

“I am a BIG Believer. (夢と理想を大いに信じる)” 学び多し、韓国エージェンシーのグローバル化

CHEIL
韓国の第一位広告会社であるCHEIL（以下チェイル）が、米国企業を買収し、アメリカ進出が勢いに乗ってきた。これからの、日本の広告会社のグローバル進出の参考になればと、チェイル・アメリカのCEO、Buz Sawyer氏（以下ソイヤール氏 写真1）にインタビューしたので、レポートする。



写真1 Buz Sawyer氏

日本の広告会社を抜いたか？

チェイルの本社ソウルでの人員規模は、一、二六二人の会社である（二〇一二年末）。人数規模で言えば、日本の電通、博報堂を除く広告会社上位と大差ないサイズだ。そ

内なる理由 「広告会社同士の融合」

「チェイルはあくまでクリエイティブ会社、広告会社（エージェンシー）であり、ホールディング会社戦略ではない。」チェイルは広告業界を知り尽くすソイヤール氏を米国CEOに抜擢し、米国でのM&A担当を任せた。二〇一二年に二五〇名の社員を持つ米国McKinney（マッキニー）の買収を締結、ロカル・パートナーとした。その額は五千万ドル級（約四五億円）。一ドル九〇円換算）とされている。ソイヤール氏は「広告サービス機能の充実と、広告技能の高い人達を育てるために、M&A戦略を取っている。ロングロマリットのホールディング会社とは、大きく違う。」エージェンシー同士の融合であるからには、マッキニーのエージェンシーとしての独自性、カルチャーを尊重しながら



図1 ニューヨークタイムズ「韓国広告会社がアメリカ足がかりを作った」2012年7月30日号

のチェイルが昨年、一般紙であるニューヨーク・タイムズ紙（図1）に掲載される程のニュースとなった。立役者のソイヤール氏は、元ワイデン&ケネディNYのマネージング・ディレクターを務めた「ニューヨーク広告業界」の有名人だ。

「本気のグローバル化」

海外進出の原動力であり、最大クライアントであったサムソンのアメリカでの（輸出）アカウントの一部を、チェイルは五年前に失う事があった。ソイヤール氏曰く、「様々な面で目覚ましとなった」とはい

ら、グローバル・エージェンシーの一端として存続させなければならぬ。M&A後の永遠の課題として「二社のカルチャー・バランス」が気になる所だが、ソイヤール氏とチェイル、マッキニーの間では、非常に明確だ。マッキニーのオリジナル五語を尊重し、最小かつ重要な一言、だけをチェイルが加えている標語を見せてくれた（図3）。その融合度合とローカルの独自性の保持が伺われるだろう。

マッキニーの5つの言葉 + チェイルの「Tuhon」

<i>Listen</i>	(聞く、耳を傾ける)
<i>Provoke</i>	(誘発する、刺激させる)
<i>Love</i>	(とことん、好きになる)
<i>Simplify</i>	(シンプルにする)
<i>Believe</i>	(信じる)
+ Tuhon	

まるで飛行機を、飛行しながら組み立てるごとく

ソイヤール氏のような、ニューヨーク広告界を知りつつ、異文化の本社との「ブリッジ」役と称せるアメリカ

え、チェイルは本国での市場シェアはダントツの一位、市場そのものも成長し、昨年はカンヌの賞も受賞する程の勢いだ。遠いアメリカでの成長や生き残りの対策は「国内の二の次」になり得る可能性もあつたに違いない。しかしソイヤール氏はこれを否定する。「本気度が違った」。チェイル本社のマネジメントと初めて会った時に感じたそう。サムソン 国内クラ

韓国発の延長 ネットワーク化ではない。

「韓国の良さやクライアントサービスを拡充するネットワーク」ではなく「韓国に本社がある」真のグローバル・エージェンシーになる。ネットワークという視点では、前者と後者には大きな違いが無いように聞こえるが、立ち位置は極端に違う、とソイヤール氏は、本国マネジメントの決意を代弁した。「この違いに気づかねば、欧米であれ、アジアであれ、グローバルで成長するのは

カの広告人は非常に稀だ。ソイヤール氏に白羽の矢を立てた、チェイル本社のグローバル担当の役員は、米国でもマネジメント経験を十五年持つ。なるほど、ソイヤール氏が「アメリカの運営 生き証人」と信頼を置ける受け手が、本国にいるよう。チェイルのニューヨーク・オフィスはマッキニーのニューヨーク・オフィスはマッキニーの社名を全面に出し、チェイルの名前は出していない。親会社のチェイルの名前を出すことよりも、マーケットに有利な方向で、ローカルのマッキニーの意図を汲みながら組織づくりをしているソイヤール氏の采配だ。

「国内企業クライアントの利便性のために、海外リソースを開発する」とか、「母国企業の海外現地アカウント拡大をかねて、現地会社と関係をつなぐ」という次元を越え、壮大にグローバル・エージェンシーを作る。表題の「I am a BIG Believer」(大いに可能性を信じる主義)は、ソイヤール個人の言葉だが、組織全体を表しているに違いない。

* 1: icheil.com
* 2: AdAge.com, July 31, 2012
* 3: http://cheil.com/about.jsp