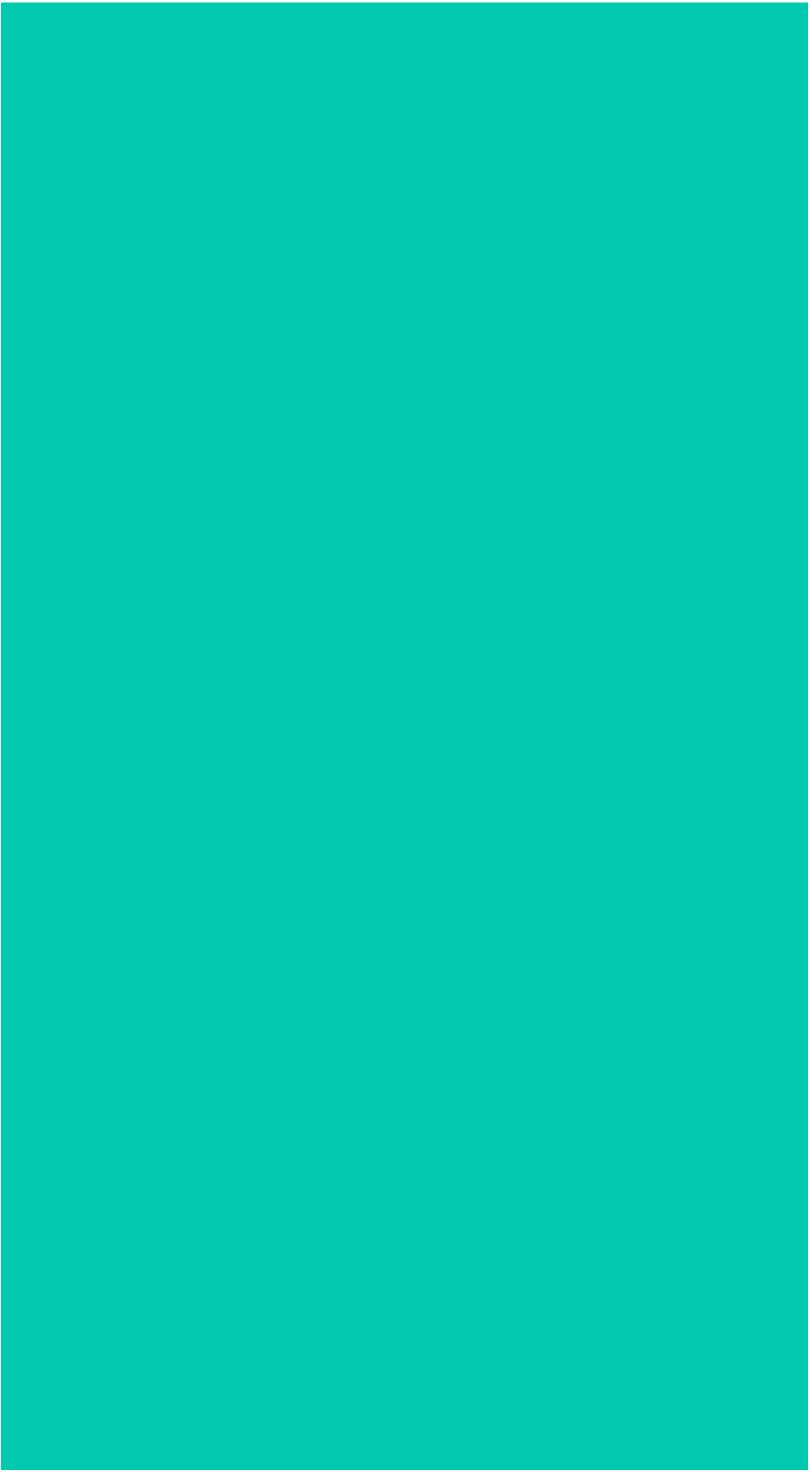


※CS異動者インタビューより



	나이의 아이들은 얼마가려웠				
그 그 사람이 가는 생명이 나는 이 얼마나면 보고 나를 보고 있었다. 그 사람들이 하는 사람들이 되었다면 하는 것이다. 그 사람들이 살아보고 있다면 하는데 하는데 그렇게 되었다.					



成長痛





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。

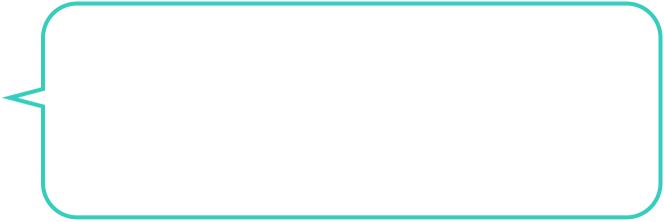
二配で、得意先の看板ブランドを担当。 得意先の経営層や大御所CDたちに囲ま れ、仕事の量も質も要求水準が極めて高 い。当初は彼らの共通言語がわからず、 初めて仕事で悔し泣きをした。

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。

(18名中13名)







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。

]. 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

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

17.4%

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。

※人事室保有データをもとに、人材開発室にて作成







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

(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。

. 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

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

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

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

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。

り. 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。

※人事室保有データをもとに、人材開発室にて作成

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