

72.2



1

2

此乃助學之良方也



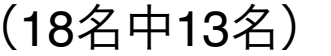
CS異動先の業務で、何らかの困難や

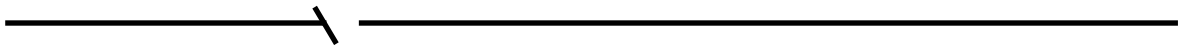
戸惑い、落ち込みを感じた割合

二配で初めてメディア担当になり、きつい得意先に当たった。得意先は自分にメディア知識がないと見ると、キツイ質問や理不尽な要求をしてきた。メディア担当は、得意先よりもメディアについて知っていなければならないと痛感。

二配で、得意先の看板ブランドを担当。
得意先の経営層や大御所CDたちに囲まれ、仕事の量も質も要求水準が極めて高い。当初は彼らの共通言語がわからず、初めて仕事で悔し泣きをした。

初配の得意先はAEでアットホームだったが、二配の得意先はシビアで、手足として雑務をやることも多く、他店とすぐ相見積にされる。











CS異動の異動先ポジション

BP職において、異動先のポジションやアカウントの特徴は様々です。
多くのCS異動者が異動後にギャップを感じる原因の一つは、この多様性にあります。

1. 大規模クライアント の統合プロデュース型

ボリューム: 30件

32.6%

国内トップクラスのナショナルクライアントの基幹ブランドを担当し、戦略立案からマス広告、デジタル、店頭までを網羅した統合コミュニケーションを牽引するポジション群です。事業成長への強いコミットメントが求められます。

2. デジタル・テクノロジー主導のソリューション開発型

ボリューム: 21件

22.8%

デジタル広告運用、データマーケティング、AaaS、生成AI、システム開発といった最先端のテクノロジーを駆使し、クライアントの事業変革や博報堂の新たなビジネスモデルを構築する専門性の高いポジションです。

3. グローバル・事業開発 のフロンティア開拓型

ボリューム: 16件

17.4%

海外市場でのアカウント拡大や、スタートアップ投資、都市開発、BtoBといった拡張領域での新規事業開発をミッションとする、フロンティアスピリット溢れるポジション群です。

4. IMCプランニング 実践型

ボリューム: 16件

17.4%

特定のブランドやクライアントを担当し、CM制作、デジタル施策、PR、イベントなどを組み合わせた統合マーケティングコミュニケーション（IMC）の企画から実行までを一気通貫で担う、ポジションです。

5. メディア業務起点 の深耕型

ボリューム: 9件

9.8%

メディア業務（特にテレビ）を専門領域としつつ、クリエイティブや戦略領域にも越境し、クライアントの課題解決を深掘りしていくポジション群です。メディアの知見を武器に、戦略レイヤーの提案へと繋げていきます。



CS異動は、
異動者の中期的な
成長を促進しますが、
異動後しばらくは
成長痛を
もたらしめます。

CS異動者インタビュー

CS異動先の業務で、何らかの困難や戸惑い、落ち込みを感じた割合

72.2%

(18名中13名)



二配で初めてメディア担当になり、きつい得意先に当たった。得意先は自分にメディア知識がないと見ると、キツイ質問や理不尽な要求をしてきた。メディア担当は、得意先よりもメディアについて知っていなければならないと痛感。

二配で、得意先の看板ブランドを担当。得意先の経営層や大御所CDたちに囲まれ、仕事の量も質も要求水準が極めて高い。当初は彼らの共通言語がわからず、初めて仕事で悔し泣きをした。

初配の得意先はAEでアットホームだったが、二配の得意先はシビアで、手足として雑務をやることも多く、他店とすぐ相見積にされる。

※CS異動者インタビューより

CS異動の異動先ポジション

BP職において、異動先のポジションやアカウントの特徴は様々です。
多くのCS異動者が異動後にギャップを感じる原因の一つは、この多様性にあります。

1. 大規模クライアントの統合プロデュース型

ボリューム: 30件

32.6%

国内トップクラスのナショナルクライアントの基幹ブランドを担当し、戦略立案からマス広告、デジタル、店頭までを網羅した統合コミュニケーションを牽引するポジション群です。事業成長への強いコミットメントが求められます。

2. デジタル・テクノロジー主導のソリューション開発型

ボリューム: 21件

22.8%

デジタル広告運用、データマーケティング、AaaS、生成AI、システム開発といった最先端のテクノロジーを駆使し、クライアントの事業変革や博報堂の新たなビジネスモデルを構築する専門性の高いポジションです。

3. グローバル・事業開発のフロンティア開拓型

ボリューム: 16件

17.4%

海外市場でのアカウント拡大や、スタートアップ投資、都市開発、BtoBといった拡張領域での新規事業開発をミッションとする、フロンティアスピリット溢れるポジション群です。

4. IMCプランニング実践型

ボリューム: 16件

17.4%

特定のブランドやクライアントを担当し、CM制作、デジタル施策、PR、イベントなどを組み合わせた統合マーケティングコミュニケーション（IMC）の企画から実行までを一気通貫で担う、ポジションです。

5. メディア業務起点の深耕型

ボリューム: 9件

9.8%

メディア業務（特にテレビ）を専門領域としつつ、クリエイティブや戦略領域にも越境し、クライアントの課題解決を深掘りしていくポジション群です。メディアの知見を武器に、戦略レイヤーの提案へと繋げていきます。

そこで、CS異動者の皆さんが、
異動先での“成長痛”を乗り越えるためのヒントとなる
「成長の型」を集めました