

右手に常識、左手に非常識を。

■研究概要等

電通という広告会社に36年間勤め、2016年4月1日より総合社会学部にて教鞭をとっています。電通ではクリエイティブ一筋で、テレビCMや新聞広告などマス広告の企画制作、キャンペーン構築といった仕事に携わってきました。そんな「広告コミュニケーション」の実務を通じて培ったことを、できるだけリアルに学生の皆さんへ伝えたいと考えています。

人々の意識や生活はどんどん変化し、マスメディアも同様に変化しています。私たちを取り巻く環境の変化は、これからますます加速していくことでしょう。日本は、そして世界はどこへ向かうのか？課題はたくさんあります。そんなさまざまな課題の解決に向かって、広告界も動き始めています。もはや、広告をつくることだけが広告会社の仕事ではありません。世の中のさまざまな課題と向き合い、「アイデア」や「コミュニケーション」の力で世の中をよくしていく。それが、これからの広告界の重要なミッションのひとつです。そんな無限の可能性を秘めた「広告コミュニケーション」の明日について、学生の皆さんと共に考えていこうと思います。

■研究テーマ・授業目標等

1. 広告を入り口に、世の中や人間について学ぶ。「常識」のだいじさを知る。

広告論の授業では、広告の歴史や現状、日本や世界のCMや事例などを通して、社会のさまざまな「常識」や「考え方」について学びます。時代や世の中のことや人間について知る。そういう常識があつてこそ、人々の心を動かすアイデアは生まれます。常識は、基礎。広告だけでなく、いろんな道につながっていると思います。

社会マスメディア系専攻
8D研究室
教授

やまもと りょうじ

山本 良二

ryojobox@socio.kindai.ac.jp



2. 考えることの難しさとおもしろさを学ぶ。「非常識」の力を知る。

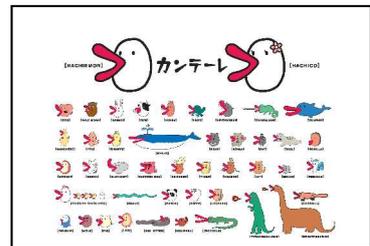
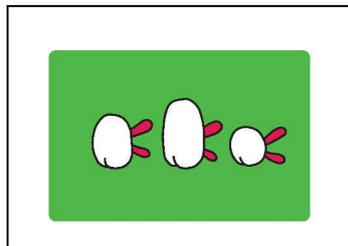
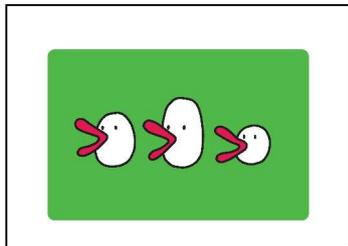
社会では常識が必要とされますが、その一方で、常識にとらわれない自由で柔軟な「非常識力」も必要とされます。そして、これからますます、「常識」×「非常識」の柔軟な発想が求められる環境になるでしょう。日常の授業でも、考えることの難しさとおもしろさを実感させ、一人ひとりの考える力を伸ばしたいと思います。

3. 広告とメディアの関係を中心に、 時代や社会の変化について学ぶ。

広告もメディアも、急激な勢いで変化し続けています。たとえば、インターネット広告費がテレビ広告費を超える日は、近い将来にやってきます。広告やメディアに限らず、世界中で「ゲーム・チェンジ」が始まっている環境の中、「変えていかねばならないこと」と「変えてはいけない原点」とをきちんと見据えて考え、学んでいくことが重要だと思っています。

■受賞等

東京コピーライターズクラブ 新人賞・部門賞、大阪コピーライターズクラブ 部門賞・クラブ賞、ACCCMフェスティバル ゴールド・シルバー・郵政大臣賞・最優秀地域テレビCM賞、読売広告大賞 最優秀賞・読者大賞、朝日広告賞部門賞、フジサンケイ広告大賞、毎日広告デザイン賞部門賞、広告電通賞、やってみなはれ！佐治敬三賞、ニューヨークADC賞、ロンドン国際広告賞ほか



■趣味等

テニス・ゴルフなど、スポーツで汗をながすことが好きです。
読書も好きです。喫茶店でコーヒーを飲みながら、本を読む時間はしあわせです。
お酒も好きです。一人で飲むこともきらいではありませんが、
みんなでわいわいがやがやとしゃべり、笑いながら飲むお酒が好きです。
そして、人間が好きです。人と人とのコミュニケーションをだいにしたいと思っています。

■ゼミについて

「考えること」を楽しむ。山本ゼミはそういう場所や時間でありたいと思っています。
まじめに、自由に、たのしく、柔軟に考えたいです。
作文も書きます。ディスカッションもします。CMも見ます。自分たちでCMもつくります。
ときには、みんなでごはんも食べます。飲んで、しゃべって、笑います。
ゼミ生一人ひとりの個性や考え方は、さまざまです。
違って、当たり前です。違って、いるから、すばらしいのです。
答はひとつではありません。答は一人ひとりの中にある、と思います。

4. 発想力、プレゼンテーション力を つける、育てる、伸ばす。

発想するときにも、プレゼンテーションをするときにも、基本となる考え方や道筋があります。そういう基本を知っている人とそうでない人とは、効果や結果に大きな違いが出てくることでしょう。私が電通時代に経験したこと、実践してきたことを、学生の皆さんにできるだけわかりやすく、具体的に伝えていきたいと思っています。