



「CLUB CEO」放送情報

【91回放送】株式会社ライトパブリシティ 杉山 恒太郎 代表取締役社長

経営者とZ世代をつなぐ未来創造番組「CLUB CEO」（interfm 毎週日曜日朝7:00放送
パーソナリティ：弊社代表五十嵐彰）に株式会社ライトパブリシティから杉山 恒太郎 代表
取締役社長にご出演いただきました。番組の概要は下記のとおりとなります。



※画像1枚目 左から杉村社長、Z世代ゲスト中辻さん、中村さん、五十嵐。画像2枚目 左から五十嵐、杉村社長。

放送日 : 2023年12月24日(日) 7:00~7:55

放送局 : interfm (FM897)

出演者 : 杉山 恒太郎 (すぎやま こうたろう) さん

(株式会社ライトパブリシティ 代表取締役社長)

略歴>

1948年 生まれ。

1972年 立教大学卒業後、株式会社電通に入社

1990年代後半~電通におけるデジタル領域のリーダーとして
デジタル広告ビジネスの確立を牽引

広告業界における「トラディショナル」×「インタラクティブ」の
融合の先駆者へ、その後電通常務執行役員を経て

2012年 株式会社ライトパブリシティ移籍。2015年より現職
活動>カンヌ国際広告祭審査委員、大阪芸術大学客員教授など

小学館「ピッカピカの一年生」(1975-76 27歳)

セブンイレブン「セブンイレブンいい気分」など

2018年ACC第7回クリエイターズ殿堂入り
2022年全日本広告連盟「日本宣伝賞・山名賞」受賞（業界の文化勲章）

Z世代：中村覚さん(日本大学芸術学部文芸学科1年生)
活動>執筆作業に取り組む傍ら本のあらすじ紹介サービス scrap を手がける

Z世代：中辻新さん(早稲田大学政治経済学部4年生)
活動>早稲田大学政治経済学部4年。茶道裏千家。「artics」をアートやソーシャルメディアを、アメリカのシリコンバレーで起業。
<https://dcaj-techbiz.com/artics/>
IPO社数1位のアクセラレーターである Techstars のプログラムに採択され現在米国マーケット向けに事業を展開中。

放送内容：日本で最初にインターネットビジネスに携わられた

90年代にデジタル領域を任され、「また新しいことができるのか！」と
当時は前向きな気持ち。競合他社のみんなはまさに戦友。

モチベーションは知らない事の恐怖

モチベーションの源泉は「まだまだ知らないことがたくさんある事」の
焦り、今なおその焦りは感じる。別の言い方をすれば「好奇心」の現れ。
立花隆さんの「知らないことを知りたい」に共感。
「オレもうなんでも知ってるから！」と言ってしまったらそこで終わり。

仕事はドット（点）では終わらない

まさにコネクティッド、仕事が繋がるように信頼関係が繋がり、また仕事が
再開する。綺麗に仕事を終えれば、歴史の中に自分が存在するように、より
深みが出て幸せになる。

アイデアとは『思い出すこと』

アイデアとは思い出すこと。アイデアは自分の中にたくさん入っていて
それをすくえるかどうか重要「Connecting the dots (点と点をつなげる)」
スティーブジョブス「本当に新しいものは歴史の中からしか生まれない」
歴史の中にキラキラする宝石はたくさんある。
それを見つけるか見つけないか、気付くか気づかないかは本人のトレーニ
ングや努力、勇気にかかっている。
「すでにあなたはそれを見てるはずだ」と。
だからたくさん本を読んで、たくさん映画も見る。

アイデアとは過去が一番新しい

クリエイターの条件は、遊び心、面白がること、前例がないことに対して
恐れないこと。勘違いしがちだが、アイデアというものは、じーっとしてて
真っ白いキャンパスに向こうから飛んでくるっていう未来的な感じをイメー
ジするが、過去が一番新しい！

マクルーハンの著書「メディア論」で「バックミラー 見ながら 前へ進む」バックミラーを見て車を運転するのは危ないということを比喻に使った。「メディアはメッセージである」という有名な言葉も書いている。

未来創造会議テーマ：

『次の時代のクリエイティブの役割』（Z世代→経営者）

中辻さん：エンターテインメントのようなクリエイティブの役割について特にアメリカは文字を読むような学生や若者が減ってきている。相対的に非言語コミュニケーションの役割が重要になる、同時に最近の ChatGPT 然り、そうした生成 AI によってクリエイティブの敷居自体も下がっている中で、エンタメコンテンツの社会的な役割を考える必要があるんじゃないかと考えている。個人的には一 Z 世代として色々な音楽サービス、映画サービスを使っていく中で、エンタメコンテンツの社会的な定義が簡素なものになっていってしまうのではないかと？

例えば音楽だったら耳に音が入ればいい、映画だったら視界に映ればいいという考え方、今の現状についてどう思われますか？

杉山さん：今の質問を聞いて本当に時代と向き合っていると思う。あらゆるものが情報化している。音楽も情報になっている。マーティン・スコセッシ監督の「キラーズ・オブ・ザ・フラワームーン」、この監督は「映画がコンテンツって言われた瞬間に映画が墮落した」と言っている。コンテンツという言葉は人が関わっている感じが全くしない。全部の表現がコンテンツになってしまうと、相当殺伐とした世界になるだろうと危惧をしている。今では音楽も記号で、情報になってしまっている。

中辻さん：僕もそこは課題だと思っていて解決したいと思っていました。インターネットの力を使いコンテンツに特化し、人々が好きなものを自己表現ができるようなメディアを作ろうと試行錯誤しているが、コンテンツが社会の人々の関係性に与える影響について知識を深めないといけない。エンターテインメントのコンテンツが社会に与える影響や人との関係性に与える影響はどのように認識されていますか？

杉山さん：基本的に表現物というのは人に何か気づきを与え、そして固まった心を、常識を、一回柔らかくして、物事に対して一度自由になれる。フェアになれて、やがて幸せな気持ちにさせるというのが表現物。日本人にとって一番苦手なのはビジュアルランゲージであり、ノンバーバルコミュニケーション。日本人はみんなが日本語を話せると思っているから、言葉で何とかしようとする。例えば、カンヌフェスティバルで評価される物はビジュアルランゲージがきちんとできているもの、ノンバーバルコミュニケーションができているもの。絵をまるで言葉のように意味をつけて伝える事、

言葉無しの映像コミュニケーションを作るのは我々日本人はもともと苦手としている。

杉山さん：あるものをビジュアル化する、視覚化する、視覚化するというのは結局、視覚化したいものをまず自分の中で言語化をしていないと、視覚化はできない。(結果)言葉が重要。先に手が動いて、色塗り、線引きしたくなるが、何のためにデザインするのか?というところを考えなければいけない。考えることをすることで、はじめてノンバーバルなビジュアルが生まれる。言語を捨てるわけじゃない。色々な民族もいる、文字が読めない人もいる、色々な中でビジュアルコミュニケーションはすごく重要で、ものすごく機能するがそれは自分の中でやりたいことの整理というのが言葉にできている前提。(私は)デザイナーに「言葉を好きになれ」と言う。優秀なデザイナーはしゃべる言葉がすごい面白いし、言葉をすごい気にしていることがわかる。言葉を好きにならないと素晴らしいビジョンは生まれない。

中村さん：言葉にしていくというのはすごく大事な過程であると思っていて、言葉があるからこそ新しいクリエイティブは生まれると思っている。慎重に一つ一つ言葉を選んでいかないと、今の時代は生成 AI を使用したときに、誤った方向に進んでしまう懸念があると思う。世代を超えて一人一人が考えていくべき時代なのではないかと思いました。

杉山さん：生成 AI にどのように情報を与えるか、言葉を与えるか。その言語の力とセンスがないと、彼らだって綺麗なものを返してはくれない。言葉を大事にしましょう。

番組を通じて Z 世代の感想

中村さん：言葉のように伝えるというところで、やはりこの時代に言葉の大切さっていうのを改めて意識しました。

中辻さん：一番印象に残ったのは **Connecting the dots** (点と点をつなげる)。すごい面白いなと思ったのが歴史や過去のものを振り返って、そこからしか新しいものは生まれない。だけど、真面目になりすぎてそれを探そう、と頑張るのではなくて、楽しく、色々クリエイティブな形で見つけていかなくてもいけない。割と矛盾しているように聞こえるのですが、僕が思ったのは、それを達成するためには何かを好きになる、好きでひたすら追求する。結果として情報量も溜まって、その中で面白いものが見つかったというような、そういったことが大事なんじゃないかなってすごく感じました。僕もその好きを応援できるような会社になりたい。

杉山社長にとって「クリエイティブ」とは？

> 『努力は夢中に敵わない』

『お金とくらしのトリセツ』～SMBCグループ協力～

講師：SMBC コンシューマーファイナンス株式会社 幸田 慎吾さん

テーマ：「市場経済」

内容：市場とは、売り手（メーカーや小売店）と買い手（消費者）が自由にさまざまな商品を売り買いする場。

経済とは、生活に必要なモノやサービスを生産・分配・消費する活動のこと
モノやサービスの値段は、こうした需要と供給のバランスを取って決定する。

需要とは、モノやサービスが欲しいという欲求のこと。

供給とは、モノやサービスを市場に出すこと。

売り手と買い手の間の公正な取引が促されるよう「独占禁止法」という法律がある。企業間での取引において、立場的に優位な企業が、立場の低い企業に対して不利益を与えることや、談合やカルテルの禁止が定められている。

- 選曲：1曲目) Miracle Play(天使が降る夜)/(dip in the pool)※杉山さん
2曲目) 君は天然色(大瀧詠一)※杉山さん
3曲目) いっそセレナーデ(井上陽水)※杉山さん
4曲目) somebody to love(Queen)※中辻さん
5曲目) Strangers By Nature(Adele)※中村さん

企業情報：株式会社ライトパブリシティ(LightPublicity Co.,Ltd.)

設立：1951年（昭和26年）4月10日

代表者：代表取締役 CEO 秋山晶

所在地：〒104-0061 東京都中央区銀座

資本金：1,000万円

総売上高：36億円（2020年度グループ連結）

従業員数：94名(2021年9月1日現在)

役員：代表取締役 CEO 秋山晶

<https://www.lightpublicity.co.jp/company/index.html>

<収録の様子>



※Z世代ゲストの質問に答える杉山社長



※1枚目 杉山社長。2枚目 左から杉山社長、Z世代ゲスト中辻さん、中村さん、五十嵐。



※1枚目、2枚目 左からZ世代ゲスト中辻さん、中村さん

なお、この番組の放送に収まらなかった完全版は AuDee、Spotify でお聴きいただけます。

・ AuDee 公式ページはこちら：<https://audee.jp/program/show/100000357>

さらにZ世代のメディアコミュニティ「Steenz」では、オリジナル動画コンテンツとして、放送とは異なる目線で、経営者とZ世代の熱のこもった対談の様態を配信していきます。

・ Steenz 公式ページはこちら：<https://steenz.jp/>

■Steenz (スティーンズ) とは? (<https://steenz.jp/>)

多様性の時代を生きる 10代がもつ「自分らしさ」にフォーカスし、その生き様を賞賛し、個性を磨き続けられる社会を実現させるためのメディア・プロジェクト。

■CLUB CEO とは?

「経営者と Z 世代をつなぐ未来創造番組」をコンセプトに、毎週日本を彩る『真の』経営者をゲストにお迎えし、経営者の人柄や事業内容に迫るだけではなく、小学館が運営する 10 代向けメディアコミュニティ『Steenz (スティーンズ)』ならびに幼児から中高生・社会人まで教育サービスを総合的に展開する株式会社ウィザスと連携し、Z 世代が持つ「価値観」や「社会課題」を経営者と一緒に考え学んでいく番組です。

<番組概要>

番組名 : 「CLUB CEO」
放送局 : interfm (FM897)
放送日 : 毎週日曜日 AM7:00-7:55
進行 : ナビゲーター五十嵐彰
(株式会社 C MerTV 代表取締役社長)

