

# 新聞 広告 仕事人



世の中を元気づけたい。思いを伝えるキャンペーン

「暗い話題ばかりの毎日に、慣れっこになっちゃいけない。『我々を動かすものは、事情じゃない。信念だ。』」

昨年11月から今年の3月まで、朝刊の金融情報面に毎週掲載された、マネックスグループの企業広告。日本経済の苦境を伝える金融情報面の中で、ひとさき強い存在感を放つポジティブなメッセージに、思わず目をとめた人も多かったのではないかな。

掲載当初から評判を呼んだこの広告の制作を手掛けたのは、「風とパラッド」の戸練直木さん。マネックスグループの松本大社長直轄プロジェクトとして、ブランド「コンサルティング会社シー・アイ・イー」ともに準備を始め、それが昨年9月のこと。まさに、リーマンショックが市場を襲った直後だった。「まさか、あんなことになるとは……。金融不安が徐々に見えてくる状況の中で、株式市場の関係者にとっては本当につらい

時期でした」

金融情報面で市場にメッセージを発信

でもだからといってただ沈んでいても仕方がない。こんな時期だからこそ、マネックスグループとして市場にメッセージを発信し、存在感をアピールしたい。そして、世の中をなんとか元気づけたい。そんな松本社長の思いを形にするべく様々な案を検討するうち、戸練さんはあるアイデアを思いつく。

「通常だと、広告を載せる場所が先に決まって、それから中身を考えることが多いんです。でも、今回は『市場にメッセージを発信する』という中身が先に決まっていた。それなら、金融情報面の上の方がベストな場所だと思ったのでダメもとで交渉してみたら、なんとOKが出た。まさにドンピシャでした」



「通常だと、広告を載せる場所が先に決まって、それから中身を考えることが多いんです。でも、今回は『市場にメッセージを発信する』という中身が先に決まっていた。それなら、金融情報面の上の方がベストな場所だと思ったのでダメもとで交渉してみたら、なんとOKが出た。まさにドンピシャでした」

「通常だと、広告を載せる場所が先に決まって、それから中身を考えることが多いんです。でも、今回は『市場にメッセージを発信する』という中身が先に決まっていた。それなら、金融情報面の上の方がベストな場所だと思ったのでダメもとで交渉してみたら、なんとOKが出た。まさにドンピシャでした」

「通常だと、広告を載せる場所が先に決まって、それから中身を考えることが多いんです。でも、今回は『市場にメッセージを発信する』という中身が先に決まっていた。それなら、金融情報面の上の方がベストな場所だと思ったのでダメもとで交渉してみたら、なんとOKが出た。まさにドンピシャでした」



マネックスグループ 2009年3月18日付朝刊掲載

「状況に応じて内容を交えられるスピード感と、ネット広告並みにぎりぎりまで締め切りを引く張る鮮度が新聞にはある。でも、そういった特性を生かした新聞広告はあまり多くないですね。新聞は持ち運びのできるモバイルメディアだともいえるし、もっと色々なことができると思います。アイデアしだいですよ」

文/大田聡 写真/星野章

# 広告特集

暗い話題ばかりの毎日に、慣れっこになっちゃいけない。  
MONEX GROUP  
2008年12月2日付朝刊掲載



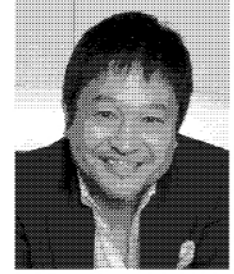
ところであなたは、この不況の要因を正しく説明できますか？  
MONEX GROUP  
2009年2月4日付朝刊掲載



我々を動かすものは、事情じゃない。信念だ。  
MONEX GROUP  
2009年2月25日付朝刊掲載



企画制作/シー・アイ・イー、kazepro、シンガタ総研、渡辺潤平社、  
パタフライ・ストローク  
CD/戸練直木、松田康利 AD/青木克憲 C+P/渡辺潤平  
CP/嶋明良 D/宇佐美真一  
PM/宇都宮賢二、森江朝広 MP/Keishu Yu 製版+印刷/日庄



戸練直木さん  
とねり・なおき/風とパラッド株式会社アカウントプランナー/  
kazepro 代表取締役/株式会社フラワーレーベル代表取締役  
1964年、静岡県生まれ。86年第一企画株式会社(現 株式会社アサツーティ・ケイ)入社、大阪支社営業部に配属。93年東京本社へ異動。2004年「風とロック」の箭内道彦氏が代表を務めるクリエイティブ・エージェンシー「風とパラッド」設立に参加。現在は、風グループであるkazepro代表取締役/プロデューサーとして雑誌「旬」がまるごと、アーティスト「パニラビーンズ」プロデュースなど幅広いジャンルでプロジェクトを手がけている。近著に「50のキーワードで知る 勝てる広告営業。」(誠文堂新光社)がある。