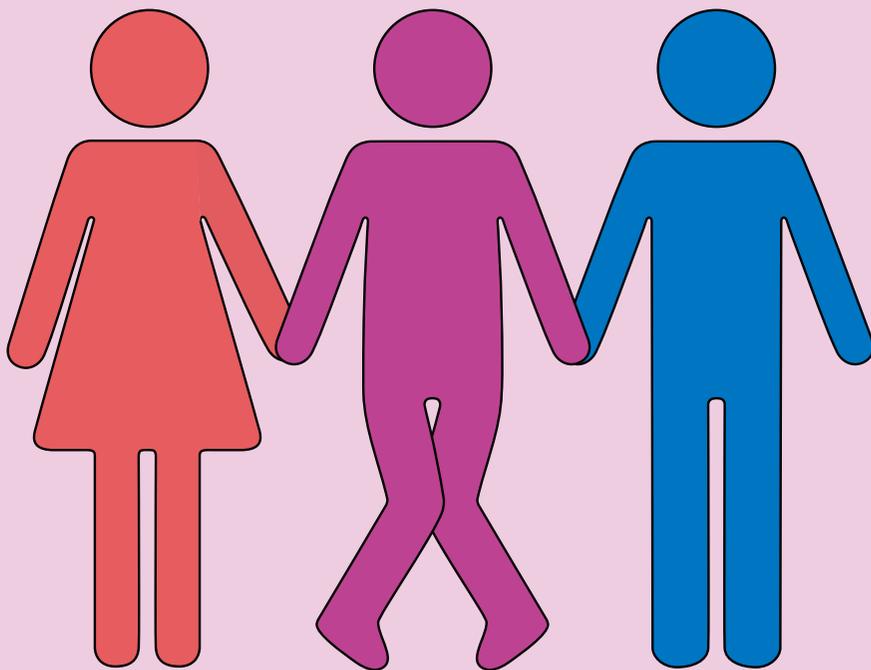


# ACCtion!

CMを元気にする。ACC会報誌 Bulletin of All Japan Radio & Television Commercial Confederation



2012.6 vol.

143

特集 第21回通常総会／2012 52nd ACC CM FESTIVAL スタート!

新連載 亀淵昭信「ラジオのみかた～STAND BY YOUR RADIO」

第7回 箭内道彦「広告ロックンローラーズ」ゲスト:早川和良さん(前編)



東京放送ホールディングス/TBSテレビ  
代表取締役会長  
一般社団法人日本民間放送連盟 会長

井上 弘  
いのうえ ひろし

〈プロフィール〉  
1963年東京放送(TBS)入社。2002年から同社代表取締役社長、09年から東京放送ホールディングス及びTBSテレビ代表取締役会長。  
12年4月より民放連会長。



## テレビのカ

私が東京放送(TBS)に入社したのは昭和38年、1963年のことでした。それから半世紀にわたって、広告と放送の世界でお世話になってきました。振り返って見れば非常に楽しい仕事をさせてもらったと思っています。様々な方にご指導頂きましたし、支えて下さった方も相当な数に上ります。この場を借りて皆様に感謝を申し上げたいと思います。民放連会長という重責を拝命したのも少しでも恩返しをなさいたいという天の声ではないかと恐懼しております。

さて、私が会社に入る直前のことです。ある友人の父親と話をする機会がありました。その方は「重厚長大」産業の重役をなさっている方でしたが、私が放送局に入りますと申し上げたところ、「何でそんな所に入るんだ。放送は24時間しか売り場面積がない限界産業じゃないか」とおっしゃいました。高度成長時代の「重厚長大」産業の方ですから大変勢いがある。その時は私も気合いに押されてちょっと心配になってしまいましたが、実際には「売り場面積」が少なく希少価値があったが故にCM枠の「価値の高騰」が

続くことになり放送業界は長期間にわたって成長を続けました。

ネットの存在が大きくなる中で、もうテレビは限界ではないのかと言う方もいます。第2の限界産業論です。しかし、実際にはテレビは広告メディアとしての首位を維持しています。放送局はビデオ・オン・デマンド(VOD)などネットを通じたビジネスも展開しています。番組ではソーシャルネットワークサービス(SNS)を利用した新しい試みも行われています。私は、テレビはオープンなメディアだと思っています。誰もが一緒に見ることが出来て、感動や笑い、情報を共有できるメディアだと思っています。そして、この「オープン」で「誰もが共有できる」という特性がネットとの共存のために非常に大切な要素だと思っています。

私は、テレビは成長の限界に直面しているのではなくて第2の創業期にあると思っています。ネットという新しいツールをどう新しいビジネスにつなげていくかが今後の課題であり、知恵の出どころだと思っています。

### Contents Vol.143 June 2012

03	ON AIR 井上 弘	22	新連載 第1回 亀淵 昭信
04	特集:第21回通常総会		「ラジオのみかた ~STAND BY YOUR RADIO」
08	2012 52nd ACC CM FESTIVAL情報	24	口コ情報(北海道) 村上 順子
12	技術委員会 「スマートTV研究会」	25	交差点
14	新しい音声基準「ラウドネス基準」	26	告知板
16	箭内 道彦対談 広告ロックンローラーズ 第七回 早川 和良(前編)		



Special Contents

# 特集 第21回通常総会を開催 一般法人移行に向けての承認を得る



社団法人全日本シーエム放送連盟（ACC）の第21回通常総会が、5月21日午後3時半から東京・千代田区の東京会館で行われた。平成23年度の事業報告および決算と、平成24年度の事業計画並びに予算案が承認された。また、新公益法人制度への対応について、方針を変更して「一般法人」を目指すことが承認された。

## ◆平成23年度の事業報告

### 震災年のCMを 後世に残すCMフェスティバル

開会冒頭、武藤専務理事から「正会員427社のうち352社（委任状を含む）が出席し、定款規定によって総会成立が確認された」との報告があり、同じく定款規定によって永田圭司理事長を議長に選任。その後、武藤専務理事がプロジェクターを使用して平成23年度の事業報告を行った。

それによると、まず【ACC CM FESTIVAL事業】では、東日本大震災の影響を考慮して例年より3カ月延期して実施したことを報告。「未来は今年を忘れないACC2011」というタイトルで、「2011年度のCMを記憶し、記録に残す」ことを基本方

針に行われた。テレビ部門1086本、ラジオ部門392本、地域テレビ部門530本、地域ラジオ部門276本、ME部門55本の合計2339本の応募があり、震災後CMの流れない期間があったにもかかわらず全体で同102.6%と応募数に増加があった。この中から、テレビCM部門で九州旅客鉄道株式会社の九州新幹線全線開業「総集篇」、ラジオCM部門でプラチナ・ギルド・インターナショナルのプラチナリング「純粹/永遠/希少」、ME部門で味の素株式会社のクノール カップスープ「つけパンvs.ひたパン行動喚起キャンペーン」が総務大臣賞／ACCグランプリを受賞した。

また今回初めての試みとして、生活者であり次世代のクリエイターである学生に「次世代クリエイターたちが選ぶACC賞」を選考していただき、東

京ガスの「家族の絆・お弁当メール」が第1位を獲得した。

贈賞式・記念パーティには「The day of ACC 2011」と題した以下のセミナーを開催。①斎藤孝氏と杉山恒太郎氏による「日本人にとって、CMとは？」をテーマとしたキーノートスピーチ②古川裕也氏を司会とし、高崎卓馬、多田琢、福里真一、山崎隆明の4氏をパネリストに迎えた審査会のレビュー③岸勇希氏をモデレーターとし、若手クリエイターと学生がディスカッションする「不安？それともチャンス？～U30と考える広告業界の希望～」。

【国際交流事業】では、2012カンヌライオンズのフィルム部門審査員を昨年12月21日に選考し、佐藤カズー氏（TBWA\HAKUHODO）をカンヌ本部に推薦した。またカンヌライオンズ ヤング クリエイティブコンペティション日本代表チームの選考会も実施した。

【クリエイティブ事業】では、第24回ACC学生CMコンクールを7月1日～8月22日に開催、前年の1971作品を大きく上回る3060作品（テレビ824作品、ラジオ2236作品）の応募があった。また昨年12月12日にシンポジウム「～未来は今年を忘れない～“CMの底力”」を中島信也氏の司会で開催し、大好評を博した。

【シーエム技術事業】では「AR（拡張現実）技術について」研究会が実施され、また「花王の字幕CMについて」の意見交換会が開かれた。

【シーエム著作権事業】では、「モノパブリシティの問題について」など3回にわたって研究会を实



施した。

これらACCの事業活動については、【広報事業】の一環として、ACC会報、ホームページなどを通じて、内外に積極的にPRされた。

## ◆平成24年度の事業計画

### 一般社団法人への 移行へ方針転換

ACCは、新たな公益法人制度の下で会員社により良質なサービスが提供できるよう、その基盤作りに取り組んでいく。具体的な事業計画について、武藤専務理事がプロジェクターを使用して説明した。

### ◇ACCフェスティバル事業

今年で52回目を迎える「2012 52nd ACC CM FESTIVAL」は、日本におけるCMコンクールの頂点に位置づけ、今年も日本最高のスケールと権威ある広告賞として各界から注目を集める事業となることを目標に実施する。本年度は例年通りのスケジュールでフェスティバルを開催する。

### ◇国際交流事業

従来「国際部会」としてフェスティバル事業の一環で活動してきたが、本年度より「国際委員会」に名称変更し、他委員会と同等の立場で充実した事業を行う。また、カンヌライオンズ ヤングクリエイティブコンペ国内選考会を実施し、多くの若手クリエイターが挑戦する機会を提供する。さらに、カン



Special Contents

## 特集 第21回通常総会を開催

### 一般法人移行に向けての承認を得る

スライオンズのフィルム部門審査委員をACCで選考、その審査委員を通じて情報収集するほか、カンヌスライオンズ本部とのつながりを継続し、現地ホスピタリティラウンジの開設、デレゲーションブースの確保等、日本からの参加者への便宜を図っていく。本年度は、カンヌスライオンズの報告会を10月4日に予定している。

#### ◇クリエイティブ事業

CMの質的向上と人材の育成を目指し、CMシンポジウムの開催、第25回学生CMコンクールの実施に注力する。後者については、エントリー数を増やす施策を検討中。

#### ◇シーエム技術事業

本年10月に導入される新しいCM音声レベルの運用規準を受け、会員各社に啓発を図る。併せて「未来のテレビ」などCM技術に関わる研究会を開催し、成果をACC会報及びホームページで案内していく。

#### ◇シーエム著作権事業

著作権に関する問題を研究していくとともに、著作権のみならずCM制作における様々な問題点を取り上げ、制作の現場に役に立つような研究会を開催する。①著作権委員会設置要綱の見直し②現在のCM考査基準を研究、理解③JAROに寄せられるクレームを吟味④広告に対する役所の規制について検討。

#### ◇広報事業

会報、ホームページ、ニュースリリース、記者懇談会などを通じ、会員はもちろんマスコミにも積極的な広報活動を行うことで、ACCの活動をPRして支援をいただけるよう働きかける。ホームページについては会員専用ページの設置を目指して実験的なサイトを開発し、実用性を検証していく。同時に



従来ホームページでも活動内容など情報をタイムリーに発信し、広く会員内外にPRする。

#### ◇その他事業

広告宣伝業界の健全な発展を期するため、業界功労者の顕彰を行う。鈴木CM賞に小田桐昭氏が決定している。ACC理事長賞、ACC貢献賞については今回該当はなかった。

#### ◇新公益法人制度への対応について

当初目指していた公益法人では、ACC最大の事業であるCMフェスティバル事業の選考方式を変える必要が出てくる。現行のトップクリエイターによる選考方式を維持継続すべきとの判断から、一般社団法人への移行へと方針転換することが総会で承認された。

### 新副理事長に三浦武彦氏

杉山恒太郎氏の理事辞任に伴い、三浦武彦氏（電通執行役員エグゼクティブ・クリエイティブディレクター）が副理事長に選任され、承認された。

# 2012 52nd ACC CM FESTIVAL情報

## 【新・ラジオ審査委員長に澤本氏】

ラジオ審査委員長に、新しく澤本嘉光氏が就任しました。



### 澤本氏メッセージ

僕は、副、が好きです。副部長、副キャプテン、副リーダー。いままで、副、のつかない委員長と名が付くものになった時にろくな目があったことがありません。なので、ひたすら逃げまくってきました。

でも、ラジオの審査委員長は、お受けすることにしました。

それは、ACCを、制作者の賞だ、と、もういちどはっきりさせたいと思ったからです。

制作者の若い人が、あの賞欲しいな、と、強く思えるような賞にもっとしたいと思ったからです。あいつがACCにとってズルいな、と、ひがむような賞になって欲しいからです。ですので、まず、こうしました。

審査員は、僕が選ばれても嬉しい人になって頂きました。若いです。もちろんベテランもいますが、気持ちは若い人です。

そして、作る側だけのマスターベーションにならないために、聞く人の代表、流す人の代表、そして、出る人の代表の方にも審査に入らせて頂きました。

それと、審査員は自分の関係した作品には投票できなくしました。これで、すこしでも応募する人が審査に透明性をもってくれると嬉しいです。

おそらく、今年のACCには、傾向と対策はないと思います。なんだか、「これACCっぽいよね」というものが仮にあるとすると、それ、きっと今年通用しないんじゃないかなと。きっとそれくらい選ばれるものが変わってもいいと思っています。いいものはいい、おもしろいものはおもしろい、くだらなすぎてもそれは素晴らしい、まじめでもさらにいい。そういう、制作してる人が結果に喜んでくれて、何より聞いた時に楽しめるものになりたいと思っています。

今年もコミュニティFMの応募を受け付けるのも、もう、ラジオというものに携わる人全てが満足する賞にしたいと思うからです。きっと、ラジオは、特に今、もっと面白くできるチャンスを迎えていると思うので。僕ら多くは、ラジオでいろいろなものを学んで、階段をひとつ登ってきました。ラジオから、いろいろなものをむしろ学ぶような会にしたいと思います。なので、とにかく、若い人、あきらめていないで応募してみてください。誰にも誉められなかったものも、あの人に誉められる可能性だってあると思うから。

## 【ラジオCM部門審査員】（敬称略）

審査委員長	澤本 嘉光（電通 エグゼクティブクリエイティブディレクター／CMプランナー）
審査委員	井田 万樹子（ペープロ CMプランナー）
	井村 光明（博報堂クリエイティブ・ヴォックス クリエイティブディレクター）
	大久保 佳昭（ビッグフェイス／プロデューサー）
	クリス・ペプラー（タレント／ナレーター）
	見目 幸伸（文化放送 CMディレクター）
	権八 成裕（シンガタ CMプランナー）
	直川 隆久（電通関西支社 CMプランナー／コピーライター）
	中山 佐知子（ランダムハウス コピーライター／ディレクター）
	西田 善太（マガジンハウス BRUTUS編集長）
	福本 ゆみ（福本ゆみ事務所 コピーライター／ディレクター）
	細川 美和子（電通 コピーライター）
	山田 美保子（ヒロイン 代表取締役）

今年もACC CM FESTIVALがはじまりました。

本年度のテレビCM部門では、これまで4本までのエントリーとされていたシリーズ作品を、12本までエントリーできるようにします。またラジオCM部門の審査員長に、澤本嘉光氏が新しく就任。テレビCM部門は杉山恒太郎氏、マーケティング・エフェクティブネス(ME)部門は秋元康氏に、引き続き審査委員長を務めていただきます。

テレビCM、ラジオCMの対象期間は、2011年10月1日～2012年6月30日となっています。

## 【スケジュール】

作品のエントリー・素材受付は6月1日～7月3日。その後8月上旬から中旬にかけて、全国7ヶ所でテレビ・ラジオ地域審査会が行われ、9月に全国審査会が行われます(テレビ9月13、19、20日／ラジオ9月3、10、11日／ME 9月7、14日)。入賞作品の発表は9月26日、記者発表終了後の17時ごろにホームページにて全入賞作品のリストを掲載します。

贈賞式は11月1日(時間未定)に東京都千代田区の有楽町朝日ホールで、記念パーティは同日に帝国ホテル〈富士の間〉で行われます。入賞作品発表会は、11月7日の東京発表会を皮切りに全国で実施します。



AD:細谷 巖／C:一倉 宏／D:浅葉 球／  
Ph:早川 倫永／デジタルフォトオペレーター:谷川 知幸／  
Pr:松平 佳生樹／ast Pr:佐野 容子

## 【エントリーの変更点】

テレビCM部門、ラジオCM部門は本年度より1シリーズ2～12本までのエントリーを可能とします。また、シリーズ作品の中の1本をあわせて単品としてエントリーすることも可能です(地域部門と全国のダブルエントリーは不可です)。

テレビCM部門については、秒数の区分をより細分化しました。なお、テレビSmall Budget CM部門は廃止しました。



# 2012 52nd ACC CM FESTIVAL情報



杉山 委員長

## 【テレビCM部門審査員】 (敬称略)

審査委員長 杉山 恒太郎 (ライトパブリシティ 代表取締役副社長)

### 審査員

- 麻生 哲朗 (TUGBOAT CMプランナー)
- 一倉 宏 (一倉広告制作所 コピーライター)
- 伊藤 直樹 (PARTY クリエイティブディレクター)
- 大谷 義智 (読売広告社 コミュニケーション統括局シニアクリエイティブディレクター)
- 小田桐 昭 (小田桐昭事務所)
- 岸 勇希 (電通 クリエーティブディレクター)
- 佐々木 宏 (シンガタ クリエイティブ・ディレクター)
- 澤本 嘉光 (電通 エグゼクティブクリエイティブディレクター/CMプランナー)
- 副田 高行 (副田デザイン制作所 アートディレクター)
- 高崎 卓馬 (電通 クリエーティブディレクター/CMプランナー)
- 多田 琢 (TUGBOAT CMプランナー)
- 田中 昌宏 (大広 東京第1 コミュニケーションデザイン局長)
- 塚田 雅人 (博報堂 エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター)
- 永井 聡 (葵プロモーション 上席執行役員クリエイティブディビジョン本部長)
- 中島 和哉 (アサツー ディ・ケイ クリエイティブ・ディレクター/プランナー)
- 中島 信也 (東北新社 取締役専務執行役員/CMディレクター)
- 福里 真一 (ワンスカイ CMプランナー)
- 古川 裕也 (電通 エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター)
- 三井 明子 (アサツー ディ・ケイ コピーライター)
- 山崎 隆明 (ワトソン・クリック クリエイティブディレクター)
- 横澤 宏一郎 (タンバリン クリエイティブディレクター・プランナー)



秋元 委員長

## 【ME部門審査員】 (敬称略)

審査委員長 秋元 康 (作詞家/京都造形芸術大学副学長)

### 審査員

- 池永 忠裕 (電通 プロモーションデザイン室長)
- 岡野 宏 (キヤノンマーケティングジャパン 宣伝制作部長)
- 岡本 善勝 (資生堂 宣伝制作部プロデュース室長)
- 早乙女 治 (アサツー ディ・ケイ エグゼクティブクリエイティブディレクター)
- 島崎 紘而 (味の素 理事 広告部制作企画グループ長)
- 白井 博志 (博報堂 コンサルティング局長)
- 田中 里沙 (宣伝会議 取締役編集室長)
- 津山 克則 (パナソニック マーケティング本部グループマネージャー)
- 藤井 久 (博報堂 第一クリエイティブ局長 エグゼクティブクリエイティブディレクター)
- 三浦 武彦 (電通 執行役員エグゼクティブクリエイティブディレクター)
- 八塩 圭子 (フリーアナウンサー)
- 八嶋 実 (アサツー ディ・ケイ ストラテジックプランニング本部シニアプランニングディレクター)

## 【第15回パーマネント殿堂について】

ACCパーマネントコレクション(CM殿堂)は、歴史に残すべき優れたCM作品を永久に保存する制度として創設されました。1983年の創設以降、テレビ63作品、ラジオ35作品が“CM殿堂入り”を果たしています。作品選考会は3年に1度開催され、本年は2002年、2003年、2004年のACC CM FESTIVALブロンズ以上入賞のテレビCM、ラジオCMが選考対象となります。

本選考会は7月12日に行われ、11月1日開催のACC CM FESTIVAL贈賞式・記念パーティで作品紹介を行う予定となっています。

## ◆選考委員 (敬称略)

選考委員長 小田桐 昭 (小田桐昭事務所)

- 選考委員 早乙女 治 (アサツー ディ・ケイ) 坂田 耕 (日本大学芸術学部客員教授)
- 宮崎 晋 (博報堂) 古川 裕也 (電通) 林屋 創一 (エフエム東京)
- 早川 和良 (ティー・ワイ・オー) 中山 佐知子 (ランダムハウス)
- 麻生 哲朗 (TUGBOAT) 井田 万樹子 (ペープロ) 澤本 嘉光 (電通)
- 谷口 宏幸 (サイレントフィルム) 山崎 隆明 (ワトソン・クリック)
- 井村 光明 (博報堂クリエイティブ・ヴォックス)

## 【第2回クリエイターズ殿堂について】

「クリエイターズ」殿堂は、2010にACC設立50周年を記念して創設されました。CMという作品が「ACCパーマネントコレクション」に殿堂入りすると同時に、そのような優れたCMを長年作り続けたクリエイターにも焦点を当てるべきとの考えから設立されたものです。作品選考会は2年に1度開催され、前は杉山登志、堀井博次、三木鶏郎の3氏が選ばれました。

本年度の本選考会は8月30日に行われる予定です。

## ◆選考委員 (敬称略)

選考委員長 小田桐 昭 (小田桐昭事務所)

- 選考委員 杉山 恒太郎 (ライトパブリシティ) 宮崎 晋 (博報堂)
- 坂田 耕 (日本大学芸術学部客員教授) 岡田 高治 (太陽企画)

## 『スマートTV研究会』 パナソニックが考えるスマートTVについて

ACC技術委員会では、いま話題のスマートTVに注目し、本年4月、パナソニックにご協力いただき『パナソニックが考えるスマートTV』と題する研究会を実施しました。

\*この内容はACCのホームページ (<http://www.acc-cm.or.jp/>) の「CM技術関連」コーナーにある資料と連動してお楽しみいただけます。

「スマートTV」についてはここ1～2年、急速に様々なメディアで取り上げられるようになりました。しかしその概念や情報はさまざま、ひと括りにするにはまだ無理があります。

そこで今回の技術委員会では、“スマートTV像”の捉え方と展開の一例として、実際に受像機を発売するパナソニックの商品開発例を、同社マーケティング ジャパン本部コミュニケーショングループ広報チームチームリーダーの笠(りゅう)浩氏からご説明いただきました。

以下、その要旨をご紹介します。(文:勝田正仁委員長)



パナソニック(株)  
AVCマーケティング ジャパン本部  
コミュニケーショングループ広報チーム  
チームリーダー 笠 浩氏

### ◆家庭用無線LAN(WiFi)の高速化で一気に広がったTVの可能性

ここ1年ほどで、家庭用無線LANの性能は飛躍的に高まり、HDクラスの映像を十分に送れるほどのパフォーマンスを持つようになった。また、無線LAN環境に簡単に接続できるWiFi規格がPC、スマートフォン、タブレット、ゲーム機などのあらゆる映像・通信機器に浸透し、お互いのデータを手軽に高速でやり取りできるようになった。TVもそういう機器のひとつの仲間となった。この変化は、「アンテナやケーブルをつないで、決まった場所で決まった時間に見る」という今までのTV視聴の概念を大きく変え、好きな時に好きな場所で好きなカタチでコンテンツを見ることのできるデバイスへと進化させていく。これが「スマートTV」のひとつの形と言える。



### ◆ネットにつなぐ「(ビエラ)コネクト機能」で広がる世界

スマートTVとは何か?という問いに対する一つの答えとして、「スマートフォンに高品位なディスプレイがついたもの」という捉え方がある。パナソニックの新型モデルは、一般的なスマートフォン等で使えるSNS、コンテンツサービス、アプリなどを、美しく大きな画面でストレスフリーに楽

しむことができる。これはTVの持つ「ディスプレイ」としてのポテンシャルを最大限に活用しよう、という考え方である。大画面でTwitterをチェックするかどうかは別として、動画コンテンツについてはこれまで小さく暗い画面で見てきたものを大きなTV画面で視聴する爽快さは確かに感じる事ができた。

### ◆見たい番組を家中どこでも見られる「(お部屋)ジャンプ機能」

パナソニックの提唱するスマートTVとは、「見る場所を選ばないTV」でもある。これまでのTVは、アンテナ線をつながなければ映らなかったし、録画したビデオを見るのはレコーダーが置いてある部屋でなければならなかった。新しいモデルでは、家中のTVとレコーダーが無線LANでネットワークされ、メインのTV以外にいちいちアンテナ線やネットワーク線をつなぐ必要がない。つまり、TVだけがそこにあれば(または持っていけば)、キッチンでもバスルームでも庭でもトイレでも(?)、好きな場所で、リアルタイムのテレビ放送や、他の部屋のレコーダー内の録画番組を見ることができる。

### ◆家庭内設備や周辺機器、家電機器との連動「スマートAVライフ」

デモンストレーションではさらに「VIERA」(ビエラ)とDVDレコーダー「DIGA」を連動させ、これに同社のデジタルカメラ「LUMIX」や「SDカード」、「ポータブルテレビ」「ドアホン」「照明」「プリンター」など、他のデジタル製品や住宅設備、家電製品などと繋げることでどのようなことができるのか?が実演された。

テレビの視聴スタイルが“受動的”から“能動的”へと進化し、家庭内の情報集約センター、集中制御センターとして機能する、「スマートTV」のさらに新しい答えを見出すことができた。



### ◆これからの課題

今、スマホやタブレットの愛用者の中では、家で録画したTV番組を端末にダウンロードし、通勤途中に電車内などで視聴する、といったスタイルが増えている。今回のデモンストレーションでは、家庭内の環境はほぼ満足いくものだが、外出時の家庭とのリンクについてはどうか?といった質問も委員から発せられた。

これについては街中や電車内などのパブリックスペースにおける通信インフラの発達がカギであり、家庭内無線LAN並みの通信環境が整えば、屋外においても同じことが可能である、とのことであった。

まだまだ発達途中で色々な捉えかたがある「スマートTV」ですが、今回の勉強会で、そのヒントの一端を見ることができたように思います。なお、詳細についてはACCホームページ (<http://www.acc-cm.or.jp/>) 「技術委員会コーナー」にスマートTV編のコーナーを用意したのでご一読ください。

# 10月からTVの音の基準が変わります。

～2012年10月1日より新しい音声基準「ラウドネス基準」スタート～

技術委員会 委員長 勝田 正仁

本年10月1日より、テレビ放送における新しい音声レベル基準、通称「ラウドネス (LKFS) 基準」が導入開始されます。

現在TVの音は、局によって音量が違う、古い番組の再放送の音が小さい、などの問題がしばしば起きており、CMについては音の情報密度が高いためか、他の番組に比べ「音が大きい」「うるさい」「キンキンする」などといった印象をもたれることがままありました。(ACCでもこれまでCM音量についてのキャンペーンを続けてきたことは皆さん御存じのとおりです)

いままでの番組やCMの音量は、VUメーターというアナログの電圧計を基準としてきましたが、メーターの振れが同じでも音の中身によってボリューム感が変わりやすく、全体の管理がしにくいのがひとつの原因でした。

新しい音量基準「ラウドネス値: -24.0LKFS」は、瞬間的な音量の値ではなく、ひとつのコンテンツに含まれる音を総合的に測って表わされる「ボリューム感」の値です。新基準導入後は、異なるTV局、番組、CMの間でのボリューム感の差は少なくなり、これまでCMに対して言われてきた音量クレームなども解消する見込みです。

この新基準、「音量が小さくなってしまう?」という捉え方もされているようですが、従来よりメリハリの利いた音作りがしやすくなる、といったメリットもあります。積極的に研究、活用し、視聴者に高品位で快適なコンテンツを楽しんでもらえればと思います。

なお、ACCのホームページ「CM技術関連」コーナーでは、7月下旬(予定)から、ACCの2011年度「CMフェスティバル」告知CMを素材として、

- ①VUメーターに準拠して音量をミキシングしたCM
- ②新しい「ラウドネス基準」に合致させてミキシングし直したCM
- ③VUメーターに準拠した音量を強制的に新しい基準に合わせたCM

を試聴することができます。聞き比べてみてください。

# 広告ロックンローラーズ 第七回 早川 和良（前編）

年を取れば人は、保守的になる。

否、違う。

お金も名誉も二の次になった者たちの仕事は、

頗る自由で柔らかい。

若い人は彼らを“大御所”と称し畏れ、

距離をとろうとする。

それは差別。あまりに勿体無い。

話しかけたら世界が広がるのに。

広告ロックンローラーズ。

僕はまだ聞き足りない。

まだまだ広く見せつきたい。

老いて益々、その冒険を加速した

邪念無き漢たちの姿を。

カッコいい年上たちは、

若者たちの未来。

広告界の未来なんだ。

箭内道彦

## ◆仕事を断ったのは3度だけ

箭内：早川さんは、いままで出てくださった方の中ではたぶん最年少だと思うんですけど。

早川：もう60になったんですけどね。

箭内：いや、全然若いですよ。実は今日、色々教えていただこうと思ってまして。

早川：はい、僕にも教えてください（笑）。

箭内：いやいやいや…。あの、いきなり瑣末な話で恐縮なんですけど、僕、今度初めて花火を撮るんですよ。それ、どうやったらうまく撮れると思いますか？ ヒントがいただきたいくて。

早川：どういう解釈で行くかによりますけどね。でも、いま聞いて最初に思ったのは、花火って映像もそうだけど、やっぱり音が重要になってくるかなあっていうこと。ドーンとかパラパラっていう音もそうだし、見ている人の歓声であったり、人だけじゃなくこっちでクルマが走ってるかもしれないし、機械の音もするかもな？ とか。僕ならそういうところから考えていくでしょうね。

（※編集注：対談の後、その日中に早川氏より箭内氏に次のようなメールが届いたそうです。「箭内さん、花火の映像のことですが音がヒントだといいましたがサイレントにして花火の明かりに浮かび上がる表情だけをハイスピードで見せるのもありますよね。逆に音が聞こえてくるかも。」）

箭内：なるほど。勉強になりました。自分も結構前から演出をするようになったんですけど、代理店のプランナーだった時代には、演出家の方がどなたかっていうのがすごい重要で、引き受けてもらえただけで仕事が半分くらいできちゃったつもりになるんですよ。

で、うかがってみたいのは、早川さんの場合、仕事 came ときに「引き受ける・引き受けない」のポイントってどこにあるんですか。

早川：いや、僕は基本的には断らないですよ。

箭内：え？ そうなんですか。

早川：うん。なんて言うのかな？ 企画もやりながら演出をするように教育されてきたから、企画がちゃんと理解できればその演出を断ることはしないんですけど。

箭内：へえ、そうなんですね。早川さんと言えば、三浦武彦さんや安西俊夫さんみたいなすごい方の仕事でスケジュールが埋まっちゃうんだらうみたいなイメージだったから、僕なんかをお願いしたくても無理なんだろうと思ってました。

早川：んー、そう言えば1回だけ断ったことがあります。

箭内：1回だけですか！?

早川：うん、それはコンテを見て、企画はすごくわかるし広告としてもちゃんと成立するものだったんですけど、アニメーションでね。こういうふうに行くという世界をそうとう求められるものだったから、「ごめんなさい、それなら僕よりもっと素晴らしい人がいます」って断ったのが1回。

箭内：へえー。

早川：あ、実は2回ある。それも企画はしっかりしていたんですけど、コピーがどうしてもね、僕にはなんかリアルに想像できなかつたというか。で、「これを理解して演出できるところまで僕はまだ成長していません」ということで。

箭内：ほお。

早川：そう言えばもう1本あった。

箭内：あはははは！ どんどん出て来そうですね(笑)。

早川：そのときは「企画が完璧すぎる」という理由で。どこからみても破綻がないですよ。糸井重里さんがやられてる仕事だったんですけど、世界観も言葉も完璧で、「絶対このバランスを崩せないな」というふうにして、「あまりにも破綻がないので申し訳ないですが」と言ってお断りしました。でも、その3回くらいですよ。

#### ◆演出とは企画に命を吹きこむこと

箭内：いま聞いてて思ったんですが、自分ごとになりそうか、ならないかっていうのはやっぱり大きいですが。

早川：大きいですね。なんて言うんだらう？ 自分が同化できる余白がないと。じゃないと、全身全霊は無理ですから。

ある時間をかけて15秒や30秒を作るわけですよ。そういったときに、大袈裟なことを言うと僕らは、“命を吹きこむ”作業をやっていると思うんです。「動け！」って企画に力を送りこむと、それが生き物になるというかね。

だから“おまじない”じゃないんですけど、自分なりの思いを持てるものでないと難しいですよ。

箭内：早川さんの中で反発みたいなものもあるんじゃないですか？ 自分が同化できないことを言うことに対して。

早川：確かに広告的に正解であっても、演出したときどうか？ っていう部分は残りますね。「どう

いまは、ものを作る人全員が“思い”を問われているんじゃないかなって思います。

やって企画に命を持たせるか？」ということをやっているわけですから、どうしても生理的なものや好き嫌いが出てきますよ。

箭内：だけど、本当は広告会社の人のほうでも、正しい正しくないだけじゃない思いの部分や、自分の哲学みたいなものを持っていることも必要ですよ。いまは、ものを作る人全員がそういう思いを問われているときなんじゃないかなあって思いますけど。

早川：まあ、広告代理店の中にも色んな方がいらっしゃるから。特にアートディレクターの人たちは、日頃自分たちの手から形を作り出していってるぶん、こだわりをお持ちの方が多くですけど。

箭内：そうですね。自分の手を動かしてないと何がわからなくなってしまったり、みんなを引っ張っていきるときに説得力がなくなっちゃうんじゃないか？ っていう恐怖感から演出をやっている部分は僕もあります。出だしは、演出家に怒られるのが嫌で始めたんですけど(笑)。

ところで、早川さんって学生時代、彫刻をやったんですよね？

早川：ええ、よく聞かれるんですけど、彫刻志望で広告やってる人ってそんなにいないんです。まあ、ようするに彫刻じゃ食っていけないから別のことやらなきゃみたいな感じで始めただけで、いい加減なきっかけですけど。

でもね、いまになって考えてみると、その経験がすごく役立ってるなあというふうに思うんですよ。彫刻ってほら？ まず芯棒から作りますよね。ポーズや形に応じた芯棒を作ってその上に粘土をつけていくんですけど、それがしっかりできてないと、あとどんなに頑張ってもダメなんです。表面だけごまかしてもバレてしまう。

箭内：デッサンみたいなことですよ？

早川：そう、この仕事を始めて思ったのは、やっぱりそのデッサンに当たる部分というか、ようは企画ですよ。広告としての骨組みがしっかりしてないとどうしようもないんだなっていうことがひとつ。

もうひとつは、彫刻は平面じゃなくて立体でしょう？ で、立体をつかむということは「時間でつかむ」ということでもあるんです。空間を練る作業の場合、時間とのつき合い方に長けていることが重要なので、そこはちょっと得たかもしれない。デッサンでもありますよね？ 途中から「あー、いい感じになってきたなあ。これ行けるかも」

と思える瞬間が。

箭内：ありますね。

早川：ね？ CMの演出もそうで、特に編集のときなんてもう格闘ですから。「これ、失敗作になるんじゃないかなあ……」なんて思いながら色々試行錯誤しているうちに、「おっ、動き始めた！」という瞬間があって。そういうプロセスをへて、さっき言ったみたいに命が吹きこまれていくというか。

箭内：あー、ありますよね。「よくなってきた！」といううれしさと「実はよくなったと思ってるのは自分だけかもしれない……」みたいな不安が交錯する時間が。

そう言えば僕、会社に入ったときに衝撃的だったのは、美術大学じゃない人たちと一緒に働くわけじゃないですか？ その人たちって、みんなすごい自信持ってるんですよ。コピー100個書いたら「100個ともいい」みたいな。

でも、美術大学の人たちは自信なんて打ち砕かれながら育ってますからね。デッサンをどっだけ一生懸命描いても、ほかの人のと並べたら形が狂ってたみたいな経験をさんざんやってきているわけ。

#### ◆「夢見るヒコーキ」が飛び立つまで

早川：まあ、美術大学ってけっこう残酷ですから(笑)。自分よりうまいヤツが確実にいるということ突きつけられる。そういう経験に慣れているかっていうのはありますよね。そこで自分を失わない強さというか。

箭内：そうですね。会社に入ったら入ったで、賞を取ったとか、広告の業界誌に載ったとか、そういう競争みたいなものがあるわけで。それで自信を失っていく人が多いんですけど、そこでめげない人は強いですね。

あと、早川さんにもうひとつ聞きたかったのが、博報堂の宮崎晋さんや宗形英作さんたちと「夢見るヒコーキ」(ANA)をやられたじゃないですか。実はそれがこの連載のきっかけにもなったんです。おじいちゃんたちの“二毛作”というか、昔すごいことをやっていた人がもう一回すごいことやってやろうっていうのが、僕いま一番面白いなあと思うんですよ。「隠居しちゃうんじゃないかってまだ現役だぞ」という生き様にインスパイアされるものがあって。

早川さんは宮崎さんと仕事されたのは初めてだったんですか？

箭内 道彦(やない・みちひこ)  
1964年生まれ。48歳。福島県郡山市出身。  
今年の主な仕事に、サントリー「STONES BAR」『ほろよい』  
タワーレコード「NO MUSIC, NO LIFE」、ゼクシィ「Get Old with Me」、  
東京メトロ「We are the Tokyo Navigator」、朝日新聞「天声人語」、  
グリコ「チーザ」、JKA「KBIRIN」、ダンロップ「エナセーブ」、  
桃屋「きざみにんにく」「きざみしょうが」、マガシーク「NET de SALE」  
撮影/アートディレクションをしたAKB48 柏木由紀写真集「ゆ、ゆ、ゆきりん……」が  
ベストセラーとなっている。

早川：そうですね。

箭内：宮崎さんが、あの歳になって早川さんと仕事してみたいと思ったのがすごくいいなあと思ったんですけど、あのシリーズはどうやって出来上がっていったんですか。

早川：最初に宮崎さんから、「こういう企画でご一緒出来ませんか？」というお話があって。で、「それは面白そうですね」なんて言いながらやりとりしているうちに、自主プレしてみようという話になったんですね。

それで僕たちが一番やりたいもののほかに2案作ってプレゼンしたら、当時の副社長だった伊東信一郎さん（現・代表取締役社長）が、「残りの2つなんかいらんよ」と。「こんなのはいつでもできるし、しょっちゅう提案もされている」とおっしゃったんです。それで「夢見るヒコーキ」になりました。

箭内：そうだったんですね。

早川：なんて言うのかなあ？ よく言われることだけど、当てにいかうとしたらダメで、三振してもいいと思っておもいきり振り切ったら、ちゃんと当たったって言うのかな。

箭内：最新作のユーミン（故郷篇）には意表をつかれたんですけど、最初の「パースデイケーキ」もすごく印象的でしたね。

早川：あれはね、中華料理屋で宮崎さんが「この料理の所に飛行機がふうーと飛んで行ったら面白いよねえ」って言ったのがきっかけでしたね。

僕も「“マイ飛行機”があったらいいですね」って話をしていたんです。ポケットの中に自分の飛行機があって、自分が行けないときに代わりに行ってくれる。孫悟空のキン斗雲みたいなものというか。

そういった解釈がうまく混ざりあって企画が出来上がって行きました。演出面では、「飛行機をどうしよう？」っていうのが難題でしたけど。

箭内：あれはCGじゃないんですね？

早川：最初はCGでやる案もあってテストしたんですけど、みんながイメージしていた“ちっちゃな飛行機”にならなくて。で、「小さな飛行機ってどういうものだろう？」と考えた結果、「それはCGで精巧に作るんじゃなく、ミニチュア飛行機そのものなんだ」ということがわかった。

その頃、僕ロケに行ったときに、たまたま禅寺で盆景っていうのを見たんですね。箱庭みたいなものなんですけど、ちっちゃなお盆の上に小さな枯

山水を作って、それをじーっとみながら瞑想するものなんです。その小山の上にちっちゃな五重塔があったの。それを見た瞬間、ふーっとその世界に入りこめた。そのとき「あっ、これだ」と。ちっちゃな飛行機ってというのは、手で触れるリアリティのある“小ささそのもの”なんだということがわかって、ああいう形になりました。本物のミニチュアにしたのはすごくよかったです。

#### ◆キラキラはみんなの体験の中にある

箭内：なるほど。そうだったんだ。

早川：うん、それで思い出す面白い話があってね、NHKのドキュメンタリーを作ってた吉田直哉さんというディレクターが、養老孟司さんとの対談の中でこういうことを言っていたんです。「魚という映像は永遠に撮れないんですよ」って。

箭内：どういうことですか、それ？

早川：たとえば、“魚”という映像を撮りに行っても、それは「秋刀魚」だったり「鯛」だったり「金魚」だったりしますよね？

つまり映像っていうのは抽象にならない。具体なんです。決して記号にならないんですよ。あの飛行機もミニチュアにすることで、初めてカタカナで書いた「ヒコーキ」になったんじゃないかなあと思って。

箭内：うーん。それにしてもいいですよ。JR東海の新幹線で名作をたくさん作っていた早川さんが、その約20年後に今度は飛行機で作るっていうのが。

早川：楽しいね、楽しい。

箭内：「移動」や「人を運ぶ」っていうことは、それだけで色んなことが起きますよね。人の思いも運んでいるというか。

僕は1990年に広告の世界に入りましたから、大学にいた頃から入社時がちょうど「シンデレラエクスプレス」や「ハックルベリーエクスプレス」の時代で、ああいうのを見て広告の存在を意識したんですよ。いま振り返ると。

あの頃はなんていうんでしょう？ 自分と比べてはいけないんですけど、やっぱりすごいじゃないですか。描かれる世界がキラキラしてるというか。いま見ても古くなってないですしね。早川さんと三浦武彦さんの本（『クリスマス・エクスプレスの頃』）も読ませていただいたんですけど、ああいうキラキラってどこから生まれるものなんですか？

オレが感じることはみんなも感じてくれるはずだし、逆にみんなが感じていることを実はオレも感じているんだなあって。

早川：うーん、それは難しい質問だけど、まず僕、子供がすごく好きなんです。「ハックルベリー」で言うと、夏休みの体験ってみんなあるわけじゃないですか。

子供にとっての夏休みって、その1年のハイライトですよ。田舎に行って蝉をとったり、海で貝殻を拾ったりとか。ありふれた体験であっても輝いている。そういった夏の光の記憶は、みんなが追体験できるというか共感できるものですよ？

でね、僕、そういうものをまったく疑ってないんですよ。人間は基本的に2000年前もいまも変わらないと思っていて、子供が大人になっていく過程で、成功があり挫折がある。そういうものっていつの時代も伝わるし、古くなりませんよね。

箭内：「少年のままの目」でなんて言うイメージかもしれないけど、なんでそういうふうになれるんですか、早川さんは。

早川：なんでだろう？ 「オレが感じることはみんなも感じてくれているはずだし、逆にみんなが感じていることを実はオレも感じているんだなあ」というふうにはよく思いますけど……。そこですかね？

箭内：それ、ずっと変わらないですか？

早川：うん、変わらない。異質なことやとんでもない変化球は僕はできないもん。そこでスタンドアウトするみたいなことはね。

（後編に続く）

早川 和良（はやかわ・かずよし）  
1952年生まれ。60歳。  
株式会社ディー・ワイ・オー専務取締役。CMディレクター。  
75年日本天然色映画企画演出部入社。  
82年ディー・ワイ・オー設立に参加。  
2003年Camp Kaz設立。  
JR東海の「クリスマスエクスプレス」等でACC全日本CM大賞を受賞したほか、カンヌ、NYフェスティバル、アドフェスト等、国内外で多数受賞。

text：河尻亨一 photo：広川智基

「広告ロックンローラーズ」のスペシャル動画をACCホームページで配信しています。ぜひ、ご覧ください。www.acc-cm.or.jp

北海道  
口情報  
北海道文化放送  
CM部  
村上 順子

## ACC CM FESTIVALに 寄せて



本年度のCMフェスティバル地域幹事社の  
方々の活動も始まった頃かと思えます。これ  
から幹事社の皆様は地域審査会のCMエン  
トリー状況や選出CMの決定、地域発表会の観  
客動員にご苦労なさるのではとお察しいたし  
ます。昨年度、私も数年ぶりに幹事の任を仰  
せつかりました。東日本大震災の影響で日程  
がずれ込むという波乱含みのスタートでした  
が、逆に例年の日程ではないことが良い結果  
につながったようにも思います。

発表会は例年より遅い酷暑2月中旬の開  
催となり動員数に気を揉みましたが、告知ス  
ポットをいつもより長い期間放送できたた  
めか集客数はUPとなりました。客層も例年の  
学生層中心ではなく意外や中高年層が多く、  
「毎年楽しみにしています」「今年  
はないのではと心配しました。」  
等々のうれしいお言葉もいただき  
ました。

また昨年度北海道地区は全国  
入賞は逃しましたが、学生コン  
クール部門で札幌の専門学校生  
お二方がそれぞれ金賞・銅賞を受  
賞されました。地域発表会の最  
後にACC立会人である東急  
エージェンシーの高田様にプレ  
ゼンターを務めていただき受賞  
式を行いました。長時間のCM  
上映後の授賞式に席を立たれる



観客が出るのではとの心配をよそに皆様に最  
後まで拍手を頂き、その暖かさや若い力が順  
調に育っていることを感じることでできたう  
れしい瞬間でもありました。前回のグラン  
プリCMは「九州旅客鉄道」でしたが、北海道新  
幹線開通の頃にはこういった若い力が中心と  
なって「北海道からグランプリCM」を獲って  
ほしいものです。

今回はたまたま良い結果となりましたが、  
CMエントリー数のUP・発表会の認知度を  
広めること・発表会集客数を上げることなど  
普遍的な課題は残っています。幹事社の皆様、  
時間や人数に制約のある中大変でしょうが、  
今年のCMの集大成を見ることの出来る日を  
楽しみに1年間がんばってください。

### 第52回消費者のためになった広告コンクール 募集開始 公益社団法人 日本アドバイザーズ協会

当協会では、現在、経済産業省後援「第52回消  
費者のためになった広告コンクール」の作品募集  
を行っています。

この広告コンクールは、審査員に広告関係者を  
含まず、消費者代表の方々による消費者視点での  
審査で、入賞作品が決められています。

新聞・雑誌・テレビ・ラジオ・Webの5部門で  
実施しており、昨年7月～本年6月末までに掲載・  
放送されたものが対象となり、当協会委嘱の消費  
者モニターからの応募のほか、広告会社・制作会  
社・媒体社・アドバイザーの各社様からも応募  
をいただけます。(締切は7月12日)

募集要項などの詳細は、当協会のホームページ  
をご参照ください。たくさんのご応募をお待ちし  
ています。

### JAAAクリエイティブ研究会各地開催のお知らせ 一般社団法人 日本広告業協会

6月15日、第67回CR研究会を東京ヤクルトホー  
ルにて開催した。2011年のクリエイター・オブ・ザ・  
イヤーの正親篤氏(電通)と、同賞メダリストの塩  
崎秀彦氏(博報堂)、野添剛士氏(博報堂)、左  
俊幸氏(電通九州)の4名の受賞者を招き、「私  
から見た、広告の今とこれから」というテーマで  
講演を行った。コーディネーターは、CR委員の戸  
澤清彦氏(日本経済社)が務めた。

今年の研究会は、以降、①7月11日(水)名古  
屋、②9月25日(火)札幌、③10月19日(金)浜  
松、④11月13日(火)福岡、⑤11月16日(金)京都  
の5カ所で実施される。

交

差

ACC 関連4団体からのお知らせ

### 創立50周年

一般社団法人 日本アド・コンテンツ制作社連盟

昭和37年4月7日、会員社数41社により任意団  
体として日本テレビコマーシャルフィルム製作者  
連盟(JAC)が発足し、TV-CMの制作を通し  
て作品の質の向上と業界の発展を目的に活動を  
開始した。平成19年、会員社の制作作品もTV-  
CMだけでなく、Webを始めとして制作物の範  
囲が大きく広がり、法人名を社団法人日本アド・  
コンテンツ制作社連盟に変更した。そして今年で  
50年、新たに一般社団法人として認可を受けた。  
記念事業として「日本のCM500選」DVDを作成  
し、これを基にして100選毎(10年毎)に5グル  
ープで座談会を行い、「The CM」の表題で出版し  
た。先日の定時総会後の懇親会で皆さんにお配  
りしたが、是非お読み頂ければと思っている。

点

### 一般社団法人化と英文名称の変更

一般社団法人 日本民間放送連盟

民放連は4月1日付で一般社団法人に移行し  
た。一般社団法人化のための定款変更の際に、  
法制度上必要な対応を行うとともに、新放送法  
施行にあわせて会員資格を「基幹放送事業者」  
に変更し、新規入会に適用する準会員制度の  
導入なども行った。また、英文名称 The National  
Association of Commercial Broadcasters  
in Japan (NAB) を、The Japan Commercial  
Broadcasters Association (JBA) と変更した。  
これにあわせて、ホームページおよびメールアド  
レスのドメインも<http://www.j-ba.or.jp>と\*\*\*\*\*@  
j-ba.or.jp と変更している。なお、初めての準会員  
として5月1日付で、ジェイ・スポーツ、ブロードキ  
ャスト・サテライト・ディズニー、mmbiの3社が  
入会した。

2012  
第25回  
ACC  
学生CM  
コンクール

既存の広告作品にとらわれない、  
学生らしくオリジナリティ溢れるアイデアに期待!!

ACCでは今年も人材育成の一環として、全国の学生を対象に「第25回ACC学生CMコンクール」を実施します。

このコンクールは毎年、協賛広告主から提示されたテーマ商品を題材にテレビCMとラジオCMを制作して競うもので、昨年は3,060件の応募がありました。

今年の協賛広告主は下記11社です。なお作品の応募形式は、昨年同様ACCのホームページから応募するネットエントリーです。応募の詳細はACCホームページの「学生CMコンクール」にある『本年度応募要項』でご確認ください。

受付期間は7月2日から8月17日まで。10月にクリエイティブ委員会で最終審査会を行い、入賞者を決定します。贈賞はACC CMフェスティバル贈賞式に合わせて行います。

(協賛広告主)

●味の素(株) ●(株)NTTドコモ ●大塚製薬(株) ●キヤノンマーケティングジャパン(株) ●近畿日本ツーリスト(株)  
●サントリーホールディングス(株) ●(株)資生堂 ●パナソニック(株) ●(株)マンダム ●(株)明治 ●ライオン(株) (五十音順)

■詳しくはACCのホームページ <http://www.acc-cm.or.jp/> まで

告

知

板

<表紙より…>

本年度のACCion!の表紙は「世の中を新しくする3」がテーマ。情報伝播力をもつソーシャルメディアが登場すると、「発信者」と「受信者」に加え、その先にいる「他者」という新たに3つ目の視点が加わりました。3以上の関係はCMというメディアを通し、人々にちょっぴり新鮮な気持ちを与える可能性がある。と思うのです。

6月号の表紙は、「レットル打破」です。他者と繋がりやすくなった今、性別・年齢・境遇・国籍問わずに、ざっくばらんな関係が一つでも多く築けますように。

電通アートディレクター 高橋 優

編集後記

■前号から「第3の新鮮さ」をテーマに新展開している表紙デザイン。お、何!?と手に取りたくなると評判でした。中味も読みごたえありとお褒めの言葉が多かったような。新年度からいいスタートですね。

■パソコンも、インターネットも、スマホもなかった昔。深夜、学生ならみんな部屋でラジオを聴いたあの頃。そのヒトは「カメちゃん」と呼ばれていました。ラジオ局のディレクターで、パーソナリティで、社長さんにもなったあの「カメちゃん」こと亀淵昭信さんの連載がスタート!打合せではお喋りも声もあの頃のまま。これからのラジオの「みかた」への登場に心躍る方も多いことでしょう。(NN)

- 第21回通常総会(5月21日) 報告書承認、任期途中における役員選任の件
- 平成23年度事業報告書・決算報告書承認の件、平成24年度事業計画書・収支予算書承認の件、新公益法人制度への対応について、定款改訂案承認の件、任期途中における役員選任の件
- 第71回通常理事会(4月24日) 定款の変更の案 修正の承認の件、平成23年度事業報告書・決算報告書承認の件、任期途中における役員改選の件、会員社退会の件
- 正副理事長会(4月23日) 各委員会活動報告、会員社退会の件
- 総務委員会(4月23日) 一般社団法人移行の定款の変更案について、平成23年度事業報告書・決算
- 技術委員会(4月5日) 「スマートTV研究会」開催
- (5月15日) 「ラウドネス研究会」開催
- 国際委員会(4月27日) 2012ヤングカンヌ「ワークショップ」について、カンヌライオンズ2012国内報告会について、「世界のCM研究会」について
- 広報委員会(5月8日) 会報142号検証、143号進捗状況、144号編集
- クリエイティブ委員会(5月24日) CMアーカイブシステム開発について、2012CMシンポジウムテーマについて

- 広報委員会/ 委員長 生野 徹  
編集長 中島 直子  
委員 阿部 史太郎 大谷 健二 迫水 常邦  
佐藤 信彦 重野 謙介 島口 茂樹  
土井 直基 野田 高澄 兵頭 頼明  
星野 裕 前田 理恵 光居 誠  
吉田 大二 渡邊 誠

表紙デザイン/ 高橋 優 (株)電通  
編集協力/ KRN(株)、コミヤ印刷(株)、あいたい、矢島 史



社団法人 全日本シーエム放送連盟

〒105-0004  
東京都港区新橋3丁目1-11長友ランディックビル5階  
TEL.03-3500-3261 FAX.03-3500-3263  
URL <http://www.acc-cm.or.jp/>