新春のひと・こと

わっしょい

会長 高嶋達佳

あけましておめでとうございます。

いよいよ東京2020オリンピック・パラリンピックを迎えます。これは日本だけではなく世界中が待ち焦がれた大イベントだと言えるのではないでしょうか。

選手たちは2020年を目標に日々の努力を重ね、オリンピック・パラリンピックの出場権を勝ち取りメダルを獲得し母国に持ち帰ろうとしています。

また、大会組織委員会では、オリンピック・パラリンピック期間中には世界から関係者・観戦者は1000万人を超えると想定しているようで、国際色あふれる日本となるでしょう。

このようにオリンピック・パラリンピックは大イベントですが、日本で夏にかけて行われる「お祭り」も活気あふれるイベントではないでしょうか。お祭りでは老若男女問わずお神輿を担ぎながら威勢のいい掛け声をかけて練り歩きます。その掛け声はいくつもあるようですが、代表的な掛け声として「わっしょい、わっしょい」があります。

「わっしょい」の語源も諸説あり、ひとつに「和を背負う」という説があるといいます。「和」は古い時代の日本を称する「倭」を同音から「和」としたことによる「日本を背負う」と解釈されたり、人と人が仲良くしてみんなでお神輿を担ぐので「和を背負う」と解釈されたのではと物の本にあります。

さらに、聖徳太子が作ったとされる十七条憲法の第一にある「和を以て貴しと為す」の精神に通じているとも言われています。

こんなことを調べていると、昨年開催されたラグビーワールドカップ2019日本大会のことを思い出します。日本が予選プールを突破し準々決勝に進みベスト8まで進んだことは日本中を沸騰させてくれました。

そして、日本チームのスローガン「ＯＮＥ ＴＥＡＭ」は、外国人や若手からベテランまでさまざま選手がいるなかで、一つになって戦うことを込めたメッセージだそうです。「ＯＮＥ ＴＥＡＭ」は2019年の流行語にも選ばれましたが、それは「わっしょい」と同じ意味をもつものではないでしょうか。

いま広告業界には様々な課題があります。その課題に向き合うためには単体では解決が難しいので、広告に関連する業界が一緒になって取り組んでいかなければならないと思います。

あらためて、皆様のご協力を頂けますよう、本年もよろしくお願い申し上げます。

株式会社 電通　相談役

新春のひと・こと

広告の仕事が輝き続けるために

理事長　**成田純治**

あけましておめでとうございます。

令和最初の新年を迎えました。

旧年中は、会員各社のみなさまより多大なるご支援を賜りました。この場をお借りし、あらためまして御礼申し上げます。

昨秋、開催された「ラグビーワールドカップ日本大会」が日本全国にもたらした興奮と感動は記憶に新しいところです。そして、いよいよ今夏、56年ぶりとなる「東京オリンピック・パラリンピック」が開催されます。

日本ではこの世界的大イベントの他にも、5Gの実用化、IoTやAIの進展、キャッシュレス施策の推進など、社会や人々のくらしに変革をもたらす事象や技術の実装が相次ぎます。

生活者の間には期待と不安が交錯しつつも、「この変化に飛び込んでみよう」という前向きな気運が広がっていくと思われます。

広告業に従事する私たちには、数多くの方々と協力してイベントを成功に導き、さまざまな変化や気運を好機と捉え、日本社会に活気と新たな価値を生み出すことが課せられる一年となることでしょう。

そして今年、当協会は創立７０年目となる節目の年を迎え、１００周年に向けた新たな３０年へと漕ぎ出します。

この航海で最も重要なことは、広告の仕事がこれからも輝き続け、若い人たちにとって夢を実現できる魅力的なものであり続けることです。そのためには、未来を担う多様な人材が集まり、それぞれの個性と能力を存分に発揮できる環境を整えなければなりません。

当協会では、「人材の確保・育成」施策の一環として、昨年来チャレンジしてきた広告会社の若手社員や学生のみなさんに向けた新たな取組みの数々を、さらに進めていきたいと考えています。加えて、その前提となる「新しい働き方」の確立を目指していきます。

次の時代を担う人たちにとって、希望に満ちた広告業をつくるために、今年も会員各社の力を結集していこうではありませんか。

2020年がみなさまにとって素晴らしい年となりますよう、心からお祈りいたします。

株式会社 博報堂　取締役相談役

新春のひと・こと

広告を魅力ある、価値ある仕事に

副理事長　植野伸一

新年あけましておめでとうございます。

本年は子年、十二支の始まりの年です。種を撒き、それが芽生え、新しい息吹を育んでいく年ともいえるでしょう。さまざまな変革が進む今、あらためて、新しい未来が生まれていく期待を感じています。

広告業界も今、新しい芽が生まれ、育っていく時期といえるでしょう。デジタルインフラは日々の生活に定着し、オンとオフがシームレスにつながる新しい消費行動が進んでいます。消費者が広告に触れる環境が大きく変わり、日々、新しい広告コミュケーションが生まれているといっても過言ではありません。変革の時代はチャレンジの時代であり、新しいことにトライしたいと考えている人にとっては、広告は魅力的な仕事だと感じるはずです。しかし少し残念なことに、昨今、広告業界は働き方の課題や景気の影響などもあり、かつてのように就職を目指す学生の人気企業の上位に挙がってこなくなったのも事実です。私は広告という仕事を、ますます魅力的で価値のある仕事へと成長させ、それを社会に周知していきたいと考えています。そのためには健全で有意義な新しい働き方を実現し、広告会社が提供するソリューションを進化させ、これから社会を担う人々にとって、ますます魅力的な仕事になるよう変革していかなければなりません。

昨年JAAAではSDGsのポスターを募集しました。結果、多くの応募作品が寄せられ、広告業界で働く一人ひとりが、未来に向けて持続可能な社会を実現するために「自分たちに何ができるか」について大きな関心を寄せていることが伝わってきました。広告は課題をアイデアで解決していく仕事です。その力を最大限に発揮し、より良い社会の実現をサポートしていくことも、私たちの重要なミッションです。大きな志を持ち、これまでにないものをつくりだすチャレンジをすることこそ、広告づくりの魅力であり、AIをビジネスに活用する時代となっても変わらぬ価値を持つ仕事になります。またそういった未来志向であることが有能な人材を集め、広告のさらなる発展につながっていくことでしょう。

オリンピック・パラリンピックイヤーとなる今年は、新しいインフラの構築、インバウンドのさらなる活性化、生産性の高いワークスタイルの確立などを基盤に、経済の好転も期待できる年でもあります。皆様におかれましても、試みが芽吹き、さらなる飛躍の年となりますようお祈り申し上げます。

株式会社 ADK ホールディングス
代表取締役社長 グループ CEO

新春のひと・こと

日本の素晴らしさを、世界に示してくれました。

副理事長　**岩井秀一**

令和となって、初めての新年を迎えました。昭和天皇ご崩御による平成への御代替わりとは異なり、令和の時代は祝賀ムード一色で始まりました。新しい時代への期待にあふれた改元となりましたが、それに呼応するように日本中に興奮と感動を呼び起こしたのがラグビー日本代表の活躍です。当初は、ラグビー伝統国以外で初のワールドカップ開催であるため、動員をはじめ大会の成功を疑問視する向きもありました。さらには、日本代表の半数の選手が外国出身者で、戸惑いを覚えた人も少なくなかったと思います。しかしふたを開けてみれば、国内でも世界中からも絶賛される大会となりました。

「このチームにはダイバーシティがある。色々な背景を持った選手がお互いに学べる。日本の未来を先取りしている」。ワールドカップ開幕直前のリーチマイケル主将の言葉です。大会が近づくにつれ知られるようになった代表選手たちの物語。かつてないハードワークと国歌の意味まで知るほどに文化への理解を深めて、日本の勝利のために「ワンチーム」を目指す日本代表への期待が高まっていきました。

相手をリスペクトし、試合が終われば敵味方の区別なくお互いに健闘を称えあう、ノーサイド。礼に始まり礼に終わる日本伝統の武道に通じる精神がありまし。にわかファンも数多く生まれたそうですが、品位、情熱、結束、規律、尊重とラグビー憲章にうたわれるこの競技の持つ価値が、私たち日本人の強い共感を呼び起こしたのだと思います。日本代表戦以外の試合にも予想を上回る注目が集まりました。

そしてもうひとつ忘れてならない成功の要因は、試合以外で発揮されたおもてなしの心です。７つの開催都市や全国５５か所のキャンプ地は工夫を凝らして各国チームを歓迎しました。子どもたちのハカ、微笑ましかったですね。観戦のために来日した人々との温かい交流がスタンドでも街中でも見られました。マスコット・キッズが出場国の国歌を一所懸命に歌う姿はまさにその象徴で、世界中から大きな反響を呼び起こしました。感謝の気持ちの表れでしょうか、各国の選手は試合終了後にスタンドに向かってお辞儀で応えるようになりました。

さて今年は、十二支の始まり「子」年。新たなスタートの年です。いよいよ東京オリンピック・パラリンピックが開催されます。ラグビーワールドカップを通じて世界中に発信された日本と日本人の魅力は、ますます多くの人を呼び寄せることでしょう。

本年も何卒よろしくお願い申し上げます。

株式会社 大広　相談役

新春のひと・こと

節目のその先へ

副理事長　石井　直

謹んで新年のご挨拶を申し上げます。

いよいよ2020年を迎え、東京オリンピック・パラリンピック開催の年となりました。ここ数年、様々なイベントや節目がありましたが、日本が一丸となって目指してきた大きな節目の一つが、このオリンピック・パラリンピックであると言っても過言ではないと思います。

世界的なイベントは開催国に大きな変化をもたらします。1964年東京五輪の際にも、各種建築物や、首都高や新幹線といった移動手段の開発、日本の食文化の繁栄、ピクトグラムに見るグラフィックの躍進など、私たちの生活は大きく変化しました。

今回も国内組織委員会では、オリンピック・パラリンピック開催後にも人々に価値あるものを提供できるよう、アクション＆レガシープランを策定しています。閉会したら終わりではなく、2021年以降も私たちの意識、生活に様々な変革をもたらすものと期待しています。

私は昨年この場で、「節目とは、変化の起点でもある」と述べました。広告業界の歴史を振り返りますと、時代の潮流にあわせ変化の波はありましたが、ここ数年の波は大きく、また予測することも難しいほどに急激な流れの中にあります。しかし先人達は、変化を広告業界の新たな起点と捉え、柔軟に強かに対応してきました。そこには、「広告は人々の生活を豊かにし、社会を元気にする力がある」という、広告業界の原点を信じていたからではないでしょうか。

今年は十二支にたとえますと子年にあたり、一巡のサイクルが再び始まる最初の年です。また、当協会の設立70周年にあたる年でもあります。この大きな節目を意識し自ら変化を起こし、“節目以降に何を生み出していけるのか、次世代の広告業界に何を残せるのか、これからの広告業界はどうあるべきか”、いま広告業界に携わる一人として、考えてまいりたいと思います。

結びに、皆さまのご多幸とご繁栄を祈念し、新年のご挨拶にかえさせていただきます。

株式会社 電通　会長（顧問）