

## 「結果から逃げない」ことこそ、成長のカギ

マーケター / クリエイティブディレクター **中島 聡 氏 (高校37期)**

1985年3月 東京都立立川高等学校卒業

1990年3月 早稲田大学政治経済学部卒業

1990年4月 株式会社電通入社

2007年4月 独立 / 株式会社DEEP創業

主な仕事: サントリー金麦・山崎・ROKU、松任谷由実等。

受賞歴: カンヌ国際広告祭金賞1回・銀賞3回、ロンドン広告賞グランプリ他。



### 立高での思い出

野球部で甲子園を目指して練習していました。最後の夏は西東京予選の第3シードとして臨み、「もしかしたらもしかするかも?」と思っていましたが、初戦で大差で負けました。しばらくは高校野球を見るのもイヤでした。夢があっけなく終わるとはどういうことなのか、を経験しました。

立高の自主独立な校風は、自分の性格にも合っていたと思います。「西欧中心の世界史はおかしい」と、東南アジアやアフリカの歴史ばかり教えてくれた世界史の先生など、何でも当たり前と思わず、常識を疑う視点は勉強になりました。

### 社会に出てやってきたこと



左上から時計回りに「山崎」「ROKU」「金麦」

企業の商品を売れるようにするのが、マーケターやクリエイティブディレクターの仕事です。マーケターが戦略を考え、クリエイティブディレクターが戦略を具現化する広告などを制作します。私はその両方をやっています。電通という広告代理店の社員として17年、その後独立して15年、合わせて30年以上この仕事をやってきました。サントリーさんの金麦(ビール)、山崎(ウイスキー)、ROKU(ジン)などの商品、松任谷由実さんのアルバムのプロモーションなどをやってきました。

最近特に感じるのが、しっかりした志をもって、こだわって丁寧につくったものでないと売れない時代になったということです。そうでないものを売るのは難しくなりました。今までは通用してきた嘘がバレる時代。良い時代になったとも思います。



### 立高生の皆さんへ

これから大変な時代になっていくと思います。「大学を出て会社に入れば人生安泰」というルールは、ずいぶん前になくなりました。そして近い将来、多くの仕事はAIに奪われるでしょう。そんな中で自立して生きていくためのカギは、「プロフェッショナルになること」です。どんな領域でもいいから「このジャンルでは誰にも負けない」というスキルを身につけること。組織でやっていくにせよ、個人でやっていくにせよ、それは同じだと思います。

そして、そのような専門技能を身につけるには、「結果から逃げない」ことが一番大切だと思います。結果を恐れず思い切って取り組み、出た結果を謙虚に受け止め(言い訳しない)、その結果から真摯に学び、次に活かす。それが一番早く、そして奥深く成長できると思います。また、そういう「生身の人間が経験した人間くさい経験」の積み重ねこそが、AIにはできない、人間らしい豊穡な創造性の源になるからです。