

～ 世界のクリエイティブがやってきた！ ～

アドミュージアム東京（東京・東新橋 Caretta 汐留内） ～2019. 03. 16

「アドミュージアム東京」は、電通4代目社長「吉田秀雄」の生誕100周年を記念し開館した“日本初の広告とマーケティングのミュージアム”で、江戸時代から現代までの広告資料およそ30万点も収蔵している世界に類を見ない、「これまで広告に興味がなかった」という人にも楽しめる珍しい館である。

1673（延宝元）年には、「三井越後屋」が開業してこれまでの「訪問販売」から立ち寄りやすい「店先売り」という「店頭販売」を行い、更に「現金掛け値なし商法」という画期的な商法で庶民の人気を得て江戸を代表する店となった。

コレクションには、江戸の町人文化に華開いたあの手この手の宣伝広告の「粋・洒落」などの洗練された広告作法に独創的なアイデアや表現が見られる。

経営学者の「ピーター・ドラッカーは、マーケティングの原点が日本の江戸にあり、時代の呉服商・三井越後屋が元祖であると分析している。

歌川国定 《駿河町越後屋》 錦絵 1830～44年（江戸後期）



この錦絵は、本店と支店の間に美女を並べてその年に売り出す着物を紹介し、現代のファッション雑誌やロコミに通じる役割を果たしたもので、背景には名山「富士山」を描いて三井越後屋が日本一であることを暗に示している。

この三井越後屋の賑わいを描いた「3枚組の錦絵」の店頭美人図は、顧客への正月挨拶の景品として配られた人気の品物であった。

現在は、広告が社会課題を解決する役割を担うようになり、16年にイギリスのTV局が制作した「リオパラリンピック」のCMはその一例で、広告の本来は「人の心を動かす」ことで、広告を通じて得られる気づきを共有できる。