

「広告主懇談会」

(会場／静岡市民文化会館 3F大会議室)

昨年の長崎大会に統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hiro）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」

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。

「ちゃんと、ちゃんと。の味の素」

中島 将 氏

「ちゃんと、ちゃんと。の味の素」キャンペーンは1991年から続いている長期戦略で、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プ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。



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ず、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」戦略を展開した。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。



満員の盛況となった会場

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

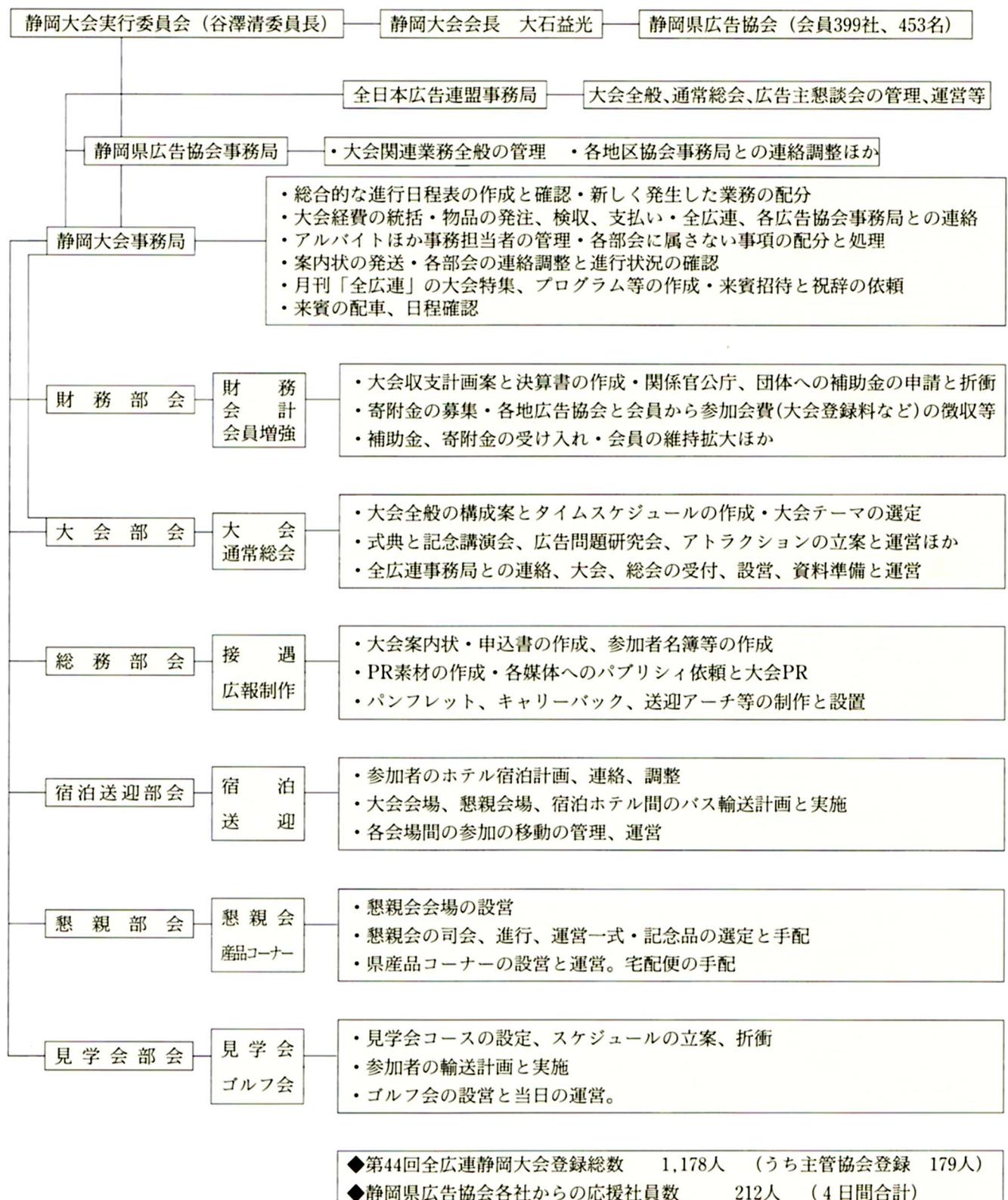
第44回全広連静岡大会組織図（1996年5月）



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