

広告の元気は、ニッポンの元気。

全広連

7

2016 / 隔月刊

Special Report

第64回 全日本広告連盟仙台大会



公益社団法人
全日本広告連盟
JAPAN ADVERTISING FEDERATION

福島県「相馬野馬追」



全
広
連

二〇一六年七月五日発行／奇数月一回五日発行／通巻一〇六四号／昭和三十九年二月十二日第三種郵便物認可
発行／公益社団法人全日本広告連盟 〒一〇四一〇〇六一 東京都中央区銀座七丁目四番十七号 電通銀座ビル七F

電話〇三―三五六九―三五六六

定価四五〇円（購読料は会費を含む）
<http://www.ad-zenkoren.org>

「大会を終えて」



第64回全日本広告連盟仙台大会
組織委員会 大会会長

藤崎 三郎助

初めに第64回全日本広告連盟仙台大会にご参加頂きました全国の広告協会会員社の方々に御礼を申し上げます。

大会登録者1200名、一般参加者200名の合計1400名の皆様にご参加賜り、無事終了いたしました。ご協力賜りました全広連、各地広告協会、全国の会員の皆様に感謝申し上げます。

仙台大会は1991年以来、25年ぶり3回目で、ちょうど東日本大震災から5年目という節目の年の開催となりました。今回は「復興の力を創造の力へ〜杜の都から広告の未来を発信〜」をテーマに皆様からの今までのご支援に感謝の思いを込め、震災復興を通してその先にある将来像を参加者の皆様と共有していくことを心がけました。

基調講演では野村総合研究所顧問、増田寛也氏がこれからは独自の視点による地方創生が不可欠とした上で、希望の持てる地域社会を構築する必要性

をわかりやすく語られました。

午後からは増田氏と藻谷浩介日本総合研究所主席研究員、宮原育子宮城学院女子大学現代ビジネス学部長が「日本の未来を築く震災復興力」をテーマにシンポジウムを展開。コーディネーターは一力河北新報社社長が務めました。震災後の東北の観光業の在り方や資源の活用法、優れた人材の受け入れ策を巡って活発な意見を交換していただきました。

2日目の見学会では特に石巻、女川の被災地を視察するコースに110名もの皆様にご参加されました。被災地の今を多くの方々に直接感じていただくことができ、感謝申し上げます次第です。

最後になりましたが、仙台大会が被災地東北、仙台から地方の変革、創生につながるような提言を全国に発信し、日本の広告の活性化を促す一助になれたとすれば幸いです。ありがとうございました。

全広連 2016 / 7

広告の元気は、ニッポンの元気。

CONTENTS

- | | | | | | |
|----|---------------|--|----|---------------|-----------------------------------|
| 4 | 大会式典 | 第64回全日本広告連盟
仙台大会開く | 13 | | 全広連仙台大会祝賀広告 |
| 6 | 記念講演 | 第64回全日本広告連盟仙台大会
「創造性と脳の働き」
(川島隆太氏) | 18 | 次回大会案内 | 来年は神戸へ
いざ出航、広告の未来へ!
をテーマに開催 |
| 9 | 基調講演 | 「実りある地方創生に向けて」
(増田寛也氏) | 20 | NEWS from 全広連 | 各地広告協会の動き
(長野県) |
| 10 | 特別シンポジウム | 「日本の未来を築く震災復興力」 | | NEWS from 全広連 | アドフェスト2016報告会開く |
| 12 | NEWS from 全広連 | 仙台で第64回通常総会開く
平成27年度決算などを承認 | 22 | | CLIP BOARD |



オープニング『「翁」ノ舞』



一力雅彦全広連仙台大会組織委員会実行委員長による開会宣言



第10回全広連鈴木三郎助両賞受賞者(左から大平理事長、中山氏、石井氏、木原氏、小倉氏、伊東氏)



第4回「全広連日本宣伝賞」受賞者(左から大平理事長、加賀見氏、堀氏、小林氏、原氏、福井氏)



来年の全広連神戸大会への参加を呼びかける神戸広告協会関係者

事業に取り組んでいく」と語った。
来賓の村井嘉浩宮城県知事、奥山恵美子仙台市長が祝辞を述べた。
全広連関係の贈賞にうつり、第10回「全広連鈴木三郎助地域クリエイティブ大賞」が岡山県真庭郡新庄村に贈られ、小倉博俊氏(同村長)が謝辞を述べた。優秀賞が(株)お仏壇のコガ(登壇・(株)ジーエータップ 伊東巨哉氏)に贈られた。
第10回「全広連鈴木三郎助地域キャンペーン大賞」が(株)河北新報社に贈られ、中山晴久氏(同常務取締役)、石井弘司氏(同営業部主任)が謝辞を述べた。同賞選考委員会特別賞は

(株)中国新聞社(登壇・同木原慎二氏)に贈られた。
第4回「全広連日本宣伝賞」では、松下賞の加賀見俊夫氏(株)オリエンタルランド代表取締役会長(兼CEO)、正力賞の堀威夫氏(株)ホリプロファウンダー最高顧問、吉田賞の小林保彦氏(青山学院大学名誉教授)、山名賞の原研哉氏(デザイナー、(株)日本デザインセンター代表取締役社長、特別賞の福井昌平氏(CI戦略プランナー、イベント学会理事)へトロフィーと副賞が贈られ、各受賞者が謝辞を述べた。
記念講演は、「創造性と脳の働き」の演題で川島隆太氏(東北大学加齢

医学研究所所長)により行われた。(P 6参照)。
午前の最後に、来年5月の第65回全日本広告連盟神戸大会開催に向けて、同大会組織委員会実行委員長の高士薫氏が、神戸広告協会関係者らと大会参加を呼びかけ式典は終了した。
昼食では、地元食材を用いた名店のお弁当を味わった。
午後からは、基調講演を増田寛也氏(野村総合研究所顧問)が「実りある地方創生に向けて」の演題で(P9参照)。特別シンポジウムを「日本の未来を築く震災復興力」の演題で行った(P10参照)。また、大会開催記念特

別セミナーとして「地域発。クリエイティブが未来を創る。」が開催された。
全体懇親会は、ホテルメトロポリタン仙台で開かれ、参加者は宮城の美味や日本酒を味わい懇親を深めた。
翌日からは見学会が実施され、被災地の今を知る視察コースのほか、蔵王、山形庄内の自然を堪能した。
懇親ゴルフ会は、好天の富谷カントリークラブで行われた。



津波による更地を臨みつつ当時の様子を地元学生から聞く(名取関上地区)



大会
テーマ 復興の力を創造の力へ
～杜の都から広告の未来を発信～

第64回全日本広告連盟 仙台大会開く



第64回全日本広告連盟仙台大会(主催・同大会組織委員会、(公社)全日本広告連盟)が、5月18日、仙台市の仙台国際センターで開かれた。大会テーマ「復興の力を創造の力へ」杜の都から広告の未来を発信」のもと、一般を含む全国から1400名が参加した。
オープニングでは喜多流による仙台青葉能「「翁」ノ舞」が、東日本大震災、熊本地震の被災者に捧げられた。
一力雅彦組織委員会実行委員長の開会宣言で式典がスタート。藤崎三郎助大会会長が「5年前の震災で家族や家、仕事など多くのものを瞬で失った。古里を」から創造することが犠牲者への真の供養になると確信している。私たち民間の創造力を復興の原動力にする、広告にはその力がある」と歓迎挨拶を行った。
続いて、大平明全広連理事長が大会挨拶。前日の第64回通常総会の開催報告の後、「仙台での大会開催は意義深い。東日本大震災では絆の大切さを実感した。新しい価値の創造と地方創生に結び付く広告コミュニケーションの在り方について議論したい。全広連は、地域から日本を元気にする



第64回全日本広告連盟仙台大会

記念講演

「創造性と脳の働き」

東北大学加齢医学研究所所長 川島 隆太 氏

想像性は脳のどこに宿るか

創造性(Creativity)とは何かについてはなお一層の研究が必要だが、創造性を伸ばす

するためにできることはわかってきた。創造性を司る脳は「大脳」で、体を動かす「前頭葉」、触角情報を扱う「頭頂葉」、音を扱う「側頭葉」、物を見るための「後頭葉」として大きく四つに分かれ、基本的な役割を持っている。

テーマの核心になるのは「前頭葉」内に広がる「前頭前野」と呼ばれる広い領域の、特に「外側部」。「背外側前頭前野」には、心理学では認知制御、つまり記憶・学習・推理・判断等の能力が宿ることが分かっている。「腹外側前頭前野」では言語や非言語の情報処理がされており、これらの働きのコンビネーションが創造力と直接関係しているだろうと考えている。

創造性が脳のどこに宿っているかを研究したことがある。「機能的MRI」という装置内で思考すると、脳の使われている箇所を可視化できる。非常に高価な装置だが、任天堂との産学連携が成功して得たロイヤルティを全て研究投資することで維持できていることが喜ばしい。例えば「猫」と「はし」のイラストを見て合体したら何ができるかを考えると、主に前頭前野脳が使われることが見出せる。単に「猫」を思い浮かべる場合の脳活動と比較して、より多くの領域を使っている。新しいものを考え出し、創造力・イマジネーションを司る脳はある程度見えてきた。さらに他の脳活動と比較すると、面白いことにイマジネーションの脳活動は言語をつくり出す

す・聞く脳の活動と非常に似ていることが判明した。創造力とは特別な才能ではなく、脳の言語の運用能力そのものだということだ。

この結果から、「創造性に富んだ人間になるために何をしたらいいか？」という問いへの脳科学者としての解は「本を読みなさい」ということになる。何もせずにアイデアが湧いてくることはあり得ず、言語を扱う努力により創造力豊かな脳がつくられることが示された。さらに、言葉の記憶、語彙や言葉を紹介した概念を言語として操作すること自体が創造性であり、かつ、使われる脳の領域は「背外側前頭前野」と、言語を扱う「腹外側前頭前野」の機能であることが判明した。

加齢による脳の機能の変化

この脳の機能は年齢と共にどう変化するか。情報処理の一番大事な「背外側前頭前野」の働きは20歳から直線的に機能低下することが判明する一方、知恵や知識の能力は人生の晩年の方が良い。問題は、人間に課せられた運命として加齢により創造力の脳が機能低下することだ。

具体的には、大きく2つの能力が落ちる。一つ目は、頭の回転速度、情報処理速度の低下。コンピュータで言うCPUの劣化である。思考や行動が遅くなり、理解に時間がかかるようになり、何度も聞き直すようになる。

もう一つは、覚えられる量の減少。コンピュータで言うRAMの劣化である。加齢により記憶容量が減ると、新規学習が困難になったりおっくうになる。新しい家電の説明書を読む気がしないのは脳の機能の低下で、逆に言えばそういう人たちにどう情報を伝えるかは戦略として考える価値があるのではないかと。さらに、これらの能力は予測とも関係し、予測能力まで落ちる。料理に時間がかかるようになる、怒りっぽくなる、車の運転が下手になるのもこの機能低下と直接関係がある。

ここで、頭の回転速度(CPU能力)の低下度を簡単に調べてみたい。4種類の色を表す文字が順に出るので、「赤」という文字が青色で書いてあるときは「青」と発声する。文字を読まずに何色かを声に出して答えてほしい。

「会場内出席者が参加」

CPUがWindowsではなくて、MS-DOSの人もあるようだ(会場笑)。

次に、創造性を高めるための鍵は「作動記憶(ワーキングメモリ)」と呼ばれる記憶力で、コンピュータにおけるRAM。理解・学習・推理、また創造性など心の働きと直接関係する一時的な記憶保存システムで、容量が非常に限られている。何もしないと小さいまま一生を終えるが、成人後でも訓練すれば能力が上がり得る。直接学習効果で記憶容量が少し大きくなり、多くの情報を一度に処理する能力につれて、

状況理解・適切な判断・学ぶ力なども上げることが心理学で証明されている。さらに面白い現象として、トレーニングを適切な難易度で続けると、直接関係のなさそうな能力まで連れて上がる。転移効果、が起こる。抑制力、創造力、集中力、論理的思考力、また、流動性知能と呼ばれる一種の頭の良さまで含まれ、継続すること心理学の世界の常識から創造力も上がると予測されている。

では、皆さんの記憶容量(RAM容量)を直接量ってみよう。記憶に負荷を掛けるために、利き手でグー・パー・チョキを連続して動かすと同時に、計算問題に答えてほしい。

「会場内出席者が参加」

たった2つのことを同時にやるだけでかなり負担が掛かり、できなかった人や、手がグー・パー・グー・パーや、動かしやすいグー・チョキ・パーになった方もいた。記憶容量が小さくなり劣化した証拠である。

今からできる脳のトレーニング

記憶容量を伸ばす方法の一つは、「視空間記憶」と言う空間的な作動記憶のトレーニング。「1」から「5」まで並ぶボールの上にカップがかぶさって番号が見えなくなり、カップが動き回った後、各ボールがどこに行ったかを答えるもの。

2つめは、メインの記憶トレーニングとしての「Nバック課題」。Nの中には数字が入り、

2バック課題の場合は2問前の問題に答える。最初に3+2が出たら、答えの5を記憶し、次に1+1が出たら答えの2を記憶、3問目が出たら2問前の問題の答えの5を声に出して答えるもの。

「会場内出席者が参加」

途中から一切声が聞こえなくなったが……(会場笑)。1年ほど継続すると、6、7バックぐらいまでできるようになる。私自身も継続しているが、3バックからスタートして現在は20バックまで、努力で記憶力を6倍近くに似た状態を維持している。

このトレーニングをやる／やらない2群に分けてどのような差が表れるかを学生で調査した。1ヵ月後、トレーニングした群のみ記憶力に加えて知能、抑制能力、創造性まで上がったことが判明した。さらに我々が驚愕したのは、トレーニングした学生の左右の前頭前野の体積が増える現象が起こったこと。作動記憶トレーニングにより脳の体積がMRIで量れるぐらい増えたが、神経細胞の数が増えたのではなく、神経細胞同士のつながりが増えることで体積が増え、それが広範な前頭前野にわたって起こり様々な能力が伸びた。そしてこれらの領域の中には創造力も当然含まれているので創造性も伸びるというのが、我々の結論である。広告界の皆さんも、社員の創造力を伸ばしたいと思うなら、こういうものを気に掛けてもらうと効果があるのではないだろうか。

創造力を失わせる刺激

一方で、皆さんの仕事に直接つながる、創造力を失わせるネガティブな刺激が身近にあることが仙台市教育委員会との共同研究によって見えてきたので共有したい。

仙台市では独自の学力調査と生活習慣のアンケート調査をしており、本研究所も協力している。そこで統計的に有意な、非常に奇妙なデータに出会った。図は数学のテストの平均点の比較である。



首都圏の女子高校生のスマホの平均使用時間は7時間というデータもあり、3時間はヘビーユーザーには入らない。恐らく広

告界の皆さんも、スマホ等を通してどう広告活動をするかが大きなテーマになっていることと思う。

このデータから何を読み解くか。A群とC群は「家で勉強をしない」が共通点で、違いはスマホ使用の有無。家で勉強しない子のテストの点数は、何で決まるかといえば、授業を受けたときの記憶によってであり、そこから何も足し引きしていないはずなのにスマホを使った子の平均点が9点も下がった。考え得るストーリーは2つ。一番恐ろしいのはスマホを使ったことで脳の中で何らかの操作が行われ、あったはずの9点分の記憶が失われてしまったというもの。一方で成績が低い子ほどスマホを使う傾向があるというのも考えられ、追跡調査をした。結果、スマホを使っていなかった子たちが翌年も使わないと良かった成績がさらに良くなる方、スマホを使い続けていた子たちは、低い成績がさらに低くなるという変化が起こった。スマホを持っていなかったが1年後に使いはじめた子たちは良かった成績がぐんと下がった。スマホを持っていたが我々の警告に気付いてやめた子たちは低かった成績が上がり始めた。これで、卵とニワトリの関係がはつきりした。つまり、スマホを使ったことで脳の中にあった記憶が消える現象が、原因不明だが起こっているようだということ。理由は我々学者が調べる必要があるが、難易度が高く、データを重ねていく必要がある。

基調講演

「実りある 地方創生に向けて」

野村総合研究所顧問 増田 寛也 氏



地方創生は地域経済活性化策とも近いが、従来の取り組みの延長ではなく、全世代が参加した働き方改革が非常に重要。必要な対策も全国一律ではなく地域ごとに大きく異なるのが特徴といえる。

「スマホは脳の働きを抑制する？」

また、単語の意味を調べる課題をさせたところ、紙の辞書を使うと左右の前頭前野が活性化していた一方、スマホとインターネットの辞書検索では全く働かないどころかうつすらと抑制が掛かることが判明した。脳を使わないどころか、逆に脳の働きが休む方向に動くということ、恐らくこれが原因の一つだろうと考えている。

このように脳を使うべきときに使わないことが何らかの影響を遺伝子レベルに与え、脳の発達に影響を及ぼすことを我々は真剣に心配している。今後、倫理的難易度は高いが、遺伝子発現パターンに変化が出るかどうかを見極めるといった研究にも挑戦したいと考えている。

また、スマホを全く使わない子たちより、1時間未満の子たちの方が若干成績が良い。つまり1時間未満であれば恐らく悪さはしないだろうと我々はデータから考えている。それ以上使った、どの教科であつても見事に直線的に点数が低くなっていく。我々の発見の中で最悪だったのは、通知型メッセージをやりとりするSNSについてだった。5分でも10分でも使った分だけ学力が下がり、脳の中から何かが失われていくというデータが出た。スマホでこれらのSNSを1時間使った、数学のテストでは5点下がるのが統計的に分かっている。つまり、学力向上にはスマホを禁止すれば

10点・20点は点数が上がるという図式が見て取れる。

私はこれはかなり深刻なデータだと思う。スマホ媒体を使った広告活動を考えている皆さんは、子どもが長時間べったりとはまり込むような宣伝戦略はぜひ採らないでほしい。通知型のSNSを用いた広告はもつての他だと思ってもらいたいということだ。我々大人がつくった世界は利益を上げることが主軸で企業活動もなされているし、ほぼ全てがその原理で動いている。ただ、その営利主義の結果が未来を託す子どもたちに明らかにネガティブな影響を与えることが見えたのであれば、踏みとどまる理性を持つべきである。

ちなみに、心理実験で通知型SNSの問題点を調査すると別の面も見えてきた。机で作業している背面にスマホを置き、メッセージ受信の通知音が鳴る仕掛けを作ると、通知音が入っただけで作業効率が見事に落ちた。スマホ画面を直接見なくてもコミュニケーションに関するメッセージが入ったことを知覚しただけで我々の能力はがくんと落ちるということである。

子育てとスマホ

さらにもっと危険なのが、子育ての場面である。授乳を赤ちゃんの栄養補給だと思っていて、授乳中にスマホで友達とメッセージをしているのが普通の姿になったのだ。赤ちゃんの視力は数カ月たっても30

センチぐらいの所だけで、乳を飲んでいてふと顔を上げたときに優しいお母さんの顔を見て安心してまた飲み出す、初めて感情のやりとりを覚えるのが授乳の場なのに、ぱっと目を開けたときにお母さんがそばを向いている状況の子育てが多く行われている。

加えて、例えば「いないいないばあ」のソフトは親が多忙の時にスマホを渡すといつまでもやってくれる便利なもので、多数配信されている。ところが、これも「いないいないばあ」がどんなに大事な遊びかという観点が抜けている。発達心理学では、自分自身の感情の起伏を含めたコミュニケーションとしての遊びだが、それをスマホに肩代わりさせる親がどんどん出てきている。

こうして育てられた子どもたちを神経小児科医たちは「サイレントベビー」と呼んでおり、彼らの特色は自分の感情がほとんど外に出ないため感情が読み取れず、かつ、他者の感情を読み取る能力も極端に欠落していること。今、彼らが学級崩壊の中心選手になっているという報告が多数挙がっており、スマホ社会はかなり怖い側面も持っていると考えている。

これからの広告は当然インターネット等を使つたものが主流になっていくだろうし、従来媒体の占拠率が低下していることは我々も知っている。ただ、例えばスマホのような新進のメディア媒体を使つた際にネガティブエフェクトがあるということも、利用

する側が認識していただきたい。行き過ぎた結果、例えばサイレントベビーのような子どもたちが多く育ち、世の中が混乱するようになったら、やはり戦略修正を検討してもらいたいと私は思っている。

創造性は脳科学的には言語の操作能力で、創造性豊かな人間になるためには「本を読むのが一番真つすぐな道。かつ、その創造性を支えているのは作動記憶を中心とした背外側前頭前野の能力。そしてこのトレーニングをソフトを使わずに行う方法は、数や文字といった記号を積極的に扱うことである。その点、広告媒体としての紙メディアは現在若干勢力が弱まっているようだが、脳の健康の観点から改めて見直すのが非常に効果的だと考えている。

最後になるが、5年前の東日本大震災の傷痕から仙台は見事に復興を遂げることでできた。その上で沿岸地域に少しいいので目を向けていただきたい。津波被災地は復興とは遠い状況にあり、我々はまだまだサポートしていかなくてはならない。津波沿岸地域の主力産業は漁業、農業、林業などの第1次産業。仙台駅や空港で、第1次産品の地元のものを見つけてぜひ手に取つて帰ってもらふことを心から願いたい。それが沿岸地域の直接支援につながり、復興を後押しすることになると信じている。

異常な東京一極集中

「地方消滅(東京一極集中が招く人口急減)」を上梓したが、人口減少と東京一極集中の問題を改めて問いたい。高度成長期から続く東京圏への人口流入はオリンピックを控え近年さらに加速しているが、一方で地方人口が減るジレンマに陥っている。

大学進学と就職を機に多くが東京圏に移り転入超過になるが、30歳以降は出入均衡、定年近くにUターンの転出が少し多くなる。東京圏は若い層を集めて大きくなりながら、非正規雇用や長時間労働など非常に厳しい働き方を迫る。これが従来は日本経済の競争力ともなっていたが、もはや若い人たちの生活を蝕み、結局人口問題に対して「番人」に働いてしまっている。

学生は「地方には魅力ある仕事がない。東京に行かないと望みが達成できない」と言うが、これだけ一極集中するのは先進国では日本だけ。大多数のことがICTで解決できる環境が整備されつつあり、快適な家庭生活環境、余暇や趣味と仕事の両立が昔に比べればずっと実現可能になっているはずなのに、日本はそうならず、原因を突き止める必要がある。

夫の家事・育児参画の重要性

さらに根が深刻なのは男性中心・優位社会で、性別によって固定的な役割を決め、男性が家事・育児に参画しないこと。長時

間労働者の割合は他の先進国比で倍以上。夫の平日の家事・育児時間の国際比較では、日本は平均1時間、北欧や独は3時間半。私も国家公務員は職場に寝泊まりして当然という教育を受けてきた。多子世帯は夫の家事・育児参画が非常に長く、有意の相関になっている。

出生率ワーストは東京都、京都府、北海道。家事参画時間のワーストは東京都、大阪府、北海道。各地行政は自地域の特徴を徹底的にデータで突き止めて何から取り組むかを決めるべき。特に子育て世代をできる限り定時で帰して周囲がフォローする文化を育てないと、問題が解決しない。

シルバー民主主義からの脱却を

シルバー民主主義の闊歩で、少し社会保障を削減するにも大反対が起きている。政治家も目先の選挙ばかりで課題の先送りを繰り返し、なおさら若い人たちが夢や希望を失い、社会の閉塞感につながっている。働き方改革、長時間労働改善、男女共同参画を実現するための地域ごとの取り組みで、若い人たちが自己実現できる社会にしていかなければいけない。

広告界の皆さんが持つコミュニケーション力を活かして、各地で地方創生に取り組む主体と協力し、対策・戦略を若い人たちに伝えて協創してもらうことを期待している。



パネリスト
宮原 育子 氏
宮城学院女子大学 現代ビジネス学部長



パネリスト
澤谷 浩介 氏
日本総合研究所 主席研究員



パネリスト
増田 寛也 氏
野村総合研究所 顧問



コーディネーター
一力 雅彦 氏
河北新報社 代表取締役社長

特別
シン
ポジ
ウム

「日本の未来を築く 震災復興力」

「東日本大震災の被災地の現状と課題」

一力 東日本大震災から5年、国の集中復興期間が終了し、復興・創生期間に入った。ハード中心の復興から、地域の自立的な取り組みが求められる。しかし東北の人口減少に拍車がかかっており、2015年の国勢調査では353万人減少の898万人、減少率は2010年比で、3.8%と過去最大となった。

増田 インフラの復旧については、ほぼめどがついた。住環境整備が街づくりまでつながるには更に相当な時間を要する。産業は、主力の水産業などが大変な人手不足で、以前は時給800円超程度だったが、今は1000円出しても人が集まらない状況で、大きな課題。現状の年齢構成や3.8%の人口減を冷静に受け止め、いかにマインドを切り替えてプラスにつなげるかが重要。

澤谷 東北の人の粘り強さで少しずつ前に進んでいる。三陸の水産業は、きちんと資源管理された沿岸漁業を持っており、日本有数の養殖の先進地でもあるので必ず復興する。最大の課題は人手不足。全国平均で生産年齢人口は約5年で5%減、今後90年で15歳〜64歳の人が居なくなるペース。しかし実は高齢者が全国平均より増加しているのは大都市圏。東北は大変な震災の打撃があったが、特に宮城県が優等生で頑張っている。総

合的な暮らしやすさをアピールできた地域が生き残る。

宮原 観光面について話したい。宮城県の観光客数は震災直前に約6100万人、震災時は4300万人、2016年は5700万人。9割程度戻ったが、宿泊客数の戻りはまだ約7割。沿岸部の民宿等が高齢化と後継者難で減少している。東北の観光は、滞在時間を延ばすことができておらず、それが地域内でのお客様の消費額が小規模になる原因。また、震災直後は復興ボランティアや観光支援の復興ツーリズムが盛んだったが、昨年から徐々にお客様が減っている。また、他の目的地と競合し始めており、被災地だからお客様が来てくれる時期は過ぎた。今後の大きな課題は、東北の魅力をいかにお客様に伝え、呼び込むか。

「復興の先にある創造的な地域づくり」

一力 これまでの在り方ではない創造的な地域づくりにおいて求められる視点は何か。

澤谷 地域内経済循環を重視した、持続可能な経済を提案したい。日本の国際収支はエネルギー分野で圧倒的な赤字なので、それを国産の林業でまかない、「漁業・農業×加工×ブランド化」の6次産業化を先進地の九州などを手本に押し進め、海外と競争できるまでに育てる。東北のように自然と都市が一体化して

いる地域の方が、エネルギー高や食糧難が想定されるこれからの時代に、一番強いと思う。地域を担う人材をいかに呼び込むかがカギになる。

宮原 震災後に移住してきた人が、新しい文化や観光、移住の自由創造などの活動をしていて、地域おこし協力隊の若者と接する機会も増えている。首都圏の若い方が震災支援を機に東北に入り、地域の伝統的な縛りに囚われずに、自分たちの目で地域の可能性を捉えているようだ。またSNSでの発信力も非常に高く、地域資源を活用した新しい観光や交流ビジネスの創出を期待したい。

増田 成長資本主義にかわる視点が必要にも関わらず未だ量的な価値尺度から脱却できていない。若い人たちは物質的な豊かさとは異なるものを求めているが、それをきちんと捉えられていない。経済が縮小する中で、AIやロボットなどのテクノロジーを人同士のつながりを断ち切るようなものではなく、生活を豊かにするためのものとして活用する方法を考えた。

「首都圏との交流を拡大するには」

一力 東京一極集中を改善し、首都圏との交流拡大をいかに実現するか。

宮原 インバウンドの視点からいうと、インバウンドツーリズムは「西高東低」で、東京、京都、九州等にお客様が多く、「観光

が非常に大きい。岩手県では、住田町という町の役場が震災で建て直す必要に迫られ、日本初のオール木造役場が建設された。耐震性を強く、地元大工が施工し、7割以上地元産のスキを利用した。総事業費は約12億円で、鉄筋の場合の約6割。しかも総事業費の多くが地元大工と山林所有者に支払われた。宮城県では、南三陸町のラーニングセンターというNPOに若い人が集まり、6次産業化や着地型観光に向けて、地元の良さを学んでいる。女川町ではアスレチックというNPOができ、防潮堤を造らない場所に昼間だけ人が居る施設を造り、地元の人とお互いに助け合う交流が生まれている。福島県では、南相馬市で電力会社を退職した人が、子どもに自然エネルギーを教える場所をつくり活躍している。全て「小さい所から先進的な動きが始まる」という共通点があり、新しい取り組みをぜひ知っていただきたい。

「広告の役割と可能性」

一力 先進的な事例をPRし、情報発信する広告の役割は今後ますます大きくなるはず。広告に対する期待は。

増田 若い世代とのコミュニケーションをいかに実現するか。彼らが活発に利用しているSNSを使ってつながりをつくること、そこから全てが始まっていくと考えている。

澤谷 私は講演を多く行っているが、伝わる、ことこの限界も感じている。その点、広告は驚愕すべきことに万人に伝わる力を持っている。「子どもを増やせ、産め」といくら正面から言っても共感を得られないかもしれない。けれど、広告を通じてなら「そうか、ちょっと付き合ってみようか。彼女、彼を誘ってみようか」と思わせる力があるのでは。目先の利害を超えた広告のクリエイションこそが、次のマーケットをつくる。世の中の人に希望を与えるクリエイティブなメッセージを存分に広告で発信してほしい。

一力 東北の使命は、価値判断の物差しを変えて、今ある資源やポテンシャルを生かして、縮小社会の中での成功モデルを他の地域に先駆けて作っていくこと。この息吹は10年後、20年後の日本のモデルにもなるのではない。広告の力、情報発信力をフルに発揮して、課題先進地である東北が、日本の成長の起爆剤になるのだという気概を持ち、復興から創造へと取り組んでいきたい。

広告の元氣は、ニッポンの元氣。

〈順不同〉

味の素株式会社 東京都中央区京橋一―五―一	セイコーウオッチ株式会社 東京都中央区銀座一―二六―一	タマホーム 東京都港区高輪三―二二―九	吉本興業株式会社 本店 大阪本部 大阪市中央区難波千日前十六 東京本部 東京都新宿区新宿五―十八―三
味の素ゼネラルフーズ株式会社 東京都渋谷区初台一―四六―三 (シモモトビル)	仙台ターミナルビル株式会社 仙台市青葉区中央一―一―一	トヨタホーム 名古屋市東区泉一―二三―一二	朝日新聞社 東京都中央区築地五―三―二
株式会社NTTドコモ 東京都千代田区永田町二―二―二	株式会社仙台三越 仙台市青葉区一番町四―八―五	株式会社フジ 松山市宮西一―二―一	産経新聞社 東京都千代田区大手町一―七―二
株式会社川徳 盛岡市菜園一―一―〇―一	第二三共ヘルスケア 東京都中央区日本橋三―四―〇	本坊酒造株式会社 酒造 本坊 Hombō 鹿児島市南榮三―二―七	日本経済新聞社 東京都千代田区大手町一―三―七
キリンビール株式会社 東京都中野区中野四―〇―二	大正製薬株式会社 東京都豊島区高田三―二四―一	株式会社マノンダム 大阪市中心区十二軒町五―一二	毎日新聞 東京都千代田区一ツ橋一―一―一
創業元禄二年 聖護院ハツ橋総本店 京都市左京区聖護院山王町六	大和ハウス工業株式会社 東京都千代田区飯田橋三―二三―一	宮城トヨタ自動車 ネットトヨタ宮城 仙台市宮城野区日の出町二―三七	読売新聞社 東京都千代田区大手町一―七―一

仙台で第64回通常総会開く
平成27年度決算などを承認

第64回通常総会が、全仏連仙台大会前日の5月17日、仙台市のホテルメトロポリタン仙台で、正会員 加盟広告協会代表者、理事・監事、事務局長ら約70名が出席して開かれた。

はじめに大平明全仏連理事長が熊本地震へのお見舞を述べた後、大会に向けて精力的に準備を進めてくれた関係者の皆様に感謝申し上げる。加盟37広告協会の皆さまと連携を深め、広告の力で地域から日本を元気にしていきたい。」と開会挨拶。定足数の充足を確認したあと大平理事長が議長席につき、議事録署名人選任後、議事に入った。



當規則」の軽微な修正及び平成27年度事業報告の内容について報告、続いて議案の審議にうつり、林慎太郎監事からの監査報告を受けた第1号議案・平成27年度決算と第2号議案・任期満了に伴う役員改選を、ともに委任出席含め満場異議なく承認した。

このほか、全広連と東京広告協会の間で締結している「事務局業務委託契約書」の改正や、これまで、活動目標としてきた「広告の元気は、「ニッポンの元気。」を、スローガンに改めたこと、また3月10日に内閣府・公益認定等委員会による立入検査が実施され、法令違反等の重大な指摘はなかったことなど、主に4月22日の「平成28年度第1回理事会」での議事について報告した。

また、昨年第63回全広連金沢大会を開催した結果生じた剰余金が全広連に寄付されたことに對し、金沢広告協会へ感謝状を贈呈し、同協会の砂塚隆広副理事長が謝辞を述べた。以上で本総会は閉会した。

引き続き、総会で選任された新役員（下記「覧参照」）は、場所を移して開催した平成28年度第2回理事会で、理事長、副理事長、筆頭執行理

事を選定。終了後、総会会場に戻り、内田筆頭執行理事より本理事会の結果報告を行った。

最後に、一力雅彦全広連仙台大会実行委員長より翌日からの仙台大会開催にあたって挨拶があり、すべてを終了した。

第64回通常総会議題

- ◆第1号 「総連運営規則」の軽微な修正の件
 - ◆第2号 平成27年度事業報告の件
 - ◆第3号 平成27年度決算書類承認の件
(第1号講案)
監査報告
 - ◆第4号 任期満了に伴う理事及び
監事選任の件
(第2号講案)
 - ◆第5号 平成28年度事業計画及び
収支予算の内容報告の件
 - ◆第6号 「事務局業務委託契約書」
一部改正及び再締結報告の件
 - ◆第7号 平成28年度からの
全広連スローガン報告の件
 - ◆第8号 全広連大会の概要報告の件
65回(平成29年度)
 - ◆第9号 全広連大会の概要報告の件
第10回「全広連鈴木三郎助
地域キャンペン大賞」
受賞者報告の件
 - ◆第10号 第10回「全広連鈴木三郎助
地域クリエイティブ大賞」
受賞者報告の件
 - ◆第11号 第4回「全広連日本宣伝賞」
受賞者報告の件
 - ◆第12号 内閣府による
立入検査結果報告の件

全広連役員一覽 (前不同政経略平)28年5月17日現在 ※は新任		会長 三村明夫 (日本商工会議所会頭)
理事長	大平 明 (東京広告協会)	
副理事長	一力雅彦 (仙台広告協会)	
筆頭 執行理事	高士 薫※ (神戸広告協会)	
	内田公至 (東京広告協会)	
理事	広瀬兼三※ (全北海道広告協会)	
	天羽賢次※ (東京広告協会)	
	佐藤 明※ (新潟広告協会)	
	板倉 均※ (富山広告協会)	
	鈴鹿旦久※ (京都広告協会)	
	木原慎一※ (広島広告協会)	
	加藤令史※ (愛媛広告協会)	
	西山治宏※ (福岡広告協会)	
	林慎太郎 (東京広告協会)	
監事	内藤謙一 (福岡広告協会)	

広告の元気は、ニッポンの元気。

〈順不同〉

株式会社 中央公論事業出版 東京都千代田区神田神保町一〇一	株式会社 小学館 東京都千代田区一ツ橋二一三一	株式会社 講談社 東京都文京区音羽二二二二二	日本農業新聞 東京都台東区秋葉原二二三	日刊スポーツ新聞社 東京都中央区築地三一五一〇	聖教新聞社 東京都新宿区信濃町一八
MMT 株式会社 宮城テレビ放送 仙台市宮城野区目の出町一五三三	KHB 東日本放送 仙台市青葉区双葉ヶ丘二一九一	TBC 東北放送 仙台市太白区八木山香澄町二六二	仙〇放送 仙台市青葉区上杉五八三三三	HBC 北海道放送 札幌市中央区北一西五	株式会社 東京ニュース通信社 東京都中央区銀座七二六二三
ABS朝日 BS朝日 東京都港区六本木六〇一〇一 (六本木ヒルズ森タワー一六階)	BS-TBS 株式会社 BS-TBS 東京都港区赤坂五三三六 (TBS放送センター一五階)	TV TOKYO テレビ東京 東京都港区虎ノ門四三二二	tv asahi テレビ朝日 東京都港区六本木六一九一	TBSテレビ 東京都港区赤坂五三三六	F TV 福島テレビ 福島市御山町二一五
Daiichi TV 静岡第二テレビ 静岡市駿河区中原五六三	SATV 静岡朝日テレビ 静岡市葵区東町一五	FBC 福井放送 福井市大和田二一五一〇	UX 新潟テレビ21 新潟市中央区下大川前通六町三三〇一九	BSフジ 株式会社 ビーエスフジ 東京都港区台場二一四一八 (フジテレビメディアタワー二二階)	BSジャパン 東京都港区虎ノ門四三三二

広告の元気は、ニッポンの元気。

〈順不同〉

河北新報社 仙台市青葉区五橋一二二八	岩手日報社 盛岡市内丸三一七	東奥日報 青森市第二間屋町三一八八九	西日本新聞 本社 福岡市中央区天神一四一 北九州本社 北九州市小倉北区堀町二二六 東京支社 東京都中央区八重洲一八七 大阪支社 大阪府中央区北浜三二二 松崎ビル	北海道新聞社 札幌市中央区大通西三一六	中日新聞社 本社 名古屋市中区三の丸一六 東京本社 東京都千代田区内幸町二二四
北日本新聞 富山市安住町二一四四	信濃毎日新聞社 長野市南県町六五七	新潟日報社 新潟市中央区万代三一一一	神奈川新聞社 横浜市中央区太田町二二三	福島民報社 福島市太田町一三一七	秋田新報 秋田市山王臨海町一一一
中国新聞社 広島市中区土橋町七一	山陽新聞社 岡山市北区柳町二一一一	神戸新聞社 神戸市中央区東川崎町一五七七	岐阜新聞社 岐阜市今小町一〇	福井新聞社 福井市大和田二一八〇一	北國新聞社 金沢市南町二一一
琉球新報社 那覇市天久九〇五	沖縄タイムス社 那覇市久茂地二二二二	大分合同新聞社 大分市府内町三一九一五	高知新聞社 高知市本町三二二一五	愛媛新聞社 松山市大手町一一二二一	徳島新聞社 徳島市中徳島町二一五二二

広告の元気は、ニッポンの元気。

〈順不同〉

株式会社 日本経済広告社 東京都千代田区神田小川町二一〇	株式会社 東北新社 東京都港区赤坂四一八一〇	株式会社 とうこう・あい 東京都中央区銀座八一二二二	株式会社 東急エージェンシー 東京都港区赤坂四一八一八	株式会社 電通東日本 東京都港区新橋四二二二三	株式会社 電通テック 東京都千代田区内幸町一五二三 (新幸橋ビル)
株式会社 毎日広告社 東京都千代田区一ツ橋一一一	株式会社 博報堂プロダクツ 東京都江東区豊洲五六一二五 (NBF豊州ガーデンフロント)	株式会社 博報堂DYメディアパートナーズ 東京都港区赤坂五一三一一	株式会社 博報堂 東京都港区赤坂五一三一一	株式会社 博報堂DYホールディングス 東京都港区赤坂五一三一一	株式会社 日本経済社 東京都中央区銀座七一三一一〇
 復興の力を創造の力へ ～杜の都から広告の未来を発信～		凸版印刷株式会社 東京都千代田区神田和泉町一	株式会社 河北折込センター 仙台市若林区卸町東三三四一	 イラストレーター オエムシ 南アルプス市桃園一〇三三 B一	株式会社 読売広告社 東京都港区赤坂五一二二二〇

広告の元気は、ニッポンの元気。

〈順不同〉

8カンテレ 関西テレビ放送 大阪市北区扇町二一七	ytv 読売テレビ 大阪市中央区城見二二三三	ABC 朝日放送株式会社 大阪市福島区福島一三三〇	MBS 毎日放送 大阪市北区茶屋町一七一	株式会社 ぐるぐラジオ 名古屋市中区新栄一八二一八	株式会社 ぐるぐテレビ 名古屋市中区新栄一八二一八
mrt 宮崎放送 宮崎市橘通西四一六七一	FBS 福岡放送 福岡市中央区清川二二二二八	テレビ西日本 福岡市早良区百道浜二二三二二	KBC 九州朝日放送 福岡市中央区長浜一一一一一	trkb RKB毎日放送 福岡市早良区百道浜二二三三八	株式会社 エフエム大阪 大阪市浪速区湊町一三一一
株式会社 ジエイアール東日本企画 東京都渋谷区恵比寿南一五一一五	株式会社 京橋エージェンシー 東京都千代田区外神田五一一四一四	株式会社 オリコム 東京都港区新橋一一一七七 (新橋センタープレイス)	株式会社 朝日広告社 東京都中央区銀座七一六一二二 (G一七ビル)	株式会社 アサツーディ・ケイ (東京都港区虎ノ門一三三一一 (虎ノ門ヒルズ森タワー))	株式会社 UMK テレビ宮崎 宮崎市祇園二一七八
株式会社 電通アドギア 東京都中央区銀座八一二二一	株式会社 電通 東京都港区東新橋一一八一	株式会社 中国新聞広告社 広島市中区宝町五一二八	株式会社 大広 東京都港区赤坂五一二二二〇 大阪市北区中之島二二二七	株式会社 第一エージェンシー 仙台市青葉区本町一一〇一一二	株式会社 新東通信 名古屋市中区丸の内三一六二九

来年は神戸へ

第65回全日本広告連盟神戸大会ご案内

大会テーマ

いざ出航、広告の未来へ！
次世代につなぐ、「絆」とともに



第65回
全広連
神戸大会
事務局

六甲山系を有し港とともに栄えてきた「神戸」。このまちを代表する象徴のひとつが神戸港です。1868年の開港から、来年でちょうど150年の節目を迎えます。この間、様々な国から人やモノ、文化が運び込まれ、独特なハイカラ文化を育んできました。そして日本を代表する国際貿易港としての役割も担い、わが国の生活や産業基盤を支えてきました。

また、神戸を語るときに欠かせないのが1995年1月17日、未曾有の被害をもたらした阪神・淡路大震災です。6434人の尊い命が奪われ、まちは壊滅的な被害を受けました。あれから22年の歳月が経ち、まちは復興から創生へ着実に歩み続けています。

このようなまち神戸で、来年5月

17日から第65回全日本広告連盟神戸大会が開催されます。神戸大会開催は実に1981年以来、36年ぶり二度目となります。当時は、大会史上初めて、参加者が1千人を超えた大会であったと記録にあります。前回大会の盛況に負けないよう神戸広告協会は、大会準備に取り組んでいます。

2014年秋に神戸大会準備委員会を発足、各種準備の着手にかかり16年1月に大会実行委員会を立ち上げました。ここで大会テーマを「いざ出航、広告の未来へ！次世代につなぐ、「絆」とともに」に、ロゴマークは船をモチーフにしたデザインに決定しました。

大会テーマは、神戸港開港150年の節目に、広告協会会員が総力

を結集し強い志を持って、震災から得た教訓を「絆」とともに次世代に継承し、広告が新時代を創造する役割を担うという意味を込めています。

仙台大会の次年度開催地紹介では、神戸のグルメ、ファッション、文化、そして震災当時の状況や神戸港開港からの歴史や風土、さらに全国に普及していったコトやモノを映像やスライドで紹介したことで、神戸のイメージを掴んでいただけたかと思います。結びに高士薫大会実行委員長が船長として登壇しての挨拶、そして「神戸大会へ向けて、いざ出航！」の号令に、船員に扮した神戸広告協会メンバーが高々に帽子を振つての歓迎ムードの演出が、皆さまをお迎えする私たちの思いです。



全広連仙台大会で次回神戸大会のPRをする高士薫大会実行委員長

いよいよ開催まで一年を切りました。大会事務局に設けた総務・式典、懇親、宿泊・見学・送迎、ゴルフの4つの部会では、さらに開催準備を加速させています。随所に新しい試みを盛り込み、いかに神戸らしさを演出



上空より神戸港を望む(写真上側がポートアイランド)



主会場となるポートピアホールを併設する神戸ポートピアホテル

し、好印象を持つていただけるおもてなしができるかを、念頭に置いて進めています。

大会式典当日は、式典から懇親会までの会場を一箇所完結型と、これまであまり例のない形態で準備を進めています。また見学コースではひょうご五国のそれぞれの食や文化、まちの魅力を体験していただけるプランを検討中です。さらにゴルフ会は、神戸が日本のゴルフ発祥地ということもあり、目玉的なプランを準備中です。是非ご期待ください。

もうひとつ、話題があります。今年の仙台大会全体懇親会でお披露目した「みんなのひまわりハートプロジェクト」です。神戸で企画・実施さ

れているこのプロジェクトを、同じ被災地の立場から仙台広告協会とも連携して、このたびの熊本地震の支援を目指します。神戸大会では、この報告も盛り込むべく準備を進めています。

会場の神戸ポートピアホテルは、地方博覧会「ポートピア81」の会場となったポートアイランドにあり、36年前と同じ会場でもあります。当時と様相が異なるのは、震災後に推進してきた医療産業都市構想による医療関連施設が集積したことや、神戸空港が開港したことです。アクセスは神戸空港からポートライナーで約8分、新幹線新神戸駅からシャトルバスで約25分、大阪国際（伊丹）空港からバスなどで約1時間のところに立地しています。

あらためてとなりますが、開港から150年を迎え、震災を乗り越えてきた神戸のまち並みや文化、そしてグルメをご堪能ください。さらに足を伸ばして、世界遺産姫路城や竹田城跡に代表される歴史遺産、そして宝塚歌劇や球児の聖地・阪神甲子園球場などひょうごにある全国屈指の多種多彩な趣を体感してください。

皆さま、来年は是非神戸にお越しください。心よりお待ちしております。

各地広告協会の動き

長野県
2016年度定時総会記念
公開講演会開催

一般社団法人長野県広告協会は5月12日、「2016年度定時総会記念公開講演会」を長野市内のホテルで開いた。

講師は、(株)武者リサーチ代表、ドイツ証券(株)アドバイザー、ドイツ・アセット・マネジメント(株)アドバイザーの武者陵司さん。会員と一般市民合わせて約230人が聴講。

「世界経済・日本経済と市場展望」と題して講演した武者さんは、世界経済の行方に大きく影響する米国と中国の経済について「米国内部は住宅、雇用、技術革新などの分野でしっかりしていて、信用がある。新しい時代の望ましい方向に向かっている。一方、中国経済は住宅やインフラの過剰投資などで、相当深刻な状況にある」と話した。日本経済については「現状は円高の進行で株価は下がっているが、今年の後半から株価は上昇

していく可能性が高い」との見通しを述べた。

公開講演会後開かれた定時総会では、2015年度収支決算案等の議案が承認可決された。



講演する武者リサーチ代表の武者陵司氏

アドフェスト2016
報告会開く

全広連は6月14日、電通銀座ビル8階会議室でアドフェスト2016報告会を開き、約70名が参加した。

アドフェスト2016(第19回アジア太平洋広告祭)は3月16日から19日までタイ・パタヤで開催され、全広連は研修ツアーを実施した。また毎年、ヤ

ング・ロータス・ワークシヨップ(YLW)日本代表の選抜および現地への派遣を行っている。

最初に、中山幸雄氏(株)電通 クリエイティブ・アドバイザー)がアドフェストの現況とFIRM部門について解説。特に若手はクリエイティブ力を鍛

えるために、受賞作品だけでなく応募作品を全て見て、採点し、なぜその作品が良いかを説明できるようにし、そして審査員の採点と比較するところまでを労を惜しまずに取り組むべきで、第一線で活躍中のクリエイティブディレクターたちも多忙な中でもやっているはず、とアドバイスした。

次に、YLW2016日本代表の大石将平氏(株)博報堂コピーライター)、タルボット才門氏(同・デザイナー)が、現地で得た学びを報告。世界各国の

仲間ができたことで、あの国のあの子どもたちならどう言うだろうか?という具体的なイメージを持てるようになり、従来は漠然としていたグローバルがぐっと身近になったと話した。また、よいクリエイティブをつくることで自身のキャリアをステップアップさせることに積極的な彼らの姿勢に刺激を受

け、日常業務に追われて忘れがちになっていた情熱を再確認したと語った。今後、ワークショップで指導を受けたクリエイティブの本質について学び続けながら、アドフェストで賞を獲れるように研鑽を積んでいきたい、と抱負を述べた。

最後に、インタラクティブ&モバイル部門審査員の新沢崇幸氏(株)TBWA\HAKUHODOクリエイティブディレクター)が登壇。近年の「For Good」の潮流から、改めて

クライアントの課題を解決し、クライアント・生活者・広告制作者の3者にとって良い「広告」を作ることの価値を再確認した上で審査に臨んだ経緯を説明。人々の生活にSNSが浸透し、日々接する情報があふれている中で、生活者の目が肥えている。その中でいかに目にとまり、記憶に残るメッセージを届けられるか。しかし情報が拡散するだけでは価値がなく、クライアントのビジネスに添いながら課題を解決できたクリエイティブが評価され、結果的に受賞につながっている、それが本来あるべき姿ではないか、と語り、閉会となった。



YLWで出た課題、「ムエタイを2028年のオリンピック種目にする」について話すタルボット氏、大石氏



新沢崇幸氏(TBWA\HAKUHODO)



中山幸雄氏(電通)



タルボット才門氏(博報堂)



大石将平氏(博報堂)

CLIP-BOARD

「熊本地震」に対する義援金について

この度の熊本地震により被災された皆様に謹んでお見舞い申し上げます。全広連では、「自然災害被害地域支援内規」に基づき、被災地広告協会（熊本・大分）への義援金での支援を各地広告協会にお願いし、各協会より合計192万円のご協力をいただけることとなりました。厚く御礼申し上げます。今後、義援金の2協会への按分案、全広連からの直接支援（全広連臨時予算）案に対する理事会決議を理事・監事全員の書面提出による「決議の省略（みなし決議）」にて行い、理事会承認後、2協会に義援金を送付する予定です。

神戸広告協会会長に 大橋忠晴氏

神戸広告協会会長に5月10日付で、大橋忠晴氏（神戸商工会議所会頭）が就任した。

岡山広告協会会長に 松田正己氏

岡山広告協会会長に6月22日付で、松田正己氏（㈱山陽新聞社代表取締役社長）が就任した。

鹿児島広告協会副会長に 木脇良知氏

鹿児島広告協会副会長に4月21日付で、木脇良知氏（㈱南日本新聞社取締役）が就任した。

福岡広告協会理事長に 西山治宏氏

福岡広告協会理事長に6月7日付で、西山治宏氏（明治屋産業㈱取締役相談役）が就任した。

山形広告協会理事長に 大場昭悦氏

山形広告協会理事長に7月7日付で、大場昭悦氏（㈱山形新聞社広告局長）が就任した。

島根広告協会会長に 松尾倫男氏

島根広告協会会長に6月8日付で、松尾倫男氏（㈱山陰中央新報社代表取締役社長）が就任した。

金沢広告協会会長に 砂塚隆広氏

金沢広告協会会長に6月28日付で、砂塚隆広氏（㈱北國新聞社常務取締役）が就任した。

愛知広告協会理事長に 田中正樹氏

愛知広告協会理事長に5月25日付で、田中正樹氏（敷島製パン㈱代表取締役副社長）が就任した。

宮崎広告協会理事長に 和田雅実氏

宮崎広告協会理事長に6月30日付で、和田雅実氏（㈱宮崎日日新聞社常務取締役広告局長）が就任した。

高知広告協会専務理事に 小松誠昭氏

高知広告協会専務理事に6月21日付で、小松誠昭氏（㈱高知新聞社広告局長）が就任した。

事務局長交代

（敬称略）

■高知広告協会（5月25日付）高橋英生（高知新聞広告局広告部専門委員）

新入会員社紹介

（敬称略）

【仙台広告協会】（1社 1名）

■ 一般財団法人日本気象協会東北支局
支局長 佐伯 芳

【東京広告協会】（4社 5名）

■ ㈱中日映画社
代表取締役 青柳光明

■ ㈱メトロアドエージェンシー

代表取締役社長 肥後謙一

■ ㈱日本経済広告社

専務取締役 丹羽信宏

■ ㈱電通東日本

取締役 矢部利彦

取締役 広川 孝

【新潟広告協会】（2社 2名）

■ ㈱アド・メディック
代表取締役 長沼茂夫

■ 東日本旅客鉄道㈱新潟支社
執行役員新潟支社長 弐間俊則

【静岡県広告協会】（1社 1名）

■ アサヒビール㈱静岡支社
支社長 西野佳和

【お願い】 人事異動などによる会員の交代や役職の変更等が生じ、機関誌「全広連」の発送先が変更になった場合は所属広告協会事務局へご連絡をお願いします。