

先輩に聞いて
みよう！

広告業界で 働くということ

働いている人も仕事内容もとても華やかに見える広告業界。
総合広告会社の営業部門でバリバリ働いている小森さんに、
仕事のこと、会社のこと、業界のこと、いろいろ聞いてみましょう！

答えてくれる人

小森美佳

Mika Komori

株式会社大広
東京アクティベーションデザイン
ビジネスユニット
第1営業局
デジタルビジネスグループ



Q1 現在、どのような仕事に携わっていますか？

現在は生命保険会社と食品メーカーの担当をメインにしている、デジタル広告の運用、ダイレクトマーケティングのマスメディア出稿、PR、全国キャラバンイベントの企画・運営などに携わっています。それぞれ広告ターゲットも商材も異なるので、互いに良い刺激になっています。

また、地方自治体の広報宣伝業務も担当していて、今年のゴールデンウィークは、自治体の周年記念で制作した絵具を使って、子どもたちを対象にしたお絵描きイベントの運営に携わりました。

Q2 広告業界を意識し始めたきっかけは何ですか？

学生時代からテレビCMやポスターを作品として見るのが好きだったことがまずあります。

その当時、広告業界を題材にしたマンガやテレビドラマがあった

ため、何となく広告業界・広告会社の存在は知ってはいたのですが、就職活動をするにあたって自分の性格を考えたときに、さまざまな業種、商品、プロモーションに幅広く関わることができる広告業界でなら、仕事を好きになって長く続けることができそうと思ったことがきっかけです。たとえ仕事でつらいことがあったとしても、好きなことであればがんばれそうという意識がありました。

同じ視点で総合商社にも興味があったのですが、業界研究をしていく中で広告業界のほうが自分に合っていると思い始めて、最終的には広告業界1本に絞って就職活動をしました。ただ、広告業界に入るのは狭き門だということは知られていましたので、大学のゼミの先生には心配されました（笑）。

Q3 学生時代に広告業界を意識して準備していたことはありますか？

広告業界を意識してというのは

あまりなかったのですが、ただ、自分にできる経験はすべて将来に活きると思っていましたので、興味を持ったことには何でも飛び込んでみるようにはしていました。

例えば、海外インターンシップや海外旅行をしたり、ビジネスコンテストを運営してみたり、学生サークルを作ってみたり、といったことです。

海外インターンシップでは大学3年生の夏にロシアのシベリアの街に1か月間ほど滞在したのですが、その学校で英語教師のアシスタントをしていました。ロシア語がほとんど喋れない状態で行ったのでとても苦労しましたが、自力で何とか前に進むという経験が

できたと思います。

ビジネスコンテストについては、当時、学生の起業を支援している経営コンサルタントの方と知り合う機会があって、その方にご協力いただいて、友人何人かと、小規模ながらもコンテストを運営していました。ビジネスアイデアのある大学生を募集して審査をするというものです。

また、その経営コンサルタントの方が主催していた“女将^{おかみ}インターンシップ”にも参加しました。これは、三重県の温泉地の旅館で女子大学生10人くらいが女将さんの修行をしながら、その温泉地の良いところを学生目線で見つけて、地域を活性化するにはどうすればいいかについてアイデアを発表するというものです。それまではお客さん側の視点でしか見ていなかったもので、接客する側になってみて、ものすごく細かいところにまで配慮をする“おもてなし”を学びましたし、また、地域活性化に関しても、資源もやる気もあるのにアイデアがないからうまく



活用できていない状態だったりもするので、アイデア次第でいろいろな交流を進めることができ、それが地域活性化につながっていくんだなと思いました。これは今の仕事にも活かしている考え方です。

人と接するのが好き



Q4 最初の配属について教えてください。

最初の配属は名古屋支社の営業部門でした。

私は名古屋出身なのですが、家庭の事情などで大学も名古屋を選んだので、就職では一度名古屋を離れてみたいと思っていて、全国区で展開している広告会社を中心に就職活動をしていたんですね。そして大広から内定をいただいたのですが、「新卒で名古屋支社に配属されるケースはここ3～4年ないので今回もないのでは」と研修の時に周りの人から聞いていたので、東京か大阪に配属されるのだろうと勝手に思っていました。東京か大阪で働くことになるから名古屋を離れると地元の友人

にも伝えていて、送別会まで開いてもらって（笑）。と思っていたら、まさかの名古屋支社配属でした。

Q5 新卒で入る方は必ず営業部門に配属されるのですか？

必ずしもそうとは限らないと思います。研修期間中にマーケティングの研修もクリエイティブの研修もあるので、その中で本人の希望と適性を見て配属が決まってくるのだと思います。ですので、営業部門を志望している人がクリエイティブ部門に配属されることもありますし、当然その逆もあります。

私の場合は、マーケティングもプランニングもおもしろそうと思っていたのですが、人と接するのが好きで、どちらかという営業の仕事のほうが向いていると自分では思っていましたし、人事部門の方もそう思っていたのだと思います。

Q6 現在の部署に至るまでの異動内容について教えてください。

今年で入社7年目になりますが、ずっと営業職についています。

化粧品メーカー、ドラッグストア、健康食品メーカー、生命保険会社、食品メーカー、と幅広い業種を担当してきました。

ありがたいことに、全社ごとのプロジェクトやブランドA E（アカウント・エグゼクティブ）として担当につくことが多かったので、得意先のいろいろな部署の方々と非常に近い位置でお仕事をさせていただくことができ、多くの貴重な経験をさせていただきました。

Q7 人事異動は定期的にあるのですか？

大広の場合、3～5年で部署をローテーションする制度があるので、同じ部署に10年いるといったことはほとんどないと思います。3～5年をめぐりに、担当するクライアントを替わるとか、営業部門からマーケティング部門に異動するといった形です。

私の場合は、名古屋支社から東京本社に異動になったこともローテーションの一環だったのだと思います。職場も替わっていますし、クライアントも替わっていますし、名古屋支社の時はドラッグストアを担当していて、店頭のプロモーションや新店のオープニングイベント、テレビやラジオのCMといったことが業務の中心だったのですが、東京本社に異動になったからは健康食品メーカーの通信販売の仕事に携わることになったので、全然考え方の違うところに来たなとは思いました。

もちろんこの先も異動すること

はあります。キャリア面談というものが年に1回あって、将来はこうなりたい、そのために今の部署でこういうことを学んで、次はこういうことをやって…といったことを上長と面談する機会があるのでですね。それを人事部門で集約しているので、参考にしながら異動内容が検討されるのだと思います。

Q8 広告業界に入ってみて イメージとのギャップ はありましたか？

広告業界のことは雑誌のインタビュー記事やテレビドラマで知る程度だったのですが、仕事内容も働いている人もとてもキラキラしていて、華やかなイメージがありました。実際に入ってみて、たし

華やかな面はあるのですが、
ものすごく細かい作業の積み上げ



かに華やかな面はあるのですが、一方で、泥臭いというか、すごく細かいことの積み上げであったりとか、例えば、派手なイベントを企画・運営するのも、その工程を分解していくとものすごく細かい作業の積み上げであったりと、こんなことまでするんだというギャップがありました。

私は入社して最初の担当が化粧品メーカーで、その化粧品メーカーはテレビドラマの番組提供スポンサーをしていたので、ドラマの台本チェックが私の主な仕事でした。ドラマの中でそのスポンサーの商品のイメージを損なうような使い方をしていないかとか、競合商品が映り込んでいないかなどを細かくチェックしていました。今となっては当然やるべきことという認識ですが、その当時はここまで細かくチェックするものなのかとびっくりした記憶があります。

出てきましたか？

プロモーションプランナーの仕事はおもしろそうだと思います。ただ、実際その立場の方と話していると、特定のことにしても、特定の知識があるという意味で、アンテナの張り方が全然違うなと感じます。もちろん自分もアンテナを張ってはいますが、営業部門の場合は、クリエイティブのこともある程度わかって、プロモーションのこともある程度わかって…という具合に、特定のことを深く知っているというよりは全方位的にアンテナを張っていますので、そういった意味で全然違うなと思います。

例えば、イベントに携わっている方でしたら音響設備に関して本当に深いところまで知っているのです、その深さはすごいなと思います。

それはプランナーの方だけに限らず、マーケティングの方と調査の話をしている時にも感じますし、クリエイティブの方と広告表現の話をしている時にも感じます。

Q9 営業部門の仕事以外で携わってみたいことは

Q10 ご自身の最終目標は 何ですか？

最終目標ではないかもしれませんが、将来的にはグローバルな案件に携わってみたいです。海外旅行が好きということと、海外の人や物など自分の生活しているところとは違うものに関心があるということもありますし、大広は海外に支社・子会社がありますのでそこで一緒に日本の商品やブランドを売り込んだり、逆に海外のメーカーが日本市場に進出するときはどういったマーケティングをするかといったことにも関わりたいと思っています。

昨年から始まった制度に「海外人材プール」というものがあります。海外駐在社員を適切にローテーションするために、例えば、英語を話すことができるとか、いろいろな案件に対応できる能力があるといったことを基準に、海外に行ける人材を日本でプールしておこうという制度です。そのメンバーになると、英語の勉強や短

全方向的にアンテナを
張っています



期の語学留学を会社の費用負担でさせてもらったりできます。私もメンバーになっていて、去年は1年間、週に2回の英語のマンツーマンレッスンを受けていました。

行ってみたい国は、例えばシンガポールは成熟しているのもおもしろいと思いますし、ベトナムやタイはどんどん発展して変わっていているので、そういう国に行ってみたいです。

Q11 広告業界を志望する 人に向き・不向きは あると思いますか？

好奇心旺盛な人、フットワークの軽い人はこの仕事に向いている

と個人的には思っています。この仕事をしているとどうしても自分がターゲットではない商品を担当したりすることもありますので、そういった場合でも興味を持って意欲的に取り組める人のほうが向いていると思いますし、そういう人と一緒に働きたいと思います。

逆にいうと、特定のことにしか興味がなくて、それしかやりたくないという人は、その専門の会社で働いたほうが力を発揮できるのではないかと思います。

Q12 広告業界に興味・関心がある人にメッセージをお願いします。

就職してみても思ったのは、どこでどうやって働くのにも“正解・不正解”“良い・悪い”はなくて、あるのは“自分に合うか・合わないか”だけだということです。働き方も生き方も、選択肢が多くなってきているので、お金なのか、時間なのか、働き方なのか、好きなもの・ことに関わりたいのか、

など自分が何を大切にしたいのかを基準に、何が自分に合うのかを考えて就職先を選ぶといいと思います。

それらを考えたうえで、広告業界で働きたいと思ってくださったなら嬉しいです。

PROFILE



小森美佳

Mika Komori

2012年名古屋大学経済学部経営学科卒業。
2012年株式会社大広入社。名古屋支社に配属後、化粧品メーカー、ドラッグストアなどの担当営業を経験し、2015年東京本社に異動。健康食品メーカー、生命保険会社、食品メーカー、地方自治体などの営業担当として、多岐にわたる広告・宣伝活動業務に従事している。