

品のオリジナリティーに何か影響を与えていると思われませんか。

篠原 たまたまCMプランナーになったというのが本当のところなんです。広告代理店を志望した理由は、大学時代にマーケティングというものに初めて触れ、物を売ったりサービスを広げたりすることを戦略的に考えていくことが自分の中ではすごく新鮮で、いろいろな会社のマーケティングに携わりたいと思ったからです。

入社時は営業職を志望しましたが、配属先はクリエイティブという全く門外漢の部署で「これはまいったなあ」と思いました。どうやったらCMを作れるのか日夜考えるようになり、その過程で美杉で生まれ育ったことが自分に影響を与えているということはすごく感じます。

市長 一橋大学商学部で学ばれたことが大きく影響したということなのですね。

篠原 当時、竹内弘高先生のマーケティングの講義はすごく実践的でわくわくしました。こうやって世の中の全ての商いが動いているんだなとよく分かりましたし、ゼミも実際に企業の具体的な課題を調査・分析し、**世の中にある全ての商品・サービスは発明品ばかり** 新たな戦略を提案するという実践的な内容だったので、これをもし仕事にできれば面白いのではないかと思ったわけです。

市長 それはコンサルティング業界か広告業界ですね。

篠原 まさにそうです。コンサルティング業界に行こうか広告代理店にしようか迷ったわけですが、経営戦略というよりもっと実地に近い戦術的なことに携わりたいと思い広告代理店を志望しました。

市長 私ども自治体も広告代理店からすれば、もっとこうしたらいいのと思われる相手かもしれませんね。津市ではプロモーションビデオ「つがない世界」を作ったんです。

篠原 拝見しました。自治体で作られる動画をたくさん視聴する機会があって、その時に「あつ地元だ！」と思いました。面白かったです。

市長 行政側からするといろいろ議論がありましたが、「いっちゃえ！」と思い切って発表したところずいぶん話題になりました。

篠原 結構再生されていましたね。

市長 広告を依頼するクライアントの商品やサービスは多岐にわたると思うのですが、提案するときはクライアントの方に合わせるのでしょうか、それとも少し違った角度から考えるのです



か。

篠原 どちらの視点も持っておかないと怖いですね。世の中にあるどの商品もどのサービスも本当にすごい発明品ばかりなんです。この発明品がどうすれば世の中で売れるかを考えるとき、最初に商品やサービスに寄り添います。ただ、商品やサービスの良さは結局、受け取った世の中の人が決めることなので、商品をとことんまで見つめたその後で世の中を見ます。クライアントは商品を作ったり販売したりしているので、向かうべき方向は一緒なんです。商品に寄り添い、そして世の中に寄り添った時点で、結果としてクライアントに寄り添う形になると思います。

市長 例えば三太郎シリーズの場合、どのようにして他の携帯電話会社との違いを表現しようと考えたのですか。

篠原 他社と差別化戦略をとることが常道ではありますが、当時世の中は通信に関してどこも同じではないかという空気がありました。本当はちゃんと見れば全然違うのですが。商品やサービスには必ず微差があります。しかし、iPhoneがどこでも使えるようになった瞬間にどこの携帯電話会社もだいたい同じくらいの料金で同じ

MAKOTO SHINOHARA

株式会社 電通 CMプランナー **篠原 誠**さん

1972年生まれ、美杉町川上出身。津高校、一橋大学商学部卒。(株)電通に入社後、コピーライターとして活躍。現在エグゼクティブクリエイティブディレクターとして働く。a u三太郎シリーズなどのテレビCMを数多く手掛け、2015年クリエイティブ・オブ・ザ・イヤーを受賞。2016年のNHK紅白歌合戦で歌われた「海の声」(桐谷健太)「みんながみんな英雄」(A I)などの作詞も手掛ける。

