

# 広告バカが語る、JAAA懸賞論文

—今年50回を迎えるJAAA懸賞論文。半世紀続く本事業の知られざる魅力、そしてこれからの可能性とは？  
今年の募集コピー「広告バカの祭典」にあやかって、広告を愛してやまない「広告バカ」の現役審査員が語りました。

ADKマーケティング・ソリューションズ 統合チャネル  
戦略センターデータソリューション ユニットシニア・アナリスト

朝日広告社 デジタルメディアセンターセンター長

オリコム 企画制作本部データソリューション開発室  
シニアディレクター

博報堂 第二プランニング局ストラテジックプランニング三部  
ストラテジックプランニングディレクター

フロンテッジ メディアマネジメントディビジョン広報チーム  
マネージャー

読売広告社 コミュニケーションデザイン統括エグゼクティブ  
ディレクター

宇賀神 貴宏氏 (司会)

大城 勝浩氏

白土 栄次氏

伊藤 耕太氏

中西 知行氏

浜田 茂氏



## 過去10年間の受賞作品が示すもの

**宇賀神** JAAA懸賞論文は、今年で50周年を迎えます。この10年間は広告業界の曲がり角とも言われて、色々なことがダイナミックに変わっていった時代でした。その時代変化に対応するように、応募作品も色々なテーマが書かれてきました。

過去10回の受賞作品で語られたことを通じて、この10年間でどのような時代だったのか、振り返ってみたいと思います。

**白土** インターネット広告費がこの10年間で拡大したように、デジタル、インターネットがベースにあります。10年間の前半は、SNSで話題をつくるとかそれがどんな影響を及ぼすかという話でしたが、5年くらい前からAIやブロックチェーンなど、デジタルテクノロジーが出てきてそれらが広告にどう影響を与えるか、という流れでした。

並行して、ソーシャル、CSR、パーパスなど、単なるマーケティングだけではなく社会に対する広告の機能や、求められる役割が語られてきました。

**大城** 広告会社の活動領域が、コミュニケーションから生活全般に広がってきて、逆にどうしようと逡巡したのがここ4、5年の作品だったと思います。我々はコミュニケーションだけやっていて良いのだろうかという振り返りが印象的でした。

**浜田** 10年くらい前の作品から100年に一度の大変革期と言われ、マス広告の危機が叫ばれている中

でどういう活路を見出していくのが、色々な広がりを探る一方で、“広告ってどういうものだった？”と、本質を問うような議論が出てきた気がします。短期的な最適解を探るだけが広告じゃない、もっと他の広告の姿があるのではないかという視点の提案が特にここ数年でした。

**中西** 広告業界が広がり過ぎているからこそ見えてらなくなっている“広告の本質”を見極めるといった流れがありましたね。受賞作品を見ると、AIやブロックチェーンといったテーマが出てきた後に、広告の本質を問い直すという作品がありました。広告業界は広がらなきゃいけないし変わらなきゃいけないんだけど、我々の軸って何だったかと明確にしようとする動き、広がりや揺り戻しがあった気がします。

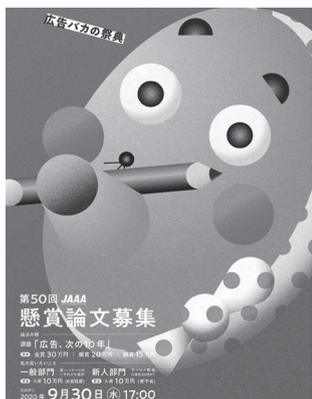
**伊藤** 桑原理事のコメント（後述）にもありますが、若者の視点が表れやすい場だと思っています。クリエイティブ作品のアワードは、実績や予算といった要素が多かれ少なかれ影響しますが、JAAA論文新人部門の良い点は、実績のない新人でもいきなり書いてしまう点です。生活者としての広告に対する見方が、ある意味クリエイティブ作品のアワードより鋭敏に出やすい、なので未来予測的な性格を持っていると思いますし、それを受け止められる場所であって欲しいと思います。

この10年間の受賞作品タイトルのワードクラウド（JAAAサイトに掲載）を見ると、名詞が多い時代から動詞が目立つ時代になってきているなどと思いま

す。名詞で語れるものは意味が確定しているものという気がします。直近第49回のタイトルは、解き明かす／乗り越える／向き合う／生み出す／支える／探る…など動詞が多く、垣根を越えていく、ボーダーを押し広げていくという書き手の意思が反映されていると感じます。あまりまだ意味が確定していないものを探りたいという様が伺えます。

広告に関する論文募集事業は他団体等でも実施しており、それぞれに役割がありますが、今までの傾向から外れる論文でもJAAAだったら受け止めてもらえるかもしれない、という期待感があります。広告業界自体が動的になっていることに対して、それを受け止められる柔軟性、懐の深さがちゃんと用意されているというのは、業界にとって良いことだと思います。

**大城** 今回の募集コピー「広告バカの祭典」にも特徴がありますね。この論文は、もっと野に下りて街に出ているところの視座だから、何でも飲み込めちゃうという許容があると



思います。  
**浜田** 今回の座談会の企画意図でもありますが、JAAA論文の本当の姿を分かって欲しいという思いがあって、今の話が正にそこを語っていると思いました。実際に経験をお持ちの方も、今の仕事の地続きの中で思ったことを意見として表明していける場です。新人の方は、社会人になって今までの自分との差が出てきてしまうと思いますが、広告業界はうまく設定すれば社会人の自分と今までの自分を繋げていくことが出来るすごくユニークな業界で、新人の方は論文に今までの自分の視点を活かせる。それが面白いし価値がありますね。

### 受賞作品を読むことの意義

**宇賀神** 読み手にとってJAAA論文とは何かという点を考えてみたいと思います。書かれていることが

数年後に確かに話題になっているというような、未来予測的な側面があると実感することがありますが、読み手にとって受賞作品は何を表しているのでしょうか。  
**白土** 私がいつも読んで思うことは、広告の受け手として許容できない事柄に対して、皆どういう風に向き合っているのかなという点です。インターネット広告はどんどん伸長していますが、ステマやリタゲなどの課題があって広告の受け手としては思うところがあります。そのせめぎ合いみたいなものを皆どう折り合いつけているのか、ということが分かって、自分の考えに変化が起きました。ずっとアレルギーのままだったかもしれないものが、ちょっとずつ緩和された気がします。

**伊藤** 仕事の中で書かれるドキュメントって、プレゼンだったらクライアントだったり、社内レポートだったら上司だったり受け手が明確です。この論文は審査員と面識ないしテーマも変わるので、忖度がしにくいと言えると思います。上司のレポートに書くには躊躇することもここなら思い切り本音を書ける(笑)。会社と違う見方をしているけれど、もしかしたら次の時代をつくるのは本音のアイデアの方がかも知れない。オフィシャルな見方と生身の見方、意外と後者を発表できる場所ってないのかなと思いました。

ですから個人的には審査基準も一義的にしない方が良いと感じます。良い意味で柔軟にしておく、むしろ皆さんの作品が次の我々の審査基準を作るといような、審査員側も動的であって良いのかも知れません。知的好奇心を刺激してくれるものを取り上げるというか、せまい意味の“審査”とは違うのかも知れないですね。

**浜田** 集合的無意識というのがありますが、どこに向かって広告が発展していくのか、なかなか先が見えないなかで、色々な人の意見が集まってくことで結果的に流れが出来てくる。それが積み重なったものがこの論文だし、それを読むことで自分の中にもある種の芽生えができて思いもしなかったような発想が生まれる、というメリットが読み手の方にはあると思います。私自身、刺激と様々な視点を得られ続けてきました。

**大城** 私は正直審査員になるまで、きちんと論文集

を読んだことがなかったのですが、読むプロセスで得るものがたくさんある。この論文は業界の集合知みたいなものなので、自分が考えている未来・方向性との一致あるいはずれを確認できる場所になっています。届いていないのだとしたら、残念だし勿体ないと思います。

**中西** 伊藤さんが第49回論文作品集で書かれていましたが、世の中に対して初めての意見を問う姿勢というか、「あ、ものすごい真理を見つけちゃったかもしれない」という広告に関する発見、アイデアを遠慮せずに応募いただけると良いと思います。JAAA論文はそれらを幅広く受け取れる土俵です。またそういう発見によって広告業界がリフレッシュされていくので、それを望んでいる業界でもあると思います。対会社と見ると競合ですが、横並びで見ると同じ広告業界というフィールドで働く仲間なので、新しい考えや見解をどんどん出してもらいたいです。

**宇賀神** 伊藤さんは以前、この論文には業界の危機意識が反映されていて“炭鉱のカナリア”という言い方をされていましたが、こちらについてご説明いただけますか。

**伊藤** 冒頭の発言とも重なりますが、特に近年、広告の作り手と受け手の境界が融解していて、広告業界にいる人と学生の間に本質的な差が見出しにくくなっています。生活者として広告に接していた新人が執筆すると、そこには新しい面白さ、新しい問い、新しい倫理的危機などが鋭敏に描かれやすいと感じています。第49回の新人応募作品を見ても倫理を問うものがすごく多く、書き手がシリアスに受け取っていることを強く感じました。

**大城** 40～50代くらいの年代は、共通の体験をしてきて共通の倫理観を持っていると感じますが、今の新人の方は、比較的小さな個々の集団を経てきて、倫理観も一つではないと感じます。「そういう考え方するんだ」と思ってもなかったようなところから球が飛んできて、とても刺激を受けます。業界に入りたての普通の人としての感覚と、ずっと広告業界の中で働いてきた中の人との感覚のずれがあって、新人部門から刺激を受けるのはそのためかと思いました。

**宇賀神** 特に生活者に近い新人の方の生々しい作

品を読むと、いま何が本当に問題になっているのかというのを感じられる。それがカナリアに近いということでしょうか。

**伊藤** とはいえ、危機意識は持ちつつも業界に入っている人達なので、可能性も感じていると思います。そういう意味ではポジティブなカナリアであると思います。

**白土** 第46回新人部門入選の『鹿児島実業』のような作品は、新人だから書けることだと思いました。実際に鹿児島実業に行ってそこで得た体験を広告に結びつけている。とてもフレッシュで良いですし、こういう作品を採用したいといつも思います。

### 書き手にとって論文応募のメリット

**宇賀神** 書き手にとっての意義について触れたいと思います。中西さん、伊藤さんは受賞経験者としてのお立場から、受賞して良かった点や受賞後の変化など、ありますか。

**伊藤** 皆さん一緒だと思いますが、自分の仕事とか仕事を通じて考えてきたことの非常に良い棚卸になります。モヤモヤしていたものが、論文という形に落とし込むことによって初めて語れるものになる。思っただけだったらパワポでも出来るかも知れませんが、思っただけでは論文は書けません。個人的な思いをどうやったら社会的な課題に転換できるか、この作業は非常に大変ですがやっておくととても良いです。色々な表現方法がありますが、論文という形式を堅持している良さはあると思います。

また受賞したことで、自分の作品内で引用させていただいた先生の研究会で発表したり、広告業界以外の方から読みたいという声をいただいたり、仕事だけしては広がらない縁に出会えたことが良かったです。

**中西** 書いて良かったと思うのは、一つのパッケージとしてまとめたことです。感覚としては大学の卒論に近いというか、今自分が考えていることや、何となく答えを出したいなとモヤモヤ思っていることに対して、自分で問題を見つけて調べて書いて答えをひねり出した、その一連の作業を自分で行い論文の形に仕上げた、という経験は良かったですしこの作業は大事だと思います。

**伊藤** 私も何回か書いてきて思うのは、問いがあまり良くないと、書いても書いても良いものにならないということです。結論としては絶対的に良いことを書いていても、出発点の問いがふわふわしていると良いものにならない。良い問いを見つけている人、そういう人が集まっているのがこの論文なのかも知れませんが。書き手の立場から見た時に、自分の中に問いが澱のように溜まって来る時期がありますが、そういう人達が多い業界って良いなと思います。言われたことだけをやるんじゃないかと、自ら問いを立てて自分が解かなくちゃいけないんだと勝手に使命感を感じるような、そんな人達が増えてくると、良い業界、アクティブな業界になるんじゃないかなと思います。

### 応募者へのメッセージ、期待すること

**宇賀神** 最後に、これから書く方に向けてのメッセージや、応募作品に期待することをお聞きしたいと思います。

**中西** JAAA論文作品からワクワクするような名作というか、名キャッチフレーズのようなものが出てくると良いなと思います。10年程前にレイ・イナモト氏が「広告の未来は広告ではない」と発言されましたが、変化の本質を見通して真に迫っているフレーズだと思います。今までの論文作品も未来を見通すヒントがたくさん含まれていますが、今後10年という益々見通しにくくなって来る業界を、どう射貫くか。その視点を非常に期待します。

**白土** 新人の方にも書いて欲しいですが、30～40代の方にも書いて欲しいですね。最も多忙な年代だと思うので大変だとは思いますが、今回の論文テーマ「広告、次の10年」の10年で、自分の今後の10年と考えるとこの年代ってとても切実だと思うんです。その人達が真剣に考えたらものすごく面白い作品が出てくると思います。

**浜田** 先程お話にもありましたが、良い問いを見つけて欲しいですね。この懸賞論文は、正解というより新しいものを創っていくためのきっかけになる場だと思います。その始まりとなる問いがあると、それをきっかけに気付きが増えて、妄想が構想になって計画になって現実になる、そのステップがここから始ま

るんだと、思ってもらえると良いなと思います。

**伊藤** 新型コロナウイルスが世界中の生活やビジネスに影響を与えて全てが変わったので、一時的な答えはこれです、と示すのが難しい回だと思います。逆に言えば伸び伸び書ける、何でも書ける(笑)。このチャンスを活かして、自分なりのニューノーマルを示して欲しい。想像するニューノーマルに対してどんなリサーチクエスチョンで臨むか、“何を問い直したか”という点に注目したいと思います。

**大城** ここ数年思っていたのが、潮流に乗っかっていく作品が見られるということです。トレンドや常識に乗って良いこと書いて当てにいくよりも、自分の中にあるものからちゃんと取り出して、違うかなと思ってもぶつけてみるというのが一番響くかなと。ニューノーマルという言葉がありましたが、この前提本当かなという疑いや、自分は何が好きで何を大切にしたいと思うだろう、というところからスタートするのもありなのかも知れませんね。

**宇賀神** 色々な前提が疑わしくなっている中で、他の人が言われていることか流れに乗っかっても仕様が無い。「広告バカの祭典」という募集コピーに込めた想いが正に、他の人にとられることなく、自分の中に溜まったモヤモヤから問いを立てて、発信してもらえると良いのかなと思います。

**浜田** 「広告バカ」って広告に対する強い情熱を持って突破しようという心意気をもった人達で、その人達にその心意気を存分に発揮してもらいたい。広告が好きとか広告の可能性を信じている思いを爆発させて欲しいです。

**中西** これだったら良い点取れるだろうというのではなくて、粗削りでも良いからこの論文という場を使って、私達に、業界に、ぶつけてもらいたいですね。そんな作品に出会えることを楽しみにしています。

\* \* \*

JAAA懸賞論文は、経営層から見るとどのような賞で、どんな点が評価されているのだろうか。東急エージェンシーの代表取締役会長で、JAAA人材育成委員会担当理事の桑原常泰氏に話を聞いた。(聞き手: 浜田茂氏)

——本日はお忙しい中ありがとうございます。まずは、人材育成委員会の担当理事としてのお立場から、JAAA懸賞論文についての印象をお聞かせいただけますか。

**桑原** この懸賞論文は、JAAA会員社のベテランから若手まで、幅広い方に応募いただいています。特筆すべき役割というと、若い方達が業界の問題や課題を見つけ、それに対し“次世代を担っていく自分はどうか”を主張する場だということです。いま世の中が大きく変わり、業界の隙がなくなってきて受け手側の感覚の人達が増えてきていますが、若手の方々も、これまでは広告の受け手側で消費者に近い存在でした。広告業界に長らく従事している私達にとって、そうした人達がどう考え、どうしていきたいと思っているのか、そうした視点に期待感を持ちますし、作品を楽しむ理由の一つになっています。

そういう意味では、今後ますます業際がなくなっていくと予想される上で、応募を日本語に限定せず海外国籍の方がネイティブ言語で参加できる仕組みや、広告会社外の人達からも作品を受け付けられるなど、多様な視点・価値観に触れられるようになれば、もっと面白いですね。

一方で、受賞作品が業界に広く共有されると言えないのでは、という課題を感じます。せっかく、何百編という応募の中から選ばれた作品なので、もっと多くの人に読んでもらえると良いと思います。そのためには、共有するための仕掛けづくり、サポートが必要なのではないでしょうか。もう一つ、いま「選ばれた」という言葉を使いましたが、JAAAで使用している「懸賞論文」「入賞」「入選」という言葉がちょっと固い気がします。こうした言葉が、もし応募の枠を狭めているのだとしたら勿体ないと思います。選ぶとか募集するという視点よりも、むしろこの論文事業から何を広げて、どう活用していくか、どう共有していくかという点が大事な気がします。

——共有の促進については、今後の論文事業の一つの課題かも知れません。

今度は経営者としてのお立場として、この懸賞論

文をご覧になるといかがでしょうか。この事業はある種ポトムアップだと思いますが、こうした取り組みは、広告業界の可能性を広げていく上でも、経営者として刺激になりますでしょうか。

**桑原** 二つ大きな意義があると思っています。経営者の立場から、会社が世の中に向けて変わってってもらいたい、社員が強くなって欲しいと常々思っています。“強く”というのは色々な意味がありますが、論文受賞に至らなくても、業界の課題を見据え、その課題を乗り越えて自分はこう進んでいきたいと自ら考え、まとめ、それを皆に知らしめる。このプロセスを経ることで社員一人一人が強くなっていく。広告会社というのは基本は人なので、このプロセスはとても大事だと思いますし、そのきっかけがこの懸賞論文だと考えています。

もう一つは、各社カラーがあるように、自分の会社の中にいると風土やイメージがある程度固まってきます。それが論文を読むことで、世の中にはこんな課題があるのかという発見や新しい発想に出会えます。普段接している仕事の枠、カラーの枠から、触覚を刺激されて枠外の様々な変化を感じ取り、知ることができる一つが、この懸賞論文だと思います。

——最後に、JAAA懸賞論文に期待することをお聞かせください。

**桑原** 繰り返しになりますが、受賞作品や、数年前からJAAAサイトに掲載を開始したファイナリスト作品が、広く業界に広がっていきけると良いと思います。共有が出来れば、業界としての底上げになり、業界の強みにつながります。

——本日は、貴重なお時間をありがとうございました。

