

時代に合わせ 常に戦いやすい 布陣を考える

岡康道 OKA YASUMICHI
(TUGBOAT)



組織づくりのキーワード

専門分野ごとに
空間を仕切る

日本ではいち早く「クリエイティブ・エージェンシー」を標榜したTUGBOAT。最近ではYahooと共同で「X BRAND」と立ち上げるなど、メディアそのものの創作にも着手した。代表の岡さんに、組織づくりの考え方と今後について聞いた。

「空間を仕切る」というセクショナリズム

TUGBOATは現在、2000年に誕生した「TUGBOAT2」と、約3年前にWeb専門として生まれた「TUGBOAT INTERACTIVE」、新メディアそのものを作ることが目的で生まれた「TUGBOAT BRANDS」、そして今年ロンドンに進出した「TUGBOAT LONDON」から成る。

「すべてが独立採算制の会社であり、全部でTUGBOATグループです。TUGBOATは、以前は何か新しいことをするたびに外部チームと組んでいたのだけど、それが面倒なこともあって、だったら自分たちで会社を作ってしまえ、と実行した結果です」と、岡さんは言う。

新たに会社を立ち上げるのではなくTUGBOATの中に専門部署を作るという選択もあったが、時代の要請で多岐にわたる専門分野が必要になったのを見据え、また、何より母体であるTUGBOATがクリ

エィティブ業務に専念し、気持ちよく仕事し続けるために「自分たちの周りに空間を仕切った」ということだ。「TUGBOATの目的は会社を大きくすることでも仲間を増やすことでもない。すべきことは何か一僕らは広告のクリエイティブを全うするためにある。つまり大切なのは、その目的を遂行するために環境をより良く整えることです」。

時代に合わせて「陣形」を変える

TUGBOATグループの各会社は明確な目的のために生まれている。たとえば今年スタートした「TUGBOAT LONDON」は、海外進出のために置いたヨーロッパの拠点。また、雑誌のちよい読みサイトを運営する「magabon」と、ヤフーと組んだ「X BRAND」等の新しいメディアを手がける「TUGBOAT BRANDS」は、メディアそのものを制作する独立したプロフェッショナル会社として作られた。

「採算だけを考えるのであればシンプルに

4人のTUGBOATだけでやっていけば良かったのだけれど、物を作っていく集団としての責任とか新しい意味がないと面白くない。TUGBOATグループのあり方と今の僕たちの状況が、次世代に物づくりのモデル、または反省材料にしてもらえれば」と、岡さんは自分たちの組織改変の意義をそう語る。

グループ全体では今や40人ほどの人員を抱える。「それぞれのチームはまったく別の仕事をしているので特に集まることもないですが、僕が「年長者」として、定期的に一人一人のクリエイターと面談はしています」。

岡さんはTUGBOATグループを自分なりに理解するために、たとえば「物語」に例える。「最初の4人が第1章。だからここは進められないし、変えちゃいけない部分」と言う。しかしその一方でグループ全体を「船団」にも例える。「4人のTUGBOATを先頭に、5つの船が同じ方向に向かって進んでいる。でもいずれは先頭を変えてもらわなけれ

クリエイティブ・エージェンシー

彼らはなぜ この会社を積極的に選んだのか？

箭内道彦 YANAI MICHHIKO

2003年に博報堂から独立し、風とロックを設立した箭内道彦さん。翌年7月には、風とバラッドをスタート。その後、ロックンロール食堂、風とランディ、kaze-pro等、続々と会社を設立し、現在、風グループは6社を擁する。その中でクリエイターは個々に仕事を進めており、各人の活躍は周知の事実だ。しかし、端から見ると社内での各人の繋がりが見えにくく、そもそも「会社のように会社ではない」形態にさえ見える。そこで今回、代表である箭内道彦さんに、現在の風グループの在り方、所属するクリエイターの働き方について聞いた。



組織づくりの
キーワード

広告会社でもない、
フリーランスでもない、
第三の選択肢

インディペンデントでなければ、
世界を変えることはできない

人とするのが嫌いで、代理店時代も「ひとり博報堂」を標榜していた僕がなぜバラッドを作ったのかというと、一番のきっかけはタワーレコードの仕事でYMOの3人を撮影したこと。それぞれが個人で十分成立する大の大人が3人集まって楽しそうにしているのを見て、仲間っていいなと四十にして初めて思えたんです。それとちひとつ、独立するが代理店に一生残るかしかない二者択一の中で、そのどちらでもない第三の選択肢を作ってみたかった。

そして僕にとって重要だったのは、雇が全方位360度開放していること。どこでも誰とでも仕事できる会社。制限の対価を代理店から受けてオフィスを借りるのではなく、日本から生まれたインディペンデントな存在であろうと。

そういう意味では逆にお金の保証も仕事の保証もなかったわけですから、正直相当苦しい船出でした(笑)。

そこから次々に会社が増えていくんですが、登記マニアになっていたのは確かです(笑)。「会社」を企画してネーミングしてそれを実現させる面白さにはまっていった。「世の中にこんな会社があった方が絶対いい」という思いを、誰かに提案してお金を出してもらうのではなく、自分で即時決裁できる立場でそのままそれをどんどん実行していったという感じですね。僕にとってこのスタイルはいくつもの「バンド」を組んでいるというのが一番近いイメージ。「俺についてこい!」ではなく、大切なメンバーとの対等な関係で奏でるドキドキするセッション。

風グループの入社基準は、「やられた!」と僕が思わされたものを何か一つでも見せつける人。尊敬と嫉妬。それ!日本だけでわかります。たと

えば中村聖子の、レーシングゲームで道路を大きくはみ出しながら車を突っ走らせ続けるCM、ソラリアプラザの「MY WAY」、「ロックだ!」と思った。それだけです。とにかく今いるメンバーとはヒロさん以外、それまでほとんど面識もなく、会っても一言二言程度しか交わしたことがなかったという人間ばかり。でも、その感じが僕にとって大事なのかもしれません。

逆に自分から「入れて欲しい」と来た人間はほとんどいない。入れて欲しいという人はどうしてもここに将来を依存したり、ここで得をしようと考えていて、それはちょっと違う。だから、このくらいの規模の会社だと、引き抜きて大きくしていくしかない。純粋に僕がいっしょにやりたいなと思って、断られてもいいから声をかけるところから常に始まるしかないなと、最近特にそう思います。採用算果や面接志願じゃなく。

仕事の進め方は個々の自己管理がベース。