

2017年1月17日

博報堂 雑誌「広告」リニューアルのお知らせ**新編集長に博報堂のシニア PR ディレクター・木原龍太郎が就任****— 「広告」は、<野生の直感を大切にすアナログ発想マガジン>へ。 —**

博報堂の雑誌『広告』は、1948年に広告文化の創造と発展を目的として創刊された季刊誌です。現在まで通巻404号（2017年1月現在）に及ぶ長い歴史を持ち、博報堂の社員が通常業務と両立させながら編集制作を行っています。このたび、本誌について、博報堂のクリエイティブディレクター・尾形真理子に代わり、博報堂のシニア PR ディレクター・木原龍太郎が新編集長を務めることになり、大きくリニューアルをいたしましたのでお知らせします。

新しい誌面の共通テーマは、「天然知能の底力」。好奇心と冒険心を止めることのできない、人間の“あやふやな感覚”を楽しみ尽くす<アナログ発想マガジン>として生まれ変わります。

リニューアル1号目（2017年1月19日発売）の特集は「全力迷走の世界」～迷って走って、人生に刺激を!!～と題し、「全力で迷い、走り抜けることで、新たな世界が見えてくる」という信念のもと、情熱的でポジティブな行為として、柔軟な迷走の世界を伝えていきます。

新編集長の木原龍太郎は、「大の大人が、大人げなく自由な発想と体当たり取材でつくる雑誌です。ページをめくるごとに込み上げてくる汗臭い感覚をお楽しみください」とコメントしています。

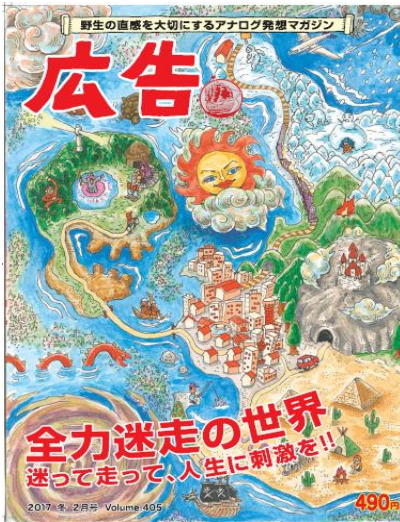
なお、『広告』WEB サイトも刷新し、取材エピソードや編集部日記を公開するほか、記事と連動した動画コンテンツも配信してまいります。

**■新編集長プロフィール****木原 龍太郎（きはら・りゅうたろう）**

77年生まれ。99年、博報堂に入社。マーケティング局、コーポレート・コミュニケーション局（現：PR戦略局）を経て、現在、同社統合プランニング局木原チームのシニア PR ディレクター。

これまで官公庁、飲料、食品、家電、教育サービスなど、数多くの業務を歴任。企業PRや情報戦略などの業務を中心に、広告制作、メディア開発、商品開発までをフリースタイルで行い、同社の中でも「職種を説明するのに困る人材」として、安定的に不安定なポジションを築き上げている。仕事以外では、激流下りや沢登り、冬山登山をこよなく愛し、休日の携帯電話は常に圏外。山間部から直接入社することもあり、会社内にワイルドな臭いを放つ冒険野郎としても知られている。

■新『広告』～野生の直感を大切にするアナログ発想マガジン～ リニューアル創刊号について



編集長 木原 龍太郎 (株式会社博報堂・シニアPRディレクター)

特集タイトル：「全力迷走の世界」

< 具体内容 >

- ・達人の迷走術 (『孤独のグルメ』久住昌之さん等)
- ・テレビ東京に学ぶ ドラマチック旅のアイデア術
- ・列島惑惑MAP
- ・土屋アンナの街角一問一答相談室
- ・連載：UQトラベラー 他

※媒体概要

- ・出版社コード：6919 ・雑誌コード：03977-02
- ・定価：490円 (本体価格454円) ・発売日：2017年1月19日 (木曜日) <2月号>
- ・JANコード：4910039770279 ・サイズ：B5 (タテ257mm×ヨコ182mm)
- ・製本所：株式会社 シナノ パブリッシングプレス (東京都豊島区池袋4-32-8)

■新『広告』WEB サイト

『広告』WEBサイトを刷新し、誌面でお伝えしきれなかった取材エピソードや編集部日記を公開。また、記事と連動した動画コンテンツも配信いたします。

※新サイトは1月19日 (木曜日) にオープンします。



- ・『広告』WEB サイト <http://kohkoku.jp/>
- ・『広告』Facebook ページ <https://www.facebook.com/kohkoku.mag/>