

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

PHOTO BY RYOSUKE KIKUCHI

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ましょう。

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「うちの営業に欲しい人材!」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」にはクライアントへのハートを感じます。営業の方々は真面目で表面上の付き合いではなく、深く何でも相談できるとも良い関係です。共に一緒にやっていけ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。



千本木慎吾・営業部係長
1983年、神奈川県出身。座右の銘は「日々精進」。入社4年目で係長に昇進。趣味はベットのフェレットと戯れ、仕事での緊張を癒やすことで、毎日リフレッシュしている

中川亜希子・営業部アカウントサービス
1983年、千葉県出身。文化服装学院ファッションビジネス科卒業。アパレル会社勤務を経た後、現在に至る。趣味は公園散歩

新山悟・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。ファッションに係わる仕事に就きたく、現在に至る。趣味は物件探し。アップビートのイケメン営業マン

新しいものを作っていく
という姿勢に共感

谷正人/ステューディオス社長

「メンズファッジ」の広告出稿でお付き合いさせていただ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。実は当社の忘年会のビデオにも登場してもらい、名演技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、私は同じステューディ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、まだ今はない新たなメディアも共に作っていただきたいと思います。

PHOTO BY RYOSUKE KIKUCHI



PROFILE:1971年、和歌山県出身。東京農業大学農学部卒業。オートバイ系の広告会社を経て、2001年起業。趣味はサーフィンとクルマ乗り

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に、チームワークが最重要。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、クライアントとの信頼関係を築け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ね。

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、当社の規模だとできること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大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」と浮足だっただけで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るようなイベントを提供したいですね。10月にはメンズのシルバーアク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。出版不況があえて、自社で雑誌を作って挑戦したいです。

Upbeat
MEDIA WORKS

COMPANY DATA

設立年:2001年 本社所在地:東京都港区南青山2-26-32
セイザン1ビル901
従業員数:9人
主要なクライアント:非公開
業務内容:雑誌広告取り扱い・ヴィジュアルクリエイティブ・WEBサイト構築
URL:http://www.upbeat-mw.com/

メンズシルバーアクセの
合同展示会「シルバー」開催

メンズのシルバーアクセサリーブランド20数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。専門雑誌を発刊するインデックスと笠倉出版社と協業で行ない、同誌面でも紹介する。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、メンズシルバーアク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のハードでゴツいシルバーアクセを扱うブランドも集め、多くの人にその魅力を再発見してもらえたい」と話す。



一般消費者も業界人も楽しめる
URL:http://www.exhibition-silver.com

合同展示会「ホワイト」開催

装苑との協業で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「装苑」の強い思いが込められている。「同展の出展社のクオリティもアップし、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なったと思う」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る場にもなっている
URL:http://www.exhibition-white.com