

# Weekly Bulletin

2022-2023



RI会長  
ジェニファー・ジョーンズ



IMAGINE  
ROTARY

## 静岡東ロータリークラブ

会長/山下勝央 幹事/杉山輝光

事務局/静岡市葵区追手町2-12 静岡安藤ハザマビル5F TEL054-254-5611

例会場/ホテルアソシア静岡 例会日/毎週 木曜日 12:30~13:30

<http://www.shizuoka-east-rc.jp>



会長  
山下勝央

第 3053 回例会 令和 5年 3月 9日

《司会》杉山 輝光 君

《合唱》我等の生業

《ソングリーダー》高田 雅司 君

《ゲスト》なし

《ビジター》なし

《本日のお祝い》

・お誕生日

該当者なし

・結婚記念日

該当者なし

《会長挨拶要旨》 山下勝央 会長

本日は第3053回例会となります。本日も宜しくお願ひ申し上げます。

本日はロシアのウクライナ侵攻が始まって約1年、今自分が少し気になっている事をお話したいと思ひます。

侵攻が始まって間もない2022年3月に志太経済懇話会という志太榛原地区の経営者が集まった団体の企画で、元大阪府知事で弁護士の橋下徹さんの講演会を開催しました。

講演の内容はまさにロシアのウクライナ侵攻についてだった訳ですが、自分はその企画の責任者だった為に控室でも直接お話しが出来ました。橋下さんはこの当初から今日まで、一貫して持論は変わっていません。この日も「政治的妥結をすべき」「停戦交渉を優先すべき」と声高に自信満々に語っていました。ただ最近のマスコミの論調や有識者のコメントが、ウクライナに対し橋下さんと同じように論す声

が増えている感じがするのがとても気になります。隣国から武力による現状変更という最悪の事態を想定して、タブー抜きの議論をしてできる万全の備えをするには、今しかないのではないかと考えます。

最後にはなりますが、扶桑社から出版されている雑誌からのアンケート結果の抜粋です。アンケートは10代から30代の400人を対象に2022年11月に行われました。「もし日本が侵略されたら戦いますか？」の設問に対し、71.8%の人が戦わないと回答。71.8%の人に「なぜ戦わないか？」の設問に対して多かった回答は、「自衛隊、アメリカが何とかしてくれる。」「服従する、嵐が過ぎ去るのを待ちます。」「逃げる。安全な場所を探して逃げ続ける。」などでした。この文章を書きながら自分の子供に同じ様に聞いてみなければと思ひました。

《幹事報告》

《次回のプログラム》

来賓卓話 静岡県立大学 経済情報学部  
教授・学長補佐 岩崎邦彦様

「引き算する勇氣：会社を強くする逆転発想」

・不審メールへの注意喚起について

・4月6日理事会について 17時開始

《本日のプログラム》

会員卓話 中島浩二君

「広告の仕事、いまむかし」

私が博報堂に入ったのが1989年。

「広告は時代を映す鏡」と言われて、広告にとっても勢いがあった時代だったと思ひます。私が会社



に入ってから30年と少し。実は日本の総広告費はこの間あまり変わっておらず、90年代に6兆円を超えて以降は、いろいろな事件事故で沈んだ時期もありますが、

だいたい6兆円から7兆円で推移しています。

ところが、内訳はだいぶ変わっていて、2000年代初めにインターネット広告が登場してから、2018年には遂にインターネット広告費がテレビ広告費を追い抜く事態となりました。おとし2021年には、マス4媒体(テレビ・新聞・雑誌・ラジオ)の広告費の合計額をインターネット広告が追い抜いてしまいました。デジタルの時代になって、インターネット上の生活者の行動は、ほとんどがデータで補足可能になってきました。

インターネット広告を打って、その商品がECサイトで売れた、ということの因果関係がかなりハッキリと数字で解析できるようになってきたわけです。今までお話ししたのはネット上の生活者の行動でしたが、リアルな行動もだんだんデータで分析できるようになっていて、ネットの広告を見た人が、リアルのお店に来店したかどうか、も把握できるようになってきました。

広告会社で求められる人材の質も変わってきていて、昔は文系、体育会系が重宝された業界でしたが、今は理系の大学院卒が必要になっていたり、感性とか創造力が大事にされていたはずなのに、理論とか効率とかがより優先される時代になってきました。

今は、博報堂や電通は、アクセントや野村総研とかのコンサル企業と競合することも増えてきています。

最近のうちの会社の提供価値みたいなものなのですが「正解より別解」というフレーズを掲げています。正解を追求するのであれば、コンサル企業の方が一日の長がありますし、データを積み上げた延長線上に正解があるのであれば、もしかしたら優秀なAIがあれば出来てしまうかも知れない。なので、博報堂は正解ではなく「別解」を考える会社なのである、と。

実は、メディアに対する信頼度という点では、ネットメディアの評価は低く、一昨年の総務省の調査なのですが、信頼できるメディア1位は新聞、2位がテレビ、3位がラジオで、ネットだと、ニュース系メディアでも3割を切っていますし、SNSに至っては15%という数字になっています。

私のような古い時代の広告マンも、昔ながらの感性を生かしながら、あと、若手社員を手なずけながら、データとデジタルの時代を乗り切っていきたいと思っている次第です。

これは2010年のとしまえんのアイススケートリンクの広告です。

これが時代を映しているかどうかは何とも言えませんが、本日の私の話しが滑ってなければいいな、と願いつつ、以上で発表を終わらせて頂きます。

#### 《所感》

大変示唆に富む話が多く興味深く聞かせて頂きました。マーケティングの話や、更にリアルな広告業界の今昔話も別の機会に聞かせて頂きたいと思いました。

#### 《スマイル報告》

高柳 正雄 君

母の葬儀に際しまして多くの方のご会葬を頂きありがとうございました。心より御礼申し上げます

佐野 哲一 君

天国への階段をまた一段登りました。極めて品行方正な私なので天国には大丈夫と思っていますが万一を考え天国の神様に賄賂のスマイルをしておきます

中島 浩二 君

本日は卓話の機会をいただきありがとうございました。つたない話にお付き合いをいただいた感謝とお詫びを込めてスマイルします

森田 健司 君(結婚記念日の御礼)

#### 《出席率》

2月度出席率 : 86.5%

《会報作成 妹背 俊紀》