

クリエイティブディレクターの絶滅、あるいは進化論。

田中 聡志
たなか さとし

(株)電通ダイレクト

ソリューション本部 第1ソリューション室
クリエイティブ1部長
クリエイティブディレクター



2018年電通ダイレクト入社。ダイレクト領域を主軸に、認知～獲得をシームレスに融合させたクリエイティブ設計を行う。ミドルバジェット帯における課題解決に注力し、2023年よりAI活用を推進。セプテーニグループの社内新規事業コンテスト「gen-ten」での2年連続入賞(2024年度優勝・2025年度準優勝)を経て、AIとバーチャルスタジオを活用した制作スキーム「MiD AI Studio」を確立。現在、AI対応型クリエイティブディレクターの集約・育成を目的とした、新たなクリエイティブチームの発足に向けて進行中。

選出いただき大変光栄に存じます。AIの進化により、多くの知能労働職種の「絶滅」が叫ばれる中、私は逆に、10代の頃のような「わくわく」を取り戻すことができました。技術が職能を民主化する時代において、最後に差を生むのは、尽きることのない「好き」と「熱中」に他なりません。本論文は、AI時代を乗りこなす私の生存戦略であり、決意表明でもあります。ご指導いただいた皆様に、心より感謝申し上げます。

※以下はプレゼン動画の要約文です。動画は JAAA Web サイトにてご視聴いただけます。

2023年秋、私はAIが生成した、自身が1週間かけて検討するようなクオリティの画像を見て愕然とした。私はこの状況を「産業革命前夜」と捉え、「これは敵か？それとも、最高の相棒か？」という問いから、『AI対応型CD』を目指した探求を始めた。Nano bananaなどに代表される生成AIの進化は目覚ましく、AIタレントやAIナレーションなど、これまで職人技であった要素が技術的に代替されうる水準に達している。しかし、認知領域のクリエイティブ制作サイドはテレビCMを中心とした「多段構造」「ビッグバジェット」を特徴とする業界構造であり、実用志向のAIクリエイターとの間に「人材の断絶」が生じているのが現状の最大の課題であると考えます。

この断絶を解消し、CDをアップデートするため、旧来のブランド広告の知見と最新AI技術の両方を深く理解し使いこなすハイブリッドな人材、「AI対応型クリエイティブディレクター (ACCD)」が非常に重要になると考える。ACCDには、戦略的思考力などの伝統

的CR領域、プロンプトエンジニアリングなどの生成AI領域、そしてAIによるアイデア「量産」と人間による「質」の向上を融合させるハイブリッド領域の能力が求められる。

実際に、人材系サービスのWEB-CM制作において、画像生成AIによる背景アセットをバーチャルスタジオに投影するAI対応型ブランドCR制作のPoCを実施した。その結果、ロケハンや移動費など、映像制作に必要な稼働が圧倒的に減少し、ミニマムな制作費・スケジュールでの「AIによる制作プロセスの合理化」が実現した。これにより、背景生成やナレーション生成などがCD完結の領域として拡大する。これは、認知領域でも今後求められる可能性が高い「多品種スピード制作」に対応するキーとなる。

さらに、AIは仕事を奪うのではなく、我々から『作業』を奪い、『創造の喜び』という初期衝動を返してくれると実感した。ここから、AIを活用することで、「つくるのが楽しかったあの頃に戻ろう」と強く主張するものである。