



2017年9月26日
～9月30日

私たちは、スパイクスアジア 2017 に参加して、何を感じ何を得て何を持ち帰ったか。

特集 参加者感想 <敬称略・順不同>

スパイクスアジア 2017 研修ツアー



一般社団法人 日本広告業協会 海外交流委員会





JAAA Reports (協会報) 2018年1月号に、参加者の声を掲載しますが、残念ながら全員の方々の声を掲載できません。そのため、ここに寄せられた参加の感想をまとめて、共有いたします。

会社名 <ADK インターナショナル>

名前 <吉田 礼>

参加してよかった点を2つ挙げると、まず海外の様々なクリエイティブに一度に触れられたこと。これだけインターネットが充実した時代とはいえ、世界のクリエイティブの動向に対して日々キャッチアップしているつもりでも、どうしても見逃していたり、解決しようとしている課題や社会的インパクトを十分に理解していないものもある。まとまった時間で集中的に見ることで、全体的なトレンドも体感できた。

もう1つは、一線で活躍している人を含む様々なセミナーに参加できたこと。規模感ゆえかスピーカーや審査員が会場をふらりと歩いていることしばしばで、フロアで話し込んでいる姿をよく見かけた。こうした接触機会が多いのもスパイクスならではの利点だと感じた。

会社名 <日本経済社>

名前 <砥嶋 敏郎>

「目一杯、最先端のグローバルな空気をエンジョイして！」という、上司のいきな言葉に送り出され、本ツアーに参加。グローバルを理屈でなく体で感じることをテーマに課し、5日間を過ごしました。そこで感じたのは、日本は良い意味でも悪い意味でも「島国」なんだなあ、ということ。世界（のクリエイティブ）がソーシャルに向かう流れを加速させる中、日本は、まだ“そこまで”ではない。理由は、“そこまで”の社会問題が少ないから（それはそれで幸せなこと）。その上「島国」なので、世界の流れは地続きの国同士のように行き来しない。しかし、いずれ世界の流れは日本にも来るので、その時すぐに対応できるよう、グローバルズを常に意識していきたいと思ったツアーでした。



■ 到着初日の懇親会 2017.9.25



ホテル近くの懇親会場として選択したブーチンレストラン、シンガポール中華？この食材は一体何？聞こうとしても、レストランウエイトレスは血を置くとさっさと帰ってしまう！？とはいえ、ビール・紹興酒で、参加者皆さんとの距離を縮めることができた懇親会でした。

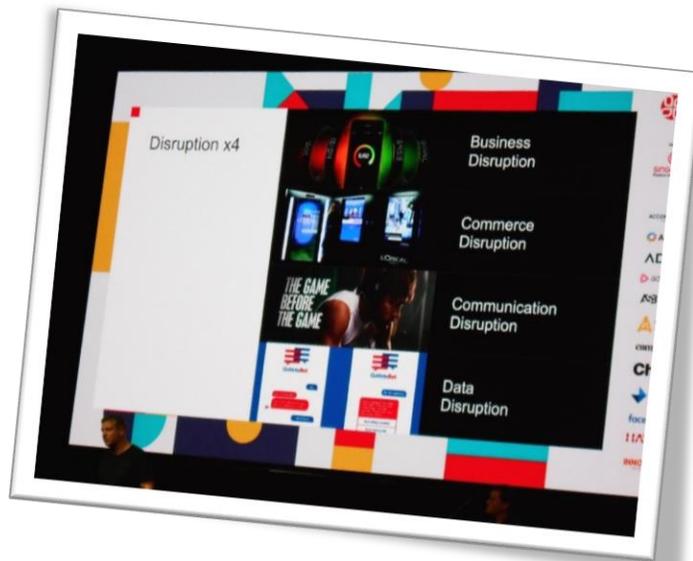
会社名 <花王>

名前 <小林佳奈子>

アジア各国の広告を見て、文化・生活の違いから生まれてくるアイデアの違いに新鮮さを感じました。

今回のセミナーで一番印象的だったのがドラッグクイーンのセミナーです。彼女は「常識を覆すアイデアを生み出すためには、みんな同じではない」という内容を、受け入れやすいようにエンターテイメントに昇華させて伝えていました。彼女自身がその考えを体現しており、感銘を受けました。このような方達のセミナーを聞く事で、仕事に取り組む姿勢やアイデアの考え方の見直しをする、良い機会になったと思います。

初めての広告祭+海外という事で緊張しておりましたが、ツアー参加者やアテンドの方達と一緒にいく事で、情報交換もでき、同じ業界内での繋がりも広がり、毎日がとても刺激的でした。いい経験をさせて頂き、どうもありがとうございました！





C4A ロゴを指さす 村井専務理事

CAAAA がサポートする「Spikes Asia」 ちょうど CAAAA EXCO Meeting in Singapore に参加していた 村井専務理事と現地でご合流しました。



そして、今回の体験を通して、クリエイティブには無限の可能性があると、常にインプットとアウトプットを繰り返しながら、考え続ける必要があること、そして、やっぱり広告ってオモシロイ！ そんな風に思いました。一流の広告に身を浸し、得た体験を今後の仕事でも活かしていきたいと思えます。

の課題に向き合い、新しい価値を提供する」その姿勢を自分の物にしくなくては、と強く感じるスパイクスアジアでした。

会社名 <読売広告社>

名前 <肥後 晶>

シンガポールに行き、自身の現業と少し距離を置いて広告について改めて考えることが出来たのは、とてもいい機会だった。

普段の業務の中では、やらないこと…と思いつつも事例のインプットの時間をつくるのが全然できていなかったが、スパイクスでは多くの事例を見ることが出来たし、さらには帰国後にレポートを書かないといけないことなども関係して、事例の分析をしっかりと行うことができた。それだけでなく、セミナーを通して近年の広告の動向や、今後私たちがどういうものをつくるべきか、広告賞の審査の基準などについて、普段の生活では会えない人の話をたくさん聞くこともできた。

また、若手が登壇している様子を見て、改めて自分も頑張らなないと感じた。



会社名 <花王>

名前 <田中 菜月>

シンガポールで体験した 3 日間の出来事を振り返ると、どれか思い出してもエキサイティングで、そして、「私は広告が好きだ」という思いに改めて気づかされる、非常に有意義な時間でした。初めての海外広告祭への参加ということもあり、最初は緊張していましたが、いざ会場に足を踏み入れると、アジアの第一線で活躍するクリエイターが一同に集結する熱気あふれる空間に、一気に惹きこまれ、緊張も和らぎました。

今、広告がぶつかっている課題や、アイデアの作り方、溢れかえる広告の海の中でどうやって粒立ちのいい、記憶に残るクリエイティブに発展させるか。毎日繰り返される、クリエイティブセッションはとも興味深く、それらは、日々私自身が仕事に取り組む中で、課題に感じていることでもあったのですが、セッションを聞きながら少し指針が見えたような気がしました。



会社名 <電通アドギア>

名前 <石井 美香>

普段広告の仕事をしているといっても、一步引いて業界全体の現状を俯瞰的に見てみることや、最先端技術が今後どう生活者のマインドを変えていくか、企業がどう新しい価値を生活者に提供できるか、といった大きな視点で物事を考える機会があまりなかったため、とてもよい刺激になりました。

特に生活者への価値提供という点では、ここ最近の傾向でもあるように社会的問題に取り組んだ事例も多くあったのですが、ずば抜けたアイデアと実行までの熱量（よくやりきったな…という作品が結構ありました）を目の前にして、「時流に向き合い、生活者

会社名 <読売広告社>

名前 <原 大悟>

スパイクスアジアでは、海外クリエイターの思考、ビジョンなど、なかなか日本では聞くことの出来ない講演やグランプリ作品の細かな戦略などの解説もあり、刺激的で、濃密な 4 日間でした。研修ツアーでは、同業種・職種の方との交流、ディスカッションが出来たことも、有意義で貴重な体験でした。今後もこのような研修ツアーがあればぜひ参加したい。

スパイクスアジア 2017 表彰式



Sands Mastercard theater

9月29日に行われた、アワード表彰式。あの壇上に上がってみたい。。。と参加者のだれもが感じた。

会社名 <読売広告社>

名前 <中村 允俊>

20代のうちに、海外広告祭を体感できて非常にためになった。特にスパイクスアジアは規模がカンヌほど大きくないぶん、セミナーのスピーカーととても近い距離で話を聞くことができるのが魅力。パーティでも、審査員や受賞者の方と気軽に話しかけることができ、とてもフランクな広告祭だったように思う。英語に不安はあったが、セミナーには同時通訳もあり、海外の方々も親身にコミュニケーションして頂けたため、不自由なく5日間を過ごすことができた。個人的に、今回の研修で強い刺激を受けたので、この熱をこれから現業で活かしていきたい。

会社名 <電通>

名前 <大浦 芳久>

スパイクスのみどころはメイン会場で毎日おこなわれるスピーカーの講演です。ここでは、英語の苦手な人でも難なく理解できるよう、同時通訳のヘッドセットが用意されています。会場の規模もほどほどで、すこし早めに入れば、最前列で聞くことができます。作り手から聞こえてくるのは、仕上がった広告とはまた別の面。それは広告がカタチになる前の「問題のつかまえた」のようなもの。つき抜けた表現をする人たちはおしなべて、課題の捉え方からつき抜けています。人の苦悩や喜びをだれよりも深く洞察している。人というものがいかに興味深く、その人たちが作ったものは、とても人間臭いものでした。

会社名 <メトロ アド エージェンシー >

名前 <池亀 茜>

今回 Spikes Asia 2017 にて実際にセミナーに参加して、ショートリストを見たりするまでは、きっと AI やビッグデータ等を駆使したような最先端を追った広告展開が多いのだろう、そう考えていま

が整理されていたおかげで当日はとても効率良くセミナー聴講ができました。会場では関係会社スタッフやエージェンシーのクリエイターとバッカリ会うことが多々あり、海外セミナーとはいえとても身近なものに感じられました。インターネットで見ていたスパイクスアジアの世界と最前線で活躍するクリエイターの熱量を直に感じることで、普段の業務での課題も多く感じる事ができたので、とても貴重な体験となりました。



した。しかし、実際私が目にした作品の多くは「シンプルなアイデアと仕組み」によって人々を自発的な行動に繋げるものが多くあったように感じます。

ところで、私の現職は営業ですが、今回ご参加された方々の中で営業職に就かれている方はそう多くはなかったのではないかと思います

会社名 <花王>

名前 <西川 千聡>

コピーライター 9年目ですが、海外の広告祭への参加は今回が初めてでした。

変化の時代の中で、去年は人工知能や VR など、技術的なトピックスも多かったと聞いていましたが、今年はとてもハートウォーミングな印象を受けました。

人とのつながり、ジェンダーレス、ボーダレス、環境、安全など、テーマも「人」そのものだったように思います。講演の中でも、「変化の



ます。その為、この研修において私が一番「参加して良かった！」と思えたのは、他社のクリエイティブ職の方々のお話を聞いたり、考えを共有したりすることが出来た、という点でした。同じ広告業界で働いていても、これ程に考え方や捉え方が違うのだと、とても勉強になったと共に刺激にもなりました。

会社名 <ADK インターナショナル>

名前 <川崎 高秀>

初めての海外研修で不安と緊張の中での参加でしたが、JAAA 主催の准田さんによる事前 TIPS もあり、期間中の注目セミナー



時代でも、人のこころを惹きつける根本は変わっていない」というようなお話を聞いて、どこかほっとしたような気持ちもありました。

また、自分と同じようにクリエイティブや広告にかかわる同世代の仲間がたくさんできたことも刺激になり、貴重な経験でした。



会社名 <電通アドギア>

名前 <山本 航>

SPIKES ASIA のセミナー・会場自体はクリエイティブ職の方向けというイメージがありましたが、営業職の私にとっても非常に刺激的な3日感でした。

日頃の営業活動や企画作業の中では思いつかないような、最先端のアイデアや広告手法に触れ、改めて広告が果たす役割を考え直すきっかけになりました。ついクライアントの商品やサービスばかりに頭が行きがちですが、SPIKES ASIA に出展されている事例はそれぞれの国や地域の課題を常に意識し当事者意識を持っているからこそ生まれる発想だと思います。今回見聞きしたことは自分の今後の営業・企画する上での思考の刺激になるだけでなく、クライアントとのコミュニケーションの中でも生かすことができそうです。



会社名 <J R 西日本コミュニケーションズ>

名前 <三角 俊夫>

営業という立場で、こういった海外クリエイティブの催事に参加できたことは大変刺激になりました。想像以上に色々と考え抜かれたキャンペーンやクリエイティブが多く、あっという間に最終日になっていました。

私個人としては、クリエイティブの中身やキャンペーンの仕組み等にも刺激を受けたのですが、そういった面白い取り組みを実現させようという流れを作り出した、賞を取ったエージェンシーの組織力に刺激を受けました。

後は自分の語学力の無さでしょうか、こちらも今後を考え精進します。ありがとうございました。



AI はどのように世界を変えるか？

参加者が壁に手書きで、AI が 変える広告界、その先の未来を、ホワイトボードに書いた、書いた、書いた、そして共有した。。。。。。。いったいどんな未来が待っているかを、具体的にイメージすることが 参加者はできたと思う。

会社名 <ハウス食品>

名前 <板倉 慶輔>

今回、参加させて頂きまして有難うございました。

「広告」の本質に本気で向き合う世界中の方々と共に、世界中の広告に触れることで、大きな刺激を受けると共に、非常にチャレンジングで面白い業界に身を置いていることを改めて実感することが出来ました。

少し未来の、そして業界全体を考える、普段ではなかなか無い機会となり、かつ自身の直近の仕事にどのように活かすことが出来るのかを考えながら参加することで、すぐに活かせるような発見もありました。このような機会があればまた参加したいと思います。



同行 JAAA 事務局 のまとめ

荒木 利孝 (日本広告業協会 常務理事)

これからの広告にとって得べき情報がアジアにあるのか、広告会社の若手がアジアから何を手に入れることができるのか、を課題として Spikes Asia に参加。結果、Spikes だからこそ得られるノウハウ、アウトプットなど、得るべきものは多かった。

特に、アジアには、発展途上だからこそ根付く課題があり、その解決こそが広告の役割である、という強い意志を持ったクリエイターたちが多くのアウトプットを出しており、Spikes の受賞作品やセミナーもこれらが中心となっていた。アジアならではの課題かもしれないが、こういったソーシャルテーマに対して「アイデアで世界を変える」というメッセージが強烈に残ったセミナーだった。

参加者も概ねセミナーには満足してくれており、若手にとって意義のある研修だといえると思う。今後は、得た知識をどう会員社若手に展開できるか、協会各社へのフィードバックができないか、というテーマを検討・実施し、また、来期以降の研修に生かすことを考えたい。

海外研修ツアーは、参加者に多くの気付きを与えてくれるものではあるが、それを現場でどう生かせるかが、結果的にそのツアーの成果となる。アジアの広告が目指している現実を知り、その視点で日本の広告にチャレンジし、広告業界を変えてくれるであろう若い力に期待したい。

<了>

スパイクスアジア2017研修ツアー

概要

■日程

2017年9月26日(火)～9月30日(土)

<5日間>

■訪問都市

シンガポール

■参加費 ※スパイクスアジア登録料を含みます。

・276,000円(年齢制限なし)

・289,000円(年齢制限なし)

アーリーバード終了に伴い<7月14日料金改定>

・224,000円<変更なし>

(28歳以下で1988/9/30以降に生まれた方)

■申込締め切り

2017年8月4日(金) <締切以降飛行機・ホテル代がUPします>

■スパイクスアジア2017研修ツアー・事前研修会

(参加者限定)

日時 平成29年9月12日(火)

16時～17時30分

場所 電通銀座ビル・8階・共用会議室

■プログラム 事前研修(16時5分～16時45分)

・テーマ「スパイクスアジア参加におけるTIPS」

・スピーカー 准田 哲哉氏(わいだ てつや)

(博報堂 データドリブンマーケティング局グローバル
データマーケティンググループマネージャー)



(プロフィール)

デジタルやデータを活用したマーケティング領域の戦略プランニング、マネジメント、事業開発、グローバル展開を主に担当。自動車、IT、精密機器、家電、EC、化粧品業界を中心に、デジタルシフト、データ分析、DMP活用、組織開発といった企業のマーケティング高度化のサポートを行う。アジア・中国の海外業務にも精通。APAC エフィー2016 審査員。アドタイジングウィークアジア in Tokyo 2017 の JAAA セミナー スピーカーとして登壇。

・他に 参加者自己紹介、旅行社説明(日通旅行)を実施。



■宿泊ホテル V ホテルラベンダー

(V Hotel Lavender) ★★★★★

70 Jellicoe Road, Singapore 208767

TEL +65 6345 2233

* 地下鉄直結の便利なホテル。

スパイクスアジア会場まで2駅。

* 本ホテルはバスタブなし、シャワーのみ。

日程表

	月 日 (曜)	発着地名/ 現地時刻	交通 機関	摘要	食事
1	9月26日(火)	羽田空港 9:15 発→ シンガポール 15:15 着	SQ631 専用車	空路(直行便約7時間)シンガポールへ。 チャンギ国際空港到着後、ホテルへ移動。 ★夜、共通会食(懇親会) (シンガポール泊)	朝 × 昼 機 夜 ○
2	9月27日(水)	シンガポール		スパイクスアジア参加 ※登録 ID パス受け取り (シンガポール泊)	朝 ○ 昼 × 夜 ×
3	9月28日(木)	シンガポール		スパイクスアジア参加 展示視察・セミナー参加 (シンガポール泊)	朝 ○ 昼 × 夜 ×
4	9月29日(金)	シンガポール		スパイクスアジア参加 表彰式・アフターパーティー (シンガポール泊)	朝 ○ 昼 × 夜 ×
5	9月30日(土)	シンガポール 13:55 発→ 羽田空港 21:50 着	専用車 SQ634	ホテルロビー11:00 集合、チャンギ国際空港へ 空路(直行便約6時間半)羽田空港へ。 着後、解散。	朝 ○ 昼 機 夜 ×
SQ=シンガポール航空。					

<作成> 2017.10.27

一般社団法人 日本広告業協会 JAAA 海外交流委員会

事務局住所 ; 〒104-0061 東京都中央区銀座 7-4-17 電通銀座ビル 8F

電話 03-5568-0876 FAX03-5568-0889