



情報社会学部 情報社会学科 弦間一雄(げんま かずお)教授

トリプルメディア時代のコミュニケーションデザインと 広告業界の人材育成について研究

大阪経済大学 情報社会学部で「広告クリエイティブ論」「広告ブランディング戦略論」等を担当する弦間一雄教授は、大手広告代理店のコピーライター/クリエイティブディレクターとして、25年にわたり広告業界の第一線で活躍、TCC賞、日本流行語大賞など多くの賞も受賞しています。この経験を活かし、目まぐるしく変化するデジタル時代の広告について表現・評価・人材育成の研究を進めています。

■ トリプルメディア時代、広告クリエイティブとコミュニケーションはどう変わったか？

弦間教授の最新研究テーマは「トリプルメディア時代における広告クリエイティブとコミュニケーションデザイン」。かつて広告は“広く告げる”ことを目的に、視聴率の高いテレビ番組にCMを流す、発行部数が多い新聞に広告を出すといったGRP型のメディアプランに基づくクリエイティブが主流でした。このような環境の中では“メディアが変わってもクリエイティブやアイデアの本質は変わらない”と考えられてきました。しかし21世紀以降のデジタル化がもたらした「トリプルメディア（オウンドメディア、ソーシャルメディア、ペイドメディア）」のフレームの中では、高度にターゲティングされた個人に届くコミュニケーション、行動を起させるためのクリエイティブへと細分化され、広告主が求めること、メディアプラン、手法などが大きく変化しています。このような時代に、どのようなクリエイティブ表現が必要か、それをどう評価するのか、更にはその作り手となる人材の育成にまで視野を広げて研究しています。

■ これからの広告業界で求められる、働き方・人材育成の哲学とスキルを研究

弦間教授が関心を寄せるは、このような広告業界の環境変化に即した「セカンダリー人材（准エリート層）」の育成です。デジタル化が進んだことでクリエイティブ制作の数が飛躍的に増加し、かつてのようなトップエリート層5%下層部95%といった労働構造は成り立たなくなっています。これからはセカンダリー人材の数と質を高めることが急務と考え、広告業界における働き方改革、人材育成の哲学とスキルについて研究を行っています。

また弦間教授は、2020年の東京オリンピック開催に向けた「文化オリンピアード」の共同研究にも参画。地域と連携した応援イベントやメディアイベントに学生を参加させ、関西からオリンピック・ムーブメントを盛り上げていきたいと考えています。

弦間一雄教授 プロフィール

詳細はこちら⇒ <http://web.j8.osaka-ue.ac.jp/ouehp/KgApp?kyoinId=yomisgbsgggy>

1963年生まれ、大阪府出身

経歴：1988～2011年 博報堂コピーライター/クリエイティブディレクター、2002～2005年多摩美術大学美術学部講師、2006～2013年 中央大学大学院国際会計研究科特任教授、2013年～大阪経済大学情報社会学部教授

論文：「メディア環境の変容による企業コミュニケーションのシームレス化現象」（広報研究、2013年）

主な著書：「経営は哲学なり」（共著、ナカニシヤ出版、2012年）、「学校トラブル相談所」（共著、学事出版、2016年）

所属学会・団体：日本広告学会、日本マーケティングサイエンス学会、日本選挙学会、東京コピーライターズクラブ

その他：新潟広告賞審査委員長、NHK放送文化研究所レビュー委員、大阪市クリエイティブネットワークセンターアドバイザー、内閣府インターネット博覧会専門委員、経済産業省非市場戦略研究会専門委員

<本件に関するお問い合わせ先>

大阪経済大学 企画部広報課 高濱 Tel：06 - 6328 - 2431 Mail：kouhou@osaka-ue.ac.jp

大阪経済大学 広報デスク（プランニング・ポート内） 福岡、小宮 Tel：06 - 4391 - 7156

<https://www.osaka-ue.ac.jp>