

広告業協同組合／2020.3

関東経済産業局認可（昭和33年創立）

〒101-0041 東京都千代田区神田須田町1-26（芝信神田ビル）

TEL.03(3251)6900 FAX.03(3253)3488

## 令和二年 広告業協同組合新年祝賀会

310名が集い 和やかに懇談



ACA第十八回

海外広告ビジネス研修

中国・深センで実施



# 媒体社・各団体と新年祝賀会

令和二年度広告業協同組合新年祝賀会は、一月二十二日（水）正午より、東京都千代田区一ツ橋の如水会館において、マスコミ四媒体および関係諸団体の来賓と会員にて開催されました。

和絃代理事長は挨拶した。年頭あいさつで「各社の成長と広告業界への貢献」を目指すと

続いて、ご来賓を代表されて、東京広告業健康保険組合 理事長 植野伸一様（㈱ADKホールディングス 代表取締役社長 グループCEO）より、ご祝辞をいたしました。植野理事長は、「広告業は環境変化への対応が必要」と祝辞を述べられました。

（毎日新聞社 営業部副本部長）は、「新聞力を前面に商品開発と変革に各社取り組んでいる」とご挨拶を述べられた。牧埜委員長のご発声により、一同が乾杯し、新年の門出を祝った。

この御話のなか、広告業協同組合、小林市販業連盟が参考書の皆様のところへ送付いた。

## 広告業界が活性化する期待の年

廣告業協同組合 理事長  
和納 効

玄  
告  
業

そのチャンスを活かすために、組合員の皆様方とあらゆる情報を共有する、そのための組合です。一社一社の情報が集まり、その情報を共有することで、新しい動きが取れます。これが組合の目指すところですので、ぜひ、各社と情報を共有していきたいと思いますので、よろしくお願いします。



# 変革の時代をチャンスに

廣告業協同組合 專務理事 小松 茂

いよいよ二〇二〇年も幕が開け、今年は、オリンピックがあります。盛り上がるには、非常に良いことですが、注意しなければいけない部分もあります。二トリの会長がおっしゃっています。二〇一四年の東京オリンピックですが、一九六四年の東京オリンピック開催、そのときが、不況の始まりだった。今回は、そのようなことはない

と思いますが、やはり一つの山が過ぎると、経済データによつては、いろいろな兆候が表れるのも事実です。

とはいへ、先ほど来の5G、世界的には5Gを通り越して6Gのほうまで動いているというのが現状ですが、恐らく5Gになると、本当に、メディアの環境が違つてきます。また、コミニ

二ケーションの方法を変わってくる事態が起こると思います。これは、我々にとってみれば、チャンスです。千載一遇のチャンスが、これから訪れてきます。

それでは、中締めですが、三本締めで行きたいと思いますので、お手を拝借。

賀春 広告業協同組合 役員一同		2020年
専務理事 和納 勉	(株)クイック	代表取締役会長
常務理事 小松 茂	東栄広告(株)	代表取締役
理事 山上 徳夫	(株)マインドシェア	代表取締役
中筋 哲久	(株)アド・エヌ	代表取締役
金澤 隆夫	(株)アドバード	代表取締役
新井 寿一	(株)コーセンドー	代表取締役
井上 慶悠	(株)宏和デザイン	代表取締役
小島 正登	(株)小島折込広告社	代表取締役
吉井 雄二	(株)サンヨー	代表取締役社長
松本 正治	(株)スカウト	代表取締役
星野 順行	(株)太陽企画	代表取締役
小野瀬 孝行	(株)日宣	代表取締役
谷澤 律	(株)千代田広告社	代表取締役社長
大津 裕司	(株)日宣	代表取締役
金子 孝暎	(株)フロム・エー・ジャパン	代表取締役
監事 赤池 文孝	(株)東通メディア	代表取締役社長
齋藤 武彦	(株)ユメックス(株)	ソリューション本部本部長

ときもあるし、不況のときもあります。昔から、諸行無常で、変わらない

しよう。インバウンドや祭典も含め、今年は広告業界にとって大いに活性化する年ではないかと見ています。また、5Gに象徴されますように通信環境が劇的に変化し、SNSを含め、IT、AIなどの技術進化とともに、広告業界が成長する新しいモデルが出てくる、そういう元年になるのではと考えています。

ACAには六十年の歴史があります。この歴史の中で、広告の変化を大きく感じ取ってきましたが、設立以来、組合の理念の下、事業活動、共同購入といった一社ではできない事業を多く手掛けるとともに、日本広告業企業年金基金、東京広告業健康保険組合などの設立団体の一つとして、広告業界の福利厚生活動の一環も担ってきました。

各種活動としては、会員向けセミナーの開催、経営者の交流会、ビジネスの情報提供、各種講演会など、多くの活動を昨年も行いました。特に、昨年十一月に実施した中国・深圳（しんせん）への海外視察は、未来都市を感じさせる深圳という街に圧倒されたことしばしでした。IT関連の企業群や小さなバッテリーから電気自動車までを主導するBYD（比亚迪）を訪問しま



圧倒されつつも非常に刺激的で有意義な視察となりました。

このような活動も行いながら、AC  
Aは各社の成長そして広告業界への貢  
献を目指して、今後も活動してまいり  
ます。引き続き、皆様方のご支援を賜  
りますようお願い申し上げまして、私  
からのご挨拶とさせていただきます。  
本年も、何とぞ、よろしくお願ひいた  
します。

# 変化に対応したアイデアと実行力を

東京広告業健康保険組合 理事長 植野 伸一様

皆様、明けましておめでとうござい  
ます。

東京広告業健康保険組合の植野でござります。

今、理事長からもお話しがありまし  
たが、二〇二〇年、今年は、東京でオ

リンピック・パラリンピックが開催さ  
れる年です。

三月からは聖火リレーも始まり、恐  
らく、日を追うごとに、いろんなイベ  
ント、ニュース、そんなものが多く出  
てくると思いますので、日本国中に感  
動が吹き荒れるような、そういう心躍  
るような年になるのではないかと思っ  
ております。

ただ一方、我々広告業を取り巻く環  
境は、やはり、厳しいものがありまし  
て、二〇一九年、昨年は、テレビの出  
稿量がデジタルに抜かれたのではない  
かといわれ、いろいろな意味で、変化  
が訪れていると言わざるを得ないと思  
います。

平素は、我々メディアの営業活動に、  
格別なご高配をいただき、誠にありが  
とうございます。

さて、二〇一三年九月、ブエノスア  
イレス（アルゼンチン）で、当時のI  
OCロゴ会長が、「TOKYO」と、  
声を発して早七年がたちます。

当然、我々は大会の成功と、日本人  
選手の活躍を期待するところではあり  
ますが、同時に、この勢いを我々のビ  
ジネスにどう結び付けていくかが喫緊  
の課題となっています。

ただ、それ以上に重要なのが  
「二〇二〇東京オリンピック・パラリ  
ンピック」、そしてその先の日本へ」と  
いうことではないでしょうか。

今、植野理事長からもお話しがあり  
ましたように、二〇一九年デジタルの  
売り上げがテレビを抜いたのではない  
かと言われております。

いろいろな新しいサービスが出てきま  
す。昔は、十年一昔と思つていました  
が、今、この一昔の間隔は、もう、三  
年ぐらいなのかなというぐらい、目ま  
ぐるしく変わつてきていると思いま  
す。

私も、いろいろと、覚えなければい  
けないと思つて、新しいテクノロジー、  
そんなことも勉強しますが、覚えると、  
もう次の新しいことがどんどん出てき  
じになつています。

とは言え、広告業界の仕事としても、  
その変化にしっかりと対応していくこ  
とが求められます。そこで、今まで  
経験してこなかった多様性に対して、  
我々コミュニケーションのプロフェッショナルとしてのアイデア、そして実  
行力が、求められていくんだろうと思  
います。

そのためには、やはり一番必要なな  
のは、我々、業界の中で働いておられる  
社員の方々、そして、そのご家族の方々

の、健康というものが、一番大切になつ  
てまいると思います。東京広告業健康  
保険組合は、この、広告業に携わる社  
員の方々、ご家族の皆様の健康、ここ  
を中心いたしまして、日本の広告業  
の発展に、微力ながら貢献をしていき  
たいと思っております。

簡単ではあります、今年、この  
二〇二〇年が、皆様にとって、そして、  
皆様の会社にとりましても、躍進の年  
になりますように祈念いたしまして、  
私からの挨拶に代えさせていただきま  
す。ありがとうございました。

(拍手)

## ご来賓代表ご祝辞・乾杯

一般社団法人 日本新聞協会広告委員会 委員長 牧埜 敦司様

日本新聞協会広告委員会を代表し  
て、一言、ご挨拶をさせていただきま  
す。

平素は、我々メディアの営業活動に、  
格別なご高配をいただき、誠にありが  
とうございます。

しかし、今ここで注目するのは、そ  
こではなく、既存のメディアとデジタ  
ルをどうアセンブルし、クライアント、  
そして広告会社である皆様の課題解決  
にこたえていくか、それが最も重要な  
ことだと思っています。

七月の開催に向けて、様々な情  
報が飛び交うでしょう。しかし、その  
中で、確実な情報を詳しく紹介する、  
それができるメディア。それこそが、  
今後の日本、そして、我々にチャンス  
を与える場になるのではないかと考え  
おります。

新聞協会も今、新聞社力を前面に打  
ち出してあります。広告スペースを売  
りのではなく、編集、事業、広告、デ  
ジタル、五感を駆使した商品開発と変  
革に各社取り組んでおります。

今後も、皆様のご支援ご鞭撻（べん  
たつ）をいただきながらクライアント  
の課題解決に努力してまいります  
で、これまで以上の支援のほど、よ  
ろしくお願い申し上げます。

それでは、ここにいらっしゃる皆様  
の社業の発展とご健勝をお祈りいたし  
まして、高らかに杯を挙げたいと思つ  
ております。

ご唱和お願いいたします。  
乾杯！

(拍手)



卷之三



# ご参加の皆様



新年祝賀会の受付は、広告業協同組合  
（㈱クイック、東栄広告（㈱）マインド  
シア、（㈱サン・アド、（㈱ユアーズ  
ランニング、（㈱リクルートイングサー  
ビス、（㈱一広グループホールディング  
スが担当いたしました。  
また、撮影は、（㈱日宣、（㈱一広グルー  
プホールディングスが担当いたしました。  
(写真・右)

ご出席のご来賓

# 新聞社関係

輔／(株)チャネル 編集長 豊田貴康

関係諸団体



ご参加の皆様



ACA 新年祝賀会



待遇の求人が多数あるそうです。若者は、長期的な雇用ではなく、現在の待遇を重視する傾向が強く、その辺りからも、成長過程都市であることが伺えます。

グレーターベイエリア計画により、更なる発展が見込まれる深セン。日本に限らず、世界中からビジネスチャンスを求めて、多くの企業進

出があります。街中では、今まで「人」が行っていた業務が、「IT」に取って変わる近未来も見せられ、「コミュニケーション課題」に対応する広告会社に身を置く自分としては、今でもデジタル化の課題が山積しておりますが、それがネット上だけではなく、リアル世界でも、課題がすぐそこに迫っていることを実感しました。

## BYD 研修報告書

### 株リクルーティングサービス 奈良 達生

#### 1. BYDの沿革説明

創業当時は数人しか居なかった零細企業が、二十数年の年月を経て従業員数は二十数万人を擁するまで拡大した。元々のメイン事業は携帯の電池メーカー。その後、自動車メーカー、さらに電気自動車・モノレールの開発も手掛けている。

#### 2. 展示ルームの見学

BYDが手掛ける携帯・モノレール模型・自動車の見学。モノレールの模型に至っては街全体を再現しており、立体化交通を構築していた。

#### 3. 日本との違い

深センの街を歩いていると、車の台数が多いが思いのほか車の騒音がない。タクシーやバスの大半が電気自動車で、街全体で電気自動車化を推進していた。現在の日本国内では電気自動車をほとんど見かけない。電気自動車が道路を走っていると、珍しさすら感じる。日本での電気自動車の普及率を確認すると、販売実績2.7万台、新車販売に占めるシェアは0.5%(2017年度 国土交通省参照)と、やはり普及率は低かった。「2030年までに日本国内で電気自動車の販売シェアを30%までに伸ばす。」という記事を拝見したことがあるが、現状の販売方法では普及率を30%までに引き上げるのは難しいと考える。一方、中国の電気自動車販売台数は、57万9000台(国際エネルギー機関2017年公表データ)。中国は日本と比べ政府の手厚い優遇政策がある。それによりメーカーは積極的に開発ができユーザーはガソリン車よりもメリットを感じ電気自動車の購買意欲促進に繋がっている。メーカー・ユーザーそれぞれに優遇があり、国が電気自動車推進の手助けを行っている。日本にも補助金



など支援はあるかもしれないが、中国に比べ圧倒的に見劣りしているということが、普及率の差に繋がっていると考える。

#### 4. 感じたこと

現地に到着するまでは日本の大都市の方が中国よりも発展していると思っていたが、その考えはすぐに一転した。街並みを見渡すと高層ビルや電気自動車など日本の都市以上の発展を感じた。その都市の発展に大きく貢献をしている企業がBYD。携帯電話の電池・電気自動車・モノレールなど、人々の生活になくてはならないものを提供している企業だった。自分自身、技術的な面への知識はまだまだ乏しいが、企業理念に対してはとても共感を持てた。

BYDは「Build Your Dream」の略称。夢を叶えるためにはトライすることが重要であり、そのトライ&エラーの精神がBYDには根付いていると感じた。新しいことにトライするということは、資金・時間など様々な弊害があるが、未来を考えるとチャレンジしないことの方がリスクなのかもしれない。BYDのように設立わずか20年数年で20万人の会社規模への拡大や1兆円超えの売り上げ規模まで成長していることは、「イノベーションを起こしていく」というマインドが叶えたチャイナドリームなのかもしれない。

## 国誉家具(中国)有限公司研修レポート 株式会社トーカンエクスプレス 川原 猛

■講 師：村田浩幸氏（コクヨ深セン支店）

#### 1. ビッグベイエリア構想における深センの位置付け

40年前には人口3万人の漁村に過ぎなかつた深セン市が経済特区に指定されたことを契機に目まぐるしい発展を遂げ、今では人口1,400万人を超える大都市に。深センの成長・発展は留まる事を知らず、2017年7月には「ビッグベイエリア構想」が発動され、更なる発展が見込まれること。

ビッグベイエリア構想とは、中国南部の広東9都市(深セン、広州など)と香港、マカオを一体化して大経済圏を築こうとする中国国家経済戦略。2016年時点の当該地域GDPは既に1兆3,600億ドル(世界12位のロシアGDP以上)を誇り、2030年には4兆6,000億ドル(世界3位の日本GDP超え!!)に到達する計画だそうです。

香港は「金融」、深センは「国際イノベーション」など、それぞれの都市の役割を明確にして、それぞれの都市が密接に連携することで経済発展を促進する。そのため、ヒト・モノの輸送を円滑にするためのインフラ整備(高速鉄道、空港、橋、道路など)が急ピッチで進められている。

#### 2. KOKUYOの中国事業

上海に続き、2004年に深センに進出。当初は、日系企業の進出に合わせて、日系企業からのオフィス家具などの需要を見込んでの計画でしたが、現在は日系企業からの受注は全体の2割に過ぎないとのこと。

中国進出当初、KOKUYOの看板商品であるキャンパスノートを模倣したノートを現地企業が製造・販売していましたが、意外と製品の出来がよく売れていたそうです。通常なら裁判所に訴えて、製造・販売の差し止めを求めるのでしょうかが、KOKUYOがとった戦略が秀逸で驚きました。なんと、その模倣していた会社を買収して、そこの工場で正規のキャンパスノートを製造させるようにしたそうです。異国の地でこれから商売を始めるにあたって、波風を立てず、誰も敵に回



さす、レベルの高い製造ラインまで手に入れたのですからトリッキーな英断だと感心させられました。

現在、深センに進出している日系企業は1,050社にとどまり、そこをメインターゲットにおいては事業拡大が見込めないため、近年は積極的にローカル企業や欧米系の企業にもアプローチをし、その戦略が功を奏し、直近では昨対322%の売上を記録。また、低価格路線とは一線を画し、ハイブランドとして販売してきたことで最近では、あるローカルの大企業から日本では役員クラスしか使用しないような高級チェアを一度に2,000脚も受注したとのことです。というのも深センでは、人材獲得競争が熾烈で高級チェアで入社志願者を少しでも増やそうという狙いがあるそうです(笑)。同様に応接室やミーティングルームの内装工事も日系企業は予算の制約があるのに対し、ローカルの成功企業からは値段に糸目をつけずに発注が舞い込むそうです。

今回の海外研修で初めて、中国を訪問しましたが、想像以上の発展ぶりに驚かされました。超高層ビルとタワーマンションが林立し、道路には欧米の高級自動車とBYD社の電気自動車があふれ、歩道には歩行者の間を縫うように電動スクーターが疾走している深セン。鄧小平氏が人民服を着て、松下(現パナソニック)の最新工場を視察するために日本を訪れた頃の中国を想えば、凄まじい変貌ぶりです。平均年齢32.5歳の活気溢れる深センの更なる発展は、香港との兼ね合いもあり非常に楽しみであり、見守っていきたいと思います。

※海外広告ビジネス研修は16頁からお読みください。

海外広告ビジネス研修

## 真似する国から真似される国へ

副団長 広告業協同組合(ACA) 常務理事 今井 祥雅

第18回目の海外研修は、「デジタル社会の見学」をテーマに18名の方が参加されました。研修先の深セン市は、中国デジタル革命の実験都市として注目をしていたのですが、百聞は一見に如かずと言われるように、実際に訪れてみると本当に世界がデジタル化にむけて大きく進んでいることに驚かされた、大変有意義な研修となりました。

深セン市は、香港と隣接する経済特区です。北京市、上海市、広州市と共に中国本土の4大都市と称される「北上広深」の一つであり、中国屈指の世界都市（世界第15位）であり、近郊を含む人口は東京よりも多く1,500万人ともいわれ

ています。

到着したのは夜だったのですが、600メートルを超える高層ビル（スカイツリーの高さのオフィスビル）を見上げ、その凄まじさに圧倒されるところから研修がスタートしました。今までには、中国人人が自国の明日を見つけるために日本を訪れてきたのですが、今日は、我々日本人が、自国の明日をみつけようと、深センを訪れているということにも改めて感慨深いものを感じました。

研修先のBYD社は蓄電池を核に様々な産業分野で拡大する企業でしたが、案内をしていただいた人事部の20代の方が「私たち、今年はあと3000

人を採用しなければなりません」と言っていたこと。ファーウェイに代表されるような世界に肩を並べるIT技術を用いたベンチャービジネスの街中は、すべてがスマホをベースにして、現金をまったく使わないデジタルの生活文化が形成されていることなど、時代が大きく動いていることを実感できたことは大きな収穫でした。

特に印象的だったのが、BYD社のオフィスの壁に掛けられたメッセージボードにあった「真似する国から真似される国へ」という言葉でした。機会あれば、ACAの研修として、せひとも5年後10年後の深センを再訪してみたいと思いました。

(株)マインドシェア 代表取締役)

## RGF HR Agent China訪問レポート (株)読売エージェンシー 笠本 和行

11月21日～24日の日程で中国深セン研修に參加しました。11月22日RGF HR Agent Chinaにおける研修報告を致します。

講師は、田中秀法さん。深センが、強大な都市に変貌していく様や、現在の市場概況、日系企業の抱える問題、深センの更なる発展の可能性等、ご講義頂きました。

RGFのオフィスに入って最初に目にに入ったのは、大きなポスターです。英語でしたので、最初はわからなかったのですが、講義を聞いて納得しました。日本の管理者と現地社員との間で、言語の壁を補うコミュニケーションツールであり、ビジネス成果を達成する為の、仕事への意識共有を目的としたものでした。太文字タイトルで、Integrity(誠実さ)、Kaizen(改善)、Respect(尊敬)、Accountability(説明責任)、Teamwork(チームワーク)、Boldness(大胆さ)、Fun(楽しい)とあり、仕事に対する姿勢が明記されています。多人種の中で意思を統一し、成果を達成することの難しさは、国内で仕事している私には想像もつかない大変なことだと思います。

講義の中で、深セン市が経済特区に指定さ

れ、僅か40年で、30万人から1400万人へと、ひとつ小さな地方市から東京を凌駕する規模まで発展したことが語られました。東京の歴史を振り返ってみても、その尋常ならざるスピード感が理解できます。歴史が浅いこともあり、都市の平均年齢が33歳と非常に若く、まだまだ大きな未来を感じさせることも分かりました。

深センは、通信・電子部品の企業が多く、スタートアップ企業も集積し、アイデアがあれば、それを実現する多くの条件が整っている「世界の工場」的な役割を果たしているとのことです。また、労働人口が多く、高齢者が少ない。郊外から若者が多数流入している姿が伺えます。社会主義と資本主義のミックス。深センは、計画された成功モデルの象徴となっているそうです。

一方、問題もあります。進出する日系企業では、現地の「従業員の賃金上昇」、「コストの削減」が経営上の問題点として最上位にあり、賃金上昇率の高い、成長都市特有の課題を抱えています。若手の離職率が高く、早ければ1年で辞める事例も多いようです。

深センは、若者にとってチャンスが多く、好

第18回海外広告ビジネス研修(中国 深圳) 参加者			
	会社名	役職	参加者名
団長	(株)クイック	代表取締役会長	和納 勉
副団長	(株)マインドシェア	代表取締役	今井 祥雅
担当理事	(株)スカウト	代表取締役	星野 順行
担当理事	(株)小島折込広告社	代表取締役	小島 正登
常務理事	(株)リクルーティングサービス	代表取締役	佐藤 孝
理事・理事長代行	(株)広グループホールディングス	代表取締役	山上 徳夫
団員	(株)クイック	リクルーティング事業本部	長妻 潤
団員	(株)誠廣社	代表取締役	山田 剛史
団員	(株)トーカンエクスプレス	代表取締役	川原 猛
団員	(株)トータルブレーン	代表取締役	若村 和明
団員	(株)DIVER((株)照栄)	代表取締役	岡野 照彦
団員	(株)日経エージェンシー	営業第5部課長	保高 正明
団員	(株)リクルーティングサービス	総合企画部リーダー	奈良 達生
団員	(株)広真アド	代表取締役	真下 富雄
団員	(株)広真アド	顧問	近藤 建彦
団員	(株)読売エージェンシー	営業本部IMC局次長部長	笠本 和行
団員	(株)読売エージェンシー	営業本部IMC局副部長	芳村 博之
団員	広告業協同組合(ACA)	事務局長	木村 正弘

(順不同 敬称略)

信頼の世界品質、チャバ保険。

www.chubb.com/jp

CHUBB®

<取扱代理店>  
有限会社エーキック TEL 03-5816-4661 FAX 03-5816-4660

「損害保険  
生命保険」のことなら東京海上日動生損保代理店

日本リスクマネジメント(有)まで!!

TEL.03-3311-7540 FAX.03-5305-3685

〒166-0015 東京都杉並区成田東3-6-3

mail:nihonvns81@jcom.home.ne.jp フリーダイヤル 0120-363-757

# ACA 第18回海外広告ビジネス研修

Advertising Cooperative Association

## ACA深圳(しんせん)研修報告

団長 広告業協同組合(ACA) 理事長 和納 勉

11月21日から3泊4日、ACA一行18名による海外研修を発展途上国で実施しました。

深センのイメージは色々な報道や本などで40年前に中国政府の改革開放政策のもと、ひなびた漁村から一躍ハイテク産業の集積した大都市に変貌したと言うくらいでした。しかし、やはり聞くと見ると大違い、一行はその変貌ぶりに感動したほどでした。

ものづくりから始まった深センは、ファーウェイ本社、テンセント本社といった今やAIやスマート、タブレットの大手など通信ネットワーク関連の大手企業がござって本社を、また研究所を出すほどハイテク集団の集積する都市へと変貌していました。300メートル級のビルが至る所に聳え立ち、経済特区として計画された都市として、ますます巨大な都市へと発展しています。今回の海外研修テーマとして、これらのハイテク技術の活用を日常生活の中に取り込んだ実例を視察することも大きな目的でした。

1日目は日本から深センのフライトで、2日目から視察でした。最初にリクルートグループの深セン海外事業へ訪問し、深センの概要レクチャーを受けました。歴史から現在まで非常に理解しやすい説明で大いに深センに興味を持つセミナーでした。それから郊外にあるBYDの本社工場を視察。今や中国はEV自動車大国となっているその中心企業です。携帯のバッテリーから自動車の大きなバッテリーまで作り、さらには電動自動車を作っている巨大企業として最も注目されています。事実、深セン市内のタクシーはほとんどが電動自動車となっていました。説明の中で特に印象に残った事は『イノベーション』でした。常にイノベーションを目指して頑張ってきたということが大きな企業集団にしていましたとよくわかりました。その後、深センの中心に戻りコクヨ深セン事業所を訪問。ここでは説明の端々に日系企業が成功するためのノウハウがあったように思いました。充実した2日目が終了し、翌日はテクノロジーを活用した無人化の街といったテーマの観察となります。

3日目は、深センでも全てのハイテク企業が集まつたソフトウェアパークの視察。ここはファーウェイ本社、テンセント本社などの著名なグローバル企業のみならず、IT、AIの企業やアリババ、各大学の研究機関などが集積した高層ビル群が立ち並ぶエリアで、その巨大さに圧倒されました。世界の頭脳集団が一堂に集まつたエリアといった趣です。つい40年前まで人口数万人の寒村だったところが、1500万人の大都市に変貌したと聞かされ一同驚くばかりの発展ぶりです。無人化されたコンビニ、レストランなど新しい試みの店舗も視察し、大いに刺激を受けた深センの視察となりました。

まだまだハイテク技術を利用した広告モデルはトライされてないように思えますが、逆に消費者に直接届くようなネットワークやSNSが発展していて、そういう広告モデルが進化している事を感じました。次回はこの巨大都市で起こりつつある広告モデルの進化した形がどうなっているのか、知りたいと思いました。

翌日には全員無事帰国しましたが、内容の濃い大変有意義な海外研修視察でした。

(株)クイック 代表取締役会長

### 第18回海外広告ビジネス研修(中国 深圳)日程

1日目	11月21日(木)	午後集合 成田国際空港出発 空路中国へ。夜、深圳国際空港着。専用バスでホテルへ。
2日目	11月22日(金)	午前10時 RGF深圳事務所を訪問。田中秀法様より「深圳の最新経済動向」の講義を受ける。 午後2時 BYD(比亜迪)を訪問。BYD人事担当者の説明を聞きながら見学施設を回る。 午後4時半 コクヨ(KOKUYO Furniture China)深圳支社を訪問。 村田浩幸様より「深センの地理的特徴」や「街の開発事情」などの講義を受ける。
3日目	11月23日(土)	終日、深圳市内の無人コンビニ(無人便利店)、無人レストラン、ドローンのリーディングカンパニーDJI深圳旗艦店、華強北電気街などを視察。
4日目	11月24日(日)	午前 深圳国際空港出発。空路、日本へ、成田国際空港着、解散。