



<理事長メッセージ>

ACC 会員社の皆様へ

いま人類はスペイン風邪の収束以来 100 年振りの深刻なパンデミックに立ち向かっています。

まずは、新型コロナウイルスによって亡くなられた方々およびご家族、ご親族の皆様にお悔やみを申し上げるとともに、未だ闘病中の皆様にはお見舞いを、そして厳しい戦いの中で治療の最前線に立っていらっしゃる医療従事者の皆様のご努力、そして日々の生活を支えるために頑張ってくださっている、スーパーを始めとする小売業の皆様、日々物資を運んでくださっている宅配便を始めとする物流業の皆様などには、大いなる感謝を申し上げたいと思います。

日本における感染症対策は、古くは幕末の鎖国が終わった頃、コレラが流行り“部屋の換気”などを奨励したこと、スペイン風邪の時は“人々が密集する場所は避けること”を呼びかけたことなどがあるようで、感染症対策の基本は昔も今も変わらないということのようです。

今回の対策ですが、4月7日に緊急事態宣言が発出され、1ヶ月間は外出自粛、テレワーク等で徹底的に3密を避けることにより、蔓延を抑え込む本格的な戦いが始まりました。

現代においてはICTの発展により、仕事は自宅でも出来るようになってきているとはいえ、“仕事とは会社に行くこと”でありましたから、戸惑いあり、違和感ありで一刻も早く元に戻りたい思いは募るばかりです。

しかし、この戦いに勝つには「良い薬・ワクチンの開発」と「グローバルに十分な供給体制が出来ること」が必要ですし、それにはかなりの時間がかかると見られています。現に、緊急事態宣言の解除は予定通りとはいかず、さらに1ヶ月となりました。

ならば、我々も徒に嘆き、時を費やしても仕方がありません。ここは腹を括って、「禍を転じて福となす」よう、コロナ後の事を少し考えてみましょう！

日本は“課題先進国”と揶揄されます。その数ある課題の中で最も大きなものは人口問題*に関わることですが、“生産性を如何に上げるか”です。

(*日本は急速に少子高齢化が進んでおり、生産年齢人口が急速に減少しています(過去20年間に1千万人減)。昨年120年振りに出生数が90万人割れし、人口の少ない世代が親になり、縮小する親世代がさらに少ない子世代を生む「縮小再生産」が始まったことで、この働き手の減少傾向は確実に数十年は続くとされているのです。)

先進国に比べて低い（OECD 諸国中 21 番目）生産性がこのままであれば、GDP は成長が望めないどころか、減少していくことになります。

パイの縮小は、社会保障制度の崩壊をもたらし、インフラの維持さえも難しくなり、安心安全な人生を送ることは難しくなります。

また我々広告業界にとっても、良いことはありません。広告市場の動きは GDP に連動しています。GDP の縮小は広告市場の縮小も意味しているのです。

業界が繁栄するには、日本経済の成長・パイの拡大が必要なのです。

なんとしても、生産性を上げてパイの拡大を図らねばなりません。

そのためには、米国・中国・韓国などに大幅に遅れている ICT 化を進めていくことが必要です。第四次産業革命の中心的な技術である AI、IoT、RPA、ビッグデータ等が、今年からサービスの始まった 5G により、使える分野が一気に広がるでしょうし、人口の減少を補うことが十二分に出来るレベルに進歩していきます。

また、デジタルトランスフォーメーションも加速していく（これからの 20 年は、過去の 20 年に比べて数倍もの規模で、あらゆる分野で新しいビジネスが生まれる。）ものと予想されます。

これらの情報技術は、短期的には雇用を奪うなどのマイナスもあるので失業問題が深刻な国は、慎重に構えざるを得ないこともあります。幸か不幸か日本は働き手が減って、足りないので、マイナスはあったとしても小さく、ICT 投資の遅れに伴う生産性の遅れを、一気に挽回できるチャンスでもあります。

言うまでもありませんが、新しいビジネスモデルを生み出すには、単に AI、IoT 等の技術のことがわかっているだけでは十分ではありません。（技術を組み合わせるにしても）クリエイティビティと想像力が必須です。何事によらず、新しいことを生み出すためには常にクリエイティビティが中心になければうまくいかないのです。

コロナ禍が収束した後の「日常」は、「それ以前とは違った日常」になるでしょう。現在は“第四次産業革命”の真っ只中にあることを理解し、「新しい日常×革命的に進化を遂げる ICT」で、コロナ後のビジネス環境はどうなるか？その環境に適合してゆくにはどうしたらよいのか？現在のビジネスモデルは 10 年先無くなるという前提で、新しいモデルはどういうものか？を考える良い機会かもしれません。

コロナ対応の期間をいかに過ごすかが、コロナ後の“新しい経済・社会”でうまくやれるかどうかの分かれ道になるような気がします。

ACC は「クリエイティビティを駆使して、経営、事業全体の課題を解決するプロフェッショナル」の集う団体として、広告主、広告会社、制作会社、メディアという「考え」「創り出し」「届ける」というクリエイティビティを担う全ての機能を持つ皆様



の力が結集しています。

その力は、直面する様々な社会課題の解決や、生活者の不安な気持ちに寄り添って支えてゆく力になってゆけると信じています。

我慢の日々が続きますが、いつの時代も“ピンチはチャンス”“変化の中にチャンス有り”です。

一致団結して苦難を乗り越え、明るい未来をつくっていきましょう！

2020年5月4日
一般社団法人 ACC
理事長 高田坦史