

JAAA第52回懸賞論文 エントリー説明会

**(株)博報堂 法務室 法務ディレクター 弁護士
松倉 俊光**

本日のねらい

論文執筆のハードルを下げること

「あっ、自分でも書けそうだなぞ！」



- ・ 広告会社歴 3 年半、しかも法務
- ・ 初めての応募

なのに、なぜ評価してもらえたの？

① 「自分ならではの」の切り口・視点

●目的

- ① 広告業界全体から **知識や課題、アイデア** を集め、共有する場とする。
- ② 企業の垣根を超えて集められた解決策、向上策を広く問い、意見交換の機会を創出する。
- ③ 以上を通じて、広告を取り巻く諸問題に絶えず挑戦し、業界をさらに発展させる好循環を生み出す。

② 「誰でもわかる」わかりやすさ

⇔ Cf. あえて難しく書くテク

なんのこっちゃ？

入選

私の言いたいこと <一般部門>

第1テーマ 広告ビジネス

「クリエイティビティスクランブル」体制による新規事業創造の可能性

松倉 俊光
まつくら としみつ



株博報堂

法務室
法務ディレクター
弁護士

弁護士資格を取得後、法律事務所、メーカー法務を経て、2019年、株博報堂入社。入社後は、法務の立場から、広くグループ会社の広告ビジネス、プロジェクト等に従事。東京弁護士会所属、日本組織内弁護士協会会員。

この度は、歴史ある賞をいただき、大変光栄に存じます。

「法務」という立場から広告ビジネスに携わる中で、現場担当者との距離感に歯痒さを感じることがあります。広告業界で生きるすべての人が、部署・部門の垣根を越えてフラットに知恵を出し合える環境が整えば、この業界はもっと盛り上がると信じています。

執筆のきっかけをくださり、温かく見守ってくださった上司、先輩、関係者の皆様、この場を借りて御礼申し上げます。

【総論】

問題提起で終わらせない！
どうブレイクスルーするか＝読み手はそれを知りたい！

〇デジタル化は脅威か？いや、チャンスだ！

デジタル化の広告会社への影響

⇒ネガティブ：従来の広告収益の減少

⇒ポジティブ：新規事業創造ビジネスの可能性

○新規事業創造のプロセス

5つのプロセスに分解

①生活者のニーズは？

=おなか空いた

②活用できるリソースは？

=冷蔵庫にある材料

③やりたいビジネスは？

=作りたい料理

④足りないリソースは？

=買い足さないといけない材料

⑤スキームは？

=レシピ（作り方）

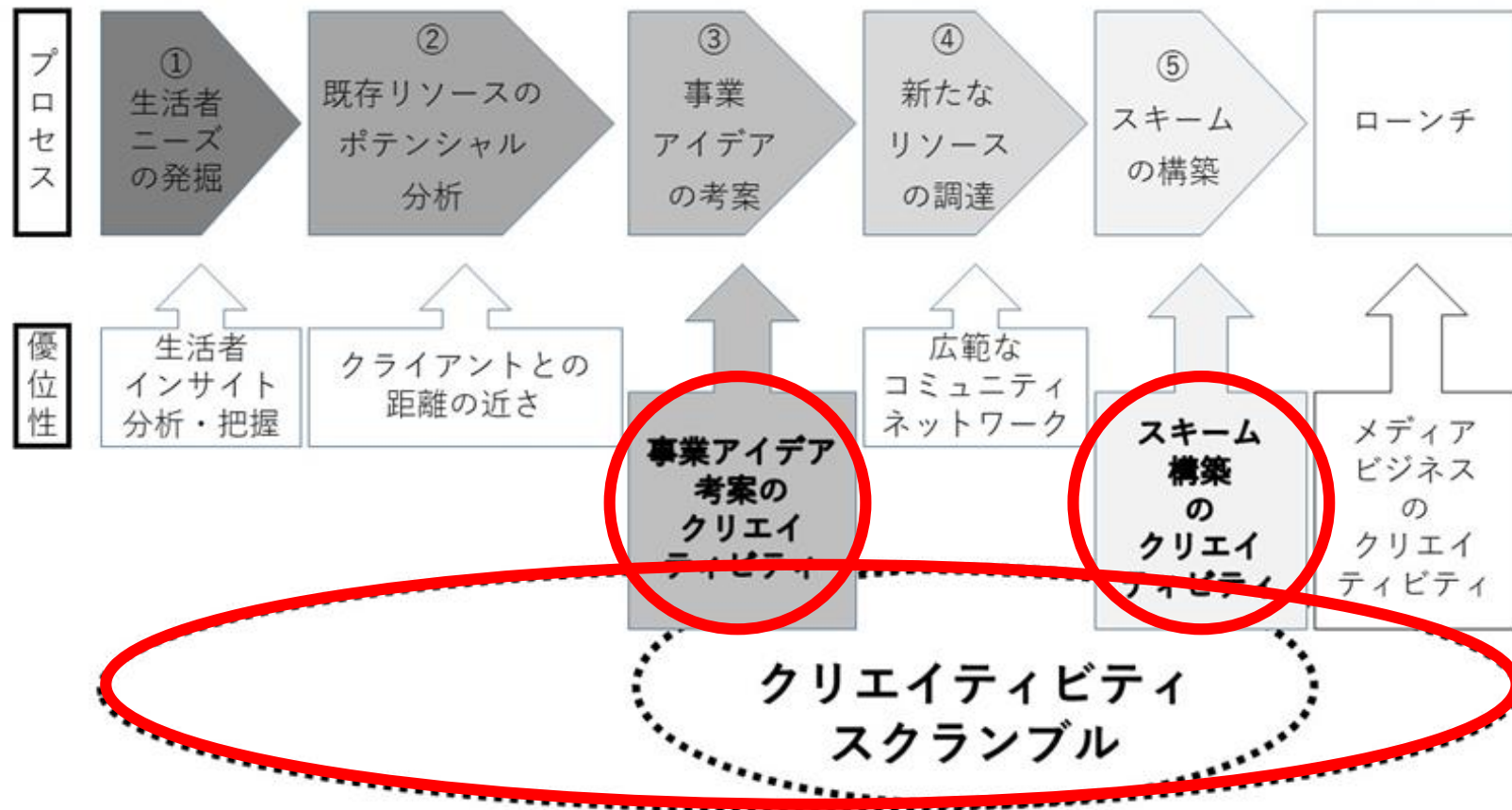
分析＝分解してみる！

○「クリエイティビティスクランブル」の必要性

部門横断的・複合的なクリエイティビティの提案

独創的な図表で視覚化！

新規事業創造プロセスと広告会社の優位性・クリエイティビティスクランブルの関係図



ここまでは大きな話（総論・抽象論）。

ここからは小さな話（各論・具体論）。

〇スキーム構築に不可欠なリーガルクリエイティビティ

従来のイメージ（ネガ）
＝ビジネスを止める邪魔者

「自分ならではの」視点・切り口

新たな存在価値（ポジ）
＝法的リスクをブレイクスルーするクリエイティブな存在

審査員からのコメント

広告会社が部署を超えた横断的なクリエイティビティを発揮し、企業のパートナーとして新規事業の創造に関わっていく、という提案。同様の提案が他にも見られないわけではありましたが、多くの審査員が高く評価したのは、「スキーム構築に不可欠なリーガルクリエイティビティ」のくだりでした。この段落によって、筆者の言う「クリエイティビティ」とはどんなものなのか、より明確に像を結んだと思います。

ジェイアール東日本企画 鈴木良平

広告会社の新領域として新規事業創造を語る時、「優れた事業アイデアの創出」に強みを活かせるとする論は多い。その中で筆者は、実現可能性を担保する重要性を指摘。アイデアを実行スキームの構築に落とし込むために、部門横断的・多角的にクリエイティビティで接合する場づくりを提案している。特に、法令をリスクだけでなくチャンスとしても活用するリーガルクリエイティビティにフォーカスした点は慧眼だと感じた。

大広 片倉淳子

論旨がよく整理されており、文章表現も巧みで読みやすかった。超部門的・多角的にクリエイティビティが交わる「クリエイティビティスクランブル」という考え方、中でもリーガルクリエイティビティはととても興味深く、なるほどそうか、と思わせる展開であった。

読売エージェンシー 西村まなみ

【スケジュール】

6月：上長から「やってみたら？」

労力、時間、めんどい...

でも...

- ★若手でも社内外に自分の意見を発信できる！
- ★社内外に名前を売れる！（取引先も読んでいる場合も！）
- ★懸賞金！

スタンス⇒スキマ時間の活用。「楽しく」やる。



7月：過去の受賞作品を読みあさる

→直近数年分はJAAAのサイトからGET

- どんな**テーマ**が評価されているか？
- どんな**書き方（文章構成）**が評価されているか？
Cf. 自分に合った書き方
- **審査員**は何を求め、どこを評価しているか？



8月：オフの時間でネタ探し&思考実験

- ① **ストレスフリー**な環境で発想する
ex. 散歩しながら、テレビを見ながら
 - ② 思いついたこと、気になったことを
どんどんスマホにメモっていく
 - ③ **ノートに書きだし、ネタとネタを線でつないでみる。**
- ★ **自分**ならではの切り口・**視点**を強く意識する
→ 業務と関係なくてもOK！ ex. 趣味・プライベート
 - ★ **世**の中で起きている事象・**トレンド**に目を向ける
+ **これから起きそうなこと**を想像してみる



9月：あとは書くだけ

①粗削りでよいので書いてみる
→周りの人に読んでもらう
＝脱「独りよがり論文」

②読み手を飽きさせない工夫

- ・先を読みたくなる論理展開
- ・具体的な話に落とし込む
- ・図表・ビジュアルをたくさん入れる



【一般部門の場合】
書くことにあまり時間を掛けすぎず、
ぎりぎりまでネタ探し&思考実験するのがオススメ。
Cf. 「締切日に2、3時間で書き上げた」というツワモノも。

昨年から、一般部門の応募方式が変わりました

論文の部

RONBUN

論文の部課題 「広告と幸福」

[賞金] 金賞30万円 銀賞20万円 銅賞15万円

[応募の詳細へ](#)

私の言いたいこと 一般部門

IPPAN

第1テーマ[広告ビジネス] 第2テーマ[広告ブランニング]のいずれかを選択。

[賞金] 入選10万円 (各テーマ2~3編程度)

[応募の詳細へ](#)

私の言いたいこと 新人部門

SHINJIN

テーマ/自由 応募時26歳まで

[賞金] 入選10万円 (2~3編程度)

[応募の詳細へ](#)

私の言いたいこと

プレゼンテーション部門

PRESENTATIONS

テーマ/自由

[賞金] 入選10万円 (2~3編程度)

[応募の詳細へ](#)

応募要項

- 記入フォーマット（word）をダウンロードし、フォーマット通りのページ構成にしてください（ページの構成 A4縦40字×30行、1200字詰。フォーマットの改変は審査対象外となりますので、ご注意ください。）
- 記入フォーマットの1ページ目は表紙とし、テーマ番号とタイトルを記入。2ページ目から本文を記入してください。
- 本文は、規定のフォーマットで5枚以内（枚数には図表、補足説明などを含む。ただし表紙ページ、参考文献・引用文献リストは本文枚数に含まず。）
- 下記に記入例PDFがありますので、ご覧ください。
- 応募原稿を書き終えましたら、PDFの形式にて保存し、応募書類としてください。※事務局側での書類の書き換えなどを防ぐため、PDFの形式のみとさせていただきます。
- 保存ファイル名は、ご自由にお付けください。
- 応募書類（PDF）の準備ができましたら、下記の「応募」ボタンよりエントリーしてください。

テーマ

第1または第2テーマのいずれかを選択

第1テーマ：広告ビジネス

執筆領域例 / マネジメント(経営)、ビジネスプロデュース、パートナーシップ/アライアンス(事業)、ワークスタイル、ナレッジマネジメント、ダイバーシティ、ソーシャル(ステークホルダー、ESG、CSR、SDGs)など

第2テーマ：広告プランニング

執筆領域例 / クリエイティビティ、コンテンツ、コミュニケーションデザイン、メディアプランニング、ソリューション、インサイトなど

賞金

10万円（各テーマ2～3編程度）

HOW

WHAT

★おまけ★

	論文の部 ※「広告と幸福」	一般部門	新人部門 ※応募時26歳まで	プレゼン部門
分量	本文10枚以内	本文5枚以内	本文5枚以内	10分以内
懸賞金	金 30万 銀 20万 銅 15万		10万	10万
受賞倍率分析 (第51回)	応募26編 受賞3編 (各1編)	【第1テーマ】 応募29編 受賞2編 【第2テーマ】 応募25編 受賞0編	応募163編 受賞3編	応募2編 受賞0編

6.9%

11.5%
(各3.8%)

1.8%

最後に～「まずは気軽に応募」のススメ～

- ▶若手でもベテランに張り合える！アイデア勝負！
- ▶受賞＝広告業界の名誉！レジェンドも多数輩出！

Cf. JAAA : 会報誌、サイト、授賞式

+ 自社 : 社内報、サイト、ニュースリリース、授賞式など

- ▶楽しく書いて、懸賞金ももらっちゃおう！

皆さまのご健闘をお祈りしています！