねばならず、専門の人がついていないと維持が難しい側面がある。

大会懇親会

(会 場／ホテルアソシア静岡ターミナル3階)

大会参加者約1200人が参加する大規模なパーティーとなり、ホテルでは3階フロア全体を使い準備した。「静岡浅間木遣保存会」の皆さんによるご祝儀木遣りで幕開けしたが、静岡らしい懇親会を演出し、全国の関係者の交流の輪を広げようと駿河湾のサクラエビ、生シラス、丸子宿の麦とろろ、ウナギの蒲焼、天城シャモのロースト、安倍川もち、そして豊富な静岡の地酒なども並び、歓談も弾んだ。



懇親会の開幕を飾ったご祝儀木遣り



勢ぞろいした「静岡浅間木遣保存会」の皆さん



「静岡の味」を楽しむ参加者たち



満員の懇親会場



ホテル前の歓迎看板

見学会

(5月22、23、24日)

新茶シーズンの静岡を楽しんでいただこうと準備した見学会コースは、大会当日のレディースコースを含め6コース。レディースコースは、あいにくの雨となったが、午後には上がり、静岡県立美術館、久能山東照宮などの静岡名所を楽しみ、お茶会も。5コースに分かれて行われた23日、24日の見学会とゴルフ会は、絶好の天候に恵まれた。

- A : 富士山眺望、茶と芸術の静岡めぐり（レディースプラン・5月22日）
- B : 駿河の国、歴史と文化を訪ねて（5月23日）
- C : 富士山をとりまく自然と美術（同）
- D : 遠州まるかじりの旅（同）
- E : 茶畑の川根路・S Lと森林鉄道で大井川渓谷へ（5月23日～24日）
- F : 豊かな温泉・暖かなもてなしの伊豆（同）



静岡県立美術館でのレディースコース参加者たち



お茶の製造工程を見学する参加者たち(グリーンピア牧の原で)



お茶を楽しむ女性たち



清水市の三保の松原で



修善寺・虹の郷で

第44回全広連静岡大会組織図（1996年5月）



蒸気機関車の旅を楽しむ人たち



伊豆を満喫する参加者たち



第44回全広連静岡大会組織

おわりに

第44回全日本広告連盟静岡大会には、全国の36協会から会員1,178人もの方々のご参加をいただき、大会は成功裏に無事終了することができました。静岡大会は静岡県広告協会の設立5周年を記念して誘致していたもので、5周年というステップを、このようく晴れやかに、有意義に迎えることが出来ましたのは、ひとえに皆様のお蔭でございます。

静岡県広告協会は、静岡大会の開催決定に伴い「静岡大会実行委員会」を発足させて大会開催に向け準備作業に入り、1995年夏に各部会長を受け持つ静岡新聞社、中日新聞東海本社、静岡放送、テレビ静岡、静岡第一テレビ、静岡朝日テレビの6社で大会事務局（事務局長は静岡新聞社営業局長・宮城島安宏）を設置し、それぞれ各部会ごとの作業を受け持ちながら関係各社が協力して準備に当りました。そして、大会前日の5月21日から見学コース終了の24日まで静岡県広告協会会員の各社から、駅や各ホテルでの案内、バスでの会場までの送迎、大会の受付・運営、見学の案内等の応援社員は総勢は212人（事務局関係者を除く）にのぼりました。

これら大勢の方々のご協力と全広連事務局、全国の各協会、そして静岡県、静岡市、各商工会議所等の関係各位の大変なご支援を賜り、無事、大会を運営することができました。衷心より厚くお礼申し上げます。

静岡大会の開催を機に、静岡県内の広告界は静岡県のより一層の活性化の一翼を担い、相互のコミュニケーションをより深め活発な活動を展開していくべく、さらに努力していく覚悟でございます。今後、なお一層の変わらぬご支援ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

静岡県広告協会
全広連静岡大会事務局

大会会長	大石 益光	静岡新聞社社長
大会副会長	岩淵 康郎	静岡第一テレビ社長
	大倉 文雄	静岡朝日テレビ社長
	河合 滋	静岡エフエム放送社長
	川口 友平	テレビ静岡社長
	柴山 修作	静岡県広告業協会理事長
	成田 和雄	中日新聞東海本社代表
	松井 純	静岡放送社長
大会実行委員会		
委員長	谷澤 清	静岡県商工会議所連合会専務理事
副委員長	後藤 康雄	はごろもフーズ社長
	桜井 敏雄	三晃社専務取締役
	高橋 久克	日本電信電話静岡支店長
財務部会		
部会長	秋田 早苗	静岡放送専務取締役
副部会長	天白位刀尾	博報堂静岡支社長
参 与	岡田 宏司	岡田鋼機社長
総務部会		
部会長	高橋 進	中日新聞東海本社広告部長
参 与	小池 正三	東海日産モーター相談役
宿泊送迎部会		
部会長	高橋 弘	静岡朝日テレビ専務取締役
副部会長	坪井 保博	中部日本広告社浜松支社長
参 与	新浪 邦彦	静岡トヨタ自動車取締役特販事業部長
大会部会		
部会長	宮城島安宏	静岡新聞社取締役営業局長
副部会長	漆畠 康雄	ピーエーシー常務取締役
	須沢 隆弘	東広社長
	法月 正光	電通東日本静岡支社長
参 与	神谷 昌宏	中部電力取締役静岡支店長
参 与	田邊 豊	日本電気静岡支社長
懇親部会		
部会長	角田 裕勝	テレビ静岡取締役業務局長
副部会長	山口 治郎	静岡エフエム放送常務取締役営業本部長
参 与	加藤 正明	セキスイハイム東海社長
見学会部会		
部会長	江藤 尚文	静岡第一テレビ営業センター主管
副部会長	古賀 和夫	静岡リビング新聞社社長
参 与	後藤 全弘	ゴトー社長
監 事	内山 博之	静岡商工会議所業務推進部長
	那須 宏	静岡銀行営業企画部長