

## Upbeat MEDIA WORKS

## 今こそ雑誌広告で反響が出せる!と躍進

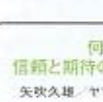
アップビート・メディアワークス(以下、アップビート)は、ファッション雑誌への広告営業、制作のみならず、ウェブコンテンツ制作や合同展示会・イベント企画・運営まで幅広い業務を行なう。2001年に設立され、もうすぐ10周年。栗栖康平・社長は、クライアントのニーズや情報の共有などをスタッフに徹底し、広告会社としての品質向上に力を入れる。若手社員が活躍する少数精鋭の広告会社、アップビートの魅力に迫る。

## 注目若手社員3人へ出版社・クライアントからのコメント



**丁寧かつフットワークの軽い  
対応が印象的**  
阿部賢太郎・宝島社 広告局

「スウィート」「スマート」を始め、宝島社のほぼすべてのファッション誌で、お仕事をさせていただいております。クライアント1社1社に対しての、丁寧かつフットワークの軽い対応がとても印象的です。今後も、ファッション業界と一緒に盛り上げていきたいと思います。



**何でも相談ができ、  
信頼と期待のできる広告会社**  
矢吹久雄・ヤマトドレス常務取締役

まさに「うちの業界に欲しい人材!」を持つ会社です。時代性への柔軟さ「フットワークの良さ」(熱心さ)にはクライアントのハートを掴みます。営業の方は真面目で表裏上の付き合いではなく、深く何でも相談できるとても良い関係です。共に一緒にやってくれるアップビートは信頼と期待のできる代理店だと思います。



千手本雄希・営業部部長  
1983年、神奈川県出身。高校の頃は「日々精進」。入社4年目で専任に昇進。趣味はペットのフィッシング。仕事での経験を軸として、毎日ブログをアップしている。

中山美希子・営業部アドバイザー  
1983年、千葉県出身。文化学園専門学校ファッションビジネス科卒業。アルバイトで勤務を積んだ後、現在に至る。趣味は読書。

新山裕・営業部主任  
1981年、福岡県出身。「常に笑顔で何事も楽しむ」がモットー。ファッションに携わる仕事に誇り、理髪士である、趣味は旅行。アップビートのイベント営業中。

**新しいものを作っていく  
という姿勢に共感**



「メンズファッション」の広告掲載で付き合い合っていたのがきっかけです。新しいものを作っていくという姿勢に共感し、お互いに努力しています。特に担当者の新山さんは当社に対する理解が非常に強く、常に真剣で刺激を受けています。実は当社の周年会のビデオにも登場してもらい、名演者もしていただきました(笑)。その他、様々なイベントに駆けつけていただき、お手伝いもしていただきました。相談はもちろん、時にはアドバイスをいただき、社外ではありますが、私は同じスタジオオスチームとしてみております。今後はお互いに努力して、新たなことに挑戦していきたいです。雑誌媒体だけでなく、「ホワイト」のような新たなイベントや、まだない新たなメディアも共に作って行けたらと思います。

小規模だからこそ可能な  
“チームワーク”と“ケア”を最重視

栗栖康平 / アップビート・メディアワークス社長

**WWDジャパン(以下、WWD):**  
アップビートの強みは?  
**栗栖康平・社長(以下、栗栖):** まず、チームワーク。我々の仕事はクライアントの会社・商品の良さを十分理解し、伝達をすることです。クライアントの「ニーズ」を把握し、「提案」をする。そのために、情報を社員全員が共有できるよう、チームワークが重要。そして、その後の「ケア」も怠らない。基本的なことですが、アテンドをする、掲載誌を送る、といった細かい心配りを丁寧に行なうことも重視しています。社員全員がそういった些細なことを徹底しているのです。クライアントとの信頼関係を築いているのだと思います。また、ひとつのクライアントでも出稿先によってキャラクターが変わるので、媒体の違いをきちんと理解し、媒体との親和性を図ることも大切。小規模な代理

店だからこそ、大手では手が届かない、雑誌という安価でニッチなターゲットメディアの利点を追求することが我々の強みです。

**WWD:** 広告業界のデジタル化についてどう考える?  
**栗栖:** 当社はウェブコンテンツ制作部を設けており、アプリの開発なども行なっています。しかし、当社の規模などでも限られてくるので、正直デジタル・メディアのプラットフォームの開発は手に任せるべきだと考えています。それよりも、雑誌やイベントなどのアナログ的なプロモーションとの連携を大切にしたい。今は誰もが「雑誌広告の反響が出せない」と浮足立ってデジタルに関心が向かっています。我々はそうではなくマーケティングを検証し、適切な雑誌展開を実施すれば、きちんとした反響は出ていることを実績として残していくつもりです。

**WWD:** 合同展やイベントにも注力しているが?  
**栗栖:** 合同展示会「ホワイト」は5回目を終え、多くの

人に認知してもらえ、良い反響を得るようになりました。今後も、リアルに体験して、面白さを体感してもらえようないイベントを提供したいです。10月にはメンズのシルバークロアセサリーのイベントを初開催します。洋服の素材感やシルバークロアの重さ、輝きなど、手にとって初めて実感できる良さがイベントにはあります。そういった、デジタルでは味わえない魅力を伝えていきたいです。

**WWD:** もうすぐ10周年を迎える感想は?

**栗栖:** おかげさまで、この10年間着実に成長し続けることができました。今期の売り上げも昨対比クリアできたのは雑誌不況が叫ばれる中、雑誌広告本来の良さを実践できたからこそ。社員の成長があってこそ会社は成長できる。当社は、若いスタッフが多いので、さらに社員育成を徹底したいですね。また、自社内に制作部もあるので代理店機能と出版機能の両方を持つ。出版不況があっても、自社で雑誌を作って挑戦したいです。

**Upbeat**

**COMPANY DATA**  
設立年: 2001年 本社所在地: 東京都港区南青山2-24-32  
オフィス: 100-0011  
従業員数: 9人  
主要なクライアント: 宝島社  
業務内容: 雑誌広告制作・レイアウト・ウェブコンテンツ制作  
WWD サイト情報  
URL: <http://www.upbeat.com>

メンズシルバークロアセサリーの  
合同展示会「シルバー」開催

メンズのシルバークロアセサリーブランド 20社を集結した合同展示会「シルバー」を10月に渋谷スペースエッジで初めて開催する。専門雑誌を全刊するインデックスと並行出版社と協業で行ない、異業種でも紹介する。栗栖社長は「ちょうど当社を設立した頃にブームになった。メンズシルバークロアセサリーをもう一度復活させたいという思いから、開催に至った。スカルやクロスボーン・ハードでゴツイシルバークロアセサリーブランドも集め、多くの人にその魅力を再発見してもらえるところにしたい」と話す。



## 合同展示会「ホワイト」開催

表紙との協業で2008年4月にスタートした若手ブランドを集結した合同展示会「ホワイト」は次回で第6回を迎える。若手クリエイターを支援・育成したいというアップビートと「読者」の強い思いが込められている。「同業の出版社のクオリティもアップ。規模は小さいが質の高い合同展になった。ビジネスにつながる場を提供できるように頑張りたい」と栗栖社長。次回の展示会は、10月19~21日、ラフォーレミュージアム原宿で開催する。



若手クリエイターに多くの刺激を与えられる場にもなっています  
URL: <http://www.upbeat-white.com>